

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อดึงดูดผู้ชมของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์” เป็นงานวิจัยเพื่อศึกษาโครงสร้างและการบริหารงานของ ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์และลักษณะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์กับกลุ่มผู้ชมต่างชาติพันธุ์

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บข้อมูล โดยใช้การศึกษาแบบ

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Source)

โดยผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างและการบริหารงานของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์
4. เพื่อศึกษาลักษณะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์กับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์

5.1 สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ภาพรวมของธุรกิจหนังสือกลางแปลง

ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่านักวิชาการทุกท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวสรุปคือ

ภาพรวมของแนวโน้มธุรกิจหนังสือกลางแปลงจะช้าแต่กว่าในอดีตมาก เนื่องจากปัจจัยหลากหลายสาเหตุด้วยกัน ได้แก่ กระแสความนิยมในการชมหนังสือกลางแปลงเปลี่ยนไป ความหลากหลายที่เกิดขึ้นในวงการภาพยนตร์ที่เปลี่ยนไปมีสื่อที่สามารถเข้ามาสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่าหนังสือกลางแปลง

การปรับตัวของธุรกิจหนังสือกลางแปลงเพื่อให้อยู่รอดในมุมมองของนักวิชาการ คือ

1. ปรับตัวให้เป็นความบันเทิงแบบครบวงจร
2. ปรับตัวให้เข้าไปมีส่วนร่วมกับการประเพณีต่างๆ
3. ปรับตัวโดยการสร้างกระแสนิยม
4. ปรับตัวในด้านการส่งเสริมการขาย
5. ปรับตัวเข้าร่วมกับผู้นำชุมชน

ตอนที่ 2 โครงสร้างและการบริหารงานของ 999 บรรณกิจภาพยนตร์

จากการศึกษาโครงสร้างและการบริหารงานของธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์ เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2524 โดยมีคุณอาคม จันทนะเปลิณ เป็นผู้บริหาร ในอดีตดำเนินธุรกิจโดยการรับจ้างฉายหนังสือกลางแปลงเพียงอย่างเดียว ต่อมาได้ขยายธุรกิจประเภท มวย และรถเคลื่อนที่ให้บริการควบคู่กับธุรกิจหนังสือกลางแปลง ขยายเป็นธุรกิจหนังสือกลางแปลงที่ให้ความบันเทิงแบบครบวงจร ลักษณะโครงสร้างการบริหารงาน บุคลากรในองค์กรยังมีความสัมพันธ์กันแบบเครือญาติ พนักงานแต่ละคนส่วนใหญ่จึงรับผิดชอบหลายหน้าที่

กระบวนการและขั้นตอนในการทำงานของธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณกิจภาพยนตร์ มีรายละเอียดต่างๆ ของการทำงาน ตามลำดับ ดังนี้ จี้อหรือเช่าภาพยนตร์จากสายหนัง การศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การขออนุญาตใช้สถานที่ติดต่อหน่วยงานราชการ การจัดทำและใช้สื่อโฆษณา การจัดตั้งอุปกรณ์ จำหน่ายบัตรเก็บค่าผ่านประตู ฉายภาพยนตร์ ชมการแข่งขันมวย และเดินรถเคลื่อนที่ จ่ายค่าเช่าสถานที่และค่าไฟฟ้าให้เจ้าของสถานที่ และจัดเก็บเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ออกจากพื้นที่

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์
 ประกอบด้วย ปัจจัยภายนอกองค์กร และปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่

1. ปัจจัยภายนอกองค์กร

เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลงที่ไม่สามารถควบคุมได้ หรือ อาจจะควบคุมได้เพียงบางส่วน ทั้งนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

1.1. สังคมและวัฒนธรรม

สังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ ค่านิยมในการชมหนังกกลางแปลงที่เปลี่ยนไปของผู้ชม มีสื่อบันเทิงประเภทรายการ โทรทัศน์ วีดีโอ วีซีดีเพิ่มมากขึ้นทำให้ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลง แต่เนื่องจากในอำเภอแม่สลดและอำเภอใกล้เคียงมีแรงงานต่างด้าวอพยพมาอยู่เป็นจำนวนมาก มีความหลากหลายของภาษา ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยเอื้อในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์

1.2. สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ

สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศมีผลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของอำเภอแม่สลด จังหวัดตาก มีอาณาเขตติดต่อกันหลายอำเภอ ธุรกิจหนังกกลางแปลงสามารถตระเวนไปจัดฉายตามสถานที่ต่างได้หลากหลายพื้นที่ ส่วนปัจจัยลบด้านภูมิอากาศที่มักมีฝนตกชุก การฉายภาพยนตร์และกิจกรรมอื่นๆ ในพื้นที่โล่ง จึงเข้ามาเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

1.3. เศรษฐกิจ

ภาวะทางเศรษฐกิจมีผลเป็นอย่างมากต่อจำนวนคนดู ส่งผลต่อรายได้ในการดำเนินการด้วย โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่ภาวะเศรษฐกิจมีปัญหา ผู้บริโภคจะมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อลดลง

1.4. เทคโนโลยีภายนอก

การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีภายนอก ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลง เพราะว่าหนังกกลางแปลงไม่สามารถปรับตัวให้ทันได้ เนื่องจากต้องใช้งบประมาณสูงมาก

1.5. คู่แข่ง

คู่แข่งที่มีผลต่อการดำเนินการธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ นอกจากจะต้องเผชิญกับการแข่งขันกับธุรกิจหนังสือกลางแปลงด้วยกันเองแล้ว ยังต้องแข่งขันกับคู่แข่งสำคัญไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วีซีดี หรือวีซีดี ในปัจจุบัน

1.6. ผู้ชม

ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จจะวัดจากการสัมผัสกับผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ปัจจุบันลูกค้าสำคัญของธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ คือ กลุ่มชนต่างพันธุ์ ชาวไทย ชาวกระเหรี่ยง ชาวพม่า ชาวม้ง

- ปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์

ผลจากการสนทนากลุ่มระหว่างกลุ่มผู้ชมชาวไทย กลุ่มผู้ชมชาวกระเหรี่ยง กลุ่มผู้ชมชาวพม่า และกลุ่มผู้ชมชาวม้ง โดยภาพรวม พบว่า มีการพิจารณาเลือกใช้บริการหนังสือกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ที่เหมือนกัน โดยคำนึงถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ดังนี้

1. ราคาบัตรผ่านประตู เนื่องจากราคาบัตรผ่านประตูของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีราคาถูก ผู้ชมจึงเต็มใจที่จะจ่ายและยินดีเสียเงินเพื่อเข้าไปใช้บริการ
2. สถานที่ฉาย เพื่อเป็นการสนองความต้องการของผู้ชม การจัดสถานที่ฉายใกล้แหล่งชุมชน และผู้ชมสามารถเดินทางได้สะดวก
3. ภาพยนตร์ที่ฉาย จะเห็นได้ว่า 999 บรรเจิดภาพยนตร์ มีการนำภาพยนตร์ประเภทบู๊มาฉายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม
4. ความบันเทิงที่ครบวงจร ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ได้ทำธุรกิจให้เป็นความบันเทิงแบบครบวงจร เพื่อให้เป็นความบันเทิงที่หลากหลายและเพิ่มทางเลือกให้ผู้ชม

- ความนิยมของผู้ชมที่มีต่อความบันเทิงประเภทต่างๆ

ผลจากการสนทนากลุ่มระหว่างกลุ่มผู้ชมชาวไทย กลุ่มผู้ชมชาวเกาหลี กลุ่มผู้ชมชาวพม่า และกลุ่มผู้ชมชาวม้ง โดยภาพรวม พบว่า ความนิยมของผู้ชมในการรับความบันเทิงหลังจากที่เสียค่าผ่านประตูเข้ามาภายในบริเวณงาน สามารถแบ่งได้ตามลักษณะความชอบในการเลือกเข้าชมความบันเทิงประเภทต่างๆ ที่ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ให้บริการ มีดังนี้

1. นิยมชมภาพยนตร์ เนื่องจากภาพยนตร์เป็นสื่อสามารถเห็นได้ทั้งภาพและฟังเสียงได้ ทำให้ผู้ชมเกิดความสนุกสนานในการรับชม

2. นิยมชมการแข่งขันชกมวย ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ นำการแข่งขันชกมวยเข้าร่วมในกิจกรรมฉายภาพยนตร์ ทำให้ผู้ชมเกิดความนิยมและชื่นชอบ เนื่องจากเป็นกีฬาที่สนุกสนาน

3. นิยมเดินเรคเคลื่อนที่ ผู้ชมคิดว่าสามารถรับชมความบันเทิงประเภทภาพยนตร์ และชมการแข่งขันชกมวยได้จากโทรศัพท์ แต่การเดินเรคไม่สามารถรับรู้ถึงความสนุกสนานได้ผ่านสื่อโทรศัพท์ จึงนิยมเดินเรคเคลื่อนที่

2. ปัจจัยภายในองค์กร

ปัจจัยภายในองค์กรเป็นตัวกำหนดนโยบายเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1. นโยบายบริษัท

นโยบายของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ซึ่งใช้เป็นแนวทางที่ตั้งไว้เพื่อใช้เป็นหลักปฏิบัติสำหรับการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง และมีผลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ได้แก่ การบริหารงานแบบครบวงจร การยึดหลักความซื่อสัตย์ในการทำงาน และการขยายธุรกิจเป็นแบบครบวงจร โดยการเพิ่มความบันเทิงอย่างครบครันให้กับผู้มาใช้บริการ

2.2. การเงิน

การเงินมีผลอย่างยิ่งต่อความอยู่รอดของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ จากการศึกษาปัจจัยด้านการเงิน ด้านรายรับมีรายได้เข้ามาจากหลายทางทำให้รายรับมีมากกว่ารายจ่าย

2.3. เทคโนโลยีในองค์กร

ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีการปรับปรุงสภาพทั่วไปของอุปกรณ์ โดยการเปลี่ยนจอ การเปลี่ยนตู้เครื่องเสียง การเปลี่ยนเครื่องฉายภาพยนตร์ 35 มม. ทำให้คุณภาพในการรับชมภาพยนตร์ดีขึ้น

ตอนที่ 4 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์

กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้เป็นหลักมีด้วยกัน 9 กิจกรรม คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ สื่อเคลื่อนที่ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ การนำผลิตภัณฑ์มาเป็นสื่อ และการใช้พนักงานมาเป็น สื่อสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การโฆษณา

ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ใช้การโฆษณาให้ทราบว่าจะมีการฉายภาพยนตร์ หรือจัดงานมหรสพ วันที่เท่าไร สถานที่ใด และราคาบัตรผ่านประตูราคาเท่าใด สื่อที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อเคลื่อนที่ (รถแห่) สื่อใบปลิว ป้ายผ้า และก๊ทเอาท์ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหรือคนชมตัดสินใจเข้ามาชม

2. การประชาสัมพันธ์

ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำกลยุทธ์นี้มาใช้สื่อสารกับผู้บริโภคหรือทำให้รู้จักชื่อของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ การประชาสัมพันธ์นี้เองเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรด้วย นอกจากนั้นยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายข่าว หรือเสียงตามสายประจำหมู่บ้าน โดยขอความร่วมมือจากผู้ใหญ่บ้าน หรือกำนันประจำหมู่บ้านนั้นๆ แม้ว่าหอกระจายข่าวจะไม่ได้มีทุกหมู่บ้านที่ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ไปให้บริการ

3. การส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ โดยอาศัยหลักการต่างๆ ไป คือ การลดราคาบัตรผ่านประตู การแลกของรางวัลภายในงาน การแจกหรือแถมภาพยนตร์ฟรี เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคหรือผู้ชมนำไปพิจารณาในการตัดสินใจเข้าชม

4. การจัดกิจกรรมพิเศษ

ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการเป็นหัวหน้า และนำเอารูปแบบและเนื้อหาของประเพณีของชุมชนบางอย่างเข้ามาคู่กับหนังสือกลางแปลงเพื่อดึงดูดความสนใจผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง โดยการจัดกิจกรรมพิเศษเนื่องในโอกาสสำคัญนี้นับเป็นการทำการตลาดเชิงรุกที่สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคเป็นอย่างดี

5. การใช้สื่อเคลื่อนที่

สื่อเคลื่อนที่ที่ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการนำมาใช้ ได้แก่ การใช้พาหนะของบริษัทเคลื่อนที่พร้อมกับการแพร่ภาพ ซึ่งลักษณะของรถแห่ของ 999 บรรณาธิการนั้นจะประกอบด้วย 2 สื่อ คือ ป้ายโฆษณาทั้งสองข้างของตัวรถ และการแพร่ภาพ

6. สื่อสิ่งพิมพ์

ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการมีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ใบปลิว โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจหนังสือกลางแปลงได้มาก และเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมาก

7. การใช้ป้ายต่างๆ

ธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการมีการใช้สื่อโฆษณาโดยใช้ป้ายต่างๆ ได้แก่ ป้ายผ้า ธงราว คัทเอ๊าท์ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบรายละเอียดของการขายภาพยนตร์และการจัดกิจกรรมบันเทิงอื่นๆ

8. การนำผลิตภัณฑ์มาเป็นสื่อ

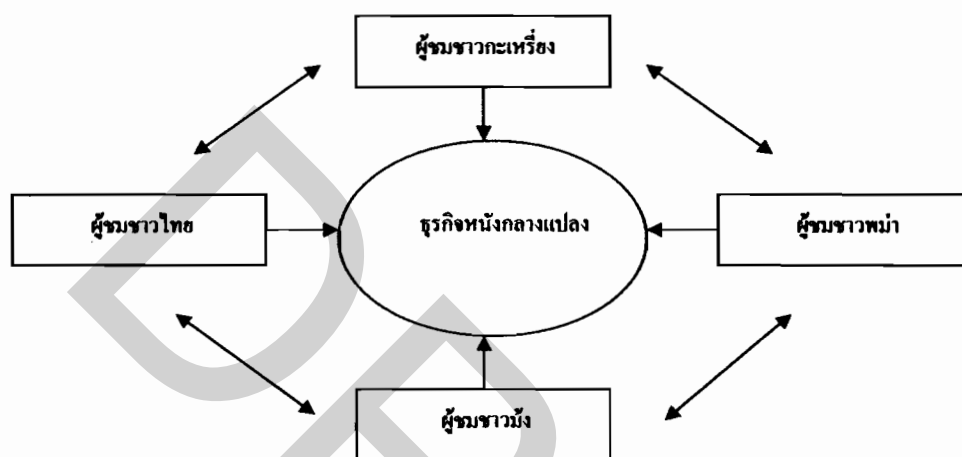
การนำผลิตภัณฑ์มาเป็นสื่อ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ จดจำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ได้แก่ การแจกปฏิทิน แจกเสื้อ และสติกเกอร์ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการกับกลุ่มผู้บริโภค

9. การใช้พนักงานมาเป็นสื่อ

เจ้าของธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิการ จะทำตัวเองให้เป็นสื่อ โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมของชุมชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับคนในชุมชนที่ธุรกิจหนังสือกลางแปลงไปให้บริการ

ตอนที่ 5 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจห้างกลางแปลง 999
บรรเจิดภาพยนตร์กับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์

ธุรกิจห้างกลางแปลงกลายเป็นสถานที่ศูนย์กลางที่ผู้ชมหลากหลายเชื้อชาตินำมาใช้เป็น
ช่องทางในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เนื่องจากผู้ชมต่างชาติพันธุ์ต่างมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ใกล้เคียง
กัน การมาชุมนุมในสถานที่เดียวกัน ทำให้เกิดประสบการณ์ร่วมกัน และนำไปสู่การแลกเปลี่ยน
วัฒนธรรมซึ่งกันและกัน



ภาพที่ 5.1 แสดงการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมภายในบริเวณที่ฉายห้างกลางแปลง

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้ เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. การสื่อสารระหว่างธุรกิจห้างกลางแปลงกับกลุ่มผู้ชม
2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมกับกลุ่มผู้ชม

1. การสื่อสารระหว่างธุรกิจห้างกลางแปลงกับกลุ่มผู้ชม

ธุรกิจห้างกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะใช้สื่อโฆษณาเป็นสื่อกลาง ลักษณะ
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมกับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์ จะออกมาในรูปของการโฆษณา
ธุรกิจห้างกลางแปลงโดยผ่านสื่อประเภท สื่อใบปลิว และสื่อเคลื่อนที่(รถแห่) ส่งไปถึง
ผู้ชมต่างชาติพันธุ์ ที่เป็นกลุ่มผู้ชมชาวไทย ชาวกะเหรี่ยง ชาวพม่า และชาวม้ง

1.1 ผลของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นภายในบริเวณที่ฉาย หนังกลางแปลงที่มีผลต่อกลุ่มผู้ชมต่างชาติพันธุ์ มีดังนี้คือ

จากการสนทนากลุ่มระหว่างกลุ่มผู้ชมชาวไทย กลุ่มผู้ชมชาวกะเหรี่ยง
กลุ่มผู้ชมชาวม้ง และกลุ่มผู้ชมชาวม้ง โดยภาพรวม พบว่า การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น
ภายในบริเวณที่ฉาย หนังกลางแปลงที่มีผลต่อกลุ่มผู้ชมต่างชาติพันธุ์ ดังนี้

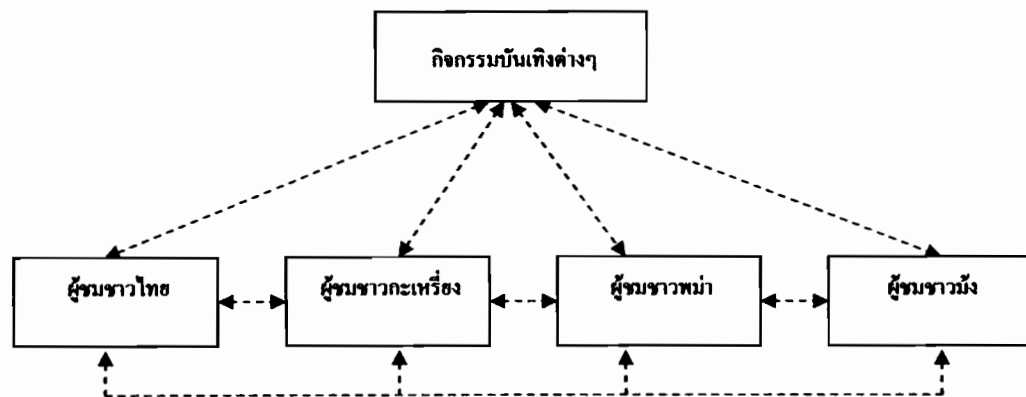
1.1.1 กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์จะนำตัวอย่างภาพยนตร์ที่ชมไปประยุกต์ใช้ใน
ชีวิตประจำวัน กลุ่มผู้ชมคนพม่า มีนำตัวอย่างภาพยนตร์ที่ได้รับชมจากหนังกลางแปลงไป
ประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน หรือการดำเนินชีวิตทั่วไป

1.1.2 กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์จะนำชื่อคาราภาพยนตร์ไปตั้งเป็นชื่อลูก ในอดีต
ชาวม้งที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยนิยมตั้งชื่อลูกเป็นภาษาพม่า แต่เมื่อความนิยมที่มีต่อ
ภาพยนตร์มีเพิ่มมากขึ้นพ่อแม่ก็หันมานิยมตั้งชื่อลูกตามชื่อคาราไทยที่ได้รับมาจากการ
ชมภาพยนตร์ ชื่อคาราที่นำมาตั้งส่วนใหญ่ คือ สมบัติ สรพงศ์ และพินนา

1.1.3 กลุ่มชนต่างชาติพันธุ์แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านทางพิธีกรรมโดย
การทำบุญ เนื่องจากชาวไทย ชาวกะเหรี่ยง และชาวม้งเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธเหมือนกัน
จึงนิยมเข้าวัดเพื่อทำบุญ ดังนั้นเมื่อมีการจัดกิจกรรมฉายภาพยนตร์ในวัด นอกจากผู้ชมจะได้รับ
ความบันเทิงจากการชมภาพยนตร์และกิจกรรมบันเทิงอื่นๆ ยังได้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่าน
การทำบุญด้วย

2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมกับกลุ่มผู้ชม

การสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมกับกลุ่มผู้ชมที่มาชมหนังกลางแปลง จะเป็นการสื่อสาร
ระหว่างกลุ่มผู้ชมชาวไทย ชาวกะเหรี่ยง ชาวม้ง สื่อสารกันเอง กลุ่มผู้ชมจะรวมตัวกันมา
เป็นกลุ่มตามเชื้อชาติของตน ส่วนใหญ่จะสื่อสารภายในกลุ่มของตนเองก่อน แล้วจึงมาร่วมตัวกับ
กลุ่มอื่นเพื่อชมกิจกรรมบันเทิงต่างๆ โดยไม่จำกัดเฉพาะกลุ่ม หรือแบ่งแยกเชื้อชาติ เกิดเป็น
การสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชม เนื่องจากกลุ่มผู้ชมหลากหลายเชื้อชาติสามารถเดินชมกิจกรรมบันเทิง
ประเภทต่างๆ ได้อย่างอิสระเสรี ทั้งนี้จะมีการจับกลุ่มในการชมหนังกลางแปลง ชมการแข่งขันมวย
เดินเชกเคลื่อนที่ ชมคอนเสิร์ตม้ง และชมละครพม่าร่วมกัน นอกจากนั้นยังพบปะกันตามร้านค้า
ภายในงาน



ภาพที่ 5.2 ภาพจำลองการสื่อสารระหว่างธุรกิจหนังกลางแปลงกับกลุ่มผู้ชมต่างชาติพันธุ์

5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อดึงดูดผู้ชมของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์” ผู้วิจัยได้อภิปรายผลที่เป็นประเด็นสำคัญเพื่อตอบปัญหาคำถามวิจัย ดังนี้

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

ตอนที่ 1 โครงสร้างและการบริหารงานของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์

จากการศึกษาแนวคิดการจัดองค์กรในกิจการโรงภาพยนตร์ของวิสูตร พูลวรลักษณ์ และทัศนีย์ จันทร ได้กล่าวถึงการจัดผังองค์กรเป็นการแบ่งงานตามหน้าที่ กิจการโรงภาพยนตร์มีการจัดองค์กรในรูปแบบไม่ซับซ้อนเนื่องจากเป็นกิจการที่ใช้บุคลากรไม่มากนัก หากเป็นองค์กรขนาดเล็กนั้นพนักงานอาจจะต้องรับผิดชอบหลายหน้าที่ เพื่อลดต้นทุนด้านการจัดองค์กรของกิจการโรงภาพยนตร์ ประกอบด้วย 2 ฝ่ายใหญ่ ๆ ได้แก่ 1. ฝ่ายบริหาร ได้แก่ เจ้าของโรงภาพยนตร์

ผู้จัดการโรงพยาบาล สำหรับโรงพยาบาลบางแห่งเจ้าของโรงพยาบาลอาจจะทำหน้าที่เป็นผู้จัดการโรงพยาบาลเอง บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการโรงพยาบาลนั้นจะทำหน้าที่ในการบริหารงานประจำวันแทนเจ้าของโรงพยาบาล 2. ฝ่ายปฏิบัติการ ได้แก่ พนักงานเก็บพนักงานบัญชี พนักงานห้องเครื่อง พนักงานจำหน่ายบัตร พนักงานประจำโรงพยาบาล พนักงานห้องฉาย พนักงานทำความสะอาด

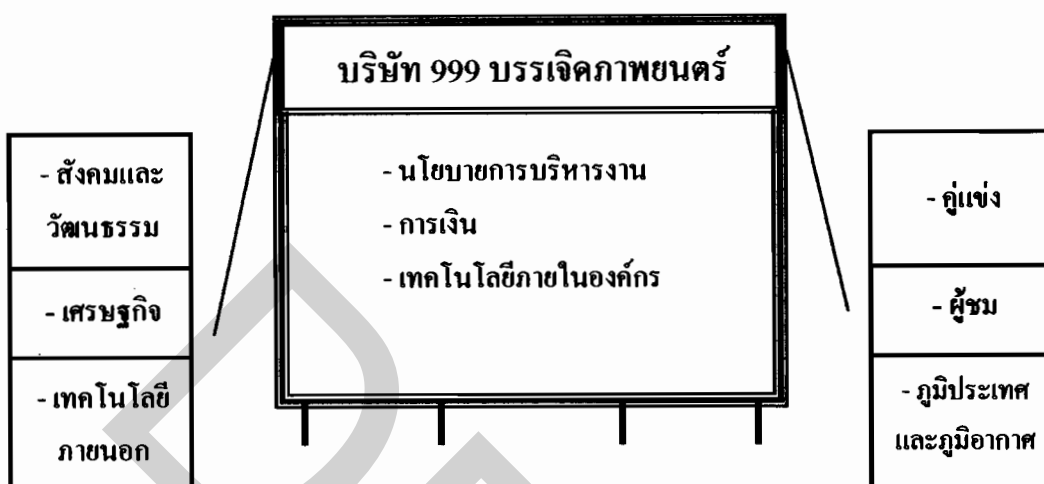
แนวคิดนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ คือธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ มีบุคลากรในการทำงานไม่มาก บุคลากรในองค์กรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันแบบเครือญาติ พนักงานแต่ละคนส่วนใหญ่จึงรับผิดชอบหลายหน้าที่ เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่าย การจัดองค์กรของ 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ประกอบด้วย 2 ฝ่ายใหญ่ๆ คือ 1.ฝ่ายบริหาร ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ 2. ฝ่ายปฏิบัติการ ได้แก่ พนักงานฝ่ายการเงิน/บัญชี พนักงานฝ่ายการตลาด พนักงานฝ่ายสื่อโฆษณา พนักงานจำหน่ายบัตร พนักงานทั่วไป และพนักงานเครื่องฉาย แต่จากการศึกษาพบว่า มีลักษณะการแบ่งหน้าที่การทำงานที่แตกต่างกันคือเจ้าของธุรกิจรับผิดชอบหน้าที่ในระดับฝ่ายบริหารควบคู่กับฝ่ายปฏิบัติการด้วย นอกจากนั้นยังไม่มีพนักงานทำความสะอาดเพื่อเป็นการประหยัดต้นทุน

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ พบว่า เกิดจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งปัจจัยภายนอกประกอบไปด้วย สังคมและวัฒนธรรม ภูมิประเทศและภูมิอากาศ เศรษฐกิจ เทคโนโลยีภายนอก คู่แข่ง และผู้ชม รวมทั้งปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายการบริหารงาน การเงิน เทคโนโลยีภายใน

การศึกษาแนวคิดบทบาทองค์กรสื่อสารมวลชน ของ เดนิส แมคเควล (Denis McQuail, 1992:137-143) (อ้างใน ชีรยา สมปราชญ์, 2547:21-23) ได้กล่าวถึงการทำงานขององค์กรสื่อสารมวลชนจะมีปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของแต่ละองค์กรสื่อสารมวลชนนั้นๆ โดยจะประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ คือ 1. ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ ปัจจัยทางสังคมและการเมือง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร การควบคุมด้านการเมือง สถาบันสังคมต่างๆ คู่แข่งขัน 2. ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ เทคโนโลยี ระบบการจัดการบริหาร บุคลากรด้านสื่อ

แนวคิดนี้สอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ คือ ธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ เป็นองค์กรทางธุรกิจแขนงหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ผู้วิจัยสามารถอธิบายและสรุปประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ซึ่งสามารถทำเป็นแบบจำลองดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.3 ภาพจำลองปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลง

ที่มา: พัฒนาจาก Denis McQuail 1992 : 137-143. (อ้างใน ชีรยา สมปราชญ์, 2547: 21-23)

จากแบบจำลองที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า ผลที่ได้จากการศึกษาในประเด็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ ทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในเปรียบเทียบกับแนวคิดบทาทองค์กรสื่อสารมวลชนพบว่า ปัจจัยภายในที่มีความสอดคล้องกัน ได้แก่ เทคโนโลยีองค์กร ระบบการจัดการบริหาร และบุคลากร เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับองค์กรสื่อสารมวลชน แต่จากการศึกษาพบว่า ยังมีปัจจัยที่มีความแตกต่างกัน ในส่วนของปัจจัยด้านการเงิน ธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ นำปัจจัยด้านการเงินมาพิจารณาควบคู่กับการตัดสินใจทำกิจการต่อไปหรือไม่ หากรายรับไม่เพียงพอกับรายจ่าย ก็อาจส่งผลให้ธุรกิจดำเนินกิจการไปด้วยความลำบาก ปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสอดคล้องกัน ได้แก่ ปัจจัยทางสังคม ด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี คู่แข่งขัน และผู้ชม สำหรับปัจจัยภายนอกที่แตกต่างกันนั้นธุรกิจหนังกกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จะพิจารณาเรื่องสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ ด้วยเนื่องจากธุรกิจหนังกกลางต้อง

ตระเวนไปขายต่างสถานที่ต่างๆ และต้องจัดฉายในพื้นที่โล่ง ไม่มีหลังคา ปัจจุบันจึงเข้ามามีผลต่อการดำเนินธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์

ตอนที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์

การศึกษาแนวคิดการสื่อสารการตลาดของเสรี วงศ์มณฑา (2540:30) พบว่า การสื่อสารการตลาดครบแบบครบวงจร เป็นการพัฒนาระบบการสื่อสารด้วยการใช้เครื่องมือในหลาย ๆ รูปแบบ และนำมาใช้เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งแต่ละเครื่องมือต้องใช้อย่างกลมกลืนและต่อเนื่อง ให้สอดคล้องในทิศทางเดียวกันและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

เครื่องมือการสื่อสารการตลาด ที่เสรี วงศ์มณฑา ได้รวบรวมวิธีการสื่อสารทางการตลาดไว้มีดังนี้ การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การตลาดเจาะตรง (Direct Marketing) การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) การจัดแสดงสินค้า (Display) การจัดโชว์รูม (Showroom) การจัดศูนย์สาธิตการทำงานของสินค้า (Demonstration Center) การจัดสัมมนา (Seminar) การจัดนิทรรศการ (Exhibition) การให้บริการ (Services) การใช้พนักงาน (Employee) การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) สื่อเคลื่อนที่ (Transit Media) การใช้ป้ายต่างๆ (Signage) การให้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (Merchandising) การให้สัมปทาน (Licensing) การจัดทำคู่มือ (Manual) และอื่นๆ (Other) อย่างไรก็ตาม กิจกรรมทางการสื่อสารการตลาด สามารถทำได้มากมาย ซึ่งอาจมีวิธีการอื่น ที่ไม่ได้รวบรวมไว้ ซึ่งผู้ที่ทำการสื่อสารการตลาดสามารถคิดริเริ่มสร้างสรรค์ได้เองตามสถานการณ์ โอกาส และความเหมาะสม

แนวคิดนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาพบว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ มีด้วยกัน 9 กิจกรรม คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ สื่อเคลื่อนที่ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายต่างๆ การนำผลิตภัณฑ์มาเป็นสื่อ และการใช้พนักงานมาเป็นสื่อ ซึ่งสามารถทำเป็นแบบจำลองดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.4 ภาพจำลองเครื่องมือการสื่อสารการตลาดของธุรกิจห้างกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์

ที่มา : เสรี วงศ์มณฑา.(2540).กรบเครื่องมือการสื่อสารการตลาด. หน้า 75.

จากแบบจำลองที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า เครื่องมือการสื่อสารการตลาดของธุรกิจห้างกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์ มีการใช้สื่อที่มีความหลากหลาย มีความสอดคล้องกับแนวคิดเครื่องมือการสื่อสารการตลาดของเสรี วงศ์มณฑา หรือกล่าวได้ว่า ธุรกิจห้างกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์มีการนำเครื่องมือหลายๆ เครื่องมือมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และผสมกลมกลืนกัน ธุรกิจห้างกลางแปลง 999 บรรเจิดภาพยนตร์จัดเป็นองค์กรเล็กๆ ที่ดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว ดังนั้นในการจัดทำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดทุกเครื่องมือ จะพิจารณาในเรื่องงบประมาณที่เป็นตัวเงิน หรือเสียค่าใช้จ่ายในการจัดทำไม่มากนัก โดยเน้นให้สมาชิกในองค์กรจึงจัดทำสื่อกันเอง

ตอนที่ 4 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิกาพยนตร์กับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่พบในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งได้ เป็น 2 กลุ่ม คือ
1. การสื่อสารระหว่างธุรกิจหนังสือกลางแปลงกับกลุ่มผู้ชม 2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมกับกลุ่มผู้ชม

การสื่อสารระหว่างธุรกิจหนังสือกลางแปลงกับกลุ่มผู้ชม พบว่าธุรกิจหนังสือกลางแปลง 999 บรรณาธิกาพยนตร์จะใช้สื่อโฆษณาเป็นสื่อกลาง ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมกับกลุ่มชนต่างชาติพันธุ์ โดยจะออกมาในรูปของการโฆษณา ธุรกิจหนังสือกลางแปลงโดยผ่านสื่อประเภทสื่อใบปลิว และสื่อเคลื่อนที่ (รถแห่) ที่มีเนื้อหาโฆษณาสองภาษาส่งไปถึงผู้ชมต่างชาติพันธุ์ ที่เป็นกลุ่มผู้ชมชาวไทย ชาวกระเหรี่ยง ชาวพม่า และชาวม้ง การสื่อสารระหว่างธุรกิจหนังสือกลางแปลงกับกลุ่มผู้ชมนั้น ผู้ชมในฐานะผู้รับสารจะมีการรับรู้และเลือกตีความเนื้อหาโฆษณาด้วยความเข้าใจทัศนคติและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

การสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมกับกลุ่มผู้ชม พบว่า จะเป็นการสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมชาวไทย ชาวกระเหรี่ยง ชาวพม่า ชาวม้ง สื่อสารกัน มีการจับกลุ่มในการชมหนังสือกลางแปลง ชมการแข่งขันมวย เดินเรคเคลื่อนที่ ชมคอนเสิร์ตม้ง และชมละครพม่าร่วมกัน โดยไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มหรือแบ่งแยกเชื้อชาติ การสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ชมกับผู้ชมนั้น เป็นการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่ทำให้รู้และเข้าใจในวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของคนต่างกลุ่มที่เราสื่อสารด้วย การปรับทำความเข้าใจระหว่างกันทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนกลุ่มอื่นมากขึ้น

งานวิจัยชิ้นนี้สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม Jandt (1998) (อ้างในเมตตา วิวัฒนานุกูล, 2548:9) กล่าวว่าในภาวะปัจจุบัน ซึ่งมนุษย์จำเป็นต้องติดต่อหรือพบปะกับคนจากหลากหลายวัฒนธรรมมนุษย์มี “หน้าที่” ที่จะต้องเข้าใจความแตกต่างของวัฒนธรรมต่างๆ ขอมรับในความแตกต่างนั้นๆ และพัฒนาตนให้เป็นผู้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การที่คนเรารู้จักคนอื่นมากๆ จากหลากหลายวัฒนธรรมจะช่วยให้เรารู้จักและเข้าใจตนเองและขอมรับผู้อื่นมากขึ้น การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจึงมุ่งที่จะเน้นให้เกิดการเอาใจเขามาใส่ใจเรา และเป็นเรื่องของความสามารถเฉพาะบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์การตีความในสิ่งที่มนุษย์แต่ละคนได้รับรู้มีความแตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งนี้

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อดึงดูดผู้ชมของธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรณาธิการ ซึ่งเห็นว่าสื่อโฆษณาสองภาษาที่ 999 บรรณาธิการนำมาใช้ มี 2 สื่อ คือ สื่อใบปลิว และสื่อเคลื่อนที่ (รถแห่) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมต่างชาติพันธุ์มากยิ่งขึ้น ควรจัดทำสื่อสองภาษาในสื่อโฆษณาอื่น เช่น สื่อป้ายผ้า คัทเอ้าท์ และโปสเตอร์ เป็นต้น

2. สำหรับการบริหารงานที่เน้นการบริหารงานแบบครอบครัว มีเจ้าของธุรกิจเท่านั้นที่เป็นผู้ตัดสินใจ หากเกิดปัญหาอะไรจะต้องรอการตัดสินใจจากเจ้าของธุรกิจเท่านั้น ดังนั้นธุรกิจหนังกลางแปลง 999 บรรณาธิการ จึงควรมีผู้ช่วยที่มีความชำนาญ ช่วยในการบริหารและดูแลกิจการต่อไป

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับตัวของเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจหนังกลางแปลงในมุมมองของนักวิชาการ มีดังนี้ ปรับตัวให้เป็นความบันเทิงแบบครบวงจร ปรับตัวให้เข้าไปมีส่วนร่วมทำงานประเพณีต่างๆ ปรับตัวโดยการสร้างกระแสนิยม ปรับตัวในด้านการส่งเสริมการขาย ปรับตัวเข้าร่วมกับผู้นำชุมชน

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างของธุรกิจหนังกลางแปลงในประเทศไทย ว่ามีธุรกิจหนังกลางแปลงจำนวนเท่าไร และมีโครงสร้างการดำเนินงานอย่างไร

2. ควรศึกษาในส่วนของการคิดเห็นของกลุ่มผู้ชมหนังกลางแปลงว่ามีพฤติกรรมการชมอย่างไร มีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มีเพียงใด และถ้าไม่มีธุรกิจหนังกลางแปลงในอนาคต กลุ่มผู้ชมจะติดตามสื่อภาพยนตร์จากแหล่งใด