

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อดึงดูดผู้ชมของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้แนวทางการศึกษาวิจัยที่ได้กำหนดไว้ในปัญหานำวิจัย 4 ข้อ

1. โครงสร้างและการบริหารงานของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีลักษณะอย่างไร
2. ปัจจัยอะไรที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์
3. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีลักษณะอย่างไร
4. การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์กับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์ มีลักษณะอย่างไร

วิธีการวิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์ การศึกษาเนื้อหาจากเอกสาร รวมถึงการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยแสดงผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนา การนำเสนอผลงานวิจัยในบทนี้ จะแบ่งเป็น 5 ตอน คือ

1. ภาพรวมของธุรกิจหนังกลางแปลง
2. โครงสร้างและการบริหารงานของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์
4. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์
5. ลักษณะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์กับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์

ตอนที่ 1 ภาพรวมของธุรกิจหนังสือกลางแปลง

หนังสือกลางแปลงเป็นแหล่งบันเทิงราคาถูกที่ใช้พักผ่อนคลายเครียดในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังเป็นแหล่งศึกษาเพื่อให้เข้าใจโลกและชีวิตในแง่มุมที่แตกต่างออกไป ธุรกิจหนังสือกลางแปลงในประเทศไทยนั้นไม่มีใครทราบแน่นอนว่าทั่วประเทศมีหนังสือกลางแปลงทั้งสิ้นกี่จอ ประมาณการว่าน่าจะอยู่ระหว่าง 1,500 – 2,000 จอ แต่ปัจจุบันธุรกิจหนังสือกลางแปลงซบเซาลงไปมาก และต่างทยอยปิดกิจการลง ซึ่งอาจจะมีเหลือเพียง 100 กว่าจอเท่านั้น (โคม สุวงศ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2549)

นับจากปี พ.ศ. 2525 เมื่อกิจการโรงหนังเริ่มซบเซา กิจการหนังเร่ก็พลอยซบเซาไปด้วย กิจการหนังเร่ซึ่งเคยเฟื่องฟูสุดขีด ในระยะระหว่างปี พ.ศ. 2515 - 2525 หนังเร่หันมาแข่งขันกันที่ความยิ่งใหญ่ของขนาดจอ ตั้งสมญานามกันว่า จอยักษ์บ้าง จอฝ่าโลกบ้าง สูงถึงสิบกว่าเมตรเมื่อซบเซาก็เปลี่ยนไปเป็นจอเล็กลง แต่หันมาแข่งขันกันที่ระบบเสียงว่า ใครจะเสียงดังกว่ากันและพิสดารกว่ากัน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมาจะเห็นว่า หนังเร่มีการใช้ลำโพงเป็นแผงใหญ่หุ้มหุ้ม ตั้งอยู่สองข้างจอและใหญ่กว่าจอหนังเสียอีก (โคม สุวงศ์ และสวัสดิ์ สุวรรณพิทักษ์, 2545 : 25)

ภาพรวมของธุรกิจหนังสือกลางแปลงในมุมมองของนักวิชาการ มีความเห็นตรงกันว่าแนวโน้มธุรกิจหนังสือกลางแปลงจะแย่กว่าในอดีตมาก เนื่องจากปัจจัยหลากหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น กระแสความนิยมในการชมหนังสือกลางแปลงเปลี่ยนไป ความหลากหลายที่เกิดขึ้นในวงการภาพยนตร์ที่เปลี่ยนไปมีสื่อที่สามารถเข้ามาสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่าหนังสือกลางแปลง

รัตนา จักรกะพาก กล่าวว่า “ภาพรวมหนังสือกลางแปลงอดีตกับปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงแน่นอน ปัจจุบันค่อนข้างจะซบเซาลง อดีตหนังจะเฟื่องฟูมาก สามารถเข้าถึงชาวบ้านได้มากกว่าและชาวบ้านก็พึงพอใจ โดยเฉพาะหัวเมืองใหญ่ๆ ถึงแม้จะเป็นต่างจังหวัด แต่ถ้าเป็นในตัวเมือง ในเขตเทศบาลหนังสือกลางแปลงจะเป็นลำดับรองที่เค้าจะนึกถึง ส่วนใหญ่จะนึกถึงการไปดูหนังในห้าง นึกถึงการซื้อซีดีมาดูที่บ้าน” (รัตนา จักรกะพาก, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2549)

บทบาทหนังกลางแปลงในอดีตมีความสำคัญและเป็นสิ่งที่ชาวบ้านต้องการ เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าไปถึงชาวบ้านได้ถึงทุกสถานที่ ไม่ว่าเข้าไปล้อมผ้าเก็บเงินหรือขายสินค้าบางอย่าง ตัวหนังก็ยังเป็นจุดเด่นหรือ เป็นพระเอก แต่ปัจจุบันหนังกลางแปลงถูกใช้เป็นเครื่องมืออย่างอื่น จุดประสงค์การฉายหนังเปลี่ยนไป เช่น ฉายในศาลเจ้าก็เป็นพิธีกรรม เนื่องจากหนังกลางแปลงเป็นสื่อบันเทิงที่ราคาถูกกว่าลิเก ละคร จั๋ว

หนังกลางแปลงในปัจจุบันไม่ได้กลายเป็นสื่อที่มีความจำเป็นแล้ว สื่อบันเทิงอื่นๆ เช่น โทรทัศน์ หรือซีดีสามารถเข้าถึงทุกที่ในพื้นที่ชนบท หนังกลางแปลงกลายเป็นสื่อที่เฉพาะโอกาสพิเศษ เช่น มีการของขายเป็นคาราวาน สวนสนุก หรืองานวัด (โคม สุวงศ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2549)

โคม สุวงศ์ มองว่าการรุดรคของธุรกิจหนังกลางแปลงในปัจจุบันมีความเป็นไปได้ น้อยมาก “ถ้าจะให้ตัวหนังอยู่ได้เองผมก็คิดว่าหนักใจ สมัยก่อนคนไม่มีทีวี วิทยุก็มีน้อย พอหนังฉายก็เป็นเหมือนสิ่งพิเศษที่ทำให้คนรู้จักโลกภายนอกดังนั้นคนจึงอยากมาดู แต่ปัจจุบันเปลี่ยนไปแล้วถ้าจะให้อยู่ได้ต้องมีอะไรมาปรับเพราะความต้องการของชุมชนเปลี่ยนไป ฉายหนังกลางแปลงอย่างเดียวไม่ได้ จะให้ทำเป็นอาชีพที่ทำเงินทำทองอย่างในอดีตเลยคิดว่ายาก” (โคม สุวงศ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2549)

สอดคล้องกับนักวิชาการอีกท่านที่ได้ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน รัตนา จักกะพาก ได้กล่าวว่า “กลัวว่าหนังกลางแปลงจะอยู่ไม่รอด เนื่องจากบทบาทหนังกลางแปลงเปลี่ยนไป ในอดีตบทบาทหนังเป็นวัฒนธรรมชุมชน ทำให้คนมารวมตัวกันเป็นที่นั่งคุย สถานที่พบปะกัน ปัจจุบันมีซีดี วีซีดี ทำให้บทบาทหนังลดลง เพราะซื้อตัวหนังกลางแปลงยี่สิบบาท แล้วตัวก็ลอยหายไป แต่ถ้าเพิ่มอีก ยี่สิบบาท ได้เป็นซีดีเก็บไว้ดูที่บ้านได้ แล้วคนเค้าไม่ปฏิเสธซีดีเดือนอยู่แล้ว” (รัตนา จักกะพาก, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2549)

จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย นักวิชาการอีกท่านได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับภาพรวมของธุรกิจหนังกลางแปลง ดังนี้

“ในอนาคตหนังกลางแปลงก็ยังคงมีแต่จะถอยไปมาก จะฉายในจุดที่ห่างไกลไปเรื่อยๆ เพราะคนที่อยู่ในเมืองจะไม่ค่อยสนใจสื่อตรงนี้แล้ว หนังกลางแปลงถูกทำให้ถอยตัวมาเป็นสื่อพื้นบ้าน เมื่อผู้ชมรับความเจริญมากขึ้น ก็ไม่ค่อยรับสื่อที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น

แม้กระทั่งหนังโรงก็ยังไม่ไปดู แต่จะสนใจสื่อที่สามารถใช้เวลากับตัวเองมากขึ้นอย่าง มือถือดูหนังเล่นเกมส์ ฟังเพลง ถ่ายรูปได้ เพราะฉะนั้นจะมีสื่อที่สามารถทำให้อยู่กับตัวเองได้มากขึ้น จะมีไม่ค่อยสนใจมาคุยกับกลุ่มคนเยอะๆ คนรุ่นใหม่จะเป็นกลุ่ม *Individual* มีการศึกษามากขึ้น ด้วยเหตุนี้วัฒนธรรมพื้นๆ ก็จะค่อยๆ หายไป เพราะฉะนั้นคนที่ลงทุนทำหนังก็รู้สึกละอายใจว่าไม่คุ้มเสียเวลา เสียแรง ไปทำอย่างอื่นดีกว่า ผู้ประกอบการธุรกิจหนังกลางแปลงจะต้องเข้าไปหากลุ่มคนที่ยังไม่ค่อยได้สัมผัสกับโลกภายนอกมากนัก เทคโนโลยีก้าวหน้ามากขึ้น คนดูก็ไม่ค่อยอยากดู” (จาเรณูลักษณ์ ณะวังน้อย, สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2549)

รัตนา จักกะพาก กล่าวว่า “ในอนาคตหนังกลางแปลงมีโอกาสจะลดน้อยลงไปเรื่อยๆ ท้ายที่สุดก็จะหายากแล้วก็หายไปเลย ยกเว้นคนที่มีความคิดหรือมีใจรักจริงๆ แต่เค้าก็ต้องเสียสละเยอะที่จะให้ดำรงอยู่ได้ คิดว่าถ้าจะทำธุรกิจที่ไร้รับกำไร หรือผลประโยชน์เท่าๆ กันเค้าสามารถทำธุรกิจอย่างอื่นได้แต่ก็ยังเลือกทำอยู่เพราะมีใจรักจริงๆ มันกลายเป็นความผูกพัน แต่เมื่อใดที่ความรักความผูกพันมันไม่มีแล้ว คนรุ่นใหม่ที่จะทำธุรกิจตรงนี้ก็จะพร้อมที่จะออกไปจากสังคม ทุกวันนี้ที่ยังคงมีอยู่ประปรายเพราะยังคงมีเงื่อนไขตรงนี้อยู่ว่าทำมานานแล้ว ยังรักยังชอบ อุปกรณ์ก็มีแล้ว ถ้าเลิกไปจะทำอย่างไร ลูกน้องจะเป็นอย่างไร มันเป็นพันธะผูกพันต่อเนื่อง แต่ถ้าปัจจัยตรงนี้หายไปก็คิดว่าน่าจะสลายไปเลย มองว่าความผูกพันเป็นตัวยึดรั้งทำให้ธุรกิจอยู่ได้” (รัตนา จักกะพาก, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2549)

ในมุมมองของนักวิชาการ มีความเห็นตรงกันว่า แนวโน้มธุรกิจหนังกลางแปลงจะซบเซามากกว่าในอดีต ดังนั้นธุรกิจหนังกลางแปลงจะต้องเข้าใจพฤติกรรมในการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ชม ธุรกิจหนังกลางแปลงเป็นธุรกิจที่ขายวิถีชีวิตการพักผ่อนของผู้ชม ดังนั้นหนังกลางแปลงจะต้องสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดผู้ชมให้ออกจากบ้านให้ได้ จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบมุมมองเกี่ยวกับการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจหนังกลางแปลง

- การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจหนังกลางแปลงในมุมมองของนักวิชาการ

การปรับตัวของธุรกิจหนังกลางแปลงเพื่อให้ดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในยุคปัจจุบัน รูปแบบการปรับตัว จะต้องเป็นการปรับตัวในระยะสั้น เนื่องจากยังไม่เห็นอนาคตสำหรับธุรกิจหนังกลางแปลงที่ชัดเจน จากการสัมภาษณ์นักวิชาการผู้มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหนังกลางแปลง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจหนังกลางแปลง ดังนี้

1. ปรับตัวให้เป็นความบันเทิงแบบครบวงจร

บทบาทของหนังกลางแปลงเปลี่ยนแปลงไปมาก จากเดิมที่มีบทบาทเป็นพระเอก แต่ในยุคปัจจุบันหนังกลางแปลงกลายเป็นตัวประกอบ เนื่องจากผู้บริโภคนิยมชมภาพยนตร์ผ่านสื่ออื่นมากกว่า การจะทำให้หนังกลางแปลงกลับมาต้องปรับตัวให้กลายเป็นความบันเทิงแบบครบวงจร โดยมีหนังกลางแปลงเข้าไปรวมอยู่ด้วย

“หนังกลางแปลงควรปรับให้มีกิจกรรมอย่างอื่น เช่นสวนสนุกเข้าไปเพื่อที่จะดึงให้คนเข้าไป เหมือนห้างสรรพสินค้าที่ครบวงจรสามารถทำอะไรได้หมด สมัยก่อนเป็นร้านโชห่วยตั้งร้านเดียว เคี้ยวนี้มีความทันสมัยมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความหรูหรา เพิ่มความสะดวกให้ลูกค้า เพราะฉะนั้นจะอยู่ได้ต้องสร้างอะไรให้เป็นความต้องการของชุมชนของหมู่บ้านถึงจะอยู่ได้” (โคม สุวงศ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2549)

“ทำให้ธุรกิจหนังกลางแปลงอยู่รอดควร มีตลาดนัดสินค้าราคาถูกเข้ามา คือ หนังกลางแปลงจะมาเดี่ยวๆคนก็ไม่สนใจแล้ว ต้องหากิจกรรมอย่างอื่นเข้ามาเป็นตัวชูโรงให้เค้ารู้สึกว่าคุณสมบัติที่ออกมาจากบ้านมาดูหนังแล้วสาระหลักเค้าก็ไม่คิดถึงหนังกลางแปลงเป็นสาระหลักแล้วแต่จะมาเดินซื้อของราคาถูกแล้วก็มาดูหนังกลางแปลงต่อ” (รัตนา จักกะพาก, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2549)

2. ปรับตัวให้เข้าไปมีส่วนร่วมกับการประเพณีต่างๆ

หนังกลางแปลงไม่ใช่สื่อบันเทิงหลักที่คนสนใจ เนื่องจากมีสื่ออื่นๆ เข้ามาทดแทนหนังกลางแปลง การจะทำให้หนังกลางแปลงกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งนั้นหนังกลางแปลงจะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมกับการประเพณีต่างๆ

“หนังกลางแปลงจะอยู่ได้ต้องมีกิจกรรมอย่างอื่นพ่วงเข้ามา เช่น ทอดกฐิน ทอดผ้าป่า งานศพ คือ ไม่ใช่สาระหลักของกิจกรรมหนังกลางแปลง แต่กลายเป็นสาระร่วม คือถ้าอยู่ดีๆ มาฉายหนังกลางแปลงโดยที่มีตลาดนัด ไม่มีผ้าป่า กฐิน งานบุญเข้ามาเกี่ยวข้องคนก็จะรู้สึกแปลกๆ คือต้องมีวาระหรือมีกิจกรรมหลักเข้ามาเกี่ยวข้อง แล้วหนังกลางแปลงก็เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมนั้น แต่ถ้าในอคิดหนังกลางแปลงสามารถทางจอฉายที่ไหนก็ได้คนจะไม่รู้สึกแปลกแต่ปัจจุบันหนังกลางแปลงมาฉายอย่างเดียวจะรู้สึกเหงาๆ คือต้องมีอย่างอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ไม่ใช่กิจกรรมเดียว” (รัตนา จักกะพาก, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2549)

3. ปรับตัวโดยการสร้างกระแสนิยม

การปรับตัวของหนังกลางแปลงโดยการสร้างให้เป็นกระแสนิยมขายความประทับใจในอดีต เป็นการสร้างกระแสนิยม หรือทำให้เป็นแฟชั่น ให้นึกถึงกลิ่นอายบรรยากาศงานวัดในอดีต เป็นการปรับตัวเพื่อให้หนังกลางแปลงสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้

“คิดว่าจะทำให้หนังอยู่ได้ที่พอมองเห็นคือทำเป็นแฟชั่น เช่นนิยมฉายหนังกลางแปลงในห้างสรรพสินค้า ในงานประจำปีของโรงแรมอย่าง สวนสามพรานจัด สำหรับคนชั้นกลางคนชั้นสูง ไฮโซที่ในชีวิตจริงๆ ไม่เคยได้ดูหนังกลางแปลง หรือในวัยเด็กเคยสัมผัส แต่ขณะนี้ร่ำรวยก็อยากกลับมาสัมผัสบรรยากาศอีกครั้ง ก็เลยเอาหนังกลางแปลงมาอยู่ในสถานที่แบบนี้ เรียกว่าขายความประทับใจ ขายเรื่องราวในอดีต หรือขายความเก่า เช่น เอารอฉายหนังเก่าๆ ไป ฉายหนังเก่าพากย์แบบเก่า เครื่องเสียงเก่า คนก็จะสนใจความเป็นอดีต” (โคม สุวงศ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2549)

4. ปรับตัวในด้านการส่งเสริมการขาย

แนวโน้มของหนังกลางแปลงจะดำเนินธุรกิจยากขึ้น การจะทำให้หนังกลางแปลงกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งนั้น หนังกลางแปลงจะต้องเน้นเรื่องการส่งเสริมการขายและการบริการให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุด

“หนังกลางแปลงจะอยู่รอดต้อง ใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมาก เช่น การทำเก้าอี้หนัง หรืออาจนำเสื้อ ผ้าพลาสติกปูให้ไถ่หนัง มีโต๊ะให้คืมน้ำ คนก็คิดว่ามาดูหนังแล้วแตกต่างจากคนอื่น เขาก็สนใจ ค่าบัตรราคาถูกๆ ถึงพอมองอยู่ได้” (จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย, สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2549)

“ถ้าจะอยู่รอดต้องอาศัยการส่งเสริมการตลาดเยอะมากเช่น สะสมหางคิ้วไว้แลกดูหนังฟรี หรือดูสิบรอบฟรีหนึ่งรอบ คิดว่าต้องมีการจูงใจมากพอสมควรจะต้องใช้กลยุทธ์เพื่อดึงดูดคนให้มาดูหนังมากขึ้น ใช้พลังมากขึ้น ต้องมีลูกเล่นมากขึ้น เพราะขนาดหนังโรงยังใช้แบบเป็นสมาร์ตการ์ด คือถือคนดูไว้ว่าดูสิบครั้งฟรีหนึ่งครั้ง หนังกลางแปลงก็ควรทำแบบนั้นบ้าง หรืออาจฉายหนังแล้วแจกรูปคาร์ทที่ไถ่หนังชอบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม นี่ก็เป็นตัวดึงให้คนมาชมได้อย่างหนึ่ง” (รัตนา จักกะพาก, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2549)

5. ปรับตัวเข้าร่วมกับผู้นำชุมชน

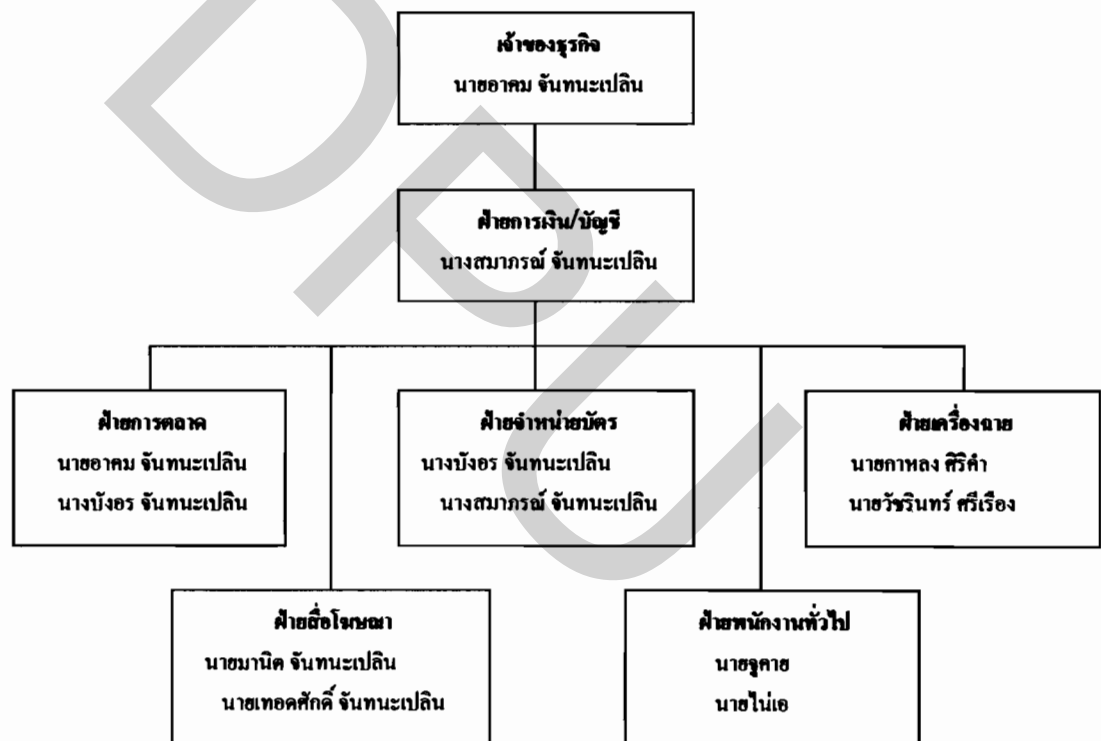
การนำหนังสือกลางแปลงเข้าไปเชื่อมโยงกับผู้นำชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน อบต. ประจำตำบล เนื่องจากวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นยังมีความเชื่อเรื่องผู้นำชุมชน ไม่ว่าหน่วยงานใดก็ตามที่ต้องการเข้าถึงประชาชน เพื่อให้ร่วมทำกิจกรรมใดๆ ก็แล้วแต่ต้องมีผู้นำชุมชน เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนจึงจะทำให้ประสบความสำเร็จ

“วัฒนธรรมอย่างหนึ่งของคนชนบทหรือวัฒนธรรมของสังคมที่หนังสือกลางแปลงเข้าไปอยู่ด้วย คือเค้ายังเชื่อเรื่องผู้นำความคิด วัฒนธรรมเลียนแบบ ยังรู้สึกภาคภูมิใจถ้าคนที่มีชื่อเสียงคนที่เค้าภาคภูมิใจมาดูหนังสือกลางแปลง ก็จะรู้สึกสนิทใจมากขึ้นที่จะมาดู เพราะฉะนั้นในการดูแลครอบครองจะเชิญคนที่เป็นผู้นำในชุมชนนั้นมาดูด้วย เค้าจะรู้สึกอยากมาดูมากขึ้น พลังในการมาดูก็มากขึ้น อย่างเช่นถ้าเค้าขึ้นขมนายอำเภอ ผู้ใหญ่บ้าน หรือกำนันก็แล้วแต่ คนที่เก่งในหมู่บ้าน คนที่เ้านับหน้าถือตา แค่มานั่งดูคนก็จะพูดกันปากต่อปากว่าแสดงว่าหนังสือดี แสดงว่าบริษัทนี้ต้องเอาสิ่งดีๆ มาให้ เพราะคนเค้ายังมานั่งดู เนื่องจากวัฒนธรรมของชุมชน โดยเฉพาะชุมชนชายขอบยังให้ความสำคัญกับพวก *Opinion Leader* อยู่ และช่วยในการตัดสินใจของเค้ามาก” (รัตนา จักกะพาก, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2549)

ตอนที่ 2 โครงสร้างและการบริหารงานของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์

ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2524 โดยมี คุณอาคม จันทนะเปลิ่น เป็นผู้บริหาร ในอดีตดำเนินธุรกิจโดยการรับจ้างฉายหนังกลางแปลงเพียงอย่างเดียว ต่อมาได้ขยายธุรกิจประเภท มวย และเรคเคเลี่ยนที่ให้บริการควบคู่กับธุรกิจหนังกลางแปลง ขยายเป็นธุรกิจหนังกลางแปลงที่ให้ความบันเทิงแบบครบวงจร

ลักษณะโครงสร้างการบริหารงานธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ เป็นโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อนเนื่องจากเป็นกิจการที่ใช้บุคลากรไม่มากนัก นอกจากนั้นบุคลากรในองค์กรยังมีความสัมพันธ์กันแบบเครือญาติ พนักงานแต่ละคนส่วนใหญ่จึงรับผิดชอบหลายหน้าที่ ลักษณะโครงสร้างของบริษัท 999 บรรเจิดภาพยนตร์ เป็นดังนี้คือ



ภาพที่ 4.1 แผนผังโครงสร้างของบริษัท 999 บรรเจิดภาพยนตร์

ที่มา : อาคม จันทนะเปลิ่น, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548.

จากแผนผังการทำงานสามารถอธิบายลักษณะหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงาน แบ่งเป็น 2 ฝ่ายใหญ่ๆ คือ 1.ฝ่ายบริหาร ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ 2. ฝ่ายปฏิบัติการ ได้แก่ พนักงานฝ่ายการเงิน/บัญชี พนักงานฝ่ายการตลาด พนักงานฝ่ายสื่อโฆษณา พนักงานฝ่ายจำหน่ายบัตร พนักงานทั่วไป และพนักงานเครื่องฉาย ซึ่งแต่ละฝ่ายมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

ฝ่ายบริหาร

เจ้าของธุรกิจ มีหน้าที่ในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ โดยเฉพาะนโยบายในเรื่อง การบริหารงานทั่วไป การติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอก ดูแลพนักงานภายในองค์กร ตรวจสอบความเรียบร้อยของระบบการฉายภาพยนตร์ และความเรียบร้อยของสถานที่ฉายภาพยนตร์ นอกจากนี้แล้วยังมีหน้าที่ในระดับปฏิบัติการคือเป็นพนักงานขับรถ พนักงานทั่วไป (จัดเก็บเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ในการฉายภาพยนตร์) และเป็นพนักงานฉายภาพยนตร์ในบางโอกาส

ฝ่ายปฏิบัติการ

พนักงานฝ่ายการเงิน / บัญชี ทำหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับการเงิน จัดทำรายรับรายจ่ายของบริษัท ดูแลจ่ายเงินเดือนของพนักงาน

พนักงานฝ่ายการตลาด ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานเกี่ยวกับการซื้อขาย แลกเปลี่ยน ภาพยนตร์ คัดเลือกภาพยนตร์ โดยการปฏิบัติงานจะประสานงานกับเจ้าของธุรกิจทุกครั้ง

พนักงานฝ่ายสื่อโฆษณา ทำหน้าที่จัดทำสื่อโฆษณา โดยฝ่ายสื่อโฆษณาจะรับคำสั่งโดยตรงจากเจ้าของธุรกิจทุกครั้งก่อนที่จะลงมือทำสื่อโฆษณา

พนักงานฝ่ายจำหน่ายบัตร ทำหน้าที่ขายบัตรชมภาพยนตร์ ตรวจสอบเช็คยอดการจำหน่ายบัตรและทำบันทึกทุกครั้งที่ย้ายภาพยนตร์

พนักงานทั่วไป หรือส่วนใหญ่ นิยมเรียกว่า “เด็กหนัง” ทำหน้าที่ จัดเก็บ เคลื่อนย้าย อุปกรณ์ในการฉายภาพยนตร์ รับผิดชอบเกี่ยวกับระบบไฟฟ้าภายในบริเวณที่ฉายภาพยนตร์ เก็บตัวภาพยนตร์ และทำงานภายใต้คำสั่งของเจ้าของธุรกิจ

พนักงานเครื่องฉาย ทำหน้าที่ฉายภาพยนตร์ ดูแลเครื่องฉายภาพยนตร์ ฟิล์มภาพยนตร์ และทำงานภายใต้คำสั่งของเจ้าของธุรกิจ

กระบวนการและขั้นตอนในการทำงานของธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์

ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์มีวิวัฒนาการในการดำเนินงานมาโดยตลอด ในส่วนของลักษณะการดำเนินธุรกิจ หากมองย้อนไปประมาณสิบกว่าปีที่แล้ว พบว่าการดำเนินธุรกิจจะเน้นการให้บริการฉายภาพยนตร์เพียงอย่างเดียว จนกระทั่งปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงเป็นธุรกิจหนังสือกลางแปลงที่ให้ความบันเทิงแบบครบวงจร โดยการเพิ่มธุรกิจบันเทิงรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ ชมการแข่งขันชกมวย และการเดินเรคเคลื่อนที่ ให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งควบคู่ในขั้นตอนการฉายภาพยนตร์ด้วย

กระบวนการและขั้นตอนในการทำงานของธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์ มีรายละเอียดต่างๆ ของการทำงาน แบ่งเป็นขั้นตอนหลักๆ 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 ก่อนฉายภาพยนตร์ ได้แก่

- 1.1 ซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน หรือเช่าภาพยนตร์จากสายหนัง
- 1.2 ศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 1.3 ขออนุญาตใช้สถานที่ และติดต่อหน่วยงานราชการ
- 1.4 จัดทำ และใช้สื่อโฆษณา
- 1.5 จัดตั้งอุปกรณ์

ขั้นที่ 2 ระหว่างฉายภาพยนตร์ ได้แก่

- 2.1 จำหน่ายบัตรเก็บค่าผ่านประตู
- 2.2 การฉายภาพยนตร์ ชมการแข่งขันชกมวย และเดินเรคเคลื่อนที่

ขั้นที่ 3 หลังฉายภาพยนตร์ ได้แก่

- 3.1 จ่ายค่าเช่าสถานที่และค่าไฟฟ้าให้เจ้าของสถานที่
- 3.2 จัดเก็บเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ออกจากพื้นที่

การรวมธุรกิจบันเทิงประเภทชมการแข่งขันชกมวย และการเดินเรคเคลื่อนที่ เข้าไปในกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน of ธุรกิจหนังสือกลางแปลง ทำให้ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์ มีกระบวนการและขั้นตอนการทำงานที่แตกต่างจากธุรกิจหนังสือกลางแปลงทั่วไป ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1. ก่อนฉายภาพยนตร์

ขั้นตอนการเตรียมงานก่อนการฉายภาพยนตร์ สามารถอธิบายตามลำดับขั้นตอนการทำงาน ได้ดังนี้ การซื้อหรือเช่าภาพยนตร์จากสายหนัง การศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การขออนุญาตใช้สถานที่ และติดต่อหน่วยงานราชการ การจัดทำและใช้สื่อโฆษณา และการจัดตั้งอุปกรณ์

1.1 ซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน หรือเช่าภาพยนตร์จากสายหนัง

การทำงาน 999 บรรเจิดภาพยนตร์ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยพบว่าวิธีทำงานเริ่มต้น โดยคนที่เจ้าของธุรกิจมีแนวคิดหรือนโยบายในการนำภาพยนตร์เข้ามาฉาย โดยจะปรึกษากับฝ่ายการตลาดเพื่อทำการซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน หรือเช่าภาพยนตร์จากสายหนังภาคเหนือ เพื่อนำภาพยนตร์มาฉายภายในบริเวณอำเภอแม่สลด และพื้นที่ใกล้เคียง

“พอรวบรวมเงินได้ประมาณ 2-3 หมื่น ก็จะไปซื้อหนังที่นครสวรรค์ สิงห์บุรี พวกหนังจะรู้กันว่าจะมีหนังขายที่ไหน บางครั้งเอาหนังเราไปบ้าง ถ้า 2-3 เรื่องจะแลกได้ 3-4 เรื่อง แลกเงินนิดหน่อยก็ได้หนังแล้ว ถ้าซื้อหนังมาแล้วไม่ดี ยังไม่ค่อยถูกใจ เราก็จะเร่ให้หมคก่อน แล้วก็ค่อยเอาไปแลก เคยไปแลกหนังแถววิเชียรบุรี สุโขทัย กำแพงเพชร แม่สะเรียงก็เคย” (บังอร จันทนะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

ในอดีตกาลภาพยนตร์ที่ 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาฉายจะเป็นภาพยนตร์พากย์เสียงในฟิล์มแต่ช่วงหลังเปลี่ยนเป็นภาพยนตร์ระบบเสียงในฟิล์ม การฉายโดยการพากย์จึงหมดไป

“สมัยก่อนหนังพากย์เราก็จะให้ลุงนิคพากย์ หรือถ้ามีเช็กเกอร์วังหนังมาเช็กเกอร์ก็เป็นคนพากย์ แต่ส่วนใหญ่เราจะเร่เสียงในฟิล์มมากกว่า” (บังอร จันทนะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

ภาพยนตร์ที่ 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาฉายจะเรียกว่า “กากหนัง” เนื่องจากภาพยนตร์ที่เป็นภาพยนตร์ที่มีราคาถูกกว่าหนังใหม่ จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ พบว่า ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์เคยเร่ภาพยนตร์ใหม่ที่ฉายต่อจากโรงภาพยนตร์ แต่การดำเนินธุรกิจประสบปัญหาเรื่องค่าใช้จ่าย เนื่องจากการถูกคัดเปอร์เซ็นต์ค่าเช่าฟิล์มจากสายหนังที่ได้รับลิขสิทธิ์ภาพยนตร์

“เราเคยร่ำหนังใหม่แต่โค่นคัตเปอร์เซ็นค่าหนัง รายได้ก็ไม่เหลือ อย่างเช่นรายได้จากการเก็บบัตรผ่านประตูได้ 3,000 บาท เราจะแบ่งกับเจ้าของฟิล์มครึ่งหนึ่งเลย เราได้ 1,500 บาท เจ้าของฟิล์มได้ 1,500 บาท แต่ของเรารายได้ต้องเอามาจ่ายค่าที่ ค่าไฟ ค่าคนงาน รายได้ก็ไม่เหลือ ก็เลยหันมาเร่หนังเก่าเหมือนเดิม”(อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

ด้วยเหตุนี้ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จึงนิยมเร่หนังเก่า หรือที่เรียกว่า กากหนัง เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านค่าเช่าฟิล์ม

- การคัดเลือกภาพยนตร์ของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์

เกณฑ์ในการตัดสินใจคัดเลือกภาพยนตร์ของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ จะพิจารณาจากคุณภาพของฟิล์มภาพยนตร์ว่าดีหรือไม่ นอกจากนั้นการคัดเลือกภาพยนตร์ประเภทหนังบู๊เป็นกลยุทธ์สำคัญที่หนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้ตัดสินใจคัดเลือกภาพยนตร์เนื่องจากภาพยนตร์ประเภทบู๊ มีเนื้อหาหนักไปทางการต่อสู้ ปราบปราม สามารถดึงดูดใจผู้ชมด้วยภาพที่เคลื่อนไหวฉับไว การดำเนินเรื่องส่วนใหญ่จะใช้ภาษาภาพ ซึ่งง่ายต่อการทำความเข้าใจ นอกจากนั้นกลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่ที่ชมภาพยนตร์จะเป็นกลุ่มแรงงานต่างด้าวอพยพที่มีเชื้อชาติพม่า และกะเหรี่ยง ซึ่งสามารถพูดภาษาไทยหรือฟังภาษาไทยได้นิดหน่อย สามารถทำความเข้าใจกับภาษาภาพและชมภาพยนตร์รู้เรื่องมากกว่าภาพยนตร์แนวอื่นๆ

“ป้าเป็นคนจัดหนัง อยู่กับหนังมา 20 กว่าปี จะรู้เรื่องหนังหมดทุกเรื่องแหละ หนังทุกเรื่องเราต้องดูทุกเรื่องเวลาไปฉายก็ต้องนั่งดูว่าคนดูเค้าหัวเราะจากไหน ตอนไหน จะได้ว่าหนังแต่ละเรื่องเป็นอย่างไรคนชอบไม่ชอบ ดูว่าหนังเรื่องไหนมีเส้นมากน้อยอย่างไร เป็นฟิล์มดำ แดง หรือเขียวหรือเปล่า ถ้ามีเส้นไม่มากก็เก็บไว้ลงงานเวลามีคนจ้าง จะเป็นประเภทที่ฟิล์มใสๆนะ

เวลาซื้อหนังจะเลือกประเภทหนังบู๊จะส่วนใหญ่ ถ้ามีชื่อพันมาก็จะซื้อเลย หนังประเภทบู๊มากมาย แบบหนังชีวิตก็ไปไกลๆเลย ไม่เอา ดูแล้วน่าเบื่อ เพราะตลาดหนังบู๊มันไม่ตาย อย่างคนคิดเบิ้ลน้ำพี ให้ฉายให้คนดู 10 ครั้ง ก็ยังมีคนดูหนังเพราะสนุก” (บังอร จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“หนังสือก่อนไปซื้อที่ขอนแก่น ครั้งหลังเรื่องละประมาณ 1,000 – 2,000 บาท ซื้อองค์
คุณิมล ประมาณ 20,000 บาท ล่าสุดซื้อองค์บาก 15,000 บาท หนังสือที่เราซื้อถ้าหนังสือมัน
ทุกเรื่องเราก็แค่พิมพ์อย่างเดียว ถ้าซื้อหนังสืออย่างเดียว จะไว้ใจไม่ได้ ว่าสนุกหรือไม่สนุก แต่ถ้าซื้อ
มาแล้วก็จะเอาไปแลกอีกต่อไป ” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

การคัดเลือกภาพยนตร์ของ 999 บรรณาธิการภาพยนตร์ที่สำคัญอีกอย่างคือจะคำนึงถึง
ความคุ้มค่าของภาพยนตร์ที่ซื้อมาว่าจะสามารถนำไปฉายได้ทุกสถานที่ และต้องเป็นที่ชื่นชอบของ
กลุ่มเป้าหมาย

“หนังสือเรื่องได้ทุนคืนหมดแล้ว ตอนนี้ก็เหมือนเอาเนื้อมันมาขายมันเอง ได้หนังสือมาก็
ให้หมดทุกจุดทุกที่ ตอนแรกก็ขายเป็นหนังสือตั้งก่อน เร่ร่อนทุกที่ก็เก็บไว้พอหลายๆ ปีก็มาฉาย
ใหม่อีกครั้ง แต่ละที่คนดูก็จะเปลี่ยนไปเรื่อยๆ อย่างไปฉายที่เจดีโคะ พวกเค็ๆ 10 กว่าชมเคยดู
พอผ่านไปหลายๆ ปี อายุก็ 15-16 เราก็จะมาฉายเป็นหนังควบ ชาวบ้านรุ่นแรกๆ ที่เคยดูพอเค้าอายุ
มากๆ ก็ไม่ดู ก็มีคนรุ่นใหม่ๆ เข้ามาดูหนังแทน การซื้อหนังแต่ละเรื่องต้องเลือกที่ลงได้ทุกจุด
ต้องคุ้มค่า และคนดูต้องชอบด้วย ” (บังอร จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

สายหนัง

สายหนังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการที่ไม่ได้มีสายหนังเอง
เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะหนังกลางแปลงที่ไม่ได้อยู่ในเครือโรงของสายหนังอย่างหนังกลางแปลง
999 บรรณาธิการภาพยนตร์ ถ้าไม่มีสายหนังภาคเหนือ การซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน หรือเช่าภาพยนตร์อาจ
ดำเนินธุรกิจด้วยความลำบาก ความสำคัญของสายหนังที่มีผลต่อธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรณาธิการ
ภาพยนตร์ มีดังนี้คือ

- การเป็นแหล่งของภาพยนตร์ที่หนังกลางแปลงนำมาฉาย

ธุรกิจสายหนังเป็นตัวแทนที่รับเช่าหรือซื้อสิทธิภาพยนตร์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ใน
ส่วนกลางตามระยะเวลาที่มีการตกลงกันไว้ ก่อนที่จะนำภาพยนตร์ออกฉายตามโรงภาพยนตร์
ต่างจังหวัดในสายที่กำหนดไว้ สายก็หมายถึงอาณาบริเวณของพื้นที่ที่ตกลงกันไว้ โดยบริษัทที่เข้า
มาเป็นสายหนังเหล่านี้จะทำการเช่าหรือซื้อสิทธิภาพยนตร์ เพื่อนำไปฉายตามโรงภาพยนตร์
ต่างจังหวัดหรือส่งต่อไปให้สายหนังเร่ นำไปฉายแบบปิดวิกล้อมผ้าหรือกลางแปลงตามท้องถิ่นต่างๆ

“รู้จักกับบรรเจิดมา 10 กว่าปีแล้ว ซื้อขายด้วยกันมาตลอดบรรเจิดจะเช่าฟิล์มหรือซื้อฟิล์มของเราไป โดยเราจะซื้อฟิล์มลือทแรก แล้วบรรเจิดจะมา ซื้อฟิล์มลือทสองต่อจากเราไป ลักษณะการซื้อขายกันจะมี 2 แบบ มีทั้งขายขาด และให้เช่าด้วย” (สมัย กระระตะสูตร, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

“ทางบรรเจิดจะโทรมาหาเราว่ามีหนังน่าสนใจจะขายหรือเช่าหรือเปล่า หรือบางครั้งเรามีหนังน่าสนใจก็จะโทรไปถามว่าอยากซื้อหนังหรือเปล่า เพราะเราอยู่ทางนี้หมดแล้ว” (เชาวน์ ลาวัลย์, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

การแบ่งสายหนังจะช่วยตัดขั้นตอนการควบคุมดูแลของเจ้าของลิขสิทธิ์ในส่วนกลางในการจัดเก็บรายได้ได้สะดวกขึ้น

“เราจะรับมาจากสหมงคล นนทนนท์ ไฟว์สตาร์บางเรื่อง หนังที่เราซื้ออย่างเงินหลังก็ล้านขึ้นคือก๊อปปี้ แล้วแต่จะตกลง 2-3 ก๊อปปี้ ซื้อควบหนังเต็ง เราต้องจ่าย ซึ่งเค้าเรียกเป็นลือท ลือทหนึ่งก็ได้ลิขสิทธิ์ตลอด ซื้อหนังเต็ง 1 เรื่อง แคมกาทหนัง 2 เรื่อง ก็จะได้สิทธิ์มาเลย 9 จังหวัด จะฉายพร้อมโรงเลย มีอยุธยาอ่างทอง สิงห์บุรี ลพบุรี ชัยนาท นครสวรรค์ เพชรบูรณ์ กำแพงเพชร ตาก ที่เราจะขายและให้เช่าได้ 9 จังหวัด ใครมาลวงล้ำของเราไม่ได้ ถือว่าละเมิดลิขสิทธิ์ พอเราได้มาเราก็เร่ก็ถ้าเรื่องไหนหมดสัญญาที่จะขายให้บรรเจิด” (สมัย กระระตะสูตร, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

“ซื้อหนังมาจากบริษัทจัดจำหน่ายของแปซิฟิกโซลาร์แลนด์ ฟิล์ม จำกัด มีสัญญาลิขสิทธิ์ 2 ปี นับจากวันเข้าฉายในโรงใหญ่ที่กรุงเทพ เราจะให้บริการลูกค้าเช่าลิขสิทธิ์ฉายเป็นรายคืน เฉพาะสายเหนือ 14 จังหวัดเท่านั้น” (เชาวน์ ลาวัลย์, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

การมีสายหนังอยู่ ทำให้เจ้าของธุรกิจหนังกลางแปลงไม่ต้องติดต่อกับบริษัทภาพยนตร์ด้วยตัวเอง นอกจากนั้นธุรกิจหนังกลางแปลงที่ไม่ได้อยู่ในเครือของสายหนังสามารถดำเนินธุรกิจได้ต่อไป ตราบใดที่ยังมีสายหนังรายใดรายหนึ่งอยู่

- สายหนังเป็นผู้คัดสรรภาพยนตร์

การซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน หรือเช่าภาพยนตร์ของธุรกิจหนังกลางแปลงจะเริ่มต้นจากการที่สายหนังจะเป็นผู้คัดเลือกภาพยนตร์ที่คาดว่าจะทำเงินเข้ามา และเป็นผู้ถั่นกรองภาพยนตร์ที่เห็นว่าคุ้มค่ากับการลงทุนนำมาฉาย เพราะถ้าเลือกซื้อภาพยนตร์ที่ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนก็ไม่มีประโยชน์ต่อธุรกิจของตน ธุรกิจสายหนังช่วยให้ธุรกิจหนังกลางแปลงซึ่งนับเป็นผู้ประกอบการอิสระที่ไม่ได้มีสายหนังเอง ลดภาระในการคัดเลือกภาพยนตร์ที่นำมาฉาย ดังนั้นภาพยนตร์ที่สายหนังฉายกับภาพยนตร์ที่หนังกลางแปลงนำมาฉายจึงไม่แตกต่างกันมากนัก

“หนังที่จะขายให้บรรเจิดจะต้องเป็นหนังหมดลิขสิทธิ์แล้ว 2-3 ปี บรรเจิดจะซื้อหนังล็อตแรกไม่ได้เพราะอยู่แค่จังหวัดเดียว ถ้าเวลามีกลางแปลงก็จะเช่าหนังของเราบ้าง แต่ส่วนใหญ่ก็มาซื้อหนังจากเราไปเรื่องละ 4-5 พันบาท เค้าเร่งจนคุ้ม ถ้าดีเค้าก็เก็บไว้ ไม่ดีก็แลกต่อกันไป หนังที่ขายบรรเจิดส่วนใหญ่จะเป็นหนังบู๊ พวกสรรพยุทธ์ พันทนา จะถามซื้อประจำ เราขายให้ที่บรรเจิดไป 50-60 เรื่องเลยนะ” (สมัย กระระละตุตร, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

“หนังที่ขายให้บรรเจิดจะเรียกว่าหนังรอบสอง ที่ไม่ใช่กาหนัง คือถ้าอยู่ในลิขสิทธิ์ 2 ปีอยู่ เวลาขายก็จะบอกให้ทางบรรเจิดเร่ขายเฉพาะในเขตจังหวัดตากได้อย่างเดียว ถ้าหมดลิขสิทธิ์แล้วก็ขายสิทธิขาดเลยจะฉายที่ไหนก็ได้ แต่ส่วนใหญ่บรรเจิดเค้าก็เร่ที่แม่สอดอย่างเดียวก็เลยไม่มีปัญหาเรื่องนี้เข้ามาเกี่ยวข้อง หนังที่บรรเจิดมาซื้อ ถ้าเป็น หนังอยู่ในระยะ 2 ปี ก็ทำสัญญากัน แต่ถ้าหนังหมดลิขสิทธิ์แล้วก็ขายกันด้วยวาจาไม่ต้องทำสัญญา

หนังที่บรรเจิดซื้อส่วนใหญ่เราแค่รู้ว่าหนังไหนถูกตา สนนุหน้อย บู๊หน้อยก็เอามาฉาย เพราะบ้านเราเป็นหนังรอบสอง ไม่ใช่หนังโรง” (เชาวน์ ลาวัลย์, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

ปัจจุบันสายหนังภาคเหนือได้ทยอยกันปิดกิจการลง และเปลี่ยนบทบาทจากสายหนังที่เป็นผู้ซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ เนื่องจากประสบปัญหาเรื่องเศรษฐกิจ และการเข้ามาแย่งชิงพื้นที่จอสื่อวีซีดี และดีวีดีที่มีมากขึ้น ผู้สร้างภาพยนตร์จะคำนึงถึงรายได้จากการขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ให้กับบริษัทวีดีโอ วีซีดี ดีวีดี และโทรทัศน์ มากกว่ารายได้ที่จะได้รับจากจากจำหน่ายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ให้กับสายหนังในต่างจังหวัด

เจ้าของธุรกิจสายหนัง กล่าวถึงสาเหตุที่กำลังจะยุติบทบาทด้านสายหนังว่า

“สมัยก่อนหนังเฟื่องฟูมาก เคียวนี่ไม่คิดเลย ขบเขามา 2 ปีแล้ว ตั้งแต่ปี 47-48 เต็มๆ ไม่มีงานเลย ขบเขามาก จากเดิมมีบริการหนังเป็น 100 จอ เคียวนี่เหลือแค่ 5 จอ หลักๆ เป็นเพราะมาจากซีดี วีดีโอ คู่แข่งเราไม่กลัวเพราะพอๆ กันหมด เพราะธุรกิจของเราที่อื่นอยู่ตรงนี้ไม่ค่อยกว่าคนอื่น แต่มีปัญหาเกี่ยวกับซีดี วีดีโอ เข้ามามีผลกระทบเต็ม 100 % อีกอย่างการเป็นสายหนังต้องใช้เงินจำนวนมาก ในยุคหนึ่งนอกจากจะแข่งขันกันซื้อภาพยนตร์มาฉาย ยังต้องสร้างเครือข่ายของโรงภาพยนตร์และหนังกลางแปลงเพื่อที่จะได้รับภาพยนตร์จากสายไปฉายด้วย ซึ่งทำให้ประสบปัญหาขาดทุนเป็นจำนวนมาก และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เริ่มค่อยๆยุติบทบาทเป็นสายหนังไป” (สมัย กระระตะตุตร, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

“อาชีพนี้ทำงานด้วยใจรักจริงๆ เพราะลำบากมาก ช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมามีคนน้อยลงเนื่องจากมีธุรกิจวีดีโอ และวีซีดีให้บริการมากขึ้น และก็เป็นที่ยอมรับของลูกค้ามากกว่าหนังเร่ด้วย นอกจากนั้นระบบผูกขาดของสายหนังบริษัทที่มีเงินทุนมาก สามารถซื้อภาพยนตร์ไปฉายในโรงภาพยนตร์ได้มากกว่า ก็ทำให้ครองตลาดได้มากกว่า ปัจจุบันสายหนังเป็นระบบผูกขาดที่สหมงคลฟิล์มขายให้โรงหนังขนาดเล็กๆ ของเรามากน้อยก็เลยทำให้ผูกขาดไม่ได้ เราจะซื้อป๊อปปี้ไม่ก็เรื่อง แต่โรงหนังน่าจะซื้อหมดทุกเรื่อง ระบบสายหนังก็ล้มเหลวตรงนี้แหละ เพราะถูกบริษัทนายทุนครองตลาด ซึ่งเค้าจะลงทุนโดยการมีโรงหนังทุกจังหวัด ตามห้างสรรพสินค้า หนังเร่ก็เข้าไปยุ่งกับเค้าไม่ได้ อย่างพอออกโรงปุ๊บเค้าก็ออกเป็นซีดี วีซีดีเลย ก็ได้ราคาแพงกว่ารายได้ที่ได้จากหนังเร่ อนาคตหนังเร่ก็จบแน่ๆ ” (เชาวน์ ลาวัลย์, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2548)

1.2 ศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เมื่อผ่านขั้นตอนการซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน หรือเช่าภาพยนตร์จากสายหนัง การทำงานต่อไปก็คือการศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ขั้นตอนนี้เจ้าของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ใช้วิธีการสังเกตประสบการณ์จากการให้บริการในพื้นที่อำเภอแม่สอดและพื้นที่ใกล้เคียงมาเป็นเวลานานจึงทำให้ทราบว่ากลุ่มผู้ชมภาพยนตร์เป้าหมายในแต่ละพื้นที่ที่ให้บริการเป็นชนกลุ่มใด และวิถีชีวิตของคนแต่ละพื้นที่เป็นอย่างไร

“รู้ที่บ้านไหนมีกะเหรี่ยงพม่าก็จากประสบการณ์ที่อยู่ตรงนี้นานมา เร่หนังมา 20 กว่าปี เราไปทุกวันออกทุกวัน ก็รู้ว่าพื้นที่นี้มีใครอยู่กันบ้าง เป็นหมู่บ้านของคนชาติไหนเยอะ เราต้องใช้สายตาใช้คำพูดสอบถาม และจดจำเอาจากประสบการณ์” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

นอกจากนั้นขั้นตอนนี้จะมีการสอบถามข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจาก ผู้นำชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ของหมู่บ้านที่จะไปฉายภาพยนตร์ก่อนที่จะลงไปจัดงานในพื้นที่จริง

“ส่วนใหญ่ก็จะถามๆ พวกผู้ใหญ่บ้าน กำนัน หรือ เจ้าของไร่ เจ้าของสวน ว่าบ้านนี้ตอนนี้คนเยอะมั๊ย เศรษฐกิจตอนนี้เป็นไง รายได้ดีหรือเปล่า ตรงนี้เค้าก็จะบอกกันเลยว่าให้หนังไปฉาย สิคนเยอะดี มีมาอยู่รับจ้างกันหลายครอบครัว แต่ช่วงไหนกะเหรี่ยงพม่ากลับบ้าน หรือเศรษฐกิจไม่ดีเค้าก็จะบอกว่าอย่าเพิ่งมาลงเลยมันเสี่ยง เราก็ต้องเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่ไปลงจุดอื่น” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

1.3 ขออนุญาตใช้สถานที่ และติดต่อหน่วยงานราชการ

หลังจากที่มีการซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน หรือเช่าภาพยนตร์ และศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้ว ขั้นตอนของการทำงานที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งก็คือส่วนที่เรียกว่า การขออนุญาตใช้สถานที่ และติดต่อหน่วยราชการ ขั้นตอนนี้เจ้าของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะทำการติดต่อขออนุญาตใช้สถานที่โดยการเจรจากันแบบไม่เป็นทางการกับเจ้าของสถานที่ก่อน หากเจ้าของสถานที่อนุญาตขั้นตอนต่อไปก็คือการไปขออนุญาตจากผู้ใหญ่บ้าน จากนั้นจึงไปขออนุญาตใช้เสียงที่อำเภอในเขตรับผิดชอบบริเวณที่ฉายภาพยนตร์ ในขั้นตอนนี้จะเสียค่าธรรมเนียมในการอนุญาตใช้เสียงครั้งละ 75 บาท แล้วจึงนำไปเสร็จการขออนุญาตใช้เสียงไป ขออนุญาตเจ้าหน้าที่ตำรวจในเขตรับผิดชอบบริเวณที่ฉายภาพยนตร์พร้อมทั้งให้เจ้าหน้าที่ตำรวจลงชื่อรับทราบการอนุญาตใช้เสียง

การติดต่อกับหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ เจ้าของสถานที่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เจ้าหน้าที่อำเภอ เจ้าหน้าที่ตำรวจ นับได้ว่าเป็นขั้นตอนหลักเรื่องหนึ่งซึ่งเป็นผลกระทบโดยตรงในการทำงานธุรกิจหนังกลางแปลง

“ในอดีตต้องมีการไปติดใบปิดวางบุ๊คภาพยนตร์กับเจ้าของสถานที่ก่อน เนื่องจากหน่วยภาพยนตร์มีเยอะ ปัจจุบันมีแค่เรา หน่วยอื่นก็ไม่มีแล้วจะอาศัยบอกกันปากเปล่าเท่านั้น ถ้าลงหนังสืออย่างเดียว ก็แค่บอกเจ้าของที่ และผู้ใหญ่บ้านเท่านั้น ให้ผู้ใหญ่บ้านรับรู้เวลามีปัญหาอะไรจะได้ไม่ยุ่งยาก เพราะผู้ใหญ่รับรู้แล้ว ถ้าลงโรงเรียนก็ต้องขอครูใหญ่ หรือผู้อำนวยการโรงเรียนเพิ่มด้วย” (สมภรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

- ขออนุญาตจากเจ้าของสถานที่

จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจพบว่า ก่อนที่จะขออนุญาตใช้สถานที่เพื่อจัดงานมหรสพนั้นจะต้องเลือกสถานที่ที่อยู่ใกล้ชุมชน ผู้ชมสามารถเดินทางได้สะดวก นอกจากนั้นสิ่งสำคัญคือต้องมีความสนิทสนมกับเจ้าของสถานที่พอสมควร จึงจะสามารถลงในสถานที่นั้นได้ตลอด

“หน่วยหนังก็ต้องปรึกษากับทางวัดก่อน แล้วค่อยขออนุญาตผู้ใหญ่บ้าน ส่วนใหญ่วัดก็จะเห็นด้วยกับทางผู้ใหญ่ แต่ก็มีบ้างที่ไม่เห็นด้วย อย่างเมื่อหลายปีแล้วมีบางบริการมาทางวัดก็ไม่อนุญาต เพราะมีพวกการพนันมาด้วย แต่ถ้าหนังอย่างเดียวก็ไม่ค่อยมีปัญหา อีกอย่างงานวัดของเราจะบอกทางหน่วยบรรเจิด ไปเลยว่าถ้าจะมาจัดในวัดขอให้จัดงานวัดแบบสมัยก่อนให้มีหนัง มีมวย มีรางวัลช้อนชุก ซึ่งครั้งนี้ทางบรรเจิดเค้าก็จะไม่เอาเรามา” (พระครูอาทิตการุญต์, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2548)

“บรรเจิดจะมาติดขอเราว่าจะขอลง ซึ่งทุกฝ่ายจะต้องพร้อมใจกันทั้งผู้ใหญ่บ้าน คำรวจ ดุง และบรรเจิด คือถ้าตำรวจกับผู้ใหญ่บ้านอนุญาตให้ลงได้ ก็ไม่มีปัญหาอะไร แต่ถ้าผู้ใหญ่บ้านไม่อนุญาตถึงดุงอยากจะให้ลงอย่างไรก็ให้ไม่ได้หรอก แต่หน่วยของบรรเจิดส่วนใหญ่จะรู้จักกับทางพวกผู้ใหญ่กับตำรวจก็จะยินยอมก็เห็นว่าของบรรเจิดได้ลงทุกครั้ง” (เส็งยม คำแก้ว, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

นอกจากนั้นจะคัดเลือกสถานที่ที่เหมาะสม ผู้ชมสามารถเดินทางมาได้สะดวกเป็นสิ่งที่ 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาพิจารณา

“ลงที่กม.35บ้านลุงเสงี่ยม เพราะพวกพม่ากะเหยิงจะอยู่แถวนี้เยอะ 2 ข้างนี้มีไร่
กุหลาบ เจ้าหนึ่งก็มีลูกน้อง 30-50 คน ถัดไปทางโน้นก็มีคนเยอะที่ตรงนี้เป็นสามแยก ตรงทางเข้าไป
ก็เป็นป่ากุหลาบมันเป็นศูนย์รวมคนเลยพวกกะเหรี่ยงพม่าเค้าจะเดินทางมาใกล้และก็สะดวก”
(อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

อัตราค่าเช่าสถานที่ที่ขึ้นอยู่กับการตกลงระหว่างเจ้าของธุรกิจหนึ่งกลางแปลงกับเจ้าของ
สถานที่ที่ให้ลงฉายภาพยนตร์เท่านั้น ซึ่งอัตราค่าเช่าสถานที่จะแตกต่างกันแล้วแต่การตกลง

“ค่าเช่าที่แล้วแต่หน่วยหนึ่งจะให้แล้วแต่ว่าเค้าจะช่วยค่าน้ำค่าไฟเท่าไร แล้วแต่ศรัทธา
ส่วนใหญ่เค้าได้มากก็ทำบุญมาก ได้น้อยก็ทำบุญน้อย อย่างถ้ามาลงเป็นสวนสนุก 3 คืน หรือถ้าวัด
เก็บบัตรด้วย แบบเหมาบรรเจิดวัดก็จะได้ 20 % ซึ่งตรงนี้ก็แล้วแต่จะตกลงกับกรรมการ ว่าเค้าจะ
บริจาค 10,000 บาทรวมค่าไฟกับค่าที่ แต่ถ้าวางหนังอย่างเดียวก็ 3-5 ร้อยบาท” (พระครูอาทิตย์การุญ, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2548)

“เวลาหนังมาฉายก็จะมาตั้งของสัก 2-3 วัน แล้วก็จัดงานอีก 3 วัน เก็บของอีก 2-3 วัน
รวมๆ กันก็เป็นอาทิตย์ ก็จะมาอย่างนี้ประจำ ช่วงที่เค้าเก็บของย้ายของก็ไม่ได้เก็บค่าเช่า จะเก็บค่า
เช่าเฉพาะวันงาน ลุงคิดค่าที่ดินละ 1,000 บาท ถ้าฝนตกก็ไม่เก็บค่าที่ เพราะต้องเห็นใจเค้าด้วย”
(เสงี่ยม คำแก้ว, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

- ขออนุญาตจากผู้ใหญ่บ้านหรือกำนัน

หลังจากที่เจ้าของสถานที่อนุญาตให้ใช้พื้นที่แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการขออนุญาต
จากผู้ใหญ่บ้าน หรือกำนัน ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณาเรื่องการอนุญาตให้ฉายภาพยนตร์ผู้ใหญบ้าน
วิสันต์ เงินสันเทียะ กล่าวว่า มีเกณฑ์พิจารณาจาก

“เวลาเค้ามาขอลงฉาย เราเป็นผู้ใหญ่ก็จะดูว่าสมควรหรือไม่สมควร แต่จะดูว่ามี
กะเหรี่ยงพม่าเยอะมั๊ย อันตรายมั๊ย คนไทยในพื้นที่ไม่ค่อยมีอยู่แล้ว ถ้าช่วงเข้มงวดเรื่องต่างด้าว
อย่างนี้มาลงก็อาจจะขาดทุนก็จะไม่อนุญาตให้ลง” (วิสันต์ เงินสันเทียะ, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

สอดคล้องกับกำนันคำรณ ชัมแย้ม ที่กล่าวถึงเกณฑ์ในการพิจารณาให้ภาพยนตร์ฉายได้หรือไม่ว่า “ทุกหน่วยที่มาลงที่นี้ต้องขออนุญาตผม เข้าวัดมาขอว่าจะลงวันไหน เราก็ดูว่าเหมาะสมหรือไม่ แต่ส่วนใหญ่ก็จะอนุญาตให้จัดได้ไม่ค่อยมีปัญหา” (คำรณ ชัมแย้ม, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันจะเป็นผู้ที่ดูแลรับผิดชอบความปลอดภัยภายในบริเวณหมู่บ้านที่จัดฉายหนังกลางแปลง เมื่อมีการพิจารณาให้จัดฉายภาพยนตร์ได้แล้ว ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันจะมีหน้าที่เรียกประชุมกรรมการหมู่บ้าน หรือชุดคุ้มครองประจำหมู่บ้าน เพื่อจัดการการไปรักษาความปลอดภัย เพื่อป้องกันการเกิดเหตุทะเลาะวิวาทภายในบริเวณสถานที่จัดงาน

“บรรเจิดเค้าจะต้องมาขอที่หมวก่อน แล้วผมก็จะไปเข้าที่ประชุมถามคณะกรรมการอีกครั้งหนึ่ง ส่วนใหญ่จะลงที่วัด ก็ต้องขอที่กรรมการวัดด้วยว่าจะให้จัดหรือไม่ หรือจะโอนให้ทางใครจัด ถ้าหากมีเรื่องราอะไรผู้รับผิดชอบก็คณะกรรมการจะดูแล ซึ่งจัดงานทุกครั้งก็จะมีตำรวจกับ กรรมการหมู่บ้าน เข้ามาช่วยดูแลงานทุกคนอยู่แล้ว ซึ่งที่ผ่านมาก็ไม่เคยมีเรื่องอะไรร้ายแรงในงานเลยสักครั้ง หนักที่สุดก็แค่ต่อยกัน” (วิสันต์ เงินสันเทียะ, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

“หมู่บ้านเราจะมีเวรยามของหมู่บ้านคอยดูแล บรรเจิดเค้าก็ต้องไปบอกป้อมยามด้วย หัวหน้าป้อมยามก็จะโทรศัพท์มาแจ้งเราอีกครั้งว่าจะมีหนังมาฉาย และจะต้องใช้กำลังคนเข้ามาดูแลงานก็คน ถ้าเป็นงานใหญ่ก็ใช้มาก งานเล็กๆ ก็วันละ 5-6 คนพอ เพราะคนบ้านเดียวกันเที่ยวงานก็ไม่มีปัญหากันอยู่แล้ว” (คำรณ ชัมแย้ม, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

ทั้งนี้ค่าตอบแทนสำหรับกรรมการหมู่บ้าน หรือชุดคุ้มครองประจำหมู่บ้าน จะได้รับค่าตอบแทน โดยในการจัดงานมหรสพแต่ละครั้งเจ้าของธุรกิจหนังกลางแปลงจะร่วมบริจาคเงินเข้ากองทุนหมู่บ้าน สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนใช้จ่ายแต่ละหมู่บ้าน

“ถ้าหนังกลางแปลงธรรมดา ก็ขออนุญาตปากเปล่า ถ้างานใหญ่ๆ กฐิน ผ้าป่า ลอยกระทง ต้องทำหนังสือสัญญา ซึ่งทางหนังเค้าจะทำหนังสือมาขอ และทำสัญญากันว่าจะให้ทางวัด และให้หมู่บ้านเท่าไร อย่างงานที่ผ่านมาบรรเจิดตกลงจะเอาเงินเข้าวัด 25 % จากรายได้หน้าประตู” (วิสันต์ เงินสันเทียะ, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

- ขออนุญาตจากอำเภอ

การจัดงานมหรสพทุกครั้งจะต้องไปขอใบอนุญาตให้ทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงที่สำนักงานที่ทำการปกครองอำเภอในเขตรับผิดชอบบริเวณที่จัดงานจากการสัมภาษณ์ ปลัดอำเภออำนวยการ เทศบาลอำเภอ พบว่า ขั้นตอนนี้จะเสียค่าธรรมเนียมในการอนุญาตใช้เสียง ครั้งละ 75 บาท สามารถใช้เสียงในพื้นที่ขออนุญาตได้ 3-4 วัน ต่อการขออนุญาต 1 ครั้ง

“ถ้ามีการประกาศก็ต้องขออนุญาต มีเครื่องขยายเสียงก็ต้องมาขอแล้ว ส่วนใหญ่หนัง กลางแปลงจะมีแค่หน่วย 99 หน่วยเดียวที่มาขอ ถ้าจัดงานสวนสนุกเค้าก็จะมาขอครั้งเดียวเลย เสียค่าใช้จ่าย 75 บาทได้ครั้งละ 3 วัน มีทั้งหนัง มวย เรค จัดบริเวณจุดเดียวกัน ขอใบอนุญาตจากเรา เสร็จแล้วต้องให้ตำรวจในพื้นที่เซ็นชื่อ” (อำนวยการ เทศบาลอำเภอ, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

การขออนุญาตใช้เสียงของธุรกิจหนังกลางแปลงนั้น หากธุรกิจหนังกลางแปลงไม่ไป ขออนุญาตอาจโดนตำรวจจับปรับเกี่ยวกับการใช้เสียงรบกวนผู้อื่นได้

- ขออนุญาตจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ

การขออนุญาตจากเจ้าหน้าที่ตำรวจนั้นเป็นอีกหนึ่งขั้นตอนที่มีความสำคัญมาก เพราะนอกจากหนังกลางแปลงจะต้องนำใบเสร็จอนุญาตให้ทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง ไปขออนุญาตกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในเขตรับผิดชอบบริเวณที่ฉายภาพยนตร์ลงชื่อรับทราบ การอนุญาตใช้เสียง จากการสัมภาษณ์ พ.ต.ท.ศิริวัฒน์ กุ่มสันเทียะ กล่าวว่า

“หนังกลางแปลงช่วงนี้มีของบรรเจิดเจ้าเดียวที่มาขอ เมื่อก่อนมีหน่วยหนังเยอะนะก็มี มาขอบ้างไม่ขอบ้าง สมัยก่อนที่จะมาขอเป็นประจำก็จะมีของบรรเจิดกับเชิยมจูเท่านั้น หนัง กลางแปลงระยะหลังๆ มีของบรรเจิดเจ้าเดียวแหละที่ยังมาติดต่อกับสถานีตำรวจอยู่ การขออนุญาต ต้องไปขอใช้เสียงที่อำเภอก่อน แล้วก็ไปขออนุญาตจากอำเภามาแจ้งให้ทางตำรวจรับทราบว่ามีการใช้เสียงตรงไหน จุดไหน วันเวลาเท่าไร” (ศิริวัฒน์ กุ่มสันเทียะ, สัมภาษณ์, 13 ตุลาคม 2548)

นอกจากเจ้าหน้าที่ตำรวจเซ็นชื่อรับทราบการอนุญาตให้ทำการโฆษณาผ่านเครื่องขยาย เสียงแล้ว ยังมีหน้าที่ในการจัดส่งสายตรวจเข้าไปช่วยดูแลพื้นที่บริเวณจัดงาน เพื่อป้องกันการ ก่อเหตุทะเลาะวิวาท

“ตำรวจมีหน้าที่ต้องไปรักษาความสงบ เพราะสถานที่จัดงานเป็นพื้นที่ๆ มีคนมารวมกัน ยิ่งแม่สอดมีทั้งคนไทย พม่า กะเหรี่ยง บนคอกก็มีม้ง มีมุเซอ เรียกว่ามีคนหลายกลุ่ม ก็ต้องมีสายตรวจในพื้นที่เข้าไปดูแลอยู่ด้วย” (ศิริวัฒน์ กุมสันเทียะ, สัมภาษณ์, 13 ตุลาคม 2548)

การดำเนินธุรกิจหนึ่งกลางแปลง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งหน่วยงานของรัฐบาลและประชาชนทั่วไป

1.4 จัดทำ และใช้สื่อโฆษณา

ขั้นตอนการทำงานนี้เจ้าของธุรกิจหนึ่งกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะเป็นผู้กำหนดว่าการฉายภาพยนตร์แต่ละครั้งจะใช้สื่อใดในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จากนั้นจะประสานงานต่อไปยังพนักงานฝ่ายสื่อโฆษณา จัดทำสื่อโฆษณาต่างๆ เพื่อใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้คนมาชมภาพยนตร์



ภาพที่ 4.2 ภาพตัวอย่าง การทำสื่อโฆษณา

“ของเราจะจัดทำสื่อกันเอง ทำทุกอย่างเลยตั้งแต่เขียนป้าย แห่โฆษณา เราก็ต้องดูว่าจะลงที่ไหน ควรใช้สื่ออะไร มีงบประมาณไหน เป็นงานเล็กหรืองานใหญ่ด้วย” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

มานิต จันทนะเปลลิ นพนักงานฝ่ายสื่อโฆษณา กล่าวถึง เจ้าของธุรกิจว่าเป็นผู้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการโฆษณาว่า

“เวลาทีมงานที่ไหนเค้าก็จะมาบอกว่าฉายที่ไหน วันที่เท่าไร ราคาเท่าไหร่ เป็นบ้านคนไทยหรือกะเหรี่ยง แล้วเราก็จะมาคิดค่าพูดเอง ซึ่งตรงนี้นั้นอยู่ที่ประสบการณ์เราหากินตรงนี้นาน” (มานิต จันทนะเปลลิ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

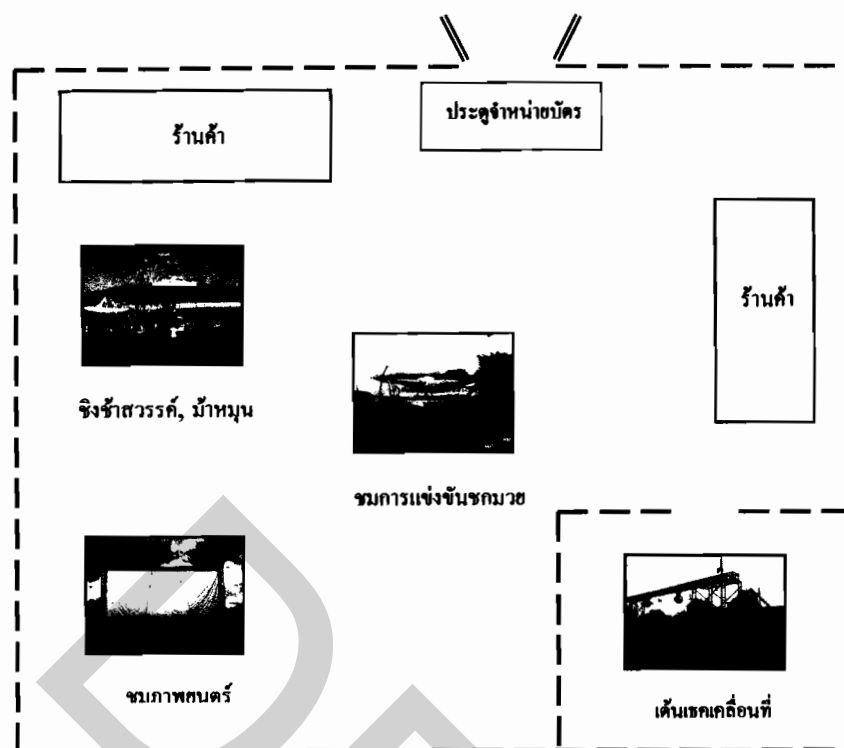
1.5 จัดตั้งอุปกรณ์

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยพบว่าขั้นตอนนี้จะใช้ระยะเวลาประมาณ 2-3 วัน ในการจัดตั้งอุปกรณ์เจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้กำหนดอาณาเขตพื้นที่การให้บริการ และการวางตำแหน่งของอุปกรณ์ในการทำงาน จากนั้นพนักงานทุกคนจะช่วยกันจัดตั้ง และเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงาน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับให้ความบันเทิงต่อไป



ภาพที่ 4.3 ภาพการจัดตั้งอุปกรณ์ และภาพการล้อมรั้วสังกะสี

เจ้าของธุรกิจกล่าวว่าการจัดตั้งอุปกรณ์แต่ละครั้งจะใช้วิธีการวางตำแหน่งกิจกรรมบันเทิงต่างๆ ให้อยู่ในระนาบเดียวกัน เพื่อให้เครื่องเสียงจากความบันเทิงประเภทต่างๆ สามารถกระจายเสียงได้ทั่วถึงภายในบริเวณสถานที่จัดงาน และไม่ทำให้เครื่องเสียงกระจายเสียงแข่งกันเอง



ภาพที่ 4.4 แผนผังภายในบริเวณงาน

จากภาพอาณาเขตกันพื้นที่ให้บริการของธุรกิจหนังกลางแปลงจะล้อมด้วยรั้วสังกะสีประมาณ 500 แผ่น มีประตูทางเข้าออกด้านหน้า 1 ด้าน บริเวณพื้นที่ให้บริการเดินรถเคลื่อนที่ซึ่งมีการล้อมรั้วสังกะสีกันอาณาเขตให้บริการอย่างชัดเจน ภายในบริเวณงานมีการฉายภาพยนตร์ ชมการแข่งขันชกมวย เดินรถเคลื่อนที่ กิจกรรมบันเทิงอื่นๆ เช่น ชิงช้าสวรรค์ ม้าหมุน รถบัส และละครพม่า เป็นต้น แล้วยังมีร้านค้าขายของกระจายอยู่ภายในบริเวณงาน

ชั้นที่ 2 ระหว่างฉายภาพยนตร์

หลังจากขั้นตอนการเตรียมงานก่อนการฉายภาพยนตร์แล้ว จากนั้นจะเข้าสู่ขั้นตอนระหว่างการฉายภาพยนตร์ ซึ่งจัดว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญและมีความยากลำบากอีกขั้นตอนหนึ่ง ผู้วิจัยพบว่า 999 บรรเจิดภาพยนตร์นั้นเน้น ให้ความสำคัญและพิถีพิถันกับงานในขั้นตอนนี้เป็นอย่างมากซึ่งมีขั้นตอนและระบบการทำงานได้แก่ การจำหน่ายบัตรเก็บค่าผ่านประตู การให้บริการฉายภาพยนตร์ ชมการแข่งขันชกมวย และเดินรถเคลื่อนที่

ในขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่ 999 บรรณาธิการจะให้บริการความบันเทิง ครั้งละ 3-4 คืน เนื่องจากหากลงเพียง 1-2 คืนจะไม่คุ้มค่าใช้จ่าย ในเรื่องค่าเช่าสถานที่และค่าขนย้ายอุปกรณ์ กรณีที่มีรายได้ดีจะเพิ่มจำนวนวันให้บริการเป็น 5-6 คืน

2.1 จำหน่ายบัตรเก็บค่าผ่านประตู

การทำงาน 999 บรรณาธิการในขั้นตอนนี้ พบว่าเจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้กำหนดราคาของการเข้าชมหรศพ การจำหน่ายบัตรเก็บค่าผ่านประตูจะเริ่มประมาณ 19.00 น. ถึงเวลาประมาณ 23.30 น.

“คนดูจะทยอยกันมาประมาณ 1 ทุ่ม กรณีที่มีงานเทศกาลชาวบ้านจะมาทำบุญเดินเล่นซื้อของกันก็จะมากันตั้งแต่ 18.30 น.” (สมากรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

ขั้นตอนนี้จะมีพนักงานจำหน่ายบัตร 1 คน และพนักงานทั่วไปทำหน้าที่ตรวจบัตร 1 คน 999 บรรณาธิการ เรียกพนักงานที่ทำงานตำแหน่งนี้ว่า “คนป้อมมือ” จะทำหน้าที่ป้อมตรวจแลกการให้บัตรชมภาพยนตร์คืน สำหรับผู้ที่ซื้อบัตรผ่านประตูแล้ว แต่ต้องการที่จะออกไปภายนอกบริเวณงานสักครู่ และต้องการกลับเข้ามาภายในงานอีกครั้ง

“สมัยก่อนเวลาเก็บตัวคนออกก็ให้ตัวคืน หลังๆ เจอปัญหาตัววน เราก็เลยเริ่มทำตารางป้อมซื้อบัตรขึ้นมา เวลาป้อมเข้าออกต้องเช็คดีๆ บางคนลงทุนไม่อาบนํ้ามาเลย เราลงหลายวันก็เลยต้องมีตัวป้อมหลายตัว เปลี่ยนสลับสัตัวป้อมทุกคืน สำหรับเช็คคนเข้าออกประตู” (สมากรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

ราคาบัตรเข้าภายในบริเวณงานจะเก็บราคา 20 บาท สามารถรับชมความบันเทิงชมการแข่งขันมวยและชมภาพยนตร์ฟรี และหากต้องการจะเดินเรคเคลื่อนที่จะต้องเสียเงินเพิ่มอีกคนละ 20 บาท

999 บรรเจิดภาพยนตร์ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โทร. 533605 ผู้ใหญ่ราคา 20 บาท	999 บรรเจิดภาพยนตร์ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โทร. 533605 ผู้ใหญ่ราคา 20 บาท
---	---

999 บรรเจิดภาพยนตร์

140/35 ถ.ชิตานา อ.แม่สอด จ.ตาก ☎ (055) 533605

ศูนย์รวมความบันเทิงครบวงจร

โรงหนัง * ห้างมัน  **ก้าวไปไกลด้วยคุณภาพ**

มวยเด็ด

แสดงสด โชว์สาวสวย เสียงดนตรี
ร้องไม่หยุด อดไม่อยู่ อดใจรออยู่ รอดัน...

ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างบัตรผ่านประตูของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์

จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจกล่าวว่า ลักษณะของห้องจำหน่ายบัตรในอดีตและปัจจุบันมีลักษณะเหมือนกันคือจะนิยมนำไม้หรือสังกะสีมาล้อมกันเป็นห้องที่มีพื้นที่เฉพาะสำหรับจำหน่ายบัตรเก็บค่าผ่านประตู สิ่งที่แตกต่างกันคือบริเวณพื้นที่หน้าประตูทางเข้าในอดีตจะนิยมติดโปสเตอร์หรือใบปิดภาพยนตร์ เพื่อแจ้งให้ทราบว่าฉายภาพยนตร์เรื่องใด และมีราคาบัตรเท่าใด



ภาพที่ 4.6 บรรยากาศการจำหน่ายบัตรภาพยนตร์ในอดีต

ปัจจุบันเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการทำงาน จึงไม่นิยมติดโปสเตอร์หรือใบปิดภาพยนตร์ แต่บรรยากาศห้องจำหน่ายบัตรภาพยนตร์ไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปมากนัก เนื่องจากยังคงมีพนักงานเก็บบัตร และเจ้าหน้าที่กรรมการหมู่บ้านขึ้นรักษาความปลอดภัยเช่นเดิม



ภาพที่ 4.7 บรรยากาศการจำหน่ายบัตรภาพยนตร์ปัจจุบัน

2.2 ฉายภาพยนตร์ ชมการแข่งขันชกมวย และเดินเรคเคลชั่นที่

หลังจากที่ซื้อบัตรผ่านประตูเข้ามาภายในบริเวณงานแล้ว บรรยากาศก่อนที่กิจกรรมบันเทิงจะเริ่ม ผู้วิจัยพบว่าจะมีเสียงเพลงและเสียงของโฆษกประกาศเชิญชวนให้ผู้ชมที่อยู่ในบริเวณภายนอกซื้อบัตรเข้ามาชมภายในบริเวณงานตลอด จากการลงพื้นที่พบว่าคุณมานิต พนักงานฝ่ายสื่อโฆษณาจะรับหน้าที่เป็นโฆษกประกาศเชิญชวน ซึ่งตัวอย่างคำพูดที่ใช้ประกาศโฆษณา ดังนี้

“เชิญผู้ที่อยู่ด้านนอกสนใจซื้อบัตรซื้อตั๋วเข้ามาชมความบันเทิง น้อมรับใช้ผู้่ออใจไมตรีของพี่น้องชาวห้วยไม้แป้นเป็นคำคืนสุดท้ายครับ กับทีมงาน 999 บรรเจิด ศูนย์รวมธุรกิจบันเทิงครบวงจร ความบันเทิงยังอยู่ครบครัน 3 รายการเหมือนเดิมร่วมฉลองจัมปรี๊ดห้วยไม้แป้น คำคืนนี้กับทีมงานบรรเจิดภาพยนตร์ มวนักด้อลาสังเวชนี้นี่สะใจบรรดามิตรรักแฟนหมัดแฟนมวย ภาพยนตร์บู๊ เผด็จ มั่นส คีนี่ฉายกัน 3 เรื่อง 3 รส ทีมงาน 999 ซูเปอร์เรค 3 รายการน้อมรับใช้ท่านผู้่ออใจเป็นคำคืนสุดท้ายก่อนร่ำลาจากกัน

บริษัท 999 บรรเจิด กราบนมัสการขอพระคุณเป็นอย่างยิ่ง สำหรับท่านเจ้าอาวาสวัดห้วยไม้แป้น ขอพระคุณท่านผู้ใหญ่อดีต กลั่นแก้ว ขอพระคุณท่านนายก อบต.สุรพล โพธิ์คำ ขอพระคุณหัวหน้ากรรมการดูแลความสงบ คุณปฎิวัติ ภูคอนทอง และคณะกรรมการศรัทธาวิद्धห้วยไม้แป้นทุกท่านด้วยครับ ขอพระคุณร้านค้าร้านขายทุกหน่วย ขอให้ร่ำรวยกันทุกร้านค้า

กราบประทานอภัยถึงท่านผู้ที่อยู่บ้านใกล้เรือนเคียงบริเวณวัด ถ้าผู้ชมเสียงของทีมงาน 999 บรรเจิดไปรบกวนโสตประสาทในการพักผ่อนของท่านก็ขอกราบประทานอภัยเป็นอย่างสูง

ล่ำลาจากกันคำคืนนี้แล้ววันที่ 16 ถึง วันที่ 19 นี้ติดตามงานของทีมงาน 999 บรรเจิดที่บริเวณบ้านม่อนหินเหล็กไฟนะครับ”

ในขั้นตอนนี้พบว่า 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะให้บริการความบันเทิง 3 รายการ ได้แก่ การฉายภาพยนตร์ ควบคู่กับชมการแข่งขันชกมวย และเดินเรคเคลชั่นที่ โดยส่วนใหญ่จะให้บริการครั้งละ 3-4 คืน ดังนี้

- ฉายภาพยนตร์

ขั้นตอนนี้พนักงานเครื่องฉายจะเริ่มฉายภาพยนตร์ตัวอย่างเวลา 20.00 น. จากนั้นเวลาประมาณ 20.30 น. จะเริ่มฉายภาพยนตร์จริง โดยพนักงานฉาย จะมีหน้าที่ควบคุมเตาฉายภาพยนตร์

“มีหน้าที่ฉายหนัง เดินอ่าน อย่างอ่านอยู่ในเตาเราต้องจีให้ถ่าน 2 ตัวใกล้กัน ถ้าห่างๆ และ ถ้าไม่เดินอ่านหนังก็ไม่แจ่ม เราต้องจีถ่านให้ใกล้กัน จะเอาถ่านสั้นกับถ่านยาวมาจีกัน ถ่านสั้นเรียกตัวเมีย ถ่านยาวเรียกตัวผู้ ฉายๆ ไปต้องสาวฟิล์มหนังแล้วก็เปลี่ยนม้วน” (กาหลง สิริคำ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

ส่วนใหญ่จัดฉายภาพยนตร์คืนละ 2 เรื่อง ใช้เวลาในการฉายภาพยนตร์ประมาณเรื่องละ 1 ชั่วโมงครึ่ง ภาพยนตร์ที่นำมาฉายส่วนใหญ่จะเป็นภาพยนตร์ไทยและจีน

“เราดูว่าหนังเต็ง ไม่เต็ง หนังไม่เต็งฉายเรื่องแรก เพราะเรื่องแรกคนยังไม่ค่อยมา บางครั้งเก็บหน้าประตู 20 บาท แต่ฉาย 3 เรื่องก็มี เพราะบางที่ 2 ทุ่มคนยังไม่ออกมา แต่ถ้าฉาย 3 เรื่องก็ฉายตั้งแต่ 1 ทุ่มเลย คนก็จะได้รับฯ มา บางคนบอกยังไม่ได้กินข้าวก็มาเลย ดูหนังเรื่องหนึ่งแล้วกลับไปกินข้าว แล้วค่อยมาใหม่” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)



ภาพที่ 4.8 ภาพบรรยากาศการชมหนังกลางแปลง

บรรยากาศในการชมภาพยนตร์ยังมีผู้ชมบางส่วนจะนิยมมาจับจองพื้นที่การชมภาพยนตร์ โดยการนำกระดาษหนังสือพิมพ์ราคาแผ่นละ 1 บาท ที่หาซื้อได้ภายในบริเวณสถานที่จัดงาน หรือนำเสื่อจากบ้านมาปูพื้นเพื่อจับจองพื้นที่นั่งชมภาพยนตร์

- ชมการแข่งขันชกมวย

999 บรรเจิดภาพยนตร์ จะนำเวทีมวยเคลื่อนที่ไปให้บริการผู้ชมที่ซื้อบัตรผ่านประตู โดยขั้นตอนนี้เจ้าของธุรกิจจะต้องไปขอใบอนุญาตจัดการแข่งขันกีฬามวยเป็นกรณีเฉพาะคราว ที่การกีฬา จังหวัดตาก เสียค่าใช้จ่ายครั้งละ 1,000 บาท



ภาพที่ 4.9 ภาพเวทีมวยของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์

เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า “เวทีมวยเราต้องไปขอที่การกีฬาที่จังหวัดนะ ของเราถูกต้องตามกฎหมาย มีใบอนุญาตเรียบร้อย กรรมการจบวิทยาลัยพลศึกษาโดยตรงเลย ตอนนี้เป็นการฉายชายแดนด้วยก็เป็นเพื่อนกันมาตั้งแต่เด็กๆ ก็จึงให้มาช่วยตรงนี้เรียกว่าเป็นรายได้เสริม ถ้าหากว่ามาไม่ได้ก็จะใช้กรรมการที่เป็นครูพลที่รับจ้างตัดสินมวยมาแทน” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

การจ้างกรรมการตัดสินในการชกมวย เจ้าของธุรกิจจะจ้างผู้ที่จบจากวิทยาลัยพลศึกษา และมีความรู้เกี่ยวกับกีฬามวยอย่างแท้จริงมาตัดสิน จากการสัมภาษณ์ จ.ศ.ต. บุญมี ล่องทอง กรรมการตัดสินมวย กล่าวว่า

“อาชีพหลักคือรับราชการ เป็นครูสอนเด็ก ตำรวจชายแดน ใช้เวลาว่างนอกเวลา ราชการมาเป็นกรรมการตัดสินมวย ตัดสินที่เวทีบรรเจิดมาประมาณ 3 ปีมาแล้ว รักกีฬามวยและอยากช่วยส่งเสริมศิลปะมวยไทยให้เด็กๆ เรียนรู้” (บุญมี ล่องทอง, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

การชกเริ่มขึ้นเวลาประมาณ 21.00 น. และเลิกชกประมาณ 23.00 น. แต่ละคืนมีนักมวยขึ้นชกคืนละ 4 - 5 คู่ นักมวยที่มาเปรียบชกส่วนใหญ่จะเป็นนักมวยเชื้อชาติพม่าและกะเหรี่ยงที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ จากการลงพื้นที่พบว่า การพากษ์มวยของโฆษกประจำเวทีมวยจะเน้นน้ำเสียงหนักเบา มีการใช้คำพูดล้อเล่นกับนักมวย เพื่อสร้างบรรยากาศให้สนุกสนาน นอกจากนั้นกรณีที่นักมวยเป็นกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์ ส่วนใหญ่โฆษกจะพูดภาษาพม่าคำว่า “โท” แปลว่า “ชก” เพื่อเพิ่มอรรถรสในการชมให้กับผู้ชมมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.10 ภาพบรรยากาศการชกมวย

บุญเลิศ สุรินทร์ โฆษกมวย กล่าวถึงนักมวยที่ขึ้นชกบนเวทีว่า “พวกนักชกแต่ละทีหาไม่ยากหรอก มีเวทีมวยตั้งที่ไหนก็มีคนไปเปรียบที่นั่นแหละ คนที่มาเปรียบส่วนใหญ่ก็มีทั้งกะเหรี่ยง พม่า ม้ง มีคนไทยบ้างก็น้อยครั้ง เราจับเปรียบกันเลยดูจากน้ำหนัก บางครั้ง กะเหรี่ยงชกกับม้ง พม่าชกกับกะเหรี่ยง ก็สนุกดี” (บุญเลิศ สุรินทร์, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

- เต้นเชกเคลื่อนที่

“ก่อนที่จะมาเป็นเชกเคลื่อนที่จะทำเป็นร่าวกมาก่อน ก็จะมีไปจ้างนางรำมาเต้นร่าวก คี้นละ 5-7 คน เปิดเพลง เก็บค่าเต้นรอบละ 3 บาท หลังๆก็เริ่มไม่ค่อยได้รับความนิยม และอีกอย่าง สมมุติว่าเก็บได้คีนละ 4-5 พันบาท ต้องจ่ายค่านางรำประมาณ 2,000 บาท รายได้ก็ไม่เหลือ ไม่คุ้ม ตอนหลังเลยมาทำเป็นแบบเชกเคลื่อนที่” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

เชกเคลื่อนที่ของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีลักษณะคล้ายสถานบันเทิงทั่วไป แต่จะใช้รั้วสังกะสีกันเป็นอาณาเขต มีไฟลูกโลก ไฟกระพริบ และมีดีเจเป็นผู้เปิดเพลง จุดเด่นของเชก 999 บรรเจิด คือ ผู้เต้นสามารถขอเพลงได้ โดยบัตรผ่านประตูเพื่อเข้าไปเต้นเชกราคา 20 บาท เริ่มขายบัตรเข้าประตูเชก ประมาณ 20.30 น. และเชกจะเลิกเวลา 24.00 น.



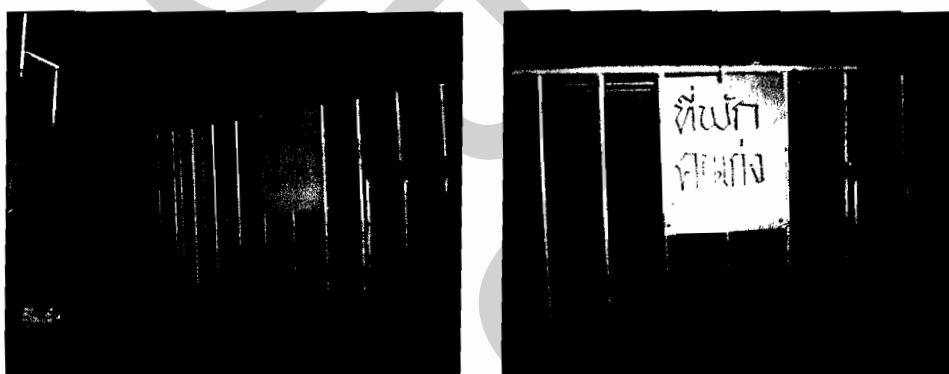
ภาพที่ 4.11 ภาพเชกเคลื่อนที่ 999 บรรเจิดภาพยนตร์

“เริ่มทำเชกอย่างจริงๆ อุปกรณ์ก็ไม่มีอะไรมาก ซื้อมือเพิ่ม ซื้อมีไฟลูกโลกเพิ่ม ส่วนโครงเหล็กก็อาศัยอีกกันเอง สมัยก่อนยังหาดีเจเปิดเพลงยาก จ้างให้มาก็มาบ้าง ไม่มาบ้าง พอดีพีชายเค้าเคยเป็นนักพากย์หนังมาก่อน ก็เลยให้มาช่วยแล้วก็กลายเป็นดีเจถึงทุกวันนี้ เรียกว่าไม่ต้องกลัวเรื่องคำตัว หรือกลัวเรื่องเบี่ยงงานด้วย เพราะยังงัยก็อยู่บ้านเดียวกัน” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

บริเวณหน้าประตูเข้าจะมีกรรมการหมู่บ้านของแต่ละหมู่บ้าน เป็นผู้ตรวจตราห้ามเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี เข้าไป ห้ามนำอาวุธ ของมีคม และห้ามนำขวดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าไปภายในเรค ทั้งนี้เจ้าของธุรกิจจะร่วมกับผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้าน ในการตรวจตราอย่างเข้มงวดเพื่อป้องกันปัญหาการทะเลาะวิวาทของกลุ่มวัยรุ่น

“เราจะไปขออนุญาตตำรวจ ขอผู้ใหญ่บ้าน แล้วเค้าก็จะส่งพวกชุดคุ้มครองหมู่บ้านมาคุมงาน ถ้าให้ตำรวจกับกรรมการหมู่บ้านมาคุมงาน ก็จบ ไม่มีปัญหาอะไรหรอก เราจะคุยกับเค้าว่าจะลงกี่วัน ก็ไม่ค่อยมีปัญหาอยู่แล้ว” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

กรณีที่มีการทะเลาะวิวาทอย่างรุนแรงก็จะจับส่งเจ้าหน้าที่ตำรวจ หากชกต่อยหรือทะเลาะวิวาทไม่รุนแรงเกิดขึ้นเจ้าของธุรกิจ ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านจะมีวิธีการลงโทษโดยการนำตัวผู้ก่อเรื่องไปขังไว้ที่กรงที่พักคนเก่งหน้าประตูเข้างาน ก่อนที่จะปล่อยตัวกลับบ้าน หรือส่งตัวให้ตำรวจดูแลต่อ



ภาพที่ 4.12 ภาพกรงขัง ตั้งอยู่บริเวณประตูทางเข้า

“ถ้ามีเรื่องคนที่ก่อปัญหาก็จะรับผิดชอบ ผู้ใหญ่บ้านก็เข้ามาดูแล รองมาก็เป็นป้อมตำรวจคืนๆ หนึ่งมีกรรมการหมู่บ้าน ประมาณ 10 กว่าคนต่อคืน เราขายทุกที่ที่เราจะเอาเงินเข้าหมู่บ้านด้วย เราให้ผู้ใหญ่บ้านนำไปเข้าหมู่บ้าน เราจะจ่ายค่าที่ จ่ายค่ายามหมู่บ้าน พวกเค้าก็จะมาช่วยดูแล ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีปัญหาอะไรกัน เพราะคนเที่ยวก็เป็นคนในหมู่บ้าน หรืออย่างกลัววัยรุ่นจะมีปัญหากันก็ตัดไปได้เลย เพราะคนในหมู่บ้านก็จะรู้จักกันหมด ใครมีเรื่องอะไรก็รู้ว่าอยู่บ้านไหนรู้ว่าเป็นใครพวกเค้าจะรู้หมด” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

จากการสัมภาษณ์ พ.ต.ท.ศิริวัฒน์ กุ่มสันเทียะ เจ้าหน้าที่ตำรวจ กล่าวถึงผู้รับผิดชอบ กรณีที่เกิดเหตุทะเลาะวิวาทภายในงานว่า

“เวลาเกิดเหตุคนที่ทำความผิดก็รับผิดชอบไป เจ้าของงานไม่เกี่ยวเพราะงานหลักของเค้าคือฉายภาพยนตร์ให้ความบันเทิงในการฉายภาพยนตร์เท่านั้น” (ศิริวัฒน์ กุ่มสันเทียะ,สัมภาษณ์, 13 ตุลาคม 2548)

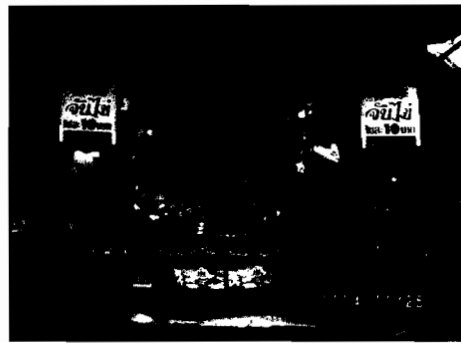
ความโดดเด่นของธุรกิจฉายภาพยนตร์แบบครบวงจร คือ การที่ผู้บริโภครสามารถเลือกรูปแบบความบันเทิงได้ครบวงจร ธุรกิจย่อยเหล่านี้ล้วนส่งเสริมซึ่งกันและกันอย่างเห็นได้ชัด

นอกจากกระบวนการและขั้นตอนการทำงานของ 999 บรรณาธิการเองแล้ว ในขั้นตอนนี้พบว่าเจ้าของธุรกิจพยายามขยายฐานผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้นกว่าเดิมโดยให้ครอบคลุมตั้งแต่กลุ่มวัยรุ่น คนทำงาน ไปจนถึงกลุ่มครอบครัว ทั้งนี้ได้นำธุรกิจบันเทิงอื่นๆ เข้ามาเป็นพันธมิตรทางการค้า เช่น ชิงช้าสวรรค์ ม้าหมุน ปาโป่ง รถบั้ง และละครพม่า เป็นต้น



ภาพที่ 4.13 รถบั้ง

“ประมาณ 5 ปีที่แล้ว จัดงานลอยกระทงที่ กม.44 เราไปดึงเอารถบั้งมาลงในงานได้ เรียกว่าฮือฮากันทั้งคอยเลย เพราะคนไม่เคยเล่นรถบั้งกัน ก็เลยเอามาทุกปีเลย ดึงรถบั้งมาลงในงานได้ไม่ใช่เรื่องง่ายนะ ลองไปตามจ้างรถบั้งที่ไหนก็ไม่มีใครมาหรอก แม่สอดมันไกลแถมทางก็ขึ้นเขา ขนย้ายลำบาก คิดดูต้องจ้างรถ 10 สิบล้อตั้งหลายเที่ยวกว่าจะขนของมาหมด แล้วเค้ามาก็ไม่ได้มีแค่รถบั้งอย่างเดียวนะ มีชิงช้าสวรรค์ ม้าหมุนด้วย” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)



ภาพที่ 4.14 ภาพชิงช้าสวรรค์และร้านค้าภายในงาน

“ละครพม่าจ้างมาคืนละ 5,000 บาท เราไปติดต่อคณะแสดงที่ริมเมย เอาละครพม่ามาสร้างสีสันบ้างเพราะหนัง มวย เรค อย่างเดียวคนก็อาจเบื่อ ก็เลยเปลี่ยนๆไป มีละครพม่า หรือไม่ บางทีก็ตั้งเวทีแล้วจัดเป็นประกวดร้องเพลงพม่า ร้องเพลงม้ง คนก็สนใจดี” (อาคม จันทนะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)



ภาพที่ 4.15 ภาพการแสดงละครพม่า

ขั้นที่ 3 หลังฉายภาพยนตร์

หลังจากขั้นตอนการฉายภาพยนตร์แล้ว ขั้นตอนสุดท้ายในการทำงาน คือ ขั้นตอนหลังฉายภาพยนตร์ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่การให้ความบันเทิงเสร็จสิ้นลง ผู้วิจัยพบว่ามีขั้นตอนดังนี้ การจ่ายค่าเช่าสถานที่และค่าไฟฟ้าให้เจ้าของสถานที่ และการจัดเก็บเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ออกจากพื้นที่

- การจ่ายค่าเช่าสถานที่และค่าไฟฟ้าให้เจ้าของสถานที่

ขั้นตอนนี้จะเริ่มต้นเมื่อการมอบความบันเทิงได้สิ้นสุดลงโดยพนักงานจำหน่ายบัตรผ่านประตูจะเป็นผู้นำเงินค่าเช่าจ่ายค่าเช่าสถานที่และค่าไฟฟ้าไปจ่ายให้กับเจ้าของสถานที่ตามที่ได้ออกกันไว้ก่อนที่จะมาลงฉายภาพยนตร์

“อัตราค่าไฟฟ้า หน่วยละ 3-4 บาท คิดตามจำนวนไฟที่ใช้จริง หรืออาจแบบเหมาจ่าย หากฉายหนังอย่างเดียวให้ค่าที่รวมค่าไฟ 200-300 บาท ฉาย 3 คืนก็จ่าย 1,000 บาท ถ้าเป็นสถานที่ใหญ่บางจุด อย่าง แม่กาษา แม่กิดหลวง คิดเรท 500 บาท ถ้ามีหนัง มวย เรค คิดคืนละ 5,000 บาท ต่อคืน บางที่ถ้าให้ลงจะใช้แบบคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ 100 ละ 25 จะมีกรรมการมาช่วยเราขายตั๋ว เช่น ขายตั๋วได้ 10,000 บาท ต้องจ่ายค่าที่ 2,500 บาท ไม่รวมค่าไฟ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ” (สัมภาษณ์ จันทนะเปตিন, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

- การจัดเก็บเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ออกจากพื้นที่

เมื่อทำการจ่ายค่าเช่าสถานที่และค่าไฟฟ้าให้กับเจ้าของสถานที่เรียบร้อยแล้ว 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะทำการเก็บจัดเก็บเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ทั้งหมดออกจากพื้นที่ ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 1-2 วันในการขนย้ายอุปกรณ์ออกจากพื้นที่ เพื่อไปลงในสถานที่ใหม่



ภาพที่ 4.16 ภาพการจัดเก็บเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ต่างๆ

“การเก็บของเราใช้ระยะเวลา 3 วัน ใช้เวลาเก็บและย้ายประมาณ 1-2 วัน จะเริ่มจากนำอุปกรณ์ทั้งหมดมากองรวมกัน เราจะแยกไปเลยว่าอุปกรณ์อะไรใช้กับอะไร แยกเป็น เวทีมวย สังกะสี ตู้ ไม้อัด โคร่งเหล็ก เครื่องฉาย ค่อยๆ ทอยขนไปที่ใหม่” (อาคม จันทะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจห้างกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ในการวิเคราะห์การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจห้างกลางแปลง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

3.1 ปัจจัยภายนอกองค์กร

3.2 ปัจจัยภายในองค์กร

3.1 ปัจจัยภายนอกองค์กร

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สังคมและวัฒนธรรม สภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจ เทคโนโลยีภายนอก คู่แข่งของธุรกิจ และผู้ชม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจห้างกลางแปลงที่ไม่สามารถควบคุมได้ หรืออาจจะควบคุมได้เพียงบางส่วน ทั้งนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้นการดำเนินธุรกิจห้างกลางแปลงจึงสามารถผันแปรได้ตามสภาพแวดล้อมภายนอก

3.1.1 สังคมและวัฒนธรรม

สังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม ทศนคติ ความต้องการ และลักษณะเฉพาะของคนในสังคมที่องค์กรไปประกอบอยู่ ซึ่งค่านิยมและทศนคติเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลและมีอิทธิพลต่อความปรารถนาของบุคคลซึ่งองค์กรธุรกิจห้างกลางแปลงจะต้องพยายามนำสินค้าและบริการมาสนองให้ได้

ปัจจัยในด้านสังคมและวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจห้างกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ดังนี้

3.1.1.1 ค่านิยมในการชมหนังกลางแปลงที่เปลี่ยนไปของผู้ชม

ในอดีตหนังกลางแปลงเป็นสื่อบันเทิงเคลื่อนที่ที่ผู้ชมให้ความสนใจอย่างมาก แต่ในปัจจุบันมีสื่อบันเทิงหลายๆ อย่างที่เข้ามาเป็นทางเลือกในการตัดสินใจมากขึ้น ผู้ชมสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ หรือคู่วีดีโอ วีซีดีได้ที่บ้าน ทั้งนี้สิ่งที่น่าดึงดูดความสนใจให้ผู้บริโภคออกจากบ้านจึงต้องมีความหลากหลายเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้คุ้มค่า

“เดี๋ยวนี้คนไม่ค่อยจะนิยมดูหนังกันแล้ว หันไปคู่วีซีดี วีซีดีกันหมด ยิ่งคนไทยนะดูละครโทรทัศน์กันหมดหนังของเราคนก็เลยไม่ค่อยมาดู” (บังอร จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2548)

3.1.1.2 แรงงานต่างด้าว

ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในอำเภอตลาดชายแดน คือ แรงงานต่างด้าวอพยพที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก อำเภอแม่สอดมีอาณาเขตติดต่อกับสหภาพเมียนมาร์ ทำให้มีปัจจัยเอื้อด้านแรงงานต่างด้าวที่เป็นชาวพม่า กระเหรี่ยง ที่เข้ามาใช้แรงงานในอำเภอแม่สอด และอำเภอใกล้เคียง จึงส่งผลให้กลุ่มผู้บริโภคธุรกิจหนังกลางแปลงมีเพิ่มขึ้น และกลายเป็นปัจจัยเกื้อหนุนในการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง

“แม่สอดมีแรงงานต่างด้าวเยอะ มีทั้งลักลอบเข้ามาแล้วก็เข้ามาแบบถูกต้องก็มี ทุกวันนี้ พวกกระเหรี่ยง พม่าจะเยอะกว่าคนไทยอยู่แล้ว พวกแรงงานต่างด้าวยังนิยมเที่ยวงานเราอยู่ ลำพังถั่วรอให้คนไทยมาดูอย่างเดียวธุรกิจคงแย่ไปนานแล้ว” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“พวกกระเหรี่ยงพม่าเข้มาจับจ้างกันเยอะ หนังเราอยู่ได้ทุกวันนี้ก็เพราะกระเหรี่ยงพม่า พวกคนภาคกลางเค้าไม่ดูหนังกลางแปลงกันแล้ว ขนาดหนังใหม่ๆ ยังไม่มีใครดูเลย” (สมภรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

แรงงานต่างด้าวที่ขึ้นทะเบียนในจังหวัดตากในปี 2548 จำนวน 41,528 คน โดยแรงงานส่วนใหญ่จะกระจุกตัวในอำเภอแม่สอด ซึ่งมีแรงงานต่างด้าวที่ขึ้นทะเบียนทั้งสิ้น 35,567 คน ในขณะที่แรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้าเมืองที่ลักลอบเข้ามาทำงานโดยผิดกฎหมาย ในจังหวัดตากมีประมาณ 70,000 คน เป็นภาคเกษตร 35,000 คน ภาคอุตสาหกรรม 25,000 คน และภาคบริการ

10,000 คน มีสัดส่วนแรงงานไทยต่อแรงงานต่างด้าวร้อยละ 20:80 และมีอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำวันละ 60-80 บาท ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในโรงงานอุตสาหกรรม และการค้าในแม่สอด และอยู่ในภาคเกษตรจะพบในอำเภอพบพระซึ่งมีพื้นที่ทำการเกษตร (การจัดระบบเศรษฐกิจตามแนวชายแดน, 2548: 24)

3.1.1.3 ภาษา

ภาษาเป็นองค์ประกอบหนึ่งของวัฒนธรรมที่มีความสำคัญ ภาษา คือ สิ่งสะท้อนความเป็นชาติและภาษาแสดงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม ดังนั้นภาษาจึงสามารถอธิบายถึงวิถีชีวิต รูปแบบการดำรงชีวิตขององค์ความรู้ของประชาชนในสังคม

“แม่สอดมีคนหลายกลุ่ม หลายเผ่า หนังสือกลางแปลงของเราต้องพยายามเข้าถึงให้ได้ ทุกกลุ่ม ภาษาก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เข้าถึงแต่ละกลุ่มได้ เราเป็นคนไทยสื่อสารกับคนพม่า กระเหรี่ยงก็ได้ยินดีหน่อย จะทำอย่างไรให้เค้าเข้าใจเรามากที่สุด ก็ต้องใช้คนงานพม่า ที่เป็นเจ้าของภาษาสื่อสารกันเอง ถึงจะเข้าใจมากขึ้น” (อาคม จันทะปะลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

อำเภอแม่สอดมีผู้คนต่างเชื้อชาติ ต่างภาษาอพยพเข้ามาอยู่มาก สิ่งที่เกิดขึ้นไม่ได้คือการผสมปนเปของภาษา ดังนั้นความหลากหลายของภาษาจึงเข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ หนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์ด้วยเช่นกัน

3.1.2 สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ

ปัจจัยด้านสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศมีผลต่อการดำเนินธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์ เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีอาณาเขตติดต่อกันหลายอำเภอ ธุรกิจหนังสือกลางแปลงสามารถตระเวนไปจัดฉายตามสถานที่ต่างได้หลากหลายพื้นที่ สภาพภูมิประเทศจึงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์ดำเนินธุรกิจอยู่ได้ ส่วนปัจจัยด้านภูมิอากาศที่มักมีฝนตกชุก การฉายภาพยนตร์และกิจกรรมอื่นๆ ในพื้นที่โล่ง จึงเข้ามาเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

“แม่สอคมมีหมู่บ้านเยอะลงได้ทุกจุด ทุกตารางเป็นหมู่บ้าน เราจะจัดงานขยับไปเรื่อยๆ แต่ละจุดใกล้ๆ กัน อย่างถ้ำลงเจดีย์ไค้ะ แล้วไป กม.35 กม.37 กม.44 กม.48 บ้าน 3 บ้าน 1 บ้าน 5 บ้าน 6 บ้าน 14 จะลงทีละ 3-4 คืน แล้วค่อยวนกลับมาใหม่ที่จุดแรกอีกครั้ง” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“ต้องเลือกจุดขายที่มีพม่ากะเหรี่ยงอยู่เยอะๆ ต้องดูว่าเป็นกลุ่มที่มีรายได้ด้วยอย่างเช่น ตามสวนกุหลาบ ตามไร่ข้าวโพด เราต้องเจาะแบบนี้เลย สมัยก่อนเรื่อก็แค่จุดใหญ่ๆ อย่างโรงเรียน วัด ที่กว้างๆ หน่อย หรือบ้านที่เค้ามมีพื้นที่ให้เช่า เราต้องเจาะเรียกว่าเฉพาะกลุ่มลูกค้าเลย ว่าเราจะไป ขายบ้านม้ง บ้านพม่า หรือบ้านคนไทย” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

3.1.2.2 สภาพภูมิอากาศ

จากการลงพื้นที่ผู้วิจัยพบว่าสภาพอากาศเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากธุรกิจนักท่องเที่ยวจะจัดขายในพื้นที่โล่งไม่มีหลังคาเหมือนโรงภาพยนตร์ทั่วไป

“หน้าฝนกะเหรี่ยง พม่า รับจ้างเก็บหน่อไม้ แบกข้าวโพด รายได้ก็จะดี แต่ก็เป็อุปสรรคบ้างถ้าเวลาขายแล้วฝนตกคนดูไม่ออกมาดู” (บั้งอร จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2548)

“เมื่อก่อนคู่แข่งเยอะหลายเจ้าใครก็เข้ามาเรื่แม่สอคมมันได้เงินดี แต่บริการอื่นๆก็จะอยู่กันได้ไม่นาน แต่ว่าไปแล้วแม่สอคมพูดถึงฝนตกทุกคนจะกลัว เพราะฝนตกที่ก็ตกกันจริงๆ ประเภทว่าตกจนอยู่กันไม่ได้ ทำมาหากินไม่ได้” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

สภาพอากาศในจังหวัดตากโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 3 ฤดู คือ

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์เป็นต้นไป จนถึงกลางเดือนพฤษภาคมอากาศจะค่อยๆ ร้อนขึ้นเป็นลำดับ

ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมเป็นต้นไปจนถึงเดือนตุลาคม ส่วนใหญ่จะได้รับอิทธิพลของมรสุมและดีเปรสชันและพื้นที่ที่เป็นป่าสูงซึ่งเก็บความชุ่มชื้นได้ดี

ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคมเป็นต้นไปจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ อากาศจะหนาวจัดในช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม (กาญจนา เจริญ, 2541 : 21-22)

ปัจจัยด้านสภาพอากาศที่มีฝนตกในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม นับเป็นสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่ไม่สามารถควบคุมได้ จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจกล่าวว่า

“ช่วงหน้าฝนจะหาหินยากมาก คนไม่ค่อยออกมาดูกัน งานก็ไม่ค่อยได้จัด เพราะรายได้มันไม่คุ้มกับรายจ่าย หน้าฝนก็จะมีการรับเป็นพนักงานแปลง ที่เค้าจ้างไปงานบุญ งานบวชบ้าง เรียกว่าหน้าฝนส่วนใหญ่เราก็มักหันไปทำอาชีพอื่นเลย” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“ก็จะทำไปเรื่อยๆ เพราะอุปกรณ์เป็นของเรา ลงทุนไปเยอะ ทำยังงั้นก็ได้เงิน หน้าฝนติดขัดหน่อยก็ไม่ออก ลูกน้องมีไม่มากก็พอกันแถมไปได้ แต่ก็ไม่ได้ถึงกับเดือดร้อนว่าไม่ออกแล้วจะอยู่ไม่ได้ คือถ้าหยุดหน่วยเราก็มองไม่ค่อยมาก” (สมาภรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

สถานการณ์ทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด ทำให้ช่วงเวลาดังกล่าว กลายเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจพนักงานแปลงอย่างมาก

3.1.3 เศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วยทรัพยากรที่มีอยู่หรือขาดแคลนและแนวโน้มต่างๆ ไปของเศรษฐกิจที่มีผลต่อองค์กร สำหรับธุรกิจพนักงานแปลง ภาวะทางเศรษฐกิจมีผลเป็นอย่างมากต่อจำนวนคนดู ส่งผลต่อรายได้ในการดำเนินการด้วย

- ภาวะรายได้ และอำนาจในการซื้อของผู้บริโภค

หากพิจารณาโดยลักษณะของธุรกิจพนักงานแปลง จัดได้ว่าเป็นการให้บริการความบันเทิงที่ค่อนข้างฟุ่มเฟือย สภาพเศรษฐกิจของประเทศส่งผลกระทบโดยตรงต่อกำลังซื้อในตลาด ผู้บริโภคลดค่าใช้จ่ายในการหาความบันเทิงนอกบ้าน ความขบเซาจึงยังคงเกิดขึ้นกับธุรกิจพนักงานแปลง ผู้ประกอบการกล่าวว่าวิกฤตเศรษฐกิจยังส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจพนักงานแปลงมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมียอำนาจในการตัดสินใจซื้อลดลง

“เศรษฐกิจตอนนี้ไม่ค่อยดี พี่ไร พี่สวนขายไม่ค่อยได้ราคา คนงาน คนรับจ้างไม่มีรายได้อีกแล้ว เงินทองก็หายาก คนไม่ค่อยออกมาเที่ยวงานกัน เพราะเค้าระวังเรื่องการใช้จ่ายมากขึ้น สมัยนี้คนต้องทำงานแข่งกับเศรษฐกิจ บางคนงานรัดตัวไม่มีเวลามาดู หนังสือเหมือนอาหารเสริมจะคูก็ได้ ไม่คูก็ได้” (อาคม จันทนะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

ตัวเลขดัชนีราคาผู้บริโภค ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการครองชีพของผู้บริโภค เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปในช่วงปี พ.ศ.2548 สามารถสะท้อนการใช้จ่ายของคนไทย โดยเฉพาะในด้านความบันเทิงที่มีแนวโน้มลดลงมาก (ดัชนีเศรษฐกิจการค้า: กรมการค้าภายใน)

3.1.4 เทคโนโลยีภายนอก

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีหมายถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีภายนอกที่มีผลต่อองค์กร ซึ่งจะต้องปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้งระบบภายในองค์กรเอง เพื่อตามให้ทันกับสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยด้านนี้เป็นปัจจัยประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการหนึ่งกลางแปลงประสบปัญหา เพราะว่าหนึ่งกลางแปลงไม่สามารถปรับตัวให้ทันได้

“เทคโนโลยีทุกอย่างทันสมัยขึ้น คนคูมีโรงหนังส่วนตัวที่บ้าน มีลำโพง มีทีวีก็ดูได้แล้ว เคียวนี่เครื่องเล่นราคาถูกลงๆ แต่คุณภาพพอใช้ได้ก็มีเยอะ ทีวีสีถนัดคุณภาพดีๆ ก็มีเยอะ คนก็ยังชอบส่วนหนึ่งกลางแปลงจะให้น่าเทคโนโลยีอะไรใหม่ๆ มา จะให้เราฉายด้วยระบบดิจิทัล มันก็ไม่คุ้มกับการลงทุนแล้ว เรียกว่าเราตามเทคโนโลยีไม่ทันจริงๆ” (อาคม จันทนะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

เมื่อธุรกิจเช่าและซื้อทีวีสี และดีวีดี สามารถพัฒนาให้มีภาพยนตร์ใหม่ๆ ในราคาถูก ทำให้ดึงดูดลูกค้ากลุ่มธุรกิจหนึ่งกลางแปลงไปจำนวนมาก ขณะที่หนึ่งกลางแปลงไม่สามารถตามทันเทคโนโลยีเหล่านั้น เนื่องจากการปรับเปลี่ยนแต่ละครั้งต้องใช้งบลงทุนสูง อีกทั้งยังไม่คุ้มค่าแก่การลงทุน เพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือกลุ่มผู้ชมที่มีรายได้ไม่มากนัก

3.1.5 คู่แข่ง

คู่แข่งที่มีผลต่อการดำเนินการธุรกิจหัตถ์กลางแปลง นอกจากจะต้องเผชิญกับการแข่งขันกับธุรกิจหัตถ์กลางแปลงด้วยกันเองแล้ว คู่แข่งสำคัญไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วีดีโอ หรือวีซีดี ที่เข้ามามีอิทธิพลกับการดำเนินการธุรกิจหัตถ์กลางแปลง

3.1.5.1 การแข่งขันระหว่างธุรกิจหัตถ์กลางแปลง

การแข่งขันระหว่างธุรกิจหัตถ์กลางแปลงด้วยกันเอง ปัจจุบันนับว่ามีจำนวนน้อยเนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจหัตถ์กลางแปลงบริการอื่นทยอยกันปิดตัวลง ปัญหาในการแข่งขันระหว่างธุรกิจหัตถ์กลางแปลงด้วยกันเองจึงไม่มีมาจากการลงพื้นที่พบว่า

การแข่งขันของธุรกิจหัตถ์กลางแปลง ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก แบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. บริการหัตถ์กลางแปลงแบบถาวร คือ เจ้าของธุรกิจหัตถ์กลางแปลงมีการจดทะเบียนการค้าและตั้งบริษัท ให้บริการในอำเภอแม่สอด และอำเภอใกล้เคียง ในจังหวัดตาก ได้แก่ บริษัท 999 บรรเจิดภาพยนตร์ (ในอดีตมีให้บริการหัตถ์กลางแปลงแบบถาวร ประมาณ 5 บริษัท แต่ปัจจุบันเลิกกิจการแล้ว)
2. บริการหัตถ์กลางแปลงแบบชั่วคราว คือ เจ้าของธุรกิจหัตถ์กลางแปลงไม่ได้มีการตั้งบริษัทในอำเภอแม่สอด และไม่ได้ขายในพื้นที่เป็นประจำแต่จะอาศัยตระเวนฉายภาพยนตร์ไปตามจังหวัดต่างๆ ทั่วภาคเหนือ ได้แก่ น้อยภาพยนตร์, สมบูรณ์ภาพยนตร์

999 บรรเจิดภาพยนตร์เป็นธุรกิจหัตถ์กลางแปลงบริการเดียวที่หากินในอำเภอแม่สอดตลอดมา และในช่วงตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา ธุรกิจหัตถ์กลางแปลงของบริการอื่นค่อยๆ ทยอยปิดตัวลง ด้วยเหตุนี้เองปัจจัยด้านการแข่งขันกันระหว่างธุรกิจหัตถ์กลางแปลงด้วยกันเองจึงไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินการธุรกิจหัตถ์กลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์มากนัก

“เดี๋ยวนี้คู่แข่งที่เร่โดยตรงแทบจะไม่มีเลย คูอย่างเสริมศิลป์ พรสมัยหน่วยต่างๆ ในนครสวรรค์ เค้าก็ไม่ไปเร่แล้ว ส่วนใหญ่ก็จะรับเป็นกลางแปลงอย่างเดียว เวลามีสเทศกาลอย่าง ออกพรรษา งานบวช ก็ออก เพราะเครื่องเค้ามีอยู่ ส่วนใหญ่หยุดไม่เร่มาหลายปีแล้ว งานก็รับแค่บาง ที่เท่านั้น สมัยก่อนแม่สอดมีหน่วยจักรทิพย์ สุรัสวดี เขียวจู เพชรสยาม เจริญบันเทิง และหน่วยที่มา จากพิษณุโลกก็ของบุญวงศ์ พรสมัย เสริมศิลป์ มีหลายหน่วยก็เลิกกันไปหมดแล้ว เหลือแค่หน่วย ของเรานี้แหละ คู่แข่งเราก็คงไม่มี” (อาคม จันทนะเปลิณ , สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“ตอนนี้หน่วยก็มีแค่ของเราที่เร่ทีเดียว เค้าอยู่ไม่ได้เพราะต้องเช่าหนัง ยังไงก็ต้องจ่าย เค้าทุกคืน ฉายไม่ได้ก็ต้องเสียเงินแล้วก็ส่งหนังกลับ เราฉายยัง ใจก็ได้นอนแช่ก็คืนก็ไม่ใช่ไร หนังเราเอง เราก็ออยู่ได้” (บังอร จันทนะเปลิณ , สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2548)

3.1.5.2 การแย่งชิงผู้ชมจากสื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลกับหนังกลางแปลงตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา ความนิยมชมความบันเทิงจากโทรทัศน์อย่างแพร่หลายเริ่มเมื่อช่อง 7 เริ่มส่งสัญญาณผ่าน ดาวเทียมถ่ายทอดสดทั่วประเทศ ภาพยนตร์โทรทัศน์แนวพื้นบ้านที่ได้รับความนิยม ต่อมาก็คือ การเข้ามาของภาพยนตร์และละครแนวชีวิตที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ซึ่งสมัยนั้นยังถ่ายทำด้วย ฟิล์มมอร์รอสในการชมก็ไม่ต่างจากภาพยนตร์ในโรงนัก ทั้งในด้านภาพและเสียง นอกจากนั้นยังมี ภาพยนตร์จีนชุด ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งทางช่อง 7 ช่อง 3 และช่อง 5 ความบันเทิงที่ ต้องเสียเงินอย่างโรงภาพยนตร์หรือหนังกลางแปลงจึงยิ่งกลายเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นสำหรับ คนบางกลุ่ม

“เดี๋ยวนี้บ้านคนไทยทุกบ้านมีทีวีกันหมดแล้ว ทีวีเข้ามามีผลกระทบมาก แต่ก่อน ต้องดูหนังใหญ่ 100 % เดี่ยวนี้แบ่งไปดูทีวีซะ 80 % คนเดี๋ยวนี้ไม่ค่อยออกจากบ้านแล้ว” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

จนปัจจุบัน ความบันเทิงโดยเฉพาะละครโทรทัศน์มีการออกอากาศหลายช่วงเวลา ในวันธรรมดามีแพร่ภาพช่วงเวลายาว ซึ่งเป็นละครเก่านำมาแพร่ภาพใหม่ เวลาเย็นก่อนข่าว เวลา ค่ำหลังข่าว ส่วนวันหยุดมีทั้งภาพยนตร์ไทย ภาพยนตร์ต่างประเทศ ละครในช่วงเวลาดังแต่ตอน สาย ตอนบ่าย ก่อนข่าวและหลังข่าว มีให้ผู้ชมได้เลือกหลากหลายขึ้น ทำให้สื่อโทรทัศน์แย่งชิง กลุ่มผู้ชมที่ไม่อยากออกจากบ้านและไม่อยากเสียเงิน เพื่อมาชมภาพยนตร์ไปโดยปริยาย

3.1.5.3 การแย่งชิงผู้ชมจากสื่อวีดีโอและซีดี

วีดีโอเข้ามาเมืองไทยในช่วงปี พ.ศ. 2522 ซึ่งตัวเครื่องมีราคาแพงระดับ 50,000 บาท ขณะที่ตัวเทปมีราคา 2,000 บาท หลังจากนั้นจึงค่อยๆ แทรกซึมอิทธิพลและมีบทบาทในช่วงเวลา 4-5 ปีต่อมา เมื่อราคาเครื่องและเทปถูกลงและเทปภาพยนตร์ที่ลักลอบทำอย่างผิดกฎหมายแพร่หลายมากขึ้น ประชาชนจึงหันไปรับความบันเทิงจากสื่อวีดีโอ ทำให้ธุรกิจโรงภาพยนตร์และหนังกลางแปลง ต้องทยอยปิดตัวไปหลายโรง

ปัจจุบันปัญหาวีดีโอลดลงไป แต่ปัญหาวีซีดี และดีวีดี เข้ามาแทนที่ เนื่องจากเครื่องรวมทั้งราคาแผ่นถูกกว่า จากการสำรวจของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ พบว่า กระแสการไหลทะลักของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจากจีน ยังคงทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกขณะ อาทิ ยี่ห้อ CHANGHONG และ ยี่ห้อ TEXTWOOD ที่ส่งทีวี ขนาด 44 นิ้ว ลงมาขายในราคา 39,900 บาท ขณะที่ยี่ห้อ KOMCA ทีวีสีขนาด 21 นิ้ว ในราคา 3,950 บาท และยี่ห้อ DIMOND ที่ส่งดีวีดีในราคาเพียง 950 บาทเท่านั้น ขณะที่แผ่นซีดีและวีซีดีมีราคาเพียง 30-100 บาทเท่านั้น (ภัสสินคำจัน, 2548:28)

“คู่แข่งเดี๋ยวนี้มีแค่ซีดี บางทีหนังซื้อมาไม่ทันไรออกซีดีแล้ว อย่างซื้อมนต์รักทรานซิสเตอร์ ซื้อองค์คู่ลีลา ไม่ทันไรออกเป็นซีดีแล้ว” (บังอร จันทนะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

ปัญหาวีซีดีเดือนที่เกิดขึ้นในวงการภาพยนตร์ ที่ผ่านมามีสัดส่วน 10-20% เท่านั้น แต่ปีนี้ด้วยเทคโนโลยีการถือปี่หนังที่มีคุณภาพมากขึ้น ส่งผลให้การละเมิดลิขสิทธิ์ระบาดหนักมาก ปี พ.ศ.2548 และ 2549 สัดส่วนสินค้าละเมิดเพิ่มขึ้น 40-50 % ของมูลค่าตลาดรวมภาพยนตร์ หากไม่มีปัญหาเรื่องวีซีดีเดือน ตลาดรวมอุตสาหกรรมภาพยนตร์จะมีมูลค่าสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ ในปีนี้ไม่ต่ำกว่า 20 % เม็ดเงินในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ปี 2549 มีมูลค่าราว 4,000 ล้านบาทเท่านั้น ปัจจุบันพบว่าหนังไทยถูกถือปี่หนักมากในตลาดต่างประเทศ ที่นิยมหนังไทยมากกว่าหนังต่างประเทศ (วีซีดีเดือนอุตสาหกรรมหนังวิกฤต, 2549:24)

3.1.6 ผู้ชม

เครื่องบ่งชี้ให้ทราบได้ว่า องค์กรจะประสบความสำเร็จหรือไม่ สิ่งสำคัญอย่างมาก คือ การรักษาลูกค้าไว้คือสิ่งสำคัญอย่างมาก ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จะวัดจากการสัมภาษณ์ผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ เพื่อให้ทราบว่าตัดสินใจมาชมหนังกลางแปลงเพราะเหตุปัจจัยด้านใด

3.1.6.1 การพิจารณาเลือกใช้บริการธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ของผู้ชม

ผลจากการสนทนากลุ่มระหว่างกลุ่มผู้ชมชาวไทย กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง กลุ่มผู้ชมชาวพม่า และกลุ่มผู้ชมชาวม้ง โดยภาพรวม พบว่า มีการพิจารณาเลือกใช้บริการหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ที่เหมือนกัน โดยคำนึงถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ดังนี้

1. ราคาบัตรผ่านประตู
2. สถานที่ฉายภาพยนตร์
3. ภาพยนตร์ที่เข้าฉาย
4. ความบันเทิงที่ครบวงจร

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ชมชาวไทย

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ชมชาวไทย มีการพิจารณาใช้บริการหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ดังนี้ 1. ราคาบัตรผ่านประตู 2. สถานที่ฉาย 3. ความบันเทิงที่ครบวงจร

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวไทย มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

1. ราคาบัตรผ่านประตู การกำหนดราคาบัตรผ่านประตูในราคาถูก ผู้ชมมีความรู้สึกคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“รู้จัก 999 มา 7 ปีแล้ว ราคาบัตร 20 บาท มาตลอดเลยถือว่าไม่แพงดี”

(ราตรี สุรเสียง, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“สมัยก่อนหนังอย่างเดียว 10 บาท เดี่ยวนี้มีมวดย มีเรคด้วย 20 บาท คิดว่าไม่แพงดี”

(เพชร จุมปูลี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“นางานเพราะบัตรมันแค่ 20 บาท คิดว่าก็คุ้มค่าดีมีอะไรให้ดูหลายอย่าง”

(จันทน์ ใจวงศ์แว่น, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

2. สถานที่ฉาย การกำหนดสถานที่ฉายเพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่ผู้ชม ผู้ชมจะคำนึงถึงเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทาง จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“จัดงานที่วัดนี้มีมันอยู่กลางหมู่บ้านก็มาเที่ยวกันได้แต่ให้ไปเที่ยวไกลๆก็ไม่ไป”

(ชุมพร แก้วกัญญา, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ดูด้วยถ้าเค้าไปฉายไกลๆบ้านเราไปไม่สะดวกก็ไม่อยากไป”

(นิสาชล ก้อนจันตะ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

3. ความบันเทิงที่ครบวงจร การเพิ่มทางเลือกด้านความบันเทิงให้กับผู้ชมที่หลากหลายขึ้น นอกเหนือจากการรับชมภาพยนตร์เพียงอย่างเดียว เป็นสิ่งที่ผู้ชมใช้เป็นทางเลือกในการตัดสินใจ จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ถ้ามีหนังอย่างเดียวไม่มาดู ดูหนังแผ่นที่บ้านสนุกกว่า มาเพราะในงานมีชอบคุมวย ดูเรค แล้วก็ซื้อของด้วย”

(น้ำปิ่น อุปรี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง มีการพิจารณาใช้บริการหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ดังนี้ 1. ราคาบัตรผ่านประตู 2. ภาพยนตร์ที่ฉาย 3. ความบันเทิงที่ครบวงจร

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

1. ราคาบัตรผ่านประตู ผู้ชมกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับราคาบัตรผ่านประตู เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ชมที่มีรายได้ต่ำ ความรู้สึกที่ได้รับความสะดวกสบายเหมาะสมกับรายได้ของตน จึงเป็นสิ่งที่ผู้ชมนำมาตัดสินใจ จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“มางานเพราะบัตรมันแค่ 20 บาท คิดว่าไม่แพง”

(ชานทวย, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

“เห็นหน่วย 999 มา 5 ปีแล้ว ราคาบัตร 20 บาท ก็เสียเงินเข้ามาดูได้ไม่แพงดี”

(เลียบ, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

2. ภาพยนตร์ที่ฉาย ผู้ชมกลุ่มนี้ตัดสินใจซื้อบัตรผ่านประตูเข้ามาชม เนื่องจากภาพยนตร์ที่ฉายมีคาราที่ตนรู้จักและชื่นชอบร่วมแสดงอยู่ด้วย จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ดูว่าเป็นหนังพัฒนาหรือเปล่า ชอบดูเพราะเล่นดี”

(ชอมิน, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

“ชอบดูหนังพัฒนาชกกันมันดี”

(โซโมคู่, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

3. ความบันเทิงที่ครบวงจร นอกจากความบันเทิงในการรับชมภาพยนตร์แล้ว กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยงยังรู้สึกสนุกสนานมากขึ้น การเพิ่มทางเลือกในการให้บริการความบันเทิงที่หลากหลายเป็นสิ่งที่ผู้ชมนำมาใช้ในการตัดสินใจ จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“มาที่นี่มีอะไรหลายอย่าง ได้มาดูหนังดูมวย แล้วก็ซื้อของด้วย”

(จอนาย, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

“ชอบที่มันมีอะไรหลายอย่าง คิดว่าเข้ามาในงานแล้วคุ้มค่า”

(มะจี, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ชมชาวพม่า

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ชมชาวพม่า มีการพิจารณาใช้บริการหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ดังนี้ คือ 1. ราคาบัตรผ่านประตู 2. ภาพยนตร์ที่ฉาย 3. ความบันเทิงที่ครบวงจร

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวพม่า มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

1. ราคาบัตรผ่านประตู ความรู้สึกว่าราคาบัตรผ่านประตูมีราคาถูกเหมาะสมกับรายได้ของตนเป็นสิ่งที่ผู้ชมนำมาตัดสินใจ จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ราคาบัตร 20 บาทก็ไม่แพงมากหรอก ชอบมาเที่ยวทุกคืนเลย”

(ไฉ่อาว, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“20 บาทก็คิดว่าไม่แพง ทำงานมาทั้งวันแล้วมันเหนื่อยก็อยากเที่ยวบ้าง”

(มูอี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

2. ภาพยนตร์ที่ฉาย ผู้ชมกลุ่มนี้ชื่นชอบภาพยนตร์ประเภทบู๊แอ็คชั่น ดังนั้นภาพยนตร์ที่ฉายจึงมีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ถ้าได้ฉากรบประจักษ์พยานก็มาเลยขอบคุณ”

(เตบเจียะ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ถ้าเป็นหนังบู๊ๆ จะชอบมาก มันสนุกดี”

(มูอี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ขอบคุณมากๆ ให้เป็นหนังบู๊ขอบหมัด ทั้งหนังไทยหนังจีน”

(ไฉ่อาว, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549 2548)

3. ความบันเทิงที่ครบวงจร นอกเหนือจากการชมภาพยนตร์ที่ชื่นชอบแล้ว การที่ผู้ชมได้รับความบันเทิงที่เพิ่มขึ้นเป็นการสร้างสีสัน ให้บรรยากาศภายในงานสนุกสนาน จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“เวลาเค้าเอาหนังมาฉาย มีมวช มีชิงช้าด้วยสนุกดี”

(ลู่หว่า, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

กลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้ชมชาวม้ง

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ชมชาวม้ง มีการพิจารณาใช้บริการหนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์ ดังนี้ ความบันเทิงที่ครบวงจร

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวม้ง มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

- ความบันเทิงที่ครบวงจร การมีทางเลือกด้านความบันเทิงให้กับผู้บริโภคที่หลากหลายขึ้น ผู้ชมสามารถรับความบันเทิงประเภทใดก็ได้ เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้เป็นทางเลือกในการตัดสินใจ จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“มีหนังอย่างเดียวพวกเราไม่มา แต่ถ้าจัดงานแบบมีทุกอย่างครบเราถึงจะมา”

(เต่ง แซ่ย่าง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“ถ้ามีเรค มีมวย มีรถม้า บรรณกิจงานที่ไหนเราก็ก็นั่งดูทุกอย่าง”

(เจิ้ง แซ่เฮ้ว, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“ตัดสินใจมาเพราะจะดูว่ามีสวนสนุกอะไรบ้าง มีอะไรหลายๆ มั่นสนุก เราก็ก็นั่งดู”

(จันทน์ หริชัยกุล, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“พาลูกมาขึ้นชิงช้าม้าหมุน เราก็ก็นั่งดูอะไรอย่างอื่นด้วย”

(ปรีชา อย่างยอดเยี่ยม, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“ถ้านอกจากของบรรณกิจก็ไม่เคยไปเที่ยวงานไหน เพราะงานของเค้ามีครบทุกอย่าง

ถ้าใครมาจัดก็มีของนิดหน่อย เราก็ก็นั่งดู เพราะรู้ว่าในงานไม่มีอะไร

บางหน่วยมวยไม่มี มีแค่หนัง แล้วก็ไม่ค่อยมีของกินอะไรอย่างนี้ด้วย”

(ภูสิทธิ์ แซ่ย่าง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“ดูว่าในงานมีอะไรบ้าง ถ้ามีหนังอย่างเดียวก็ไม่มาเหมือนกัน ถ้ามีหลายๆอย่างก็ชอบมา”

(เขาว แซ่ย่าง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

3.1.6.2 ความนิยมของผู้ชมที่มีต่อความบันเทิงประเภทต่างๆ

ผลจากการสนทนากลุ่มระหว่างกลุ่มผู้ชมชาวไทย กลุ่มผู้ชมชาวกระเหรี่ยง กลุ่มผู้ชมชาวม้ง และกลุ่มผู้ชมชาวม้ง โดยภาพรวม พบว่า ความนิยมของผู้ชมในการรับความบันเทิงหลังจากที่เสียค่าผ่านประตูเข้ามาภายในบริเวณงาน สามารถแบ่งได้ตามลักษณะความชอบในการเลือกเข้าชมความบันเทิงประเภทต่างๆ ที่ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์ให้บริการ ดังนี้

1. นิยมชมภาพยนตร์
2. นิยมชมการแข่งขันชกมวย
3. นิยมเดินเรคเคลื่อนที่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ชมชาวไทย

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า ความบันเทิงที่ได้รับความนิยมและชื่นชอบของกลุ่มผู้ชมชาวไทย มีดังต่อไปนี้ 1. นิยมชมการแข่งขันชกมวย 2. นิยมเดินเรคเคลื่อนที่

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวไทย มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

1. นิยมชมการแข่งขันชกมวย ผู้ชมกลุ่มนี้มีความคิดเห็นว่าการแข่งขันชกมวยเป็นกีฬาที่สนุกสนาน ดังนั้นความบันเทิงที่นิยมและชื่นชอบคือการชมการแข่งขันชกมวย จากการสัมภาษณ์พบว่า

“ชอบดูมวยมากที่สุดอย่างอื่นไม่ค่อยชอบ ดูเท่าไรก็ไม่เบื่อ”

(ชุมพร แก้วกัญญา, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“สมัยก่อนคอนหนุ่มๆ ก็ชอบดูหนัง เคียวนี่ชอบดูมวยชกกันสนุกดี”

(เพชร จุนปฐิ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“พาลูกมาขึ้นชิงช้าม้าหมุน เราก็ได้มาดูอะไรอย่างอื่นด้วย เราชอบดูมวยพม่าชกกันสนุก”

(จันสม ใจวงศ์แวน, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

2. นิยมเดินเรคเคลื่อนที่ ผู้ชมกลุ่มนี้มีความคิดเห็นที่สามารถรับชมความบันเทิงประเภทภาพยนตร์และมวยได้จากโทรทัศน์ ดังนั้นความบันเทิงที่นิยมและชื่นชอบคือการเดินเรคจากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ชอบมาเดินเรคอย่างเดียวนะ เรคของ 99 ขอเพลงได้ เครื่องเสียงก็ดังดี”

(นิสาชล ก้อนจันตะ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ชอบมาเที่ยวเรคอย่างเดียวนะเพราะเพลงมันสนุก มากับเพื่อนๆก็สนุกใหญ่”

(น้ำปั่น อุปรี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“หนังกับมวยเราไม่ชอบ เราชอบเดิน ชอบเดินชมมันสนุกดี”

(ราตรี สุรเสียง, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า บ้านเทิงที่ได้รับความนิยมและชื่นชอบของกลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง ดังนี้ 1. นิยมชมภาพยนตร์ 2. นิยมชมการแข่งขันชกมวย

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

1. นิยมชมภาพยนตร์ ผู้ดูกลุ่มนี้มีความคิดเห็นว่าภาพยนตร์เป็นสื่อที่สนุกสนานสามารถเห็นภาพและฟังเสียงได้ จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“อยากเข้ามาดูหนังอย่างเดียว ชอบดูหนังไทย อย่างอื่นไม่สนใจ
ชอบดูหนังบู๊กับหนังตลก พวกหนังชีวิตอะไรจะไม่ค่อยชอบ
มันไม่ค่อยสนุกดูไม่ค่อยรู้เรื่อง”

(ซานทวย, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

“ดูว่าเป็นหนังพันนาหรือเปล่า ชอบดูเพราะเล่นดี จะมารอดูหนังอย่างเดียว”

(ขอมิน, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

“ชอบดูหนังมันเห็นภาพใหญ่ ดูแล้วมันสนุกดี”

(โซ่มอตู, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

2. นิยมชมการแข่งขันชกมวย ผู้ชมกลุ่มนี้มีความคิดเห็นว่าชื่นชอบการชกมวยเนื่องจากเป็นกีฬาที่สนุกสนาน จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ชอบเข้ามาดูมวย เข้าชกกันสนุกดี เพื่อนๆ ก็มาชก”

(จอนาย, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

“เราชอบดูมวย ชกกันสนุกดี มันดี”

(มะจี, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

“จะเข้ามาดูมวยชกก่อนเลย เพราะมันสนุกดี ”

(เลียบ, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ชมชาวพม่า

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า บ้านเทิงที่ได้รับความนิยมและชื่นชอบของกลุ่มผู้ชมชาวพม่า ดังนี้ 1. นิยมชมภาพยนตร์ 2. ชมการแข่งขันชกมวย

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวพม่า มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

1. นิยมชมภาพยนตร์ ผู้ชมกลุ่มนี้มีความคิดเห็นว่าภาพยนตร์เป็นสื่อที่เป็นภาพและเสียง ทำให้ดูแล้วสนุกสนานจากการสัมภาษณ์ พบว่า

“มาดูหนังก่อนเลย ชอบดูมันมีภาพ มีเสียงด้วยสนุกดี

ดูหนังไทยรู้เรื่องเพราะดูภาพเอา มันจะเคอะๆ ได้ว่าเป็นอย่างไร
ที่พม่าบางครั้งเค้ามาฉายหนังอินเดียวกับหนังฝรั่งก็ดูภาพอย่างเดียวมันก็เข้าใจ”

(เคยเงี้ยว, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ชอบดูหนังมากกว่า ดูแล้วสนุกดี เรามาดูหนังก่อนแล้วค่อยไปดูมวยต่อ”

(เจ๊, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ชอบที่มันเห็นภาพ คนตัวใหญ่ๆ ดี มีเสียงดังๆ เวลาชิงปิ่น ชกกัน เสียงดังสนุกดี”

(สุแซ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“หนังมันสนุกดี มีภาพใหญ่ๆ ดูแล้วเห็นชัดเจนดี เสียงก็ได้ยินชัดเจนเลยชอบ”

(ลู่หว่า, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

2. นิยมชมการแข่งขันชกมวย ผู้ชมกลุ่มนี้มีความคิดเห็นว่าการแข่งขันชกมวยเป็นกีฬาที่สนุกสนานจากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ชอบมาดูมวยเพื่อนๆ ชกเวลาเชียร์กันสนุก”

(โน่อ่าว, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ชอบดูมวยที่สุดเลย ถ้าไม่ดูบางทีก็ขึ้นไปชกมวยเลย”

(มูอี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

กลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้ชมชาวม้ง

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า ความบันเทิงที่ได้รับความนิยมและชื่นชอบของกลุ่มผู้ชมชาวม้ง ดังนี้ 1. นิยมชมการแข่งขันชกมวย 2. นิยมเดินเรคเคลื่อนที่

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวม้ง มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

1. นิยมชมการแข่งขันชกมวย ผู้ชมกลุ่มนี้มีความคิดเห็นว่าการแข่งขันชกมวยเป็นกีฬาที่สนุกสนานจากการสัมภาษณ์ พบว่า

“จะเข้ามาดูมวยเป็นอันดับแรกเลยเพราะชอบมากมันสนุกดี”

(ปรีชา อย่างขอดเยี่ยม, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“หาดูมวยที่อื่น ไม่ได้ นอกจากมาดูที่งานนี้ก็เลยชอบ”

(จันทน์ หริชัยกุล, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“ก็ชอบมาดูมวยที่สุดเลย ชอบดูมวยพม่า มวยกะเหรี่ยงชกกัน”

(ภูสิทธิ์ แจ่ม่าง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

2. นิยมเดินเรคเคลื่อนที่ ผู้ชมกลุ่มนี้มีความคิดเห็นที่สามารถรับชมความบันเทิงประเภทภาพยนตร์และมวยได้จากโทรทัศน์ ดังนั้นสิ่งที่ชื่นชอบก็คือการเดินเรค จากการสัมภาษณ์พบว่า

“ชอบมาเดินเรคมากที่สุด ถ้าไม่มีเรคก็ไม่อยากมา”

(จันทน์ หริชัยกุล, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“ดูหนัง ดูมวยในโทรทัศน์ก็สนุกได้ แต่เรคดูที่บ้าน ไม่ได้มันไม่สนุกต้องมาเที่ยวเองถึงจะรู้”

(เจิ้ง แจ่มเฒ่า, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

3.2 ปัจจัยภายในองค์กร

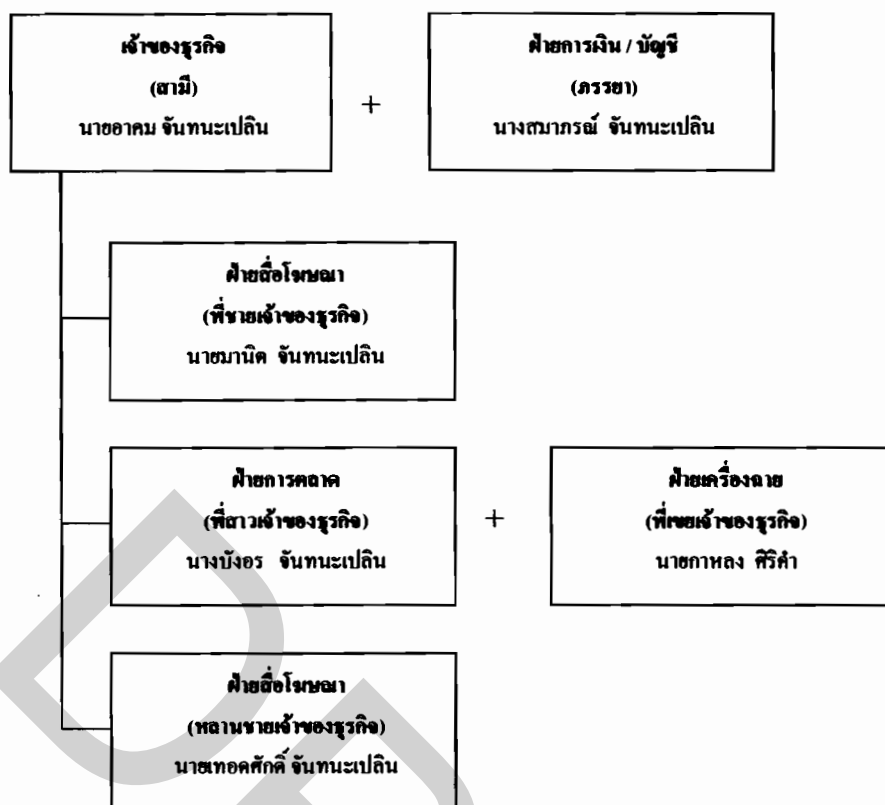
ปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจหนึ่งกลางแปลง จากการศึกษาของผู้วิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ นโยบายบริษัท การเงิน เทคโนโลยีในองค์กร ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

3.2.1 นโยบายบริษัท

ปัจจัยในด้านนโยบายของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ซึ่งใช้เป็นแนวทางที่ตั้งไว้ เพื่อใช้เป็นหลักปฏิบัติสำหรับการดำเนินงานธุรกิจหนึ่งกลางแปลง และมีผลกระทบต่อการดำเนินงานหนึ่งกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ได้แก่ การจัดองค์กรและการบริหารงานแบบครอบครัว การยึดหลักความซื่อสัตย์ในการทำงาน การขยายธุรกิจเป็นแบบครบวงจร ดังนี้

3.2.1.1 การจัดองค์กรและการบริหารงานแบบครอบครัว

999 บรรเจิดภาพยนตร์มีการจัดองค์กรและการบริหารงานแบบครอบครัว บุคลากรในองค์กรจะมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันในลักษณะเครือญาติ รูปแบบการทำงานจึงเกิดจากพื้นฐานของความเข้าใจ มีการช่วยเหลือและสนับสนุนกัน ทั้งนี้เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ จากโครงสร้างองค์กรสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.18 แผนผังแสดงความสัมพันธ์ในองค์กรบริษัท 999 บรรเจิดภาพยนตร์

ที่มา : อาคม จันทนะเปลิ่น, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548.

จากแผนผังแสดงความสัมพันธ์ในองค์กรพบว่าพนักงานในบริษัท 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีจำนวน 9 คน พนักงานจำนวน 6 คน มีความสัมพันธ์ในลักษณะเครือญาติ เพื่อเป็นการช่วยประหยัดต้นทุนในด้านการบริหารจัดการภายในบริษัท พนักงานหนึ่งท่านมิได้มีหน้าที่รับผิดชอบเพียงอย่างเดียว แต่จะมีลักษณะที่ช่วยกันทำในหลายๆ ตำแหน่ง

อาคม จันทนะเปลิณ เจ้าของธุรกิจกล่าวว่า การมีบุคลากรมากเป็นเหมือนภาระของเจ้าของธุรกิจเองที่จะดำเนินการต่อไป

“เรานั้นทำแบบครอบครัว ลูกน้องก็ไม่ค่อยมาก แล้วลูกน้องเดี๋ยวนี้ก็หายาก เศรษฐกิจแย่เราต้องปรับตัวเองให้ทำงานกันเอง คนขับรถก็ไม่ต้อง คนแหก็แหมเอง บางครั้งก็ขายเองก็มี ถ้าเราไม่ทำกันแบบญาติพี่น้องก็อยู่กันไม่ได้ ตรงนี้ช่วยได้เยอะ อย่างถ้าขายได้ไม่ดียังไงก็ต้องจ่ายลูกน้องก่อน แต่พวกญาติพี่น้องอยู่บ้านเดียวกัน รับรู้ปัญหาด้วยกันก็เข้าใจ ได้มากก็จ่ายมาก ได้น้อยก็จ่ายน้อย ไม่ได้เลยก็ไม่มีปัญหา” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“เราอยู่บ้านเดียวกันทำงานด้วยกันทุกคนช่วยกันทุกตำแหน่ง ไม่ใช่จะทำหน้าที่ใครหน้าที่มันก็จบ แต่ต้องช่วยกันถึงจะอยู่ได้ ตรงนี้ก็ช่วยประหยัดรายจ่ายไปเยอะ เร่ด้วยกันรายได้มากบ้างน้อยบ้างก็เฉลี่ยกันไป ” (สมภรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

การดำเนินธุรกิจหนึ่งกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ในลักษณะการทำงานแบบครอบครัวเป็นการประหยัดต้นทุนในเรื่องของค่าใช้จ่าย

3.2.1.2 การยึดหลักความซื่อสัตย์ในการทำงาน

ธุรกิจหนึ่งกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ได้นำหลักความซื่อสัตย์ในการทำงานมาสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคให้มากที่สุด การเร่ขายหนึ่งกลางแปลงจะต้องย้ายเร่ร่อนไปหลายๆสถานที่ บางสถานที่ที่มีผู้ชมมากบ้างน้อยบ้างแตกต่างกันไป แต่การฉายภาพยนตร์ก็ยังคงดำเนินต่อไป

“จุดที่ทำให้เราอยู่ได้คือเราจะไม่เอาเปรียบคนดู จะไม่ยกหนังยกม้วน คือเอาใจเขามาใส่ใจเรา เอาใจเค้าทุกอย่าง วันไหนฝนตก หรือเครื่องเสียเราก็จะอยู่ซ้ำให้เค้า ไม่อยากทำให้คนดูผิดหวัง ” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“นโยบายทำงานคือความซื่อสัตย์ ไม่หักคาน ทำของเราให้ดีที่สุด หนึ่งบางหน่วยพอเห็นคนน้อยก็จะฉายไม่เต็ม ฉายขาด ยกม้วน คิงม้วน อย่าง 5 ม้วนก็ฉายเหลือ 4 ม้วน แต่ของเราจะไม่ทำคนน้อยอย่างไรก็ฉายเต็มที่ เพราะเราต้องหากินยาว อย่าทำให้เสียชื่อเสียงดีกว่า คนมาดูเค้าก็จะไม่เสียความรู้สึก” (สมภรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“เราอยู่ได้ตรงนี้เราต้องเน้นความซื่อสัตย์กับลูกค้าเป็นสำคัญ ให้ลูกค้ามาเป็นอันดับหนึ่งเสมอ เราอยู่มาได้ 20 กว่าปี ชื่อบรรเจิดก็ยังขายได้นะ” (บังอร จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

3.2.1.3 การขยายธุรกิจเป็นแบบครบวงจร

หนังสือกลางแปลงเป็นแหล่งบันเทิงราคาถูกที่ผู้บริโภคสามารถหาความบันเทิงได้เมื่อเปรียบเทียบกับสถานบันเทิงอื่นๆ แต่เนื่องจากวิถีชีวิตการพักผ่อนและพฤติกรรมในการหาความบันเทิงของผู้บริโภคได้เปลี่ยนไป การจะดึงผู้ชมออกจากบ้านจึงเป็นสิ่งสำคัญ การปรับตัวของธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ โดยการเพิ่มความบันเทิงอย่างครบครันให้กับผู้มาใช้บริการ

“ความโดดเด่นของธุรกิจเรา คือการที่ผู้บริโภคสามารถเลือกรูปแบบความบันเทิงได้ครบวงจร โดยอาจพากันไปดูหนังแล้วต่อด้วยการไปดื่มนม หรือจะนัดเพื่อนฝูงมาเจอกันหน้างานแล้วพากันไปเต้นเรค ธุรกิจย่อยเหล่านี้มีส่วนส่งเสริมซึ่งกันและกันอย่างเห็นได้ชัด กลุ่มลูกค้าเราก็มีฐานกว้างขึ้นด้วย เรากำหนดค่าดูราคา 20 บาท มีหนัง มวย เรค เราต้องเข้าใจคนดูว่าเค้าชอบสไลด์ไหน ชอบยังงี้ ทำให้เค้าประทับใจให้ได้” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจเกี่ยวกับความเป็นมาของการขยายธุรกิจเป็นแบบความบันเทิงครบวงจร พบว่า

“ทำเรคประมาณ 7 ปีมาแล้ว ส่วนมวยประมาณ 10 ปี เริ่มจากซื้อตู้กับเครื่องเสียงอย่างเดียว โครงเหล็กก็ออกแบบ สมัยที่เช่าเวทีค่าเวทีมวยประมาณ 2,000 บาทต่อคืน ทำให้รู้แล้วว่าเสียเปรียบจ่ายค่าเช่าเยอะ แดมบางเจ้ายังเล่นตัวอีก ก็เลยตัดสินใจทำมวยและเรคเอง เริ่มจากซื้อเหล็กซื้ออุปกรณ์ หมดไป ประมาณ 30,000 บาท ส่วนเรคสมัยก่อนมีนางรำรอบละ 3 บาท สมมุติเก็บได้ประมาณ 4,000-5,000 บาท ต้องให้นางรำ 2,000 บาท รายได้ก็เหลือไม่เท่าไหร่ ตอนหลังเลยทำเองเก็บค่าเดิน 20 บาท เดินได้งานเล็ก” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

การกระจายฐานลูกค้าโดยการทำให้เป็นธุรกิจกลายเป็นความบันเทิงแบบครบวงจร นับว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจหนังสือกลางแปลงให้อยู่รอด

สำหรับความคิดเห็นของนักวิชาการที่มีต่อผลงานและการทำงานของธุรกิจ
หนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการพบว่า นักวิชาการทุกท่านคิดว่าการปรับตัวโดยการทำให้
เป็นธุรกิจหนังสือกลางแปลงแบบครบวงจร เป็นวิธีการปรับตัวของที่มีความเหมาะสมในสถานะ
ปัจจุบัน

“การปรับตัวของบรรณารักษ์ก็เป็นวิธีที่ฉลาดและหาความหลากหลาย เพราะหนังสือ
อย่างเดียวนั้นคนไม่จำเป็นต้องมาดูแต่แบบนี้เป็นเหมือนทางเลือกไป นำสิ่งที่เค้าขาดแคลน
จัดเป็นกลุ่มเข้าไป เป็นแบบสวนสนุก เหมือนห้างสรรพสินค้า คือเข้าไปจัดงานวัด เพราะฉะนั้น
หนังสือจะไม่ได้กลายเป็นพระเอกแต่จะมีบทบาทเท่ากับอย่างอื่น” (โคม สุวงศ์, สัมภาษณ์,
10 มิถุนายน 2549)

ซึ่งสอดคล้องกับนักวิชาการอีกท่านที่ได้ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน
โดยคุณจำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อยได้กล่าวว่า “ธุรกิจนี้อาจจะพออยู่ได้แต่อาจจะอยู่ยากหน่อย
หนังสือกลางแปลงเป็นอาชีพที่ให้ความสุขกับคนอื่น การปรับตัวแบบนี้มองว่าเป็นการปรับตัวที่ดี
เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ทำก็เอื้อต่อกันก็คิดว่าเป็นการปรับตัวเหมาะสม และเป็นกิจกรรมที่สอดคล้อง
ไปด้วยกันไป คิดว่าก็น่าจะทำธุรกิจอยู่ได้เรื่อยๆ” (จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย, สัมภาษณ์,
21 มิถุนายน 2549)

ในส่วนของผู้ประเมินนี้คุณรัตน จักกะพากมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าเป็นการปรับตัวที่ดี
แต่ควรคำนึงถึงกิจกรรมเสริมที่จะนำมาแสดงร่วมกับหนังสือกลางแปลง

“จริงๆก็เป็นการปรับตัวที่ดี แต่ต้องระวังเรื่องการเป็นเหมือนคาบสองคม เราต้องดูว่ามี
ปัจจัยใดบ้างต้องวิเคราะห์พฤติกรรมของคน ต้องดูว่ากิจกรรมที่นำมาเสริมกับหนังสือกลางแปลง
จะต้องไม่สุดขั้วกับพฤติกรรมคนดูหนังสือกลางแปลง ไม่ควรมีสตูดสำเร็วจะต้องลงมวทุกพื้นที่
ลงเรคทุกพื้นที่ แต่ต้องดูพฤติกรรมของคนดู ให้หนังสือกลางแปลงเป็นกิจกรรมหลัก แล้วมีกิจกรรม
อย่างอื่นมาเสริม ให้หลากหลาย แล้วเลือกกิจกรรมให้เข้ากับกลุ่ม ไม่ใช่มาเป็น แพคเกจ หนังสือ
เรคตลอด เพราะแทนที่จะเป็นแม่เหล็กดึงดูดคนดูแต่กลับเป็นตัวผลักคนดูไป” (รัตน จักกะพาก,
สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2549)

3.2.2 การเงิน

ปัจจัยด้านการเงินมีผลอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ และความอยู่รอดของธุรกิจหนึ่งกลางแปลงในปัจจุบัน จากการศึกษาปัจจัยด้านการเงิน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ด้านรายรับ และด้านค่าใช้จ่าย สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

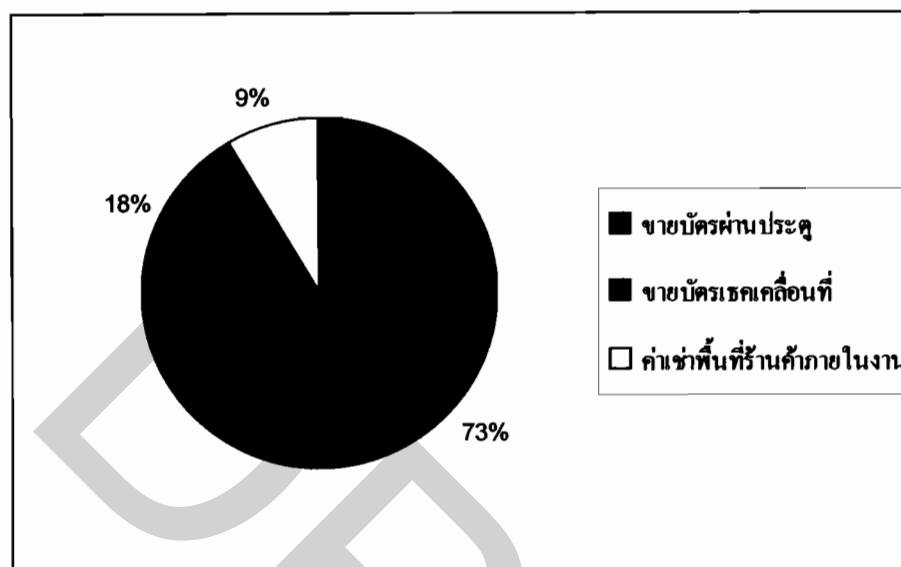
ตารางที่ 4.1 แสดงสรุปรายรับ-รายจ่าย

ตัวอย่างสรุปรายรับ-รายจ่าย (โดยประมาณ) จากการจัดงานที่วัดเจดีย์ไค้ะ ระหว่างวันที่ 2-4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2548	
ประเภทรายรับ-รายจ่าย	จำนวนเงิน บาท)
รายรับจากการขายบัตรผ่านประตู	23,640
รายรับจากการขายบัตรเรคเคิลอื่นที่	5,840
รายรับจากค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าภายในงาน	2,800
รวมรายรับโดยประมาณ	32,280
รายจ่ายค่านักมวย+กรรมการมวย	4,500
รายจ่ายค่าเบี้ยเลี้ยงพนักงาน	7,850
รายจ่ายค่าเช่าสถานที่	3,000
รายจ่ายค่าไฟฟ้า	800
รายจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	4,000
รวมรายจ่ายโดยประมาณ	20,150

จากตัวอย่างสรุปรายรับ-รายจ่ายจากการจัดงานที่วัดเจดีย์ไค้ะ พบว่า การฉายภาพยนตร์ ใช้ระยะเวลาในการฉาย 3 คืน ในระหว่างวันที่ 2-4 พฤศจิกายน พ.ศ.2548 รายรับและรายจ่ายของธุรกิจหนึ่งกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์ แบ่งได้ ดังนี้คือ รายรับของธุรกิจแบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ รายรับจากการขายบัตรผ่านประตู รายรับจากการขายบัตรเรคเคิลอื่นที่ และรายรับจากค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าภายในงาน ในส่วนของรายจ่าย แบ่งเป็น 5 ส่วน รายจ่ายค่านักมวย+กรรมการมวย รายจ่ายค่าเบี้ยเลี้ยงพนักงาน รายจ่ายค่าเช่าสถานที่ รายจ่ายค่าไฟฟ้า รายจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ

3.2.2.1 ด้านรายรับ

เมื่อเปรียบเทียบค่ารายรับกับค่าใช้จ่ายที่ได้แล้ว ธุรกิจ
หนังสือกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ยังสามารถดำเนินการอยู่ได้เนื่องจากมีปัจจัยด้านรายรับ
ยังคงมีมากกว่ารายจ่าย



ภาพที่ 4.19 แสดงรายรับจากการดำเนินธุรกิจ

จากกราฟแสดงให้เห็นว่า รายรับหลักของบริษัท คิดเป็น 73 เปอร์เซ็นต์ได้มาจากการ
ขายบัตรผ่านประตู รองลงมาคือรายได้จากการขายบัตรเรคเคลื่อนที่ คิดเป็น 18 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 3
คือรายรับจากค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าภายในงาน คิดเป็น 9 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งรายรับจากค่าเช่าพื้นที่ร้านค้า
ภายในงานจะได้ตั้งแต่คืนละ 1,000 – 3,000 บาท ขึ้นอยู่กับร้านค้าที่มาขายภายในบริเวณสถานที่
จัดงานว่ามีมากน้อยเพียงใด

“รายได้หลักๆ ก็ต้องอยู่ที่ยอดรวมหน้าประตู จะรวมคนหมดเลย ส่วนเรคก็จะเป็น
รายได้เสริมได้พวกวัยรุ่นอีกครั้ง ประตูใหญ่จะได้คนเฒ่า คนแก่มาดูมวย พวกพม่ากะเหรี่ยงก็จะมา
ดูหนังกับมวย พวกวัยรุ่นก็จะเข้าเดินเรค รายได้ที่ได้จากเรคเราจะมาจ่ายเป็นค่าใช้จ่าย ค่าเบี้ยเลี้ยง
นักมวย หลากๆ อย่าง ส่วนที่เหลือก็เป็นรายได้ของเรา ” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม
2548)

“ค่าเช่าพื้นที่ขายของในงานคิดราคาอยู่ที่คืนละ 50 – 150 บาท ต้องดูอีกว่าเป็นร้านเล็ก ร้านใหญ่ขนาดไหน แล้วก็ขายได้รายได้ดีหรือไม่ดี ส่วนค่าไฟ จะดูจำนวนหลอดไฟ 1 หลอดก็ 30 – 40 บาท บางทีก็หลอดละ 20 บาท ก็ต้องดูอีกว่าขายเป็นอย่างไร มันไม่มีเรทที่ตายตัว หลักๆ ก็ดูว่าค้าขายได้หรือไม่ได้เท่านั้น” (สมากรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

นอกจากรายรับที่แสดงในตารางสรุปรายรับ-รายจ่ายแล้ว 999 บรรเจิดภาพยนตร์ยังมี รายรับอื่นๆ ที่ได้จากการต่อยอดธุรกิจ มาช่วยในการพยุงตัวให้ธุรกิจอยู่รอด ได้แก่ รายรับจากร้านค้าของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ที่ขายสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ลูกอม ขนมคบเคี้ยว และกระดาษหนังสือพิมพ์สำหรับรองนั่งเพื่อชมภาพยนตร์

“ร้านค้าของเราเองเน้นขายของที่ไม่เสีง่าย และไม่ต้องดูแลมาก อย่างลูกอม หมากรัฟ น้ำดื่ม ขายลูกโป่ง กาแฟร้อน โอวัลตินร้อน ของพวกนี้สร้างรายได้ค่อนข้างเยอะเหมือนกัน อย่างขายลูกโป่งวันลอยกระทงลูกละ 10 บาทได้คืนละ 2,000 บาท กระดาษหนังสือพิมพ์ที่เราผ่อนขายรองนั่งก็ขายดี ขายม้วนละหนึ่งบาท คืนหนึ่งก็ได้ 200-600 บาท ตรงนี้เราไม่ต้องลงทุนอะไรเลยเพราะเราเอาหนังสือพิมพ์มาจากโรงพิมพ์ของที่ขาย แล้วก็ของที่ซื้ออ่านเอง และตามบ้านญาติๆ ทุกคนเค้าก็จะเก็บไว้ให้ สมัยก่อนเคยได้คืนละ 1,000 กว่าบาท ถ้าโรมันได้แบบเต็มๆ คืนที่นั่นมันแดงก็เลยทำให้ขายดี” (สมากรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)



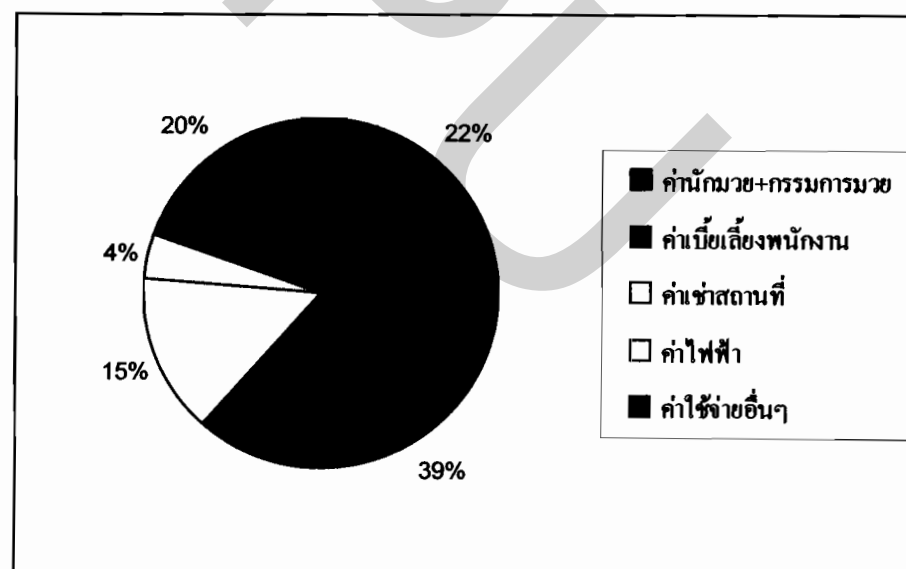
ภาพที่ 4.20 ภาพร้านค้าของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์

“รายได้ก็มีขึ้นมีลง เป็นบางปี ถ้าถามจริงๆ ว่าดีมีก็ดี แต่เราก็อยู่ได้ อาศัยเราขายของ ด้วยเป็นรายได้เสริม เก็บค่าที่ร้านค้า ค่าไฟ เป็นรายได้เสริมไปอีก” (สมภรณ์ จันทะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

รายได้เสริมจากร้านค้าของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ในส่วนนี้จะไม่นำมาทำเป็น ยอดรวมกับรายรับหลักจากการเก็บค่าผ่านประตู เนื่องจากรายได้ส่วนนี้จะเก็บไว้เป็นเงินทุนสำรอง ในการลงทุนซื้อสินค้าสำหรับขายในครั้งต่อไป และเป็นค่าใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน

3.2.2.2 ด้านค่าใช้จ่าย

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากในการดำเนินงาน แม้ว่าธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดจะดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้าน เงินเดือนพนักงาน ทั้งนี้จะจ้างพนักงานภายนอกเฉพาะเท่าที่จำเป็นเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในส่วนเบี้ยเลี้ยงพนักงานยังคงเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายด้าน อื่นๆ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในส่วนของเงินเดือนพนักงานจึงเป็นค่าใช้จ่ายประจำที่ไม่เคยตัว แต่จะมีการปรับให้มากขึ้นหรือน้อยลงตามรายได้จริง



ภาพที่ 4.21 แสดงค่าใช้จ่ายจากการดำเนินธุรกิจ

จากกราฟแสดงให้เห็นว่า ค่าใช้จ่ายสูงสุด คิดเป็น 39 เปอร์เซ็นต์ ใช้สำหรับจ่ายค่าเบี้ยเลี้ยงพนักงาน รองมา ได้แก่ ค่าน้ำมันและค่าธรรมเนียมคิดเป็น 22 เปอร์เซ็นต์ อันดับที่ 3 ได้แก่ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าน้ำมันรถ ค่าอาหาร เป็นต้น คิดเป็น 22 เปอร์เซ็นต์ อันดับที่ 4 ได้แก่ ค่าเช่าสถานที่ฉายภาพยนตร์ คิดเป็น 15 เปอร์เซ็นต์ และอันดับที่ 5 ได้แก่ ค่าไฟฟ้า คิดเป็น 4 เปอร์เซ็นต์

“ค่าใช้จ่ายของเราจะหนักไปที่เบี้ยเลี้ยงพนักงาน ถึงเราจะเลี้ยงข้าวสามมื้อแต่ทุกคนก็ต้องมีค่าใช้จ่ายส่วนตัวกันบ้าง งานในอาชีพนี้มันเหนื่อย ถ้ารายได้ก็จะจ่ายค่าเบี้ยเลี้ยงหนักแบบว่ามีมากก็ให้มาก แต่ถ้ามีน้อยให้น้อยเฉลี่ยกันไปตามรายได้จริง ส่วนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ก็มีค่าน้ำมัน ค่าเช่าที่ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำมันรถ แล้วก็อีกหลายอย่าง” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

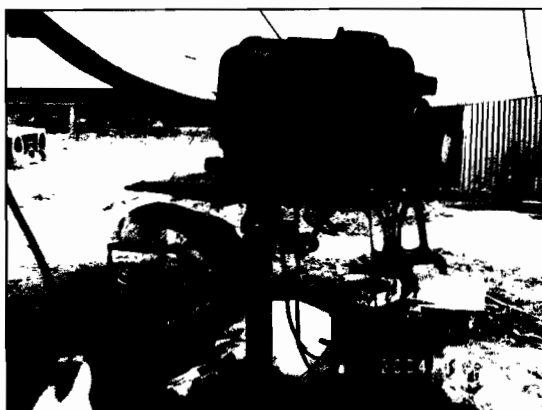
การมีอุปกรณ์การฉายภาพยนตร์และฟิล์มภาพยนตร์เป็นของตนเองไม่ได้เข้าส่วนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ก็เป็นต้นทุนประจำที่ธุรกิจหนังกลางแปลงทุกบริการต้องมี ไม่ว่าจะเป็นค่าน้ำมัน ค่าไฟฟ้า ค่าเช่าสถานที่ ค่าซ่อมแซมต่างๆ

3.2.3 เทคโนโลยีในองค์กร

ธุรกิจหนังกลางแปลงมีการปรับปรุงอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจเป็นระยะๆ เพื่อรักษาลาดไว้ให้นานที่สุด ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีการปรับปรุงสภาพทั่วไปของอุปกรณ์ เช่น การเปลี่ยนจอ การเปลี่ยนตู้เครื่องเสียง การเปลี่ยนเครื่องฉายภาพยนตร์ 35 มม.

อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับธุรกิจหนังกลางแปลงค่อนข้างมีราคาสูง แต่ก็ก็มีระยะเวลาการใช้งานนาน เช่น เครื่องฉายภาพยนตร์ 35 มม. ยี่ห้อ SHINKYO มีอายุการทำงานนานประมาณ 8 ปี

“อุปกรณ์ของเรามีครบทุกอย่าง สมัยก่อนมีตู้ธรรมดาเดี๋ยวนี้ซื้อเพิ่มหลายอย่าง แต่ก่อนหัวเครื่องจีนเกี้ยว ปัจจุบันหัวเครื่องโตกิวราคาหลายหมื่น ของเรามี 2 เครื่อง ซื้อมาประมาณ 8 ปี แล้วสมัยก่อนเครื่องจีนเกี้ยวมีปัญหาเฟืองรูด กระตุก หัวโคด เครื่องสั่น เดิวนี้อุปกรณ์มีครบหมดแล้ว หัวจะปรับปรุงก็แค่เปลี่ยนเลนส์ สไลด์ ก็เป็นหมื่นแล้ว” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)



ภาพที่ 4.22 เครื่องฉายภาพยนตร์ 35 มม.

เจ้าของธุรกิจจึงเน้นให้ความสำคัญในการพัฒนาเรื่องเครื่องเสียง และระบบไฟ เนื่องจากติดตั้งระบบเสียงที่สมบูรณ์ช่วยดึงดูดความสนใจผู้ชมได้อย่างมาก



ภาพที่ 4.23 ภาพเครื่องเสียงและตู้ลำโพงของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์

ตอนที่ 4 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการ
ธุรกิจหนังสือกลางแปลงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการวางแผนงานด้าน
การตลาด เพราะกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ได้

999 บรรณาธิการได้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมด้านการสื่อสารการตลาดอย่างมาก
ในการประทับประคองให้ธุรกิจหนังสือกลางแปลงสามารถดำเนินกิจการอยู่ได้ในยุคปัจจุบัน

“เราทำธุรกิจมา 20 กว่าปีแล้ว แม้ว่าเดี๋ยวนี้คู่แข่งหนังสือด้วยกันเองจะมีน้อยมาก แต่ทำไม
เรายังต้องทำสื่อมากมาย เพราะเราคิดว่าเราไม่ได้ต้องการจะหาเงินแค่วันนี้ หรือพรุ่งนี้ แต่ต้องไปถึง
อนาคตด้วย การทำสื่อเยอะๆ คนก็สนใจเรา แล้วก็จำเราได้ อีกอย่างเราต้องตอบแทนลูกค้าบ้าง
คิดว่ามันถึงจะทำให้เราอยู่ได้นาน” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

ผู้วิจัยพบว่า กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่ 999 บรรณาธิการนำมาใช้เป็นหลัก
มีด้วยกัน 9 กิจกรรม คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ
สื่อเคลื่อนที่ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ การนำผลิตภัณฑ์มาเป็นสื่อ และการใช้พนักงานมาเป็นสื่อ
โดยจะแบ่งผลการศึกษาในแต่ละส่วนที่ได้จากการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. การโฆษณา

การโฆษณาของธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการ ส่วนใหญ่จะเป็น
การโฆษณาให้ทราบว่ามีการฉายภาพยนตร์ หรือจัดงานมหรสพ วันที่เท่าไร สถานที่ใด และ
ราคาบัตรผ่านประตูราคาเท่าใด สื่อที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อเคลื่อนที่ (รถแห่) สื่อใบปลิว ป้ายผ้า
และกัทเอ๊าท์ เพื่อดึงใจให้ผู้บริโภคหรือคนดูตัดสินใจเข้ามาชม

“ของเรานั่นโฆษณาที่หลากหลาย เพราะต้องดูด้วยว่าคนชอบแบบไหน เราก็ต้อง
วิเคราะห์ด้วยเหมือนกัน สื่อโฆษณาที่เราใช้ส่วนใหญ่ก็มีรถแห่ สื่อใบปลิว ป้ายผ้า และ กัทเอ๊าท์”
(อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

2. การประชาสัมพันธ์

การให้ความสำคัญในงานประชาสัมพันธ์เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมด้านการสื่อสารการตลาดที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำกลยุทธ์นี้มาใช้สื่อสารกับผู้บริโภคหรือทำให้รู้จักชื่อของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ การประชาสัมพันธ์นี้เองเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรด้วย ดังจะเห็นได้จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ มีดังนี้

“งานบุญงานบวชไม่ต้องพูดถึงต้องช่วยห่มจะว่าน้ำพึ่งเรือเสือพึ่งป่าก็ได้ แบบนี้ก็เป็น การประชาสัมพันธ์ให้บริษัทเราได้ คนก็จำได้แล้วก็จำแบบประทับใจด้วย” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

นอกจากนั้นยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายข่าว หรือเสียงตามสายประจำหมู่บ้าน โดยขอความร่วมมือจากผู้ใหญ่บ้าน หรือกำนันประจำหมู่บ้านนั้นๆ แม้ว่าหอกระจายข่าวจะไม่ได้มีทุกหมู่บ้านที่ธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ไปให้บริการ แต่หอกระจายข่าวก็เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนภายในชุมชนรับทราบ

“ก็จะขอให้ผู้ใหญ่บ้านที่สนิทๆ กันช่วยประชาสัมพันธ์ให้ หมู่บ้านไหนที่มีหอกระจายข่าว อย่างแม่กาษา ห้วยไม้แป้น กม.44 พวกนี้ก็จะของเค้าประกาศให้ว่าจะมีงานวันที่เท่าไรบ้าง” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

3. การส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีทั้งกลยุทธ์ที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ว่าเงิน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เป็นการเพิ่มยอดขาย โดยอาศัยหลักการโดยทั่วๆ ไป คือ การลด แลก แจก แถม เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคหรือผู้ชมนำไปพิจารณาในการตัดสินใจเข้าชม

3.1 การลดราคา

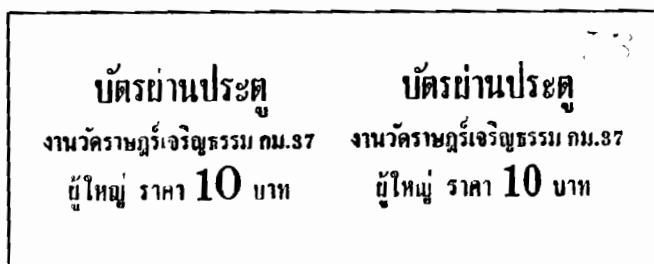
กลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ที่ได้ผลเร็วในทางปฏิบัติ เนื่องจากภาพยนตร์เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยมิใช่สินค้าจำเป็น ถ้ามีการลดราคาบัตรจะทำให้ผู้ชมมีความต้องการที่จะชมมากขึ้น โดยปกติราคาบัตรผ่านประตูจะแบ่งเป็น 2 ราคา คือ บัตรผู้ใหญ่ ราคา 20 บาท และ บัตรเด็ก ราคา 10 บาท เมื่อนำกลยุทธ์นี้มาใช้จะปรับราคาบัตรผ่านประตูเป็น บัตรผู้ใหญ่ 10 บาท และบัตรเด็ก 5 บาท แต่ยังสามารถรับชมความบันเทิงได้ 3 รายการคือ การชมภาพยนตร์ ชมการแข่งขันชกมวย และเดินเชคเคลื่อนที่

เจ้าของธุรกิจจะนำกลยุทธ์นี้มาใช้พิจารณาควบคู่กับคู่แข่ง และสภาพภูมิอากาศในช่วงฤดูฝน การนำกลยุทธ์นี้มาใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม

“การลดราคาเริ่มจากไปฉายที่ถ้ำ 35 มีคนมาอยู่เยอะทั้งกะเหรี่ยงพม่าถ้าเก็บ 20 บาทก็ได้เยอะ แต่เราเก็บ 10 บาท เพราะสมัยก่อนเคยมีหน่วยคู่แข่งหน่วยอื่นเก็บ 20 บาท แล้วชอบมาลงตัดหน้า ทั้งๆ ที่รู้ว่างเราวางบู๊ไว้แล้ว เราก็เลยทำโปร โมชั่นนี้ เวลาคนดูมาดูก็จะได้รอยของ 999 เพราะเก็บแค่ 10 บาท ของหน่วยอื่นลดราคาไม่ได้อยู่แล้ว เพราะอุปกรณ์ทุกอย่างต้องหามา แต่ของเราอุปกรณ์ของเรา หนึ่งก็ของเรา เราก็เก็บ 10 บาทได้ อีกอย่างถ้าเป็นช่วงหน้าฝนเราเก็บ 10 บาทคนจะได้เห็นว่าถูกแล้วก็ออกมาดู” (อาคม จันทะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)



ภาพที่ 4.24 ภาพโปสเตอร์โฆษณาการลดราคาลง 10 บาท



ภาพที่ 4.25 ภาพบัตรผ่านประตูราคา 10 บาท

3.2 การแลกของรางวัล

กลยุทธ์การแลกของรางวัลนี้เป็นกลยุทธ์ที่เจ้าของธุรกิจได้ร่วมการส่งเสริมการขายกับบริษัทผู้จัดสัตรีพีช โดยให้ผู้ชมนำไปปลิวมาแลกของรางวัล เช่น บัตรเข้าชมภาพยนตร์ฟรี, หรือร่วมเล่นเกมสเปาโป่งฟรี ทั้งนี้บริษัทผู้จัดสัตรีพีชจะเข้าร่วมเป็นสปอนเซอร์และตั้งร้านค้าขายของภายในบริเวณที่จัดงานมหรสพ



ภาพที่ 4.26 ภาพใบปลิวโฆษณาที่มีการจัดกิจกรรมแลกของรางวัล

“การแลกของรางวัลเราก็ต้องมีสปอนเซอร์ด้วย ทำกับพี่ดาวอะโกร มีการนำไปปลิวที่เราทำมาแลกของรางวัล ตรงนี้ก็แล้วแต่ว่าเราจะตกลงกับทางบริษัทผู้ว่าอย่างไร” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

3.3 การแจกหรือการแถม (การเพิ่มวันฉายภาพยนตร์ฟรี)

การฉายภาพยนตร์ฟรี หรือการเพิ่มวันฉายภาพยนตร์ฟรีเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้เพื่อดึงดูดผู้ชม กลยุทธ์ที่นำมาใช้ เช่น การฉาย 3 เรื่อง แถมฟรี 1 เรื่อง และการเก็บค่าผ่านประตู 3 คืน คืนที่ 4 เปิดฟรี

“เวลาเร่หนังเราจะแถมหนังให้เค้าอย่างฉาย 2 เรื่อง แถม 1 เรื่อง เวลาไปเร่ล้อมผ้า ถ้าฉายคืนเดียว 2 เรื่อง แต่ถ้าดูแล้วรายได้ดีจะฉายต่อก็เพิ่มจาก 2 เรื่องเป็น 3 เรื่อง คนจะได้อยากมาดู เวลาแถมหนังให้ บางทีอยู่ถึง 3-4 วัน” (อาคม จันทนะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

4. การจัดกิจกรรมพิเศษ

ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำกลยุทธ์ทางการสื่อสาร การตลาดในด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อดึงดูดความสนใจผู้ชมอีกทางหนึ่ง โดยการจัดกิจกรรม พิเศษนี้นับเป็นการทำการตลาดเชิงรุกที่สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคเป็นอย่างดี

- จัดกิจกรรมพิเศษเนื่องในโอกาสสำคัญ

การจัดกิจกรรมลักษณะนี้เจ้าของธุรกิจจะนำหนังกลางแปลงมาเป็นตัวหลัก และเอา รูปแบบและเนื้อหาของประเพณีของชุมชนบางอย่างเข้ามาคู่กับหนังกลางแปลง ผู้วิจัยพบว่าธุรกิจ หนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะสอดแทรกกลิ่นอายของศาสนาและวัฒนธรรมเข้ามา ด้วยกัน เช่น การจัดงานร่วมฉลองข้ามประตูวัด พิธียกช่อฟ้า ก่อเจดีย์ทราย ประเพณีทำบุญ ข้าวเปลือก และการจัดงานในช่วงเทศกาล ต่างๆ เช่นวันสงกรานต์ วันออกพรรษา วันขึ้นปีใหม่ วันวาเลนไทน์ เป็นต้น

การจัดงานในลักษณะนี้นอกจากชาวบ้านจะมีได้ออกมาชมภาพยนตร์เพียงอย่างเดียว แต่ชาวบ้านจะได้มาร่วมทำบุญในโอกาสต่างๆ ด้วย

“เคยจัดกิจกรรมพิเศษหางานเอาเงินเข้าหมู่บ้านจน กม.44 ได้เงินจากงานลอยกระทงที่เราจัด ก็เอาไปทำหอกระจายข่าวในหมู่บ้านแล้วก็เอาไปประกวดได้ที่ 1 เลย อีกปีก็ได้เครื่องเสียงเข้าโรงเรียน ได้เงินที่เหลือแสนกว่าบาท บางที่จัดงานได้เงินก็เอาเงินไปสร้างศาลาวัดด้วย เคยจัดงานอยู่ที่เจ้าภาพเค้าออกบัตรพิเศษขายกัน บัตรพิเศษเค้าเอาไปขายร้อย2 ร้อย เราไม่ได้รับค่าบัตรพิเศษสักบาท แต่เราเก็บค่าประตูเสริมจนได้ เอาเงินไปเทพื้นสร้างป้อมตำรวจได้ใหม่ ก็หลายหมื่นเหมือนกัน” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“ถ้าลงเป็นงานวัด คนก็จะรู้ว่าเป็นงานบุญงานวัด พวกชาวบ้านก็ต้องมา เช่น ฉลองข้ามประดู่วัด ยกช่อฟ้า ก่อเจดีย์ทราย ทำบุญข้าวเปลือก ถ้าใช้ชื่อเราเฉยๆ ก็จัดได้ แต่ถ้าไม่ใช่งานวัดโดยตรง ไม่ใช่เทศกาลคนก็จะมามากน้อยผิดกัน” (สมภรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

อาคม จันทนะเปลิณ เจ้าของธุรกิจกล่าวถึงการคัดเลือกสถานที่จัดงานและกิจกรรมที่นำมาเสริมว่าในการจัดงานว่า “จุดที่จะลงก็จะห่างกันประมาณ 1 เดือน แต่ส่วนใหญ่เราจะลงตามเทศกาลไปเลย อย่างวาเลนไทน์ ปีใหม่มั้ง ลอยกระทง ครุษจีน มันก็จะแล้วแต่อย่าง กม.48 จะมีจีนฮ่อเยอะเราก็ไปจัดครุษจีน ถ้าช่วงไหนไม่ใช่เทศกาลเราก็จะเจาะกว่าที่ไหน มีรายได้ดีได้ข้าวโพด ได้ผักดี เราก็จะเจาะแทรกเข้าไป พอถึงเทศกาลก็ลงตามเทศกาล เช่น หมดเทศกาลครุษจีน ค่อยด้วย วาเลนไทน์ พอช่วงว่างเราก็จะหาที่อื่นลงก่อน หลังจากเก็บข้าวโพด ก็จะเก็บถั่วกัน” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

5. การใช้สื่อเคลื่อนที่

สื่อเคลื่อนที่ธุรกิจหนึ่งกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้ ได้แก่ การใช้พาหนะของบริษัทเคลื่อนที่พร้อมกับการแห่ประกาศ ซึ่งลักษณะของรถแห่ของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์นั้นจะประกอบด้วย 2 สื่อ คือ ป้ายโฆษณาทั้งสองข้างของตัวรถ และ การแห่ประกาศ

“สมัยก่อนต้องไปจ้างเค้าอัด ม้วนละ 700 บาท เราเริ่มมีเครื่องอัดเสียงประมาณ 5 ปีแล้ว นอกจากจะอัดสปอตของเราแล้ว ก็รับจ้างอัดสปอตรถแห่ด้วยตรงนี้ก็มาเป็นตัวเสริมรายได้ของเรา” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

กลยุทธ์การใช้สื่อเคลื่อนที่เป็นรณรงค์ประกาศไปนั้นธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้จะเน้นการกระตุ้นความสนใจผู้บริโภคโดยการเปิดเพลงหลายเชื้อชาติตระเวนไปยังบริเวณที่มีบ้านผู้คนอาศัยอยู่เยอะๆ



ภาพที่ 4.27 ภาพรณรงค์ของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์

6. สื่อสิ่งพิมพ์

ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ใบปลิว ไปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคทราบรายละเอียดของการฉายภาพยนตร์ และการจัดกิจกรรมบันเทิงอื่นๆ

6.1 ใบปลิว

ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีการใช้สื่อโฆษณา 2 ภาษา ที่นำทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศพันธุ์

“ใบปลิวเขียน 2 ภาษา เริ่มจากเคยมีพม่ามาถามว่าไม่มีภาษาพม่าเธอจะได้อ่านออก ก็เลยเอามาลูกน้องเขียน แล้วก็ให้หลานชายเป็นคนทำใบปลิว หน่วยอื่น ไม่มีใครทำใบปลิวอย่างนี้ อยู่แล้วมันทำให้ของเราแตกต่างกว่าคนอื่น” (อาคม จันทนะเปติน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

บริษัท 999 บรรเจิด ใช้แทน
การวางสวนสนุก

วัดราษฎร์เจริญธรรม วัดกม.37

พบกับ...
การวางสวนสนุก
ภาพยนตร์
บู๊ตส์ขึ้น สิบละ 2 เรืออ ทุกวัน
มวยมินิ
เรศ 999 บรรเจิด

2..5.. 3..5..
บู๊ตส์ขึ้น สิบละ 2 เรืออ ทุกวัน
มวยมินิ
เรศ 999 บรรเจิด

2-5
มีนาคม
2548

บัตรผ่านประตู **10** บาท

ภาพที่ 4.28 ตัวอย่างใบปลิวโฆษณา 2 ภาษา

999 บรรเจิด
การวางสวนสนุก
ภาพยนตร์
บู๊ตส์ขึ้น สิบละ 2 เรืออ ทุกวัน
มวยมินิ
เรศ 999 บรรเจิด

2..5.. 3..5..
บู๊ตส์ขึ้น สิบละ 2 เรืออ ทุกวัน
มวยมินิ
เรศ 999 บรรเจิด

2-5
มีนาคม
2548

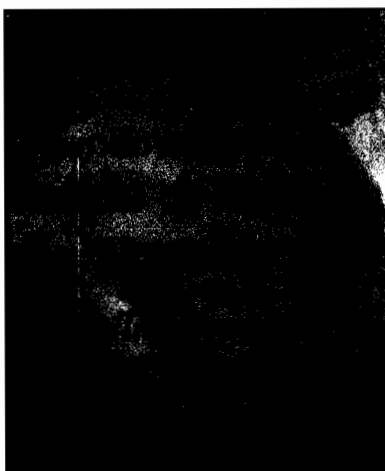
บัตรผ่านประตู **10** บาท

ภาพที่ 4.29 ตัวอย่างใบปลิวโฆษณาภาษาพม่า

“กะเหรี่ยงพม่าจะอยู่ในที่ไกลๆ ในไร่ในสวน โอกาสที่จะมาอ่านข้อความในป้ายตามจุดใหญ่ๆ เค่นๆ ที่เราวางมันก็ไม่ค่อยมี นอกจากเราจะเข้าไปในไร่ในสวน เอาใบปลิวแจก พอใบปลิวถึงมือเค้าก็จะพูดกันเองว่ามึงงาน” (เทอดศักดิ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

6.2 โปสเตอร์

โปสเตอร์ที่ 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้จะเป็นโปสเตอร์ที่ไม่มีรายละเอียดมากนัก เพื่อกระตุ้นให้คนสนใจ เดือนความทรงจำให้มาชมภาพยนตร์ และไปร่วมกิจกรรมต่างๆ เจ้าของบริษัทกล่าวว่าสื่อโปสเตอร์จะนำมาใช้กรณีการจัดทำสื่อใบปลิว และป้ายผ้าไม่ทัน โดยสื่อโปสเตอร์นี้จะมีช่องว่างให้เติมวันและสถานที่ฉาย



ภาพที่ 4.30 ตัวอย่างโปสเตอร์

“โปสเตอร์ก็เอามาใช้บ้าง แต่น้อยมาก ถ้าทำงานกันไม่ทันจริงๆ เขียนป้าย หรือทำใบปลิว ถึงจะใช้โปสเตอร์เพราะโปสเตอร์มันเป็นสื่อที่ดูแพงๆ แล้วก็บอกรายละเอียดได้น้อยมาก” (อาคม จันทะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

6.3 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

กลยุทธ์การลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นอีกกลยุทธ์ที่ 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้สร้างความแตกต่างกับธุรกิจหนังกลางแปลงอื่นๆ หนังสือพิมพ์นิวสตรีนครเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์ แต่มีขดส่งครอบคลุมถึงประจำอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดกำแพงเพชร ปัจจุบันมียอดการพิมพ์ฉบับตรวจสอบลากินแบ่งรัฐบาลจำนวนกว่า 5,000 – 6,000 ฉบับ

อาคม จันทะเปลิน เจ้าของธุรกิจกล่าวถึงสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นว่า “อย่างพวกโฆษณาที่ลงในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เราจะลงประจำทุกเดือน คนอ่านจะได้จำได้ เราแค่เอาข้อความส่งไปให้พี่ชายที่ทำโรงพิมพ์อยู่ซึ่งตรงนี้ช่วยเราได้เยอะนะ” (อาคม จันทะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

ปากเสียงเพื่อเสรีชน

เสียง

ปีที่ 24 ฉบับที่ 2160 ประจำวันที่ 16-23 มกราคม พ.ศ. 2548 ราคา 5 บาท

B

999 **USSR** ใจดี

รับฉายภาพยนตร์กลางแปลง
ในงานมีตั้งแต่... งานภาพยนตร์...
รับจัดงานสวนสนุก ภาพยนตร์/มวย/เรก
งานมิมพ์ งานป้าย
แบบอักษร ถัดจากเตอร์ ทรายง
ป้ายใบ ป้ายผ้า พิมพ์ภาพสีวัน
รับอัดสปอर्टโฆษณา
ลงปก-ซีดี พร้อมบริการรถแห่
จำหน่าย สติกเกอร์ สมุดโน้ตจอร์จ

เลขที่ 75/1 ก.ลวรสควิที อ.แม่สอด จ.ตาก
โทรศัพท์/โทรสาร : 0 5553 3605

ภาพที่ 4.31 ตัวอย่างโฆษณาที่ลงในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

7. การใช้ป้ายต่างๆ

ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีการใช้สื่อโฆษณาโดยใช้ป้ายต่างๆ ได้แก่ ป้ายผ้า ธงราว ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคทราบรายละเอียดของการฉายภาพยนตร์และการจัดกิจกรรมบันเทิงอื่นๆ

7.1 ป้ายผ้า

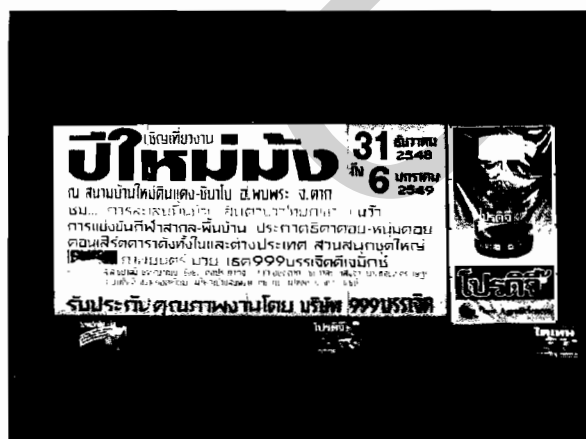
ป้ายผ้าเป็นสื่อที่สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะนำกลยุทธ์นี้มาใช้เป็นสื่อโฆษณา ทุกครั้งที่มีการจัดฉายภาพยนตร์



ภาพที่ 4.33 ภาพตัวอย่างการทำขรราว

7.3 กัทเฮาท์

ป้ายคัทเอาต์เป็นสื่อโฆษณาที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจหนึ่งกลางแปลงได้
อย่างเด่นชัด 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะนำกลยุทธ์นี้มาใช้เพื่อให้อธิบายถึงรายละเอียดการจัดฉาย
ภาพยนตร์ให้ผู้ชมได้ทราบ โดยจะติดโฆษณาตามสถานที่ชุมชน มีผู้คนพลุกพล่าน



ภาพที่ 4.34 ป้ายคัทเอ้าท์

“ป้ายคัทเอาท์ กับ โฆษณาแห่ง สมัยก่อนต้องเขียน กว่าจะ ได้ก็ช้า เคี้ยวนี้ก็เปลี่ยนใช้ เครื่องคัสดักเกอร์มาคิดเลย ทำให้เร็วดี อย่างป้ายผ้ามรดแห่งเราก็ใช้สติกเกอร์คิดเอาเลย ถ้าเป็นงาน ใหญ่ๆ อย่างลอยกระทง ปีใหม่้มง จะใช้ป้ายคัทเอาท์ไม้อัด 4 แผ่นไปตั้งโฆษณาหน้างาน 1 จุด จุดอื่นๆ อีกประมาณ 4 จุดจะคิดตามจุดเด่นๆ อย่างทางเข้าหมู่บ้าน หรือในหมู่บ้านที่คนผ่านเยอะๆ” (เทอดศักดิ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2458)

8. การนำผลิตภัณฑ์มาเป็นสื่อ

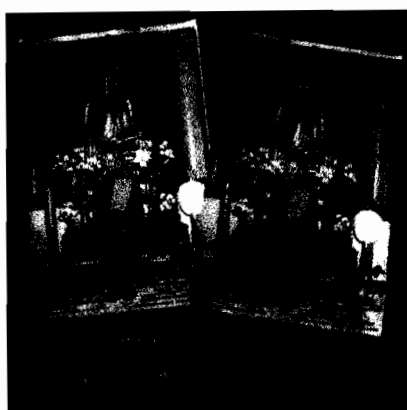
ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการพจนตรึงมีการนำผลิตภัณฑ์มาเป็นสื่อ เพื่อ ใจให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ จดจำเกี่ยวกับสินค้า และบริการ นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความสัมพันธ์ อันดีกับกลุ่มผู้บริโภค การนำผลิตภัณฑ์มาเป็นสื่อ ได้แก่ ปฏิทิน, เสื้อ, สติกเกอร์

“อย่างพิมพ์ปฏิทิน พิมพ์โปสเตอร์หรือทำพวกเสื้อที่สกรีนตราบรรณาธิการก็ไม่ต้องเสีย เงินมากประเภทราคาต้นทุน ก็เหมือนเป็นธุรกิจเจ้าของเดียวกัน ถ้าเป็นงานพิมพ์ง่ายๆ เราก็จะทำ กันเองที่บ้าน แต่ถ้าต้องพิมพ์พวกคัทหนัง โปสเตอร์ หรือปฏิทินแจกปีใหม่ก็จะส่งไปให้โรงพิมพ์ ของพ่อที่นครสวรรค์ทำให้”(เทอดศักดิ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

8.1 ปฏิทิน

ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการพจนตรึงจะนำกลยุทธ์การแจกปฏิทินมา ใช้ปีละครั้ง จากการสัมภาษณ์คุณอาคม เจ้าของธุรกิจกล่าวว่า เริ่มทำปฏิทินแจกได้ประมาณ 5 ปีแล้ว มีความคิดว่าอยากให้อะไรเป็นของขวัญช่วงปีใหม่กับผู้ที่ช่วยเหลือในการดำเนินธุรกิจ หนังสือกลางแปลง

“ปฏิทินนี้เราทำแจกทุกปี พิมพ์ครั้งหนึ่งก็ประมาณ 300 ใบ พอช่วงเดือนธันวาคมพี่ชาย ที่ทำโรงพิมพ์ที่นครสวรรค์ก็จะเตรียมมาให้แล้ว เราแจกพวกผู้ใหญ่บ้าน กำนัน โรงเรียน คำนวณ คน ที่เราคิดต่อบ่อย ๆ แล้วก็แจกคนที่มาติดต่อหนังสือ บางครั้งก็เอาไปแจกหน้าประตูคอนขายตัวบ้างก็มี” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)



ภาพที่ 4.35 การโฆษณาผ่านปฏิทิน

8.2 เสื้อ

จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ พบว่า การจัดทำเสื้อที่มีชื่อ 999 บรรเจิด ภาพยนตร์ ดิคอนั้นเป็นกลยุทธ์ที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรได้เป็นอย่างดี

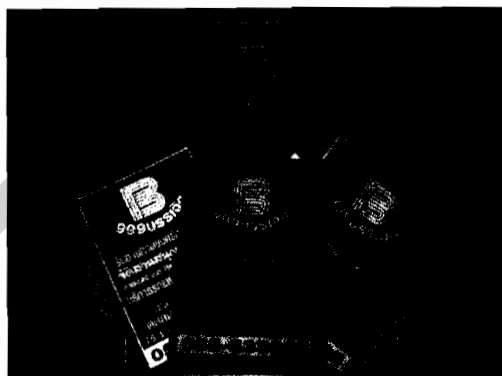


ภาพที่ 4.36 แสดงตัวอย่างเสื้อที่มีชื่อ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ดิคอน

“เสื้อที่มีชื่อบรรเจิดมีสองอย่างคือ พวกเราทำใส่กันเอง เวลาไปจัดงานก็ใส่กันทุกคน แล้วก็ทำแจกพวกร้านค้า ร้านขายที่ตามงานเราบ้าง นอกนั้นก็แจกพวกที่สนิทกันจริงๆ ติดต่อกันบ่อยๆ ส่วนอีกอย่างก็ทำแจกเวลาหมู่บ้านไหนเค้าจ้างเราไปลงงานตอนกลางคืน แต่กลางวันมีการแข่งขันกีฬา เค้าก็ขอสปอนเซอร์ให้ช่วยสนับสนุนกีฬาเราก็จะทำเสื้อเป็นชุดแจก นักกีฬา หรือไม่ให้พวกไล่หรือด้วยรางวัลแทนเสื้อ” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

8.3 สติ๊กเกอร์

สติ๊กเกอร์ที่ 999 บรรณาธิการภาพยนตร์ทำเจกนั้น จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทราบว่า 999 บรรณาธิการภาพยนตร์ให้บริการด้านใดบ้าง นอกจากนี้จะติดตามอุปกรณ์ต่างๆ ของบริษัทแล้ว ยังพิมพ์แจกจ่ายให้กับผู้ชมระหว่างจำหน่ายบัตรภาพยนตร์ด้วย



ภาพที่ 4.37 แสดงสติ๊กเกอร์โฆษณา

“สติ๊กเกอร์ของเราทำแจกจ่ายให้คนมาดูหนัง หรือเวลามาทำงาน เวลาขายบัตรหน้าประตูก็แจก ใครเข้ามาในงานก็แจก เพราะตรงนี้ก็ช่วยโฆษณาให้เราได้เหมือนกัน ของเรามีอุปกรณ์ครบทุกอย่าง พิมพ์สติ๊กเกอร์แจกแบบนี้ต้นทุนไม่มาก แต่ก็คนก็สนใจดี” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

9. การใช้พนักงานมาเป็นสื่อ

เจ้าของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรณาธิการภาพยนตร์ จะทำตัวเองให้เป็นสื่อ โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมของชุมชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรณาธิการภาพยนตร์เข้าไปเกี่ยวข้องและต้องมีการติดต่อประสานงานกัน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และเจ้าของสถานที่ ซึ่งมีความคิดเห็นว่า

วิสันต์ เงินสันเทียะ ผู้ใหญ่บ้าน กม. 8 กล่าวว่า “ตั้งแต่รู้จัก 999 มา บรรเจิดเค้าเป็นคนพูดง่าย เข้าใจกับคนในงาน ทำอะไรก็ถือว่าง่าย นี่ก็จุดเด่นเลขของ บรรเจิด” (วิสันต์ เงินสันเทียะ, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

คำรณ ชัมแฉ่ม กำนันบ้าน กม.35 กล่าวว่า “จุดเด่นของบรรเจิดคือ เจ้าของหรือบรรเจิดเอง เค้าจะเป็นคนมีน้ำใจ ถ้ามีงานบุญงานวัดเค้าจะช่วยเหลือตลอด คนก็จะซึ้งใจกัน จะนึกถึงเจ้าของมากกว่าคุณภาพหนังของเค้า เรียกว่าบริการของเค้ามาเป็นหนึ่งเลย” (คำรณ ชัมแฉ่ม, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

พระครูอาทิตย์การุญญ์ เจ้าอาวาสวัดเจติโล๊ะ กล่าวว่า “จุดเด่นของ 999 ไม่ได้อยู่ที่หนัง แต่อยู่ที่เจ้าของ เจ้าอริยาชัยดี มีน้ำใจ วัดให้ช่วยอะไรไม่เคยมีปฏิเสธ เต็มใจช่วยเต็มที่ อีกอย่างตัวบรรเจิดเองก็เป็นกรรมการวัดด้วย เป็นคนคุ้นเคยกับหนังจะดี ไม่ใช่อะไรก็ต้องเรียกใช้บริการ บรรเจิด” (พระครูอาทิตย์การุญญ์, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2548)

เสงี่ยม คำแก้ว เจ้าของสถานที่บ้านกม.35 กล่าวว่า “บรรเจิดเค้าอยู่ได้เพราะเค้าชอบกับผู้ใหญ่บ้าน เข้ากับคนในพื้นที่ได้ บางครั้งเค้าเอาหนังไปช่วยบ้านผู้ใหญ่ ช่วยวัด ช่วยโรงเรียน คนในพื้นที่ก็รู้ว่าเค้าช่วยอะไรบ้าง เพราะเค้าช่วยอย่างนี้มานานแล้ว อย่างเค้ามาลงหากินก็คือหากิน แต่ให้เค้าช่วยหมู่บ้านก็อีกเรื่องเค้าก็ช่วยเต็มที่เหมือนกัน” (เสงี่ยม คำแก้ว, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

จากการสัมภาษณ์พบว่ากลยุทธ์การใช้พนักงานเป็นสื่อนี้เป็น กลยุทธ์ที่ 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับคนในชุมชนที่ธุรกิจหนังกลางแปลงไปให้บริการ

ตอนที่ 5 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์กับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์

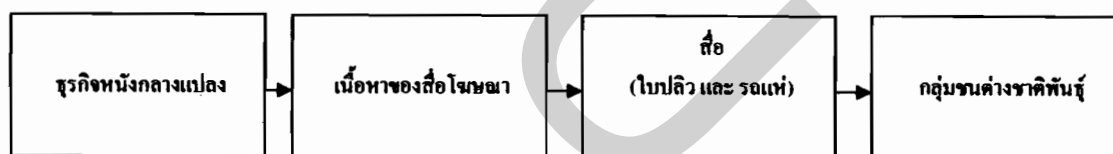
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์กับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์ที่พบเห็นได้จากการลงพื้นที่และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้วิจัยพบว่า ธุรกิจหนังกลางแปลงกลายเป็นสถานที่ศูนย์กลางที่ผู้ชมหลากหลายเชื้อชาตินำมาใช้เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เนื่องจากผู้ชมต่างชาติพันธุ์ต่างมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ใกล้เคียงกัน การมาชุมนุมในสถานที่เดียวกัน ทำให้เกิดประสบการณ์ร่วมกัน และนำไปสู่การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้ เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. การสื่อสารระหว่างธุรกิจหนังกลางแปลงกับกลุ่มผู้ชม
2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมกับกลุ่มผู้ชม

1. การสื่อสารระหว่างธุรกิจหนังกลางแปลงกับกลุ่มผู้ชม

ผู้วิจัยพบว่า ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะใช้สื่อโฆษณาเป็นสื่อกลาง ลักษณะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมกับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์ จะออกมาในรูปของการโฆษณา ธุรกิจหนังกลางแปลงโดยผ่านสื่อประเภท สื่อใบปลิว และสื่อเคลื่อนที่ (รถแห่) สามารถแสดงเป็นแผนภาพจำลองได้ดังนี้



ภาพที่ 4.38 ภาพจำลองการสื่อสารระหว่างธุรกิจหนังกลางแปลงกับกลุ่มผู้ชม

ที่มา : อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548.

จากแผนภาพจำลองรูปแบบการสื่อสารระหว่างธุรกิจหนึ่งกลางแปลงกับกลุ่มผู้ชมสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ธุรกิจหนึ่งกลางแปลง

ธุรกิจหนึ่งกลางแปลงในฐานะผู้ส่งสารถือเป็นองค์ประกอบประการแรกที่ทำให้กระบวนการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเกิดขึ้น เนื่องจากพื้นที่อำเภอแม่สอดมีกลุ่มชนต่างชาติดั้งเดิมอาศัยอยู่จำนวนมาก ดังนั้นธุรกิจหนึ่งกลางแปลงจึงต้องมีความรู้ ความเข้าใจในสารที่จะสื่อ และทำการวิเคราะห์จัดทำสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายที่เป็นกลุ่มชนต่างชาติดั้งเดิม

“เรารู้ว่ากะเหรี่ยงพม่าบางคนเค้าก็พูดไทยได้ ฟังภาษาไทยได้ แต่เราอยากจะให้เข้าถึงเค้าโดยตรง อย่างมั่งเค้าพูด อ่านภาษาไทย ได้อยู่แล้ว แต่ถ้าเป็นเพลงของเค้าก็ยิ่งชอบ ไปใหญ่ ลองคิดดูว่าถ้าเราไปอยู่ต่างประเทศเราอยู่กับคนอื่น ๆ แต่พอมีคนมาเปิดเพลงไทยให้เราฟัง พูดภาษาไทยกับเรา เราก็ต้องรู้สึกดีใจ รู้สึกเป็นมิตรกับคน ๆ นั้น ไปเลยมันก็เหมือนกับเราเอาใจเค้าเขามาใส่ใจเรา การทำสื่อสองภาษาก็เหมือนกัน” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

การส่งสมประสบการณ์จากการให้บริการในพื้นที่อำเภอแม่สอดและพื้นที่ใกล้เคียงมาเป็นเวลานานจึงทำให้ทราบว่ากลุ่มผู้ชมภาพยนตร์เป้าหมายในแต่ละพื้นที่ที่ให้บริการเป็นคนกลุ่มใด และวิถีชีวิตของคนแต่ละพื้นที่เป็นอย่างไร

“รู้ที่บ้านไหนมีกะเหรี่ยงพม่าก็จากประสบการณ์ที่อยู่ตรงนี้มานาน เเร่หนังมา 20 กว่าปีเราไปทุกวันออกทุกวัน ก็รู้ว่าพื้นที่นี้มีใครอยู่กันบ้าง เป็นหมู่บ้านของคนชาติไหนเยอะ เราต้องใช้สายตาใช้คำพูดสอบถาม และจดจำเอาจากประสบการณ์” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

การคัดเลือกพนักงานในองค์กรที่มีความรู้และความชำนาญด้านการใช้ภาษาให้ตรงกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเป็นสิ่งที่ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

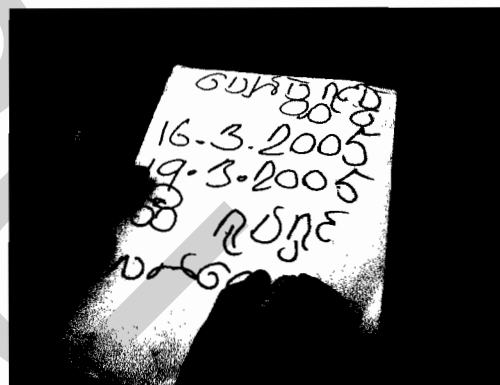
“ลูกน้องก็หาภาษาจะต้องหาแบบที่ทำงานตรงนี้จริงๆ แล้วก็ต้องหาลูกน้องแบบที่อ่านเขียนภาษาพม่ากะเหรี่ยงพม่าได้บ้าง ซึ่งตรงนี้เวลาลงพื้นที่เค้าจะช่วยเราได้เหมือนกัน เพราะถ้าเป็นพวกเดียวกันพูดภาษาเดียวกันน่าจะสื่อสารได้เข้าใจมากกว่า” (สมภรณ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

2. เนื้อหาของสื่อโฆษณา

เนื้อหาของสื่อโฆษณาที่ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้มีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้คนมาชมภาพยนตร์ ภาษาพูดและภาษาเขียนที่ใช้จะนำเสนอเกี่ยวกับรายละเอียดการจัดฉายภาพยนตร์ ได้แก่ วันที่ฉาย เวลาที่ฉาย ราคาบัตร และสถานที่จัดฉายภาพยนตร์ นอกจากนั้นยังมีรายละเอียดเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ ที่มีควบคู่กับการฉายภาพยนตร์ ได้แก่ การชมการแข่งขันชกมวย และเดินเรคเคลื่อนที่

2.1 สื่อใบปลิว

เนื้อหาสารที่ใช้จะไม่ค่อยมีรายละเอียดที่ซับซ้อนมากมายทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ นอกจากนั้นยังมีการผสมผสานเนื้อหาสารในรูปแบบ 2 ภาษาลงในสื่อเดียว



ภาพที่ 4.39 การเขียนใบปลิวโฆษณา

“ก็จะเอาข้อความจากเอาไก่อ่าไก่อจะเป็นคนคิดข้อความอย่างจะฉายที่ไหน เวลาเท่าไร ที่แค่มาคิดว่าจะวางตำแหน่งตัวหนังสือตัวไหน จะใช้ตัวไหนเด่น ตัวเล็ก ใหญ่ หัวเรื่องรายละเอียด หรือสีสันอย่างไร ใบปลิวที่ทำจะมีภาษาไทยกับภาษาพม่าเราจะให้คนงานกะเหรี่ยงพม่าเขียนให้ แล้วก็สแกนเข้าไป เพราะจะได้สื่อได้ตรงตัว เค้าได้อ่านออกกันเอง ใบปลิวเราจะออกแบบจากคอมพิวเตอร์ แล้วก็เอาไปถ่ายเอกสาร” (เทอดศักดิ์ จันทะเปลิน, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

2.2 สื่อเคลื่อนที่ (รตแห่)

สื่อเคลื่อนที่หรือรตแห่ที่ 999 บรรเจิดนำมาใช้ หากเป็นสื่อที่ต้องใช้ภาษาพม่า และภาษากะเหรี่ยง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะให้พนักงานทั่วไปที่มีเชื้อชาติพม่าและกะเหรี่ยงให้ช่วยจัดทำสื่อโฆษณา

“ส่วนใหญ่สปรอทรตแห่ที่เราอัด ด้านงานใหญ่ๆ เราก็จะให้ เอ กับจุกาย ขึ้นมาช่วยพูดด้วย เราจะเริ่มจากเปิดเพลงไทย โฆษณาภาษาไทย แล้วก็เปิดเพลงพม่า โฆษณาภาษาพม่า ถ้าผลงานเล็กๆ หรืออัดสปรอตไม่ทันก็จะให้พนักงานนั่งไปกับรตแห่แล้วก็พูดกันสดๆ เลย” (อาคม จันทะนเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

จากการสัมภาษณ์ในเอ พนักงานทั่วไปชาวพม่า ทำงานอยู่กับธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์มากกว่า 4 ปี กล่าวถึงวิธีการโฆษณาโดยมีเนื้อหาในการพูดเป็นภาษาพม่าว่า

“ผมจะพูดภาษาพม่าเวลาประกาศจะพูดว่า “ชกสิน” แปลว่า “หนัง” ผมจะพูดว่า “ชกสิน ดง กา ตะ แซ่” แปลว่า หนัง 3 เรื่อง 10 บาท พันนา ดงกา แปลว่า ฉายหนังพันนา 3 เรื่อง ผมก็จะไปเป็นคนประกาศ ตอนแรกๆ ผมก็อายเหมือนกัน ไม่เคยทำ แค่ว่าพอทำๆ ไป เคียวนี่ก็ชินแล้ว ไม่ต้องทำอะไรมาก พอถ่วงไป เราก็ประกาศไปเรื่อยๆ ตรงไหนที่มีคนเยอะ ถ้าที่ไม่ค่อยมีคนก็ไป ก็จะเปิดเทปเอา” (ไนเอ, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

จุกาย พนักงานทั่วไปชาวกะเหรี่ยง กล่าวว่า นอกจากจะทำงานตำแหน่งจัดเก็บ เคลื่อนย้ายอุปกรณ์แล้ว ยังรับหน้าที่ช่วยเป็นโฆษกแห่งประกาศโฆษณาเชิญชวนเป็นภาษากะเหรี่ยง เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมมาชมภาพยนตร์

“เวลาไปแห่ก็จะบอกว่ามีหนัง มีมวย มีรางวัล เรียกราวง เพราะกะเหรี่ยงไม่รู้จักเชค ก็จะพูดว่า (เนมียา ดงแขวาวะ ระเวียชกสินเป็กกาอี) รางวัลหล่อจี้หว่า ถ้าพูดดูโคโร แปลว่าบริษัท 999 หนัง ก็พูดว่าชกสินเป็กกาอี, 10 บาท พูดว่า ตะแซ่, มวย พูดว่าระเวีย ประกาศแค่นี้คนก็รู้เรื่องแล้ว ไม่ต้องพูดอะไรมาก” (จุกาย, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2548)

(เพลงชิงช้าสวรรค์) พบกับสวนสนุกขนาดใหญ่ ชิงช้าสวรรค์ ม้าหมุน มอเตอร์ไซด์จิ๋ว รถบัส และอื่นๆอีกมากมายในบริเวณงาน

อย่าลืม วันที่ 10-19 มกราคม 2548 เทียวงานปีใหม่มั้งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ณ สนามกลางบ้านรวมไทยพัฒนาที่ 5-6

ให้การสนับสนุนโดย นายวิจิต อำพลรุ่งโรจน์ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลรวมไทยพัฒนา รับประกันความยิ่งใหญ่ โดย บริษัท 999 บรรเจิด ศูนย์รวมธุรกิจบันเทิงครบวงจร”

3. สื่อ

สื่อโฆษณาที่ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมกับชนต่างชาติพันธุ์ ได้แก่ สื่อใบปลิว และสื่อเคลื่อนที่ (รถแห่)

“บางบ้านหมู่บ้านมั้งก็มีกะเหรี่ยงพม่ามารับจ้างเยอะ ก็เปิดหลายอย่างเลย เปิดเพลงทั้งกะเหรี่ยง พม่า มั่ง ไปเลย พวกเค้าก็จะชอบใจกันนะส่วนใหญ่ก็จะมาบอกว่าเปิดเพลงเพราะดี เราคุ้ยเห็นว่าพวกเค้าชอบอย่างเวลาเปิดเพลงพม่าแล้วก็ให้ลูกน้องพม่าพูดไปด้วย พวกพม่าที่อยู่ในร้านก็จะยกมือแบบทักทาย หัวเราะกัน บางคนจะตะโกนตอบนะว่า 999 มาแล้ว 999 มาแล้ว ของเราจะแห่ไปด้วย แจกใบปลิวสองภาษาไปด้วยคนก็ชอบ” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

เทอดศักดิ์ จันทนะเปลิณ พนักงานฝ่ายสื่อโฆษณา กล่าวถึง สื่อโฆษณาหลักที่นำมาใช้ ได้แก่ สื่อใบปลิว และสื่อเคลื่อนที่ว่า “ป้ายผ้าเราจะไม่ค่อยมีภาษาพม่ามากเท่าไร จะเน้นภาษาพม่ากะเหรี่ยงไปที่ใบปลิวก็บroadแห่ เพราะภาษาพม่ากะเหรี่ยงจะเขียนยาก ถ้าไม่มีความรู้เขียนก็จะอ่านไม่ออกเลยต้องเน้นหนักที่ใบปลิวเอา นี่ก็กำลังฝึกให้คนงานเขียนอยู่” (เทอดศักดิ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะคัดเลือกสื่อให้ตรงกับหมู่บ้านที่จะไปฉายภาพยนตร์

“เวลาแห่โฆษณาถ้าถึงบ้านมั้งก็เปิดเพลงมั่ง บ้านพม่าก็เปิดเพลงพม่า แล้วก็ให้คนพูดพอลถึงบ้านคนไทยก็มีสปอดภาษาไทย จะให้คนงานกะเหรี่ยงเป็นคนช่วยแห่โดยเฉพาะสปอดแห่คนไทย แต่บ้านกะเหรี่ยงก็จะให้คนงานช่วยพากย์” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

3.1 ลักษณะ และข้อดี – ข้อเสียของสื่อโฆษณาที่ธุรกิจห้างกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้สื่อสารระหว่างวัฒนธรรมกับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์

ธุรกิจห้างกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ จะพิจารณาความเหมาะสม รวมทั้งข้อดี – ข้อเสียของสื่อโฆษณาระหว่างวัฒนธรรมที่ส่งถึงผู้ชมต่างชาติพันธุ์ ลักษณะของสื่อโฆษณา และข้อดี – ข้อเสียของสื่อโฆษณาแต่ละประเภท มีประเด็นดังนี้

“พวกเราจะทำกันเองทุกคนช่วยกันทำได้หลายหน้าที่อย่างเด็กหน่วย (คนงาน) นอกจากขนของไปฉายหนังแล้ว ก็ต้องช่วยกันแห่ด้วย เพราะของเรามีแห่ภาษาอื่นด้วย แล้วยังต้องมาช่วยกันทำอย่างช่วยทาสีป้าย ทำสกรีนป้ายผ้าด้วย งานสติกเกอร์อะไรก็ต้องเป็นบ้างเพราะช่วงหน้าฝนจะออกเร่ไม่ได้ก็ต้องมาทำตรงนี้” (เทอดศักดิ์ จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

3.1.1 สื่อใบปลิว

สื่อใบปลิวเป็นสื่อโฆษณา ที่มีขนาดเท่ากระดาษ A 4 ภายในบรรจุเนื้อหา และข้อความเกี่ยวกับรายละเอียดการเชิญชวนให้มาเที่ยวงาน ราคา วันที่ และสถานที่จัดงาน

ข้อดีของสื่อใบปลิว

เป็นสื่อที่ผู้ชมสามารถอ่านได้ตามภาษาที่ตนถนัด และเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้โฆษณาสามารถกล่าวถึงรายละเอียดของสินค้าหรือบริการ ได้มากกว่า

1. เป็นสื่อที่สามารถเลือกผู้รับข่าวสารได้
2. เป็นสื่อที่ประหยัด
3. เป็นสื่อที่สามารถบอกรายละเอียดได้ค่อนข้างดี

“สื่อใบปลิวผลิตขึ้นประมาณ 50 – 100 ใบ ภายในใบปลิวจะประกอบด้วยข้อความที่ผสมผสานระหว่างภาษาไทยและภาษาพม่า หรือภาษากะเหรี่ยง เพื่อประกาศและบอกรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจห้างกลางแปลง โดยจะแจกใบปลิวตามสถานที่ในแหล่งชุมชนต่างๆ ที่มีผู้คนหนาแน่น เช่นตามไร่ ตามสวน” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

ข้อเสียของสื่อใบปลิว

เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ยาก เพราะคนอ่านเป็นคนทั่วไป จึงอาจเกิดการสูญเปล่าได้

1. เป็นสื่อที่ไม่อาจเข้าถึงผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกได้
2. ความสามารถในการดึงดูดความสนใจน้อยกว่าสื่ออื่น เนื่องจากไม่ได้พิมพ์ด้วยตัวอักษรสี หรือมีภาพที่สวยงาม

3.1.2 สื่อเคลื่อนที่ (รถแห่)

เป็นสื่อที่นิยมโฆษณาบริเวณที่มีประชาชนพลุกพล่าน ตามแหล่งชุมชนใหญ่ๆ สื่อเคลื่อนที่ (รถแห่) ดึงดูดความสนใจให้กับผู้ฟังอย่างมาก เนื่องจากมีสเปคโฆษณาที่มีหลากหลายเสียง และหลายภาษา

ข้อดีของสื่อเคลื่อนที่ (รถแห่)

สามารถเข้าถึงกลุ่มได้อย่างกว้างขวาง เป็นสื่อที่มีเสียง ดึงดูดความสนใจผู้ชมได้มาก

1. เป็นสื่อที่ใช้งบประมาณต่ำ
2. เป็นสื่อที่ช่วยให้เกิดการรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว
3. เป็นสื่อที่สามารถบอกรายละเอียดได้ค่อนข้างดี

“ของเรามีสเปคทั้งเพลงกะเหรี่ยง พม่า ม้ง ไทย ของเรามีหมดเลย ที่ต้องมีเยอะๆ เพราะมันมีคนหลายกลุ่ม ถ้าจะให้ฟังภาษาเดียวใครจะรู้เรื่อง สเปคภาษากะเหรี่ยงไม่ได้ทำ เพราะส่วนใหญ่เป็นกะเหรี่ยงพม่า พอพูดพม่ากันฟังรู้เรื่อง แต่ถ้ากะเหรี่ยงคอย ที่อาศัยอยู่ที่ ชอระแคะ พระคิ วาเลย์ ถึงจะใช้สเปคกะเหรี่ยง” (มานิต จันทนะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

ข้อเสียของสื่อเคลื่อนที่ (รถแห่)

ต้องเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายอาจจะสนใจหรือไม่สนใจเลยก็ได้ อาจถูกละเลย เนื่องจากเป็นสื่อที่เคลื่อนที่ผ่านไปอย่างรวดเร็ว

1. เป็นสื่อที่ต้องใช้เวลาในการกระจายเสียง
2. เป็นสื่อที่อาจก่อความรำคาญให้กับผู้ชมได้

4. กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์

กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์ในฐานะผู้รับสารถือเป็นองค์ประกอบประการสำคัญที่ทำให้กระบวนการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเกิดขึ้น ผู้รับสารจะต้องทำความเข้าใจ และวิเคราะห์เนื้อหาสื่อที่ธุรกิจหนังสือกลางแปลงในฐานะผู้ส่งสารส่งให้ ซึ่งสื่อโฆษณาที่ธุรกิจหนังสือกลางแปลงนำมาใช้สื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ได้แก่ สื่อใบปลิว และสื่อเคลื่อนที่ (รถแห่) เพื่อให้ผู้รับสารรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจหนังสือกลางแปลง

4.1 การรับรู้สื่อโฆษณาที่ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการน่านำมาใช้สื่อสารระหว่างวัฒนธรรมกับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์

ผลจากการสนทนากลุ่มระหว่างกลุ่มผู้ชมชาวไทย กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง กลุ่มผู้ชม ชาวพม่า และกลุ่มผู้ชมชาวม้ง โดยภาพรวม พบว่า มีการรับรู้สื่อโฆษณาธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการน่านำมาใช้ โดยการรับรู้สื่อโฆษณาผ่านสื่อใบปลิว และสื่อเคลื่อนที่ (รถแห่) มีดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ชมชาวไทย

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวไทย มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

- สื่อใบปลิว ผู้ชมรับรู้ว่ามีสื่อโฆษณาโดยเคยได้เห็นสื่อใบปลิวโฆษณาจากบ้านของผู้นำชุมชนในหมู่บ้าน จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ไปบ้านผู้ใหญ่บ้านก็เห็นโฆษณาปลิวนี้ดีอยู่ก็เลยสนใจอ่าน”

(จันทม ใจวงศ์แว่น, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

- สื่อเคลื่อนที่ (รถแห่) ผู้ชมรับรู้ว่ามีสื่อโฆษณาโดยเคยได้เห็นสื่อเคลื่อนที่ขับผ่านเข้าไปในหมู่บ้าน จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“เป็นคนที่นี่ก็เลยรู้ว่ามึงงานเค้าจะ โฆษณาเป็นรถแห่ให้รู้ว่าจะมึงงาน”

(เพชร จมปูลี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ได้ยินแต่เสียงเค้าประกาศวันนี้มึงงาน อย่าลืมอย่าพลาด”

(ราตรี สุรเสียง, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

- สื่อใบปลิว ผู้ชมรับรู้ว่ามีสื่อโฆษณาโดยเคยได้เห็นสื่อใบปลิวโฆษณาจากการได้รับแจกระหว่างการทำงาน จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“เค้าจะเอากระดาษไปแจกที่ไร่ เห็นก็อ่านว่าที่ไหน วันอะไร เรายังจะมาเที่ยว”

(จอนาย, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“รู้ว่ามีหนัง เพราะถ้าจัดงานที่นี่จะมีรถประกาศ มีกระดาษมาแจก”

(มะจี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“เห็นมีกระดาษไปแจก ก็อ่านว่ามีหลายอย่างก็อยากมา ก็ชวนให้มาเที่ยว”

(ชอมิน, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

- สื่อเคลื่อนที่ (รถแห่) ผู้ชมรับรู้ว่ามีสื่อโฆษณาโดยเคยได้เห็นสื่อเคลื่อนที่ขับผ่านบริเวณใกล้สถานที่ทำงาน จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ได้ยินประกาศภาษาพม่าก็พอฟังรู้เรื่อง เค้าไปประกาศใกล้ๆที่ทำงาน”

(เลียบ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ได้ฟังอยู่เหมือนกัน เวลาที่เค้ามาพูดว่ามีงานที่ไหน ได้ยินเสียงเพลงพม่า เสียงมวยก็รู้แล้ว”

(ซานทวย, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ชมชาวพม่า

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวพม่า มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

- สื่อใบปลิว ผู้ชมรับรู้ว่ามีสื่อโฆษณาโดยเคยได้เห็นสื่อใบปลิวโฆษณาจากการได้รับแจกในระหว่างการทำงาน จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“มีกระดาษแบบนี้ไปแจก อ่านตรงภาษาพม่าว่ามีหลายอย่าง ก็ชวนเพื่อนๆ ให้มาเที่ยว”

(ไฉ่อาว, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“เห็นกระดาษถ้าเป็นภาษาไทยก็ไม่ว่าหนังสือที่ไหน แต่รู้ว่ามี 999 ก็รู้ว่ามีงาน
แต่ถ้ามีภาษาพม่าก็อ่านออกเลย”

(สุแซ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“เห็นกระดาษแบบนี้ในไร่ อ่านอย่างนี้ก็รู้ว่า 999 จะมาวันนี้”

(เดชเจียะ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“เค้าเอากะดาษไปแจก เราได้รับก็อ่านแล้วก็เอามาให้เพื่อนๆ ค่อยจะได้มาเที่ยวกัน”

(เจซี่, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

- **สื่อเคลื่อนที่ (รถแห่)** ผู้ชมรับรู้ว่ามีสื่อโฆษณาโดยเคยได้เห็นและได้ยินสื่อเคลื่อนที่
บอย จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ได้ยินประกาศทั้งไทย ทั้งพม่า มีเปิดเพลง ชวนให้มาเที่ยวงาน”

(สุแซ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“รถของ 999 นี่จำได้เลยว่าคันไหนมาประกาศบ่อยมากเราก็จำได้เพราะเห็นบอย”

(ลู่ว๋า, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

กลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้ชมชาวม้ง

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มผู้ชมชาวม้ง มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

- **สื่อใบปลิว** ผู้ชมรับรู้ว่ามีสื่อโฆษณาโดยเคยได้เห็นสื่อใบปลิวโฆษณา แจกบริเวณ
ร้านขายของของภายในหมู่บ้านจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“หน่วยบรรเจิดทองแก้ว จะมีกระดาษอย่างนี้แจกไปทั่วเวลาจัดงาน”

(ปรีชา อย่างขอดเขียม, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“เห็นกระดาษอย่างนี้ที่ร้านขายของ แล้วก็ป้อนน้ำมันจะเห็นบอย”

(ภูสิทธิ์ แซ่ย่าง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

- สื่อเคลื่อนที่ (รถแท็กซี่) ผู้ชมรับรู้ว่ามีสื่อโฆษณาโดยเคยได้เห็นและได้ยินสื่อเคลื่อนที่ของ 999 บรรณาธิการไปโฆษณาบ่อย จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“รู้ว่ามีงานเพราะเส้นทางที่เราวิ่งซื้อของบ่อย

ได้ยินเสียงโฆษณาน้อยก็จะหยุดฟังว่ามีอะไรบ้าง ว่างานบรรณาธิการอีกแล้ว”

(ภูสิทธิ์ แซ่ย่าง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“ได้ยินประกาศไปทั่วเค้าจะเปิดเพลงมั่งด้วย แล้วก็บอกว่ามีงานที่ไหน เราก็มานะ”

(เจิ้ง แซ่เฮ้ว, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“เราอยู่บ้านเฉยๆ ไม่ได้ไปทำงาน ก็จะได้ยินรถแท็กซี่ช่วงเย็นๆ เค้าก็มาประกาศแล้ว”

(เต่ง แซ่อ่าง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

4.2 ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อโฆษณาที่ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการนำมาใช้สื่อสารระหว่างวัฒนธรรมกับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์

ผลจากการสนทนากลุ่มระหว่างกลุ่มผู้ชมชาวไทย กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง กลุ่มผู้ชมชาวม้ง และกลุ่มผู้ชมชาวม้ง โดยภาพรวม พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อโฆษณาธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการ มีดังนี้

1. เป็นกลยุทธ์การโฆษณาที่ดี
2. เสนอเนื้อหาเข้าใจง่าย
3. สื่อโฆษณาไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ชมชาวไทย

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ชมชาวไทย มีความคิดเห็นต่อสื่อโฆษณาธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการ ดังนี้ สื่อโฆษณาเป็นกลยุทธ์การโฆษณาที่ดี

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวไทย มีความคิดเห็นในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

- เป็นกลยุทธ์การโฆษณาที่ดี ผู้ชมมีความคิดเห็นว่าสื่อโฆษณาที่ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ที่ดี จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ก็ดีเพราะเป็นกลยุทธ์ของเค้า คนได้ฟังเยอะๆ ก็จะได้มาที่ขงวาน”

(จันทม ใจวงศ์แวน, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“คนที่นี้มีหลายเชื้อชาติ ฟังภาษาไทยรู้เรื่องบางไม่รู้เรื่องบ้าง ทำโฆษณาแบบนี้ก็ดี”

(เพชร จมปฐี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ก็ฟังแล้วแปลกๆดี ตั้งแต่คู่มือกลางแปลงมาจนโตไม่เคยเห็นบริการ ไหนโฆษณาแบบนี้ละ”

(ราตรี สุรเสียง, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง มีการรับรู้ต่อสื่อโฆษณาธุรกิจ หนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการศูนย์ ดังนี้ สื่อโฆษณาเสนอเนื้อหาเข้าใจง่าย

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกัน ดังต่อไปนี้

- เสนอเนื้อหาเข้าใจง่าย ผู้ชมมีความคิดเห็นว่าสื่อโฆษณามีภาษาที่คนสามารถอ่านออกได้ และฟังแล้วเข้าใจมากยิ่งขึ้น จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“มีสองอย่างก็ดีมีภาษาไทยก็อ่านไม่ออก ฟังออกบ้าง แต่ภาษาพม่าก็อ่านออก แต่เห็น 999 ก็รู้ว่ามันมีหนังสือมา ตัวอื่นอ่านไม่ออกแต่ยังงี้ก็รู้ว่ามันมีจัดงานที่นี่”

(จอนาย, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“เห็นมีภาษาพม่าแบบนี้ก็อ่านง่ายหน่อย ภาษาไทยอ่านยาก เข้าใจยาก มีแบบนี้มาก็ชอบ”

(มะจี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ก็ชอบสิมีภาษาหลายภาษาเวลาเป็นเพลงสนุกดี ฟังแล้วก็เข้าใจมากขึ้น”

(เลียบ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“เก่งภาษาพม่ามากกว่าภาษาไทย พอเค้าพูดภาษาพม่าก็เข้าใจว่าจะมาฉายที่ไหน แต่ถ้าภาษาไทยก็รู้แล้วว่า 999 มาเท่านั้น”

(ชานทวย, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ชมชาวพม่า

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ชมชาวพม่า มีความคิดเห็นต่อสื่อโฆษณาธุรกิจ หนังสือแปลง 999 บรรณาธิการครั้งนี้ สื่อโฆษณาไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ และเสนอเนื้อหา เข้าใจง่าย

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวพม่า มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

- สื่อโฆษณาไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ผู้ชมมีความคิดเห็นที่สื่อโฆษณามีการนำเสนอที่ดี ไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ชอบเวลาที่เค้าประกาศ 2 ภาษา มันเหมือนมีใจพม่าครึ่งหนึ่งกับคนไทย”

(ไฉ่อาว, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ชอบที่มีภาษาพม่าด้วยมันเหมือนเอาใจมารวมกัน ไม่ได้แบ่งแยกกัน”

(สุแซ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

- สื่อโฆษณาเสนอเนื้อหาเข้าใจง่าย ผู้ชมมีความคิดเห็นที่สื่อโฆษณาภาษาที่ตนสามารถอ่านออกได้ และฟังแล้วเข้าใจมากยิ่งขึ้น จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ได้อินประกาศทั้งไทย ทั้งพม่า ใครก็ชอบเพราะมันฟังแล้วไม่ต้องคิดมาก ก็เข้าใจเลย”

(สุแซ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“มีแบบนี้เข้าใจง่ายขึ้นจริงๆ ก็อ่านภาษาไทยได้บ้างแต่เห็นมีภาษาพม่าก็ชอบมากกว่า เข้าใจมากกว่าว่ามีงานวันไหน แล้วมีอะไรให้ดูบ้าง”

(ลู่อว, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

กลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้ชมชาวม้ง

ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ชมชาวม้ง มีความคิดเห็นต่อสื่อโฆษณาธุรกิจ หนังสือแปลง 999 บรรณาธิการครั้งนี้ สื่อโฆษณาไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวม้ง มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

- สื่อโฆษณาไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ผู้ชมรับรู้ว่ามีสื่อโฆษณา โดยเคยได้เห็นสื่อเคลื่อนที่โฆษณา และมีความคิดเห็นว่าเป็นสื่อที่ไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“มีสื่อหลายภาษาที่ดี เพราะที่นี่มีหลายภาษา หลายเผ่ามาอยู่
พอมีงานก็ต้องแบ่งให้ทุกคนมาร่วมสนุก มีความสนุกเท่าเทียมกัน จัดงานจะให้มันมีอย่างเดียวก
ไม่ได้ เพราะคนไทยกับกะเหรี่ยงพม่าก็มาเยอะ ก็คิดว่าดีไม่เป็นไร”

(ปรีชา อย่างยอดเยี่ยม, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“เป็นสื่อที่ดีหลากหลาย เวลาจัดงานสนุกๆก็แบ่งให้สนุกสนานเท่าๆกัน
เพราะเราถือว่าเกิดมาอยู่พื้นที่เดียวกัน ก็เป็นเหมือนพี่น้องกัน”

(เต่ง แซ่อ่าง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“มีสองภาษาที่ดีไม่เป็นไร ขอให้คนมีเที่ยวเยอะๆ ก็พอ มาแล้วสนุกใจดี”

(ภูสิทธิ์ แซ่อย่าง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

“โฆษณาภาษาไทยด้วย ภาษาม้งด้วย ก็บางคนเค้าไม่รู้ภาษาไทยก็ต้องแปลเป็นภาษาม้ง
ให้เค้ารู้ว่าอะไรเปิดหนัง เปิดเรค คนจะได้รู้เรื่องกัน”

(แจ่ม แซ่เฮ้ว, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2548)

4.3 ผลของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นภายในบริเวณที่ฉายหนังกลางแปลง ที่มีผลต่อกลุ่มผู้ชมต่างชาติพันธุ์

จากการสนทนากลุ่มพบว่า การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นภายในบริเวณ
ที่ฉายหนังกลางแปลงที่มีผลต่อกลุ่มผู้ชมต่างชาติพันธุ์ พบว่า

- กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์จะนำตัวอย่างภาพยนตร์ที่ชมไปประยุกต์ใช้ใน
ชีวิตประจำวัน
- กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์จะนำชื่อภาพยนตร์ไปตั้งเป็นชื่อลูก
- กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านทางพิธีกรรมโดยการทำบุญ
สามารถอธิบายได้ ดังนี้ คือ

4.3.1 กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์จะนำตัวอย่างภาพยนตร์ที่ชมไปประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวัน

จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจพบว่าส่วนใหญ่ภาพยนตร์ที่นำมาฉายจะเป็น
ภาพยนตร์ประเภทบู๊ แอ็คชั่น เนื่องจากเป็นภาพยนตร์ที่สื่อให้เห็นภาพชัดเจน ง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้ชม

“เค้าดูหนังเราไม่รู้เรื่องสิไม่รู้เค้าจะมาดูทำไม หนังที่เราฉายจึงต้องเน้นเป็นหนังบู๊ ฉายมานานเรารู้ว่าคนชอบแนวไหน ประเภทบู๊เตะต๋อย ดูภาพก็รู้ว่ามันสนุกอย่างไร ถ้าหนังชีวิต
พูดมกๆ คนก็ไม่ดูเพราะมันไม่ค่อยรู้เรื่องภาพมันยังสื่อไม่ค่อยชัดเจน” (อาคม จันทะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“พวกกะเหรี่ยงพม่าดูหนังไทยไม่รู้เรื่องสิ เราจะชอบฉายหนังบู๊อย่างเดียว เค้าไม่รู้
ภาษาไทยแต่ดูภาพต๋อยต๋าก็นึกแล้ว ถ้าหนังชีวิต หนังวัยรุ่น เค้าไม่ดูกันมันสื่อสารทางภาษาก”
(บั้งอร จันทะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

สอดคล้องกับความคิดเห็นของ จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย นักวิชาการ ที่กล่าวว่า

“เมื่อเราเอาหนังไปฉายวัฒนธรรมของหนังก็เข้าไปอยู่ในใจผู้ดูแล้ว สมมุติว่าฉายให้
พวกชาวเขาดู เค้าก็จะเปรียบเทียบกับตนเอง ถ้านาหนังดีไปให้เค้าดูเค้าก็จะเชื่อ จะจดจำ จะทำตาม
ถ้าหนังดีก็ดี แต่ถ้าหนังไม่ดีเค้าก็คิด ไม่ได้ว่าเป็นอย่างไร อย่างหนังที่วิ่งแก้ผ้า ก็อาจจะดูๆ แล้วก็เข้าใจ
และคิดว่าการกระทำแบบนี้ไม่เป็นไร แต่เค้าก็ไม่รู้ว่าโดยวิจารณ์กันมากมาย เค้าจะเชื่อว่าสิ่งที่เห็น
จากภาพยนตร์ โทรทัศน์ ว่าเป็นของถูกต้องและจะมีวิธีการความคิดดำเนินชีวิตความคิดความอ่าน
เหมือนกับในหนัง” (จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย, สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2549)

จากการสัมภาษณ์สถานากลุ่มผู้ชมชาวพม่า มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

- การนำตัวอย่างภาพยนตร์ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ผู้ชมมีความรู้สึกเข้าใจ
รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนไทยมากขึ้น มีนำตัวอย่างภาพยนตร์ที่ได้รับชมจากหนังกลางแปลง
ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน หรือการดำเนินชีวิตทั่วไป จากการ
สัมภาษณ์พบว่า

“ถ้าคุณงไม่รู้ก็ถามคนข้างๆ ก็ดูภาพเอา ภาพเสียงไปอย่างไร หนังสือพูดไป เราก็ได้ยินหู
ก็คิดสมอง พอตรงกันก็จำไว้คือไปทำอะไร ก็จำได้ว่าแบบนี้แปลว่าอะไร”

(เซย์, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“แต่ก่อนไม่รู้จักเวลาแม่เลี้ยงให้หีบอะไรก็จำไม่ได้ก็เลยต้องชี้
พอมาคูหนังสือรู้ว่าแม่เลี้ยงให้เราหีบอะไร เราก็จำได้จากหนังสือ”

(ตุแฆ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“เวลาคุณงก็รู้ว่าเค้าพูดอย่างไรไปหีบมิด เห็นภาพก็รู้แล้วไข่ม้อย
เวลาไปทำงานพอเค้าใช้หีบมิดก็รู้ไข่ม้อยว่านี่เรียกมิด ก็เข้าใจ ก็หีบได้”

(ลูหว่า, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

4.3.2 กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์จะนำชื่อคาราภาพยนตร์ไปตั้งเป็นชื่อลูก

รัตนา จักกะพาก นักวิชาการกล่าวถึงบทบาทของหนังกลางแปลงไว้ดังนี้

“หนังเป็นเครือข่ายในการถ่ายทอดวิถีชีวิตจากคนในพื้นที่หนึ่ง ทำให้เห็นวิถีชีวิตของ
คนอื่นพื้นที่หนึ่ง ยิ่งในสมัยอดีตจะมีเรื่องของการพากย์หนังเข้าไปเกี่ยวข้องกับ ทักษะคิดหรือมุมมอง
ของความพากย์ก็เป็นตัวชี้นำการสื่อสารค่านิยมวัฒนธรรมให้กับผู้รับด้วย ผู้รับก็จะนำมาปรับใช้
กับตน” (รัตนา จักกะพาก, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2549)

จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจพบว่าสมัยก่อนชาวพม่าที่อพยพเข้ามาในประเทศไทย
นิยมตั้งชื่อลูกเป็นภาษาพม่า แต่เมื่อความนิยมที่มีต่อภาพยนตร์มีเพิ่มมากขึ้นพ่อแม่ก็หันมานิยมตั้ง
ชื่อลูกตามชื่อคาราไทยที่ได้รับมาจากการชมภาพยนตร์ ชื่อที่นำมาตั้งส่วนใหญ่ คือ สมบัติ สรพงษ์
และพันทนา

“ฉายหนังบู๊รุ่นแรกๆ ก็ต้องเป็นหนังสรพงษ์ สมัยก่อนเวลาจะเหวี่ยงพม่ามีลูกก็จะตั้งชื่อ
ว่า สรพงษ์ ไปไหนมาไหนถามว่าชื่ออะไรก็สมบัติ สรพงษ์กันทั้งนั้น มาหลังๆ ก็เป็นพันทนา เรียกว่า
ชอบมากๆ เลย” (อาคม จันทนะเปลิณ, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวพม่า มีความคิดเห็น ดังต่อไปนี้

- การนำชื่อคาราภาพยนตร์ไปตั้งเป็นชื่อลูก ผู้ชมมีความรู้สึกชื่นชอบคาราภาพยนตร์ไทยและนิยมชมภาพยนตร์ไทย จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“เพราะเราชอบมากดูหนัง แล้วก็อยากให้ลูกมีชื่อแบบคนไทยบ้าง

ลูกชายเราเกิดที่ไทยก็ตั้งชื่อว่าสรพงษ์”

(เจย์, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

4.3.3 กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านทางพิธีกรรมโดยการทำบุญ

แม้ว่าธุรกิจหนังกลางแปลงจะถูกลดความนิยมไปมาก แต่ความบันเทิงในระดับชาวบ้านที่มี “ธุรกิจหนังกลางแปลง” เป็นหลักของการแสดงถึงวัฒนธรรมของชาวบ้าน ไม่ว่าจะเป็นงานทำบุญ หรืองานประจำปี ธุรกิจหนังกลางแปลงก็ยังคงเข้าไปมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมของชาวบ้านได้

“ส่วนใหญ่หมู่บ้าน หรือวัดอยากเอาเงินเข้าชุมชนก็จะให้เราไปลง โดยที่เค้าก็จะมาร่วมด้วย อย่างเราจัดงานกลางคืน งานกลางวันหมู่บ้านก็จะจัดคักบาตร ถวายข้าวพระพุทธ ทำบุญพระประจำวัน อะไรแบบนี้” (อาคม จันทนะเปลิน, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

“งานทอดกฐินจะหาเงินเข้าวัดคณะมันเหมือนได้ 2 อย่าง คนมาทำบุญด้วย มาเที่ยวสวนสนุกผ่อนคลายด้วย ราย ได้ก็เข้าวัด เชื่อกันว่าเดี๋ยวนี้พม่ากะเหรียญทำบุญเยอะกว่าคนไทยอีกเวลามาเที่ยวงานตอนกลางคืน” (พระครูอาทิตย์, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2548)

จากการสัมภาษณ์สนทนากลุ่มผู้ชมชาวพม่า มีความคิดเห็น ในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้

- การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านทางพิธีกรรมโดยการทำบุญ ผู้ชมมีความรู้สึกว่าการนอกจากจะได้รับความบันเทิงจากการชมภาพยนตร์แล้ว ยังได้มาร่วมทำบุญด้วย จากการสัมภาษณ์ พบว่า

“ตื่นมาก็ทำงานกันเลย เลิกงานก็กลับบ้าน หาโอกาสที่จะเจอกับเพื่อนๆ ได้น้อย

พอมีงานก็ถือโอกาสมาสังสรรค์ มาพูดคุย มาทำบุญด้วยเพราะชอบทำบุญ”

(เจย์, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“ชอบมาทำบุญ เวลามาไกลๆ บ้านทำบุญก็สบายใจดี ก็มาทำบุญด้วยคุณหนึ่งด้วย”

(ลู่หวา, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“มาจากพม่าด้วยกันแต่ทำงานอยู่ไกลกันก็จะนัดมาเจอกันคุยกันคอนมาเที่ยวงาน
ก่อนมาจ้างงานพวกเราก็นัดกับมาทำบุญก่อนเข้ามา”

(สุแซ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

“เวลาทำงานก็จะมาเที่ยวก็จะมาทำบุญทุกครั้ง
เพราะถ้าไม่มางานอย่างนี้ก็จะไม่ค่อยได้มาทำบุญ”

(เคยเจียะ, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2549)

2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมกับกลุ่มผู้ชม

จากการที่ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดงานประเพณีลอยกระทง ก.ม.44 ที่ธุรกิจ
หนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์จัดขึ้น ระหว่างวันที่ 12 – 16 พฤศจิกายน พ.ศ.2548 พบว่า
ภายในงานประกอบด้วยกิจกรรมบันเทิงประเภทต่างๆ ดังนี้ การชมภาพยนตร์ การชมการแข่งขัน
ชกมวย การเดินเรคเคลื่อนที่ ชมคอนเสิร์ตม้ง การประกวดร้องเพลงพม่า ซิงช้า ม้าหมุน และรถม้า
จากการสังเกตพบว่าการสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมกับกลุ่มผู้ชมที่มาชมหนังสือกลางแปลง จะเป็น
การสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมชาวไทย ชาวกะเหรี่ยง ชาวพม่า ชาวม้ง สื่อสารกันเอง

กลุ่มผู้ชมจะรวมตัวกันมาเป็นกลุ่มตามเชื้อชาติของคน ส่วนใหญ่จะสื่อสารภายในกลุ่ม
ของตนเองก่อน แล้วจึงมารวมตัวกับกลุ่มอื่นเพื่อชมกิจกรรมบันเทิงต่างๆ โดยไม่จำกัดเฉพาะกลุ่ม
หรือแบ่งแยกเชื้อชาติ เกิดเป็นการสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชม เนื่องจากกลุ่มผู้ชมหลากหลายเชื้อชาติ
สามารถเดินชมกิจกรรมบันเทิงประเภทต่างๆ ได้อย่างอิสระ ทั้งนี้จะมีการจับกลุ่มในการชมหนังสือ
กลางแปลง ชมการแข่งขันมวย เดินเรคเคลื่อนที่ ชมคอนเสิร์ตม้ง และชมละครพม่าร่วมกัน
นอกจากนั้นยังพบปะกันตามร้านค้าภายในงาน

สำหรับการสื่อสารด้านภาษานั้น จะไม่มีเนื้อหาหรือหัวข้อการสนทนาระหว่างกลุ่ม
อย่างชัดเจน กลุ่มผู้ชมจะพยายามพูดภาษาของกลุ่มอื่น ถ้าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งพูดคนละภาษาจะมีบุคคล
อื่นช่วยเป็นล่ามพูดให้ ดังนั้นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในบริเวณที่ฉายหนังสือกลางแปลงเป็นการ
สื่อสารที่กลุ่มผู้ชมจะสื่อสารจากการพบปะกันตามสถานที่ชมกิจกรรมบันเทิงประเภทต่างๆ

บรรยากาศในการชมกิจกรรมบันเทิงประเภทต่างๆ จะสนุกสนาน เต็มไปด้วยเสียง
หัวเราะและรอยยิ้ม สิ่งที่ผู้วิจัยได้รับการลงพื้นที่ ทำให้ทราบถึงลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่ม
ผู้ชมที่มีการพบปะกันแบบไม่มีความสนิทสนมและใกล้ชิดกันมากนัก แต่จะมีความเอื้ออาทรและ
เปิดรับวัฒนธรรมของกลุ่มอื่นด้วยความเต็มใจ