บทที่ 4

ลักษณะของชมรม ซีเนคลับ และสตาร์พิคส์คลับ

การวิจัยเรื่อง "การศึกษากลุ่มสมาชิกของชมรมภาพยนตร์ของหนังสือ StarpicS และหนังสือ Cinemag พ.ศ. 2538" มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยในการรวมกลุ่มของกลุ่มสมาชิกภาพยนตร์ของหนังสือ StarpicS หรือ สตาร์พิคส์คลับ และกลุ่มสมาชิกของหนังสือ ซีเนแมก หรือที่เรียกว่า ซีเนคลับ (Cine Club) อันนำไปสู่การทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งเป็นเหตุการณ์ทางสังคม (Social Event) เหตุการณ์หนึ่งโดยในบทที่ 4 นี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงลักษณะของชมรมทั้งสองเพื่อที่จะได้รู้ถึงความเป็นมาของชมรมซึ่งก่อตั้งโดยทีมผู้ผลิตทั้งสอง โดยกล่าวถึงรายละเอียดของความเป็นมาของหนังสือทั้งสองเล่ม เนื้อหาและรูปแบบของหนังสือ การก่อตั้งชมรมซีเนแมก และสตาร์พิคส์ ช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วมของสมาชิก ปัจจัยที่ดึงดูดให้สมาชิกเข้ามาร่วมกิจกรรมและให้สมาชิกมาเป็นแฟนของทั้งหนังสือ และชมรม ตลอดจนผลประโยชน์ที่ได้จากการทำกิจกรรมของชมรม โดยใช้แนวความคิด เรื่องการตลาดเพื่อการซื้อขายและการตลาดเพื่อความสัมพันธ์ ทฤษฎีสื่อมวลชนเพื่อประชาธิปไตย และแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค

ความเป็นมาของหนังสือ ซีเนแมก

หนังสือซีเนแมก(Cinemag) คือหนังสือที่มีสาระเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด ภาพยนตร์ต่างประเทศ ภาพยนตร์เอเชียและภาพยนตร์ไทย ติดตามความเคลื่อนไหวของบรรดาดาราของ-ฮอลลีวู้ด เป็นนิตยสารรายปักษ์ออกทุกวันที่ 1 และ 15 ของทุกเดือน ฉบับแรกออกเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2537 หน้าปกคือภาพหนังจากเรื่อง *"Mrs.Doubtfire"* ด้วยราคาหน้าปก 40 บาท

ทีมงานที่ก่อตั้งหนังสือซีเนแมกคือทีมงานเดียวกับที่ทำหนังสือ เอนเตอร์เทน (Entertain) ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2526 จนถึงปีพ.ศ. 2536 จึงได้วางมือจากหนังสือเอนเตอร์เทน เนื่องจากมีข้อขัดแย้งกับผู้บริหารภายในของบริษัท "สยามสปอร์ต พับบลิชชิ่ง" นับเวลาที่ทีมงานดำเนินการผลิตหนังสือเอนเตอร์เทนเป็นเวลา 10 ปี โดยมีคุณประไพพรรณ เหล่ายนตร์ เป็นบรรณาธิการและเป็นผู้เขียนคอลัมน์บ.ก.แถลง และคุยกับบ.ก. รวมทั้งเป็นหัวหน้าทีมในก่อตั้ง "เอนเตอร์เทน คลับ" จนกระทั่งในปัจจุบันคือ "ซีเน คลับ (Cine Club)"

การวางมือจากการผลิตหนังสือเอนเตอร์เทน ซึ่งเป็นหนังสือ ราย 10 วัน ราคาเล่มละ 15 บาท เป็นเหตุผลส่วนตัวที่ทีมงานมิอยากจะเปิดเผย แต่ก็ได้มีการรวบรวมทีมงานเก่าๆ เกือบทั้งหมด รวมทั้งสมาชิกใหม่ไฟแรง จัดทำหนังสือในรูปแบบใหม่ที่ถูกใจท้องตลาดมากกว่า และมีเนื้อที่โฆษณามากกว่า รวมทั้งมีกลุ่มทีมผู้บริหาร ที่ให้อิสระในการทำงานมากขึ้น จึงกลายมาเป็นหนังสือ ซีเนแมกในปัจจุบัน ตรงจุดนี้จากการสัมภาษณ์ คุณมงคลชัย ชัยวิสุทธิ์ บรรณาธิการฝ่ายโฆษณา และเป็นหนึ่งในผู้เขียนคอลัมน์ในหนังสือ ซีเนแมก ในคอลัมน์เกี่ยวกับการวิจารณ์หนัง ใช้ชื่อว่า "ตีตั๋ว" กล่าวว่า "จุดมุ่งหมายในการทำหนังสือ ซีเนแมกขึ้นมาหลังจากที่เลิกราจากการทำหนังสือเอนเตอร์เทน ก็เพราะตัวเองมีอาชีพในการทำหนังสือมาโดยตลอดเป็นระยะเวลากว่า 10 ปี ประกอบกับตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศ ในบ้านเรากำลังเจริญเติบโต ดังนั้นสื่อหนังสือตรงนี้ทำขึ้นเพื่อสนองทั้งตลาดและความต้องการในการอยากทำหนังสือของทีมงานด้วย แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบของหนังสือได้ปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น รูปเล่มหนาขึ้น มีคอลัมน์ที่เกี่ยวข้องกับหนังมากขึ้น มีทีมงานที่มีความพร้อม ข้อมูลที่นำมาลงก็มีความฉับไวและแน่นอน เรียกได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของหนังสือ Cinemag สามารถจัดสิ่งที่เป็นข้อจำกัดที่พบในการผลิตหนังสือออกไปได้ ที่แน่นอนก็คือสามารถที่จะควบคุมเวลาในการผลิตได้ดีขึ้น ทีมผู้บริหารให้อิสระเต็มที่"

ในช่วง 2-3ปีที่ผ่านมา ตลาดหนังฝรั่งในประเทศไทยบูมมาก อันเนื่องมาจากการลดภาษีขาเข้าของหนัง และการสร้างโรงภาพยนตร์ที่มีระบบที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้มีคนไปดูหนัง ตามโรงภาพยนตร์ การแข่งขันของสื่อเดียวกัน ดูจะเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ การบูมของตลาดภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด ทำให้สามารถรองรับตลาดหนังสือที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ได้หลายเล่ม สินค้าที่เกี่ยวข้องกับตัวภาพยนตร์สามารถขายได้ด้วยในช่วงที่ตัวหนังมีความดัง มันส่งต่อเป็นลูกโซ่ แต่อย่างไรก็ตามหนังสือแต่ละเล่มจะต้องคงความเป็นเอกลักษณ์ของตัวมันเอง

แนวความคิด (Concept) ของหนังสือ ซีเนแมก จะคงลักษณะเดิมหลายๆอย่างของเอนเตอร์เทนเอาไว้ เพียงแต่สามารถสอดแทรกสาระที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ได้อย่างมีอิสระมากขึ้น รูปแบบเดิมของหนังสือเอนเตอร์เทน พยายามที่จะให้สมาชิก หรือ ผู้ที่อ่านหนังสือมีส่วนร่วมกับหนังสืออย่างมาก ในเรื่องของการเข้าร่วมกิจกรรม ของคลับ การทายปัญหา จดหมายคุยกับบ.ก. เพราะสิ่งเหล่านี้คือเครื่องวัดความนิยมของหนังสือ และสามารถที่จะทำให้ผู้ผลิตหนังสือรู้ถึงความต้องการของตัวผู้อ่าน หรือสมาชิกของตนได้ สิ่งที่แตกต่างกันออกไป ก็คือ ในครั้งที่ยังเป็นหนังสือ

เอนเตอร์เทนนั้น เป็นเพียงหนังสือราย 10 วันที่มีความหนาเพียงไม่ถึง 100 หน้า และมี โฆษณาเข้ามาน้อย และยังไม่มีระบบสมาชิกนิตยสารรายปี (Annual subscriber system) มีเพียงใบสมัครที่สอดแทรกภายในเล่มเพื่อให้สมัครเข้าร่วมกิจกรรมกับ เอนเตอร์เทนคลับ และค่าสมัครก็เพียง 50 บาทต่อปี

แต่อย่างไรก็ตามแนวความคิดในเรื่องของเนื้อหาสาระที่บรรจุอยู่ภายในของ เอนเตอร์เทน เก่า กับซีเนแมกจึงมีความใกล้เคียงกันอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งคอลัมน์ที่เกี่ยวข้องกับตัวสมาชิกของหนังสือคือเอนเตอร์เทน คลับ ที่กลายมาเป็นซีเนคลับ และดูยกับบ.ก. 2 คอลัมน์นี้จะเน้นให้เห็นถึงความผูกพันที่เหนียวแน่นของแผ่นหนังสือของเอนเตอร์เทน ที่ต่อมากลายเป็นแฟนหนังสือซีเนแมกเมื่อเปลี่ยนทีมงาน

การเปลี่ยนรูปโฉมใหม่ของซีเนแมกมีผลจากความต้องการที่จะตอบสนองตลาดผู้บริโภคหนังสือที่มีสาระเกี่ยวกับภาพยนตร์ให้มีรูปเล่มที่น่าจับ น่าซื้อมีคอลัมน์ใหม่ๆที่น่าสนใจ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ซีเนแมก เป็นหนังสือที่เอื้อต่อตลาดมากขึ้น ก็คือมีทีมบุคลากรที่พร้อมและมีไฟที่จะทำหนังสือ ที่มีคุณภาพมากขึ้น มีโฆษณาเข้ามามาก และมีความหนาเพิ่มขึ้น จากตรงนี้จะเข้ากับแนวคิดของ McQuail (1994) ที่พูดถึงว่าผู้ชมเปลี่ยนสถานะของตนเองจากฐานะที่เป็นมวลชน (Audience as Mass) มาเป็น "ตลาด" ซึ่งจะมีความแคบลง ในที่นี้ผู้อ่าน ของซีเนแมก คือ "ตลาด" การพัฒนาทางเศรษฐกิจ และความต้องการเงินตรานำไปสู่แนวความคิดนี้ สื่อสิ่งพิมพ์คือหนังสือซีเนแมก เปรียบเสมือนสินค้า (Product) และผู้อ่านคือผู้บริโภค (Consumer) ดังนั้นทีมผู้ผลิตหนังสือ จึงต้องพยายามแข่งขันเพื่อแย่งลูกค้ากับคนอื่น การเจาะจงกลุ่มผู้บริโภคลงไป เช่น เจาะจงตามพื้นที่ เพศ การศึกษา อายุ ฯลฯ คำยืนยันข้อความเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์คุณประไพพรรณ พูดถึงว่า "ซีเนแมกตอนนี้จะมีโฆษณาเข้าและทิศทางของตัวหนังสือก็ยังมีจุดยืนของตัวเองอยู่ ตลอดจนหนังสือก็เอื้ออำนวยต่อการตลาด เพราะซีเนแมก ตั้งแต่เล่มแรกก็เริ่มระบบสมาชิกรายปี แฟนของหนังสือ จะเป็นผู้สนับสนุนที่ดีมาก เพราะเรามีเงินทุนตรงนี้เป็นแหล่งทุนสนับสนุนหนังสืออยู่แล้วอย่างค่อนข้างมั่นคง ด้วยระบบตอบรับสมาชิก (Subscriber system) ทำให้เรามีเงินทุนโดยไม่ต้องกู้หนี้ยืมสินใครโดยไม่จำเป็นต้องระดมเงินทุน ยิ่งมีสมาชิกมากเท่าไหร่ก็สามารถสร้างความมั่นคงให้กับตัวหนังสือได้มากยิ่งขึ้น เป็นยุทธวิธีทางการตลาดของหนังสือทุกๆเล่ม"

กลุ่มเป้าหมายของหนังสือซีเนแมก

"กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ครั้งแรกตั้งใจว่าจะเป็นนักเรียนวัยรุ่น อายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไป แต่พอทำไปทำมากลุ่มลูกค้ากลุ่มใหญ่จะเป็นกลุ่มของคนที่ทำงานแล้ว และนักศึกษาตั้งแต่มัธยมปลายถึงมหาวิทยาลัย แต่กลุ่มมัธยมต้นก็ยังมี กลุ่มที่ไม่คาดคิดก็ยังมีอีกมาก ซึ่งเป็นสมาชิกเก่าตั้งแต่สมัยยังทำอยู่เอนเตอร์เทน เป็นแฟนหนังสือกันเป็นเวลากว่า 10 ปี " จากการสัมภาษณ์ คุณประไพพรรณ บ.ก.ของหนังสือซีเนแมก จากคอลัมน์คุยกับบ.ก.ในหนังสือซีเนแมก ที่แฟนหนังสือได้เขียนมาคุยกับบ.ก.มีตัวอย่างของสมาชิกที่มีความจงรักภักดีกับตัวหนังสือและทีมงาน มีความว่า

ปัตตานี

เรียนคุณประไพพรรณ

ผมติดตามผลงานของคุณและทีมงานมานานร่วม 10 ปี ได้แล้วล่ะ ยอมรับว่าพวกคุณทำหนังสือพวกนี้ (บันเทิง) ได้ดีมากไม่ว่าจะเป็นชื่อหรืออะไรก็ตาม พวกคุณยังมีความคิดคงเส้นคงวาในการทำหนังสือ ที่มีคุณภาพมาโดยตลอด .....(คัดจากคอลัมน์ คุยกับบ.ก.จากหนังสือ ซีนีแมก เล่มที่ 22 ปักษ์หลังเดือนมกราคม 2538)

สวัสดีครับบ.ก. และทีมงานทุกคน

กระผมเป็นคนหนึ่งที่ติดตามอ่าน Cinemag มาตลอด ตั้งแต่เล่มแรก (จริงๆแล้วติดตามมาตั้งแต่อยู่บ้านเก่าโน้น (.ในที่นี้ผู้ทำวิจัยตีความ"คำว่าบ้านเก่าที่ผู้อ่านเขียนถึง คงหมายถึง หนังสือเอนเตอร์เทน")) ขอชมนะครับว่า อ่านสนุก มีสาระ แล้วก็ภาพสวย เขียนดี เห็นเล่มแรกรู้ว่าบ.ก. และทีมงานกลับมาทำผลงานเพื่อประชาชนอีกครั้ง ก็ดีใจมากๆเลย นี่ถ้าบ.ก.ไม่กลับมาก็ไม่รู้เหมือนกันว่า จะหาหนังสือดีๆที่ไหนอ่าน รู้ไหมครับผมลองอ่านเล่มอื่นดูแล้ว หาสาระยากจริงๆ เปิดไปเจอแต่โฆษณา คงจะมีแต่ Cinemag นี่แหล่ะ นอกจากจะให้ความบันเทิงแล้วยังให้ข้อคิดดีๆอีกด้วย โดยเฉพาะคอลัมน์ บรรณาธิการแถลง .....แฟนจริง Cinemag

จุดขายของ ซีนีแมก

คุณเมงคลชัย (ตี๋ตั๋ว) กล่าวว่า "จุดขายของ Cinemag อยู่ที่เนื้อหาสาระข้างในที่บรรจุ มีการเสนอความเร็วในข้อมูล ในแง่ของหนังสือรายปักษ์ (ออกทุกวันที่ 1 และ 15ของเดือน) ในแง่ของสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบ.ก.แถลง เรื่องที่พูดคุยก็ไม่ใช่เฉพาะตัวหนัง แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวสังคมด้วยสาระจะบวกสังคมเข้าไปด้วย" จากแนวความคิดของ Christopher ET Al (1931) พูดถึงการตลาดเพื่อความสัมพันธ์ (Relationship Marketing) จะเห็นว่าทีมผู้ผลิตหนังสือ ซีเนแมก พยายามที่จะเน้นการรักษากลุ่มลูกค้าในระยะยาว เพื่อให้สมาชิกหรือผู้อ่านมีการเกาะกลุ่มและเป็นแฟนของหนังสือไปตลอด ในเรื่องของคุณภาพของหนังสือ จึงเป็นหัวใจสำคัญของการผลิต จากการสัมภาษณ์บ.ก.ของซีเนแมก ยังคงย้ำจุดนี้ว่า " สิ่งที่สำคัญคือคุณภาพของสินค้า คือตัวหนังสือจะต้องมีความดีในตัวของมันเอง เพราะถึงแม้ว่าจะโหมการโปรโมทตัวสินค้า แต่ถ้าตัวสินค้าคุณภาพไม่ค่อยดี ก็อยู่ไม่ได้ การตลาดที่โปรโมทไปก็เพื่อให้คนได้รู้จักตัวหนังสือ แล้วเมื่อเขาได้สัมผัสแล้วรู้ว่าตัวหนังสือดีจริงๆ ก็จะมาเป็นแฟนหนังสือกันต่อไป"

-ระบบการตอบรับสมาชิก หรือสมาชิกนิตยสารรายปี ที่สมาชิกจะมีสิทธิพิเศษในการเป็นสมาชิกของCine Club ตลอดระยะเวลา 1 ปีที่เป็นสมาชิก จะมีการส่งข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมล่วงหน้า รวมทั้งในหนังสือจะแทรกใบสำหรับดูหนังรอบพรีวิว ซึ่งผู้ที่เป็นสมาชิกสามารถที่จะใช้บัตรสมาชิกเป็นใบเบิกทางรวมทั้งยังสามารถตัดบัตรในหนังสือ มาดูหนังด้วยได้ ตรงนี้เป็นการชักนำสมาชิกใหม่เข้าสู่กิจกรรมของ ซีเน คลับ เพราะจากการทำกิจกรรมในลักษณะแบบนี้เป็นการบอกต่อแบบปากต่อปาก กิจกรรมซีเน คลับจึงเป็นจุดขายสำคัญของตัวหนังสือเช่นกัน

- ของแถมที่ระบุไว้ในตัวหนังสือ สำหรับคอหนังที่เป็นนักสะสมผลิตภัณฑ์จากหนังไม่ว่าจะเป็น Poster หนังเรื่องโปรด แฮนด์บิล ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง หนังสือ ซีนีแมกเปิดคอลัมน์ ชมรม Handbill เพื่อเป็นศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยน แฮนด์บิลของสมาชิก เนื่องจากกระแสในการสะสมแฮนด์บิลของสมาชิกมีมากขึ้น นอกจากจะเป็นศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนก็ยังเปิดโอกาสให้สมาชิก ได้ซักถามแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแฮนด์บิลได้อย่างอิสระ นอกจากนั้นก็มีรายการของแฮนด์บิที่ออกมาในแต่ละเดือน แต่น่าเสียดายที่ระยะหลังคอลัมน์นี้หายไป เนื่องจากบุคลากรที่เป็นคนจัดคอลัมน์นี้ลาออกและความต้องการแฮนด์บิลของสมาชิกมีเกินกว่าของที่

จะแจกจ่าย แฮนด์บิลจึงกลายมาเป็นของแถมภายในเล่มที่จะแทรกให้กับหนังสือที่ส่งให้กับสมาชิกรายปี

ส่วนของแถมอื่นก็คือ ทางหนังสือจะระบุว่าจะทำอย่างไรจึงสามารถแลกโปสเตอร์หนังเรื่องดังที่ทางหนังสือจะให้รายละเอียดระบุไว้ในเล่ม เช่นในเล่มที่ 14.-15-16 แจกโปสเตอร์หนังเรื่อง *"The Lion King"* กติกา คือ เพียงแค่สะสมบัตร "แถมโปสเตอร์" ทั้งหมด 3 ใบ ซึ่งจะลงในหนังสือ ตั้งแต่ฉบับ14-15-16 ตามลำดับ บัตรที่สามารถใช้แลกโปสเตอร์นั้น จะต้องเป็นบัตรที่เรียงลำดับตามหมายเลข 1-2-3และต้องเป็นบัตรจากหนังสือซีเนแมกเท่านั้น การสะสมบัตรไม่ครบตามลำดับ การสะสมบัตรที่ซ้ำกันหรือการนำบัตรไปถ่ายเอกสาร ถือว่าไม่เป็นไปตามกติกา จึงไม่มีสิทธิ์ที่จะได้รับโปสเตอร์ ผู้วิจัยมองจุดขายของหนังสือซีเนแมกตรงนี้ว่าตัวสมาชิกทุกคนไม่รู้สึกว่าตัวเองเสียผลประโยชน์อะไร เพราะอย่างไรก็ตามตัวเองก็ต้องซื้อหนังสืออ่านอยู่แล้ว การแถมโปสเตอร์หนังที่ตัวเองโปรดจึงเป็นเรื่องที่น่าติดตาม ถึงแม้ว่าจะต้องซื้อหนังสือถึงสามเล่ม เพื่อตัดบัตรให้ครบแล้วนำไปแลกตามสถานที่ๆตัวหนังสือกำหนดหรือแลกกับทีมงานในวันที่ไปทำกิจกรรมของซีเนคลับ ตามโรงหนังต่างๆ ซึ่งเป็นวิธีที่ฉลาดที่จะทำให้ตัวผู้อ่านหรือสมาชิกของตน ได้ติดตามหนังสือไปโดยอัตโนมัติ การแถมโปสเตอร์หนังเรื่องต่างๆนั้น บางครั้งตัวสมาชิกรายปีจะได้รับทันทีที่สมัครเป็นสมาชิก หรือ ถ้าตัวสมาชิกเข้าร่วมเล่นเกมส์เพื่อชิงรางวัล ก็จะสามารถรับได้ในเวลาเล่นเกมส์ นอกนั้นก็ยังมีรางวัลอื่นๆอีกมากมาย

การติดต่อกับสมาชิกเป็นระยะยาว การให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในคอลัมน์เวทีวิจารณ์หนังที่ตัวเองชื่นชอบ หรือคอลัมน์ Cine Vote สมาชิกสามารถที่จะโหวตเพื่อเลือกหนังยอดเยี่ยมในแต่ละเดือน หรือโหวตสำหรับพระเอก และนางเอกยอดนิยม เพราะทางทีมผู้จัดทุกคนมีความคิดเห็นร่วมกันที่ว่า การที่จะผูกพันให้ผู้อ่านเป็นแฟนติดตามหนังสือของตน จำเป็นจะต้องให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและ มีส่วนร่วมสนุกกับการทายปัญหาที่ท้าทาย เป็นปัญหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ที่ถ้าติดตามอ่านหนังสือเป็นประจำก็จะสามารถตอบได้ไม่ยาก

รูปแบบและเนื้อหาของหนังสือ ซีเนแมก

Cinemag หรือ ซีเนแมก เป็นนิตยสารเพื่อคนชอบดูหนังวางแผงทุกวันที่ 1 และ 15 ของเดือนฉบับแรกออกเมื่อวันที่ 1 เดือน มีนาคม 2537 หน้าปกหนังสือเล่มแรกจากภาพยนตร์เรื่อง

"Mrs. Doubtfire" เป็นนิตยสารที่มีความหนา 138 หน้า อัตราในการสมัครเป็นสมาชิกนิตยสารซีเนแมกรายปีในช่วงปี 2537 1ปี 24 เล่ม(เริ่มครั้งแรกเล่มที่ 12 เดือนสิงหาคม 2537) คือราคา 860 บาทรวมค่าจัดส่งแล้ว สำหรับสมาชิก 10 ท่านแรกที่สมัคร แจกกระเป๋าคาดเอวจากหนังเรื่อง Geronimo ของผู้กำกับ วอลเตอร์ ฮิวส์ ฟรี และสำหรับผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกของนิตยสารรายปี ก็จะได้เป็นสมาชิกของซีเน คลับโดยอัตโนมัติ จะได้รับหมายเลขสมาชิกของตนเอง บัตรสมาชิกและหนังสือเดือนละ 2 เล่ม โดยส่งมาทางไปรษณีย์ และเมื่อมีกิจกรรมใดๆก็จะแจ้งให้กับสมาชิกทราบด้วยการส่งไปรษณียบัตร หรือจดหมายมาแจ้งข่าว เป็นรายบุคคล นอกจากนั้นยังได้รับสิทธิพิเศษคือเมื่อทางหนังสือมีโปรแกรมของการจัดกิจกรรมพิเศษ หรือที่เรียกว่ากิจกรรมฉุกเฉินผู้ที่เป็นสมาชิกรายปีอยู่แล้วจะได้รับการบอกข่าวคราวการทำกิจกรรมนั้นๆโดยไม่ต้องสำรองของเปล่าติดแสตมป์จ่าหน้าของถึงตัวเองเอาไว้ที่บริษัท หรือฝากกับทีมงานไว้ เพราะ ทางบริษัทจะมีข้อมูลรายละเอียดของสมาชิกเก็บเอาไว้ และอายุของสมาชิกจะมีข้อจำกัดอยู่เพียง 1 ปี และต้องทำการต่ออายุด้วยการชำระเงินเพิ่มตามอัตราที่กำหนด ปัจจุบันเนื่องจากตัวหนังสือได้เพิ่มราคาจากเล่มละ 40 บาทมาเป็น 60 บาท ราคาของอัตราสมาชิกรายปีจึงขยับขึ้นมาเป็น 1 ปี 24 เล่ม (ต้องระบุว่าจะเป็นสมาชิกตั้งแต่เล่มที่เท่าไหร่ถึงเท่าไหร่) เป็นราคา 1,200 บาทแต่ตัวสมาชิกจะได้รับของแถมต่างๆมากมาย อาทิ โปสเตอร์หนังของแท้จากอเมริกา เป็นจำนวนกี่เรื่อง แฮนด์บิลล์ของภาพยนตร์ที่ดังในช่วงนั้น และแฮนด์บิลล์เก่าๆที่หายาก โดยจะแทรกให้ไว้ในหนังสือที่ส่งมาให้แต่ละเล่ม รวมทั้งบัตรสมาชิก ในบางครั้งก็มีเสื้อยืดที่ระลึก ซีเนแมกฉบับเอ็กซ์ตร้าที่จัดพิมพ์พิเศษเพื่อภาพยนตร์บางเรื่อง เช่น ซีเนแมกฉบับ Toy Story ,ซีเนแมกฉบับ The Lion King หรือฉบับพิเศษ เรื่อง Pocahontas , Batman Forever เป็นต้น

เนื้อหาที่บรรจุในนิตยสารซีนีแมก ในช่วงปีแรกๆจะประกอบด้วย

บ.ก. แถลง - ถ้อยแถลงจากบ.ก. ประไพพรรณ เหล่ายนตร์ ว่าด้วยเรื่องเหตุการณ์บ้านเมืองต่างๆ เรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคม และมีบางส่วนที่เกี่ยวกับตัวหนังสือ

Hot Gossip - เรื่องราวซุบซิบนินทา ของแวดวงดาราฮอลลีวู้ด

หนังข่าว - รายงานข่าวความเคลื่อนไหวของภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด ภาพยนตร์ต่างประเทศ ภาพยนตร์เอเชีย และการสร้างหนังเรื่องใดในช่วงเวลานั้นๆ หรือรายงานข่าวเกี่ยวกับตัวดารา ผู้กำกับดังๆของฮอลลีวู้ด

Cine Preview - พรีวิวหนังใหม่ที่แทรกบทวิจารณ์จากนักวิจารณ์ของนักวิจารณ์ฮอลลีวู้ด เป็นภาพยนตร์ที่ยังไม่ได้นำมาฉายในเมืองไทย

คอลัมน์หรือบทความที่เกี่ยวพันกับสถานะการณ์ดังๆในช่วงนั้นๆเช่น เปิดม่านออสการ์ สรุปผลของหนังเรื่องต่างๆ ดารา ผู้กำกับฯลฯ ที่ได้เสนอชื่อเพื่อชิงออสการ์

หรีดอาลัย - บทความไว้อาลัยและพูดถึงผลงานของดารา และผู้กำกับหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในแวดวงบันเทิงอันมีคุณค่าต่อวงการมายา

Coming Attraction - บทวิจารณ์ภาพยนตร์ที่กำลังฉายในเมืองไทย หรือ โปรแกรมที่น่าติดตามของภาพยนตร์ที่กำลังจะนำมาฉาย

ตีตั๋ว - บทวิจารณ์ภาพยนตร์โดยคุณมงคลชัย ชัยวิสุทธิ์

หลังกล้องกองถ่าย - บทความ

บทภาพยนตร์สนทนา - เกี่ยวกับกระบวนการการสร้างภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง

- บทสัมภาษณ์แขกรับเชิญ
- บทวิจารณ์หนังจากทีมกองบรรณาธิการ
- VDO Update - รายละเอียดและเรื่องย่อของ วีดีโอที่น่าสะสม

Cine Club - รายงานความเคลื่อนไหวของการร่วมทำกิจกรรม การดูหนังรอบพรีวิวกับหนังสือ ซีเนแมก การแจ้งข่าวของกิจกรรมในครั้งต่อไป และเป็นจุดศูนย์กลางสำหรับสมาชิกเวลาที่สมาชิกต้องการที่จะแจ้งข่าวใดๆส่งต่อไปยังสมาชิกคนอื่นๆ นอกจากนั้นก็ยังมีข่าวฝาก ข่าวบริการ และการทายปัญหาคลับที่ต้องตัดบัตรท้ายเล่มเข้าร่วมทายปัญหา สมาชิกคนใดที่ทายปัญหาเข้ามาสามารถที่จะเช็คชื่อของตัวเองในหนังสือเล่มต่อไป ในช่วงของซีเนแมกนี้ จะแทรกบัตรดูหนังฟรี

เอาไว้ให้สมาชิกได้ตัดเพื่อนำไปร่วมกิจกรรมได้ ในบางครั้งคอลัมน์นี้จะเล่าเรื่องของการทำกิจกรรมแต่ละครั้งให้ฟังพร้อมกับมีรูปถ่ายประกอบในบางครั้ง

ดุยกับบ.ก. - ตอบปัญหาข้อข้องใจเกี่ยวกับภาพยนตร์ในทุกๆเรื่อง แต่บ่อยครั้งเป็นเพียงการเขียนจดหมายคุยธรรมดา จากสมาชิกหรือแฟนหนังสือที่ต้องการแสดงตัวว่ายังมีตนเองเป็นแฟนหนังสือที่เฝ้าติดตามอ่านหนังสือมาโดยตลอด

คอลัมน์ที่มีการเปลี่ยนแปลง

คอลัมน์ Hot Gossip เปลี่ยนเป็น Starmania ที่ยังคงConcept เดิม คือซุบซิบนินทา เปิดมุ้งดารา เสาะแสวงหาความเด็ด

แล่นตามหนามเตย โดยสุระชาติ ตั้งตระกูล (ผู้นำกิจกรรม ซีเนคลับ) บทความเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย และการสัมภาษณ์ผู้กำกับที่น่าสนใจในแวดวงหนังไทย

เวทีวิจารณ์ - เปิดรับบทวิจารณ์หนังจากผู้อ่านไม่ว่าจะเป็นหนังไทยหรือเทศ ภายใต้การควบคุมของคุณมงคลชัย ชัยวิสุทธิ์ (ตีตั๋ว)

Box Office Report - รายงายอันดับหนังทำเงินของฮอลลีวู้ด

Film Music - แนะนำ Soundtrack ที่น่าสนใจและน่าสะสม

Cine Vote - เป็นคอลัมน์ที่เปิดอิสระให้กับผู้อ่านได้ส่งการโหวตความนิยมกับหนังยอดนิยม ดารา ชาย หญิงที่ตนชื่นชอบพร้อมให้เหตุผลประกอบเล็กน้อย คอลัมน์นี้จะมีการให้รางวัลผู้อ่านที่ร่วมสนุกจะต้องตัดบัตรที่อยู่ท้ายเล่มมาร่วมสนุก

คอลัมน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงในปีที่ 3

เปิดกล้องส่องฟิล์ม -เรื่องราวความเคลื่อนไหวของผู้กำกับและดารายอลลีวู้ด

Filmography - ประวัตินักแสดง และบัญชีรายชื่อผลงานของนักแสดงหรือผู้กำกับที่ดังๆ

บันทึกที่สุดของวงการมายา

ใบปิดใบหนึ่ง

คอลัมน์ที่บรรจุในแล่มปัจจุบัน (พ.ศ. 2539)

บ.ก. แถลง

Starmania

หนังข่าว

Cine Preview

Coming Attraction

Box Office Report

Filmography

แล่นตามหนามเตย

ใบปิดใบหนึ่ง

คนดังเป็นข่าว

Soundtrack Corner

เวทีวิจารณ์

ตีตั๋ว

หรีดอาลัย

VDO Update

Cine Club

คุยกับบ.ก.

คอลัมน์ในนิตยสาร ซีเนแมกจะมีการสลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนไปตามความเหมาะสม ตามสภาวะการณ์ของภาพยนตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วง เช่นอาจจะมีบทความเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ได้เสนอชื่อเข้าชิงออสการ์ ประวัติของการมอบรางวัลออสการ์ และบทความพิเศษในการสัมภาษณ์ผู้กำกับภาพยนตร์ทั้งไทยและเทศ

นอกจากนั้น ในบางครั้งซีเนแมกก็ได้ทำซีเนแมกฉบับเอ็กซ์ตร้าขึ้น เพื่อพูดถึงเรื่องราวของหนังเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษ โดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของการ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์ หรือหนังใหญ่ๆของค่ายวอร์เนอร์ บราเธอร์ เช่น Batman การ์ตูนเช่น The Lion King, Pocahontas, The Hunchback of Notredam , Toy Story เป็นต้น

สิ่งสำคัญที่นิตยสารซีเนแมกจะคำนึงถึงก็คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกหนังสือ ซึ่งไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงคอลัมน์ใดๆ ก็ตามก็ยังคงคอลัมน์ Cine Club, Cine Vote เวทีวิจารณ์ เอาไว้

ซีเน คลับ (Cine Club) ชมรมภาพยนตร์ของ ซีเนแมก แมกกาซีน

ก่อนจะมาเป็น ซีเน คลับ

เพราะแนวความคิดของซีเนคลับได้รับสืบทอดมาจากเอนเตอร์เทน คลับที่ได้ก่อตั้งมาประมาณ 8 ปีที่แล้ว ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องกล่าวถึงเอนเตอร์เทนคลับ Entertain Club) เป็นการปูพื้นก่อนที่จะเข้าถึง ซีเนคลับ

เอนเตอร์เทนคลับ กำเนิดขึ้นในปี 2533 โดยจะแทรกใบสมัครของสมาชิกเอนเตอร์เทนคลับไว้ในหนังสือ (1 ใบใช้ได้เฉพาะ 1 ท่านเท่านั้น)

วิธีการในการรับสมัคร

1. ส่งใบสมัครพร้อมกรอกรายละเอียดอย่างชัดเจน

2. แนบซองเปล่าจ่าหน้าซองถึงตัวเองพร้อมติดแสตมป์ 2 บาทให้เรียบร้อย

3. ค่าสมัครสมาชิก 50 บาทส่งเป็น ตั๋วแลกเงิน เท่านั้นมาที่คุณ มงคลชัย ชัยวิสุทธิ์ นิตยสาร เอนเตอร์เทน 1776-1784 แยกเกษมราษฎร์ ถ. พระราม 4 คลองเตย พระโขนง กรุงเทพฯ 10110

(ดูตัวอย่างใบสมัคร เอนเตอร์เทนคลับหน้า 51)

3.1.ข้อแม้สำหรับสมาชิกเอนเตอร์เทนคลับ ก็คือ ใครสมัครก่อนก็ย่อมได้สิทธิ์ร่วมกิจกรรมกับคลับก่อน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ENTERTAIN CLUB

ใบสมัครสมาชิกเอนเตอร์เทน คลับ ปีที่ 5

(ใบสมัคร 1 ใบ ใช้ได้เฉพาะ 1 ท่านเท่านั้น)

ชื่อ-สกุล นลินี่ ศิลปี วัน-เดือน-ปีเกิด 5 สิงหาคม 2527

อายุ 28 ปี เพศ ☑ หญิง ☐ ชาย

☐ กำลังศึกษา ชื่อสถานศึกษา.....

☑ ทำงานแล้ว ชื่อสถานที่ทำงาน สถานทูตออสเตรเลีย.

ที่อยู่ติดต่อปัจจุบัน.....

.....

.....หมายเลขโทรศัพท์.....

ท่านเคยเป็นสมาชิกเอนเตอร์เทนคลับหรือไม่

☐ เคย ☐ ปีที่ 1 ☐ ปีที่ 2 ☐ ปีที่ 3 ☐ ปีที่ 4

ในปีล่าสุดที่ท่านเป็นสมาชิกท่านเคยมาร่วมกิจกรรมกับคลับ.....ครั้ง ☐ ไม่เคย

ท่านดูภาพยนตร์โดยเฉลี่ยเดือนละ.....เรื่อง

ประเภทของภาพยนตร์ที่ท่านชอบดูมากที่สุด (ไทย, จีน, ฝรั่ง ฯลฯ) 1.....2.....3.....

แนวของภาพยนตร์ที่ท่านชอบดูมากที่สุด.....

ท่านชอบที่จะดูภาพยนตร์ ☐ คนเดียว ☐ 2 คน ☐ เป็นกลุ่ม

งบประมาณในการชมภาพยนตร์ของท่านแต่ละครั้ง ไม่เกิน.....บาท

ท่านซื้อตั๋วผีหรือไม่ ☐ ซื้อถ้าจำเป็น ☐ ซื้อเป็นปกติ ☐ อย่าหวัง

ท่านเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมอื่นของคลับ นอกจากการชมภาพยนตร์หรือไม่

☐ ไม่เห็นด้วย เพราะ.....

☐ เห็นด้วย เพราะ.....

ท่านอยากจะให้จัดกิจกรรมในรูปแบบใด.....

ความเห็นของการจัดกิจกรรมของเอนเตอร์เทนคลับในปีที่ผ่านมา.....

.....

วิธีการรับสมัคร

1. ส่งใบสมัครพร้อมกรอกรายละเอียดอย่างชัดเจน
2. แนบซองเปล่าจ่าหน้าซองถึงตัวท่านเอง พร้อมติดแสตมป์ 2 บาทให้เรียบร้อย
3. ค่าสมัครสมาชิก 50 บาท ส่งเป็นตั๋วแลกเงินเท่านั้น มาที่คุณมงคลชัย ชัยวิสุทธิ์ นิตยสารเอนเตอร์เทน 1776-1784 แยกเกษมราษฎร์ ถ.พระราม 4 คลองเตย พระโขนง กรุงเทพฯ 10110

3.2.การบอกข่าวคราวของการทำกิจกรรม และการนัดแนะสมาชิกจะบอกไว้ในหนังสือในคอลัมน์ Entertain Club ซึ่งก็จะรวมการทายปัญหาคลับของหนังสือรวมทั้งข่าวบริการต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวกับข่าวบันเทิง

3.3.บัตรดูหนังและบัตรสมาชิก จะส่งผ่านซองเปล่าสำรองที่สมาชิกส่งมาพร้อมใบสมัคร สมาชิกควรจะสอดซองเปล่าติดแสตมป์ ฝากไว้กับทีมผู้จัดกิจกรรมเพื่อกันการพลาดเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งหน้า หรือเวลาที่มีกิจกรรมฉุกเฉิน

3.4.สมาชิกทุกคนจะได้รับหมายเลขของสมาชิกคลับในการติดต่อกับคลับทุกครั้งจะต้องจำหมายเลขสมาชิกของตนเองให้ได้ (หมายเหตุ: ให้จำหมายเลขของปีที่สมัครเป็นสมาชิกล่าสุดก็พอ) ขั้นตอนสำคัญของการเข้าร่วมกิจกรรม ก็คือจะแบ่งสมาชิกออกเป็นสองกลุ่ม ตามสีของบัตร เช่นสีเหลือง และสีฟ้า เพราะจะเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามาร่วมให้มากที่สุด

3.5.หน้าที่หลักของสมาชิกเอนเตอร์เทนคลับก็คือจะต้องคอยเช็คความเคลื่อนไหวของการทำกิจกรรมจากหนังสือทุกครั้ง และเช็คดูว่า หมายเลขเท่าไหร่ -หมายเลขเท่าไหร่ที่จะได้เข้าร่วมกิจกรรมคลับ ในครั้งต่อไป เช่น "ขอเชิญชาวคลับปีที่ 5 ตั้งแต่หมายเลข 451-800 (ผู้ที่ถือบัตรสีเหลือง) และ 801-1600 กับเศษอีกนิดหน่อย (ผู้ถือบัตรสีฟ้า)..... มาร่วมกิจกรรมหนังคลับเรื่อง *Son In Law* ที่โรงหนังMGM เดอะมอลล์รามคำแหง เวลา 8.30 น. ของวันอาทิตย์ ที่ 18 กรกฎาคม 2536 (งานนี้สำหรับสมาชิกอตท.คลับเท่านั้น โปรดนำบัตรมาแสดงด้วย)" เป็นต้น

เอนเตอร์เทนคลับดำเนินมาเป็นเวลา 5 ปี หลังจากที่ผลิตหนังสือเอนเตอร์เทนมาเป็นเวลาเกือบ 11 ปี ซึ่งต่อมาทีมผู้ผลิตเอนเตอร์เทนก็ลาออก ในปี 2536 (1993) เอนเตอร์เทนคลับจึงได้ปิดตัวลง จนกระทั่งวันที่ 1 มีนาคม 2537 หนังสือ ซีเนแมก ซีเนแมกกาซีน (Cinemag, Cinemagazine) ได้เปิดตัวเองขึ้นดังคำพูดที่กล่าวไว้ในคอลัมน์ซีเนคลับว่า " เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงจนต้องย้ายบ้านกระทันหันอย่างนี้ สิ่งต่างๆที่เริ่มไว้กับสมาชิกเอนเตอร์เทน คลับปีที่ 5 จึงต้องพักรบอย่างยาวนานไปโดยปริยาย แต่เมื่อเรามีบ้านใหม่เป็น Cine Club คลับที่แน่วแน่กับการรวมกลุ่ม คนรักการดูหนัง เพื่อสานต่อเจตนารมณ์เดิมที่เคยทำสำเร็จมาแล้ว "

ผลก็คือ สมาชิกปีที่ 5 ของเอนเตอร์เทนคลับ เดิมที่ยังมีบัตรอยู่ก็ยังมีสิทธิ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมกับ คลับใหม่คือ ซีเนคลับได้จนถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2537 กิจกรรมแรกของซีเนคลับ

คือการฉายหนังเรื่อง Mrs. Doubtfire วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2537 ถือว่าเป็นกิจกรรมปลอบขวัญสมาชิกเก่าที่นับว่าเป็นเพื่อนเก่าของทีมงาน เวลา 9 โมงเช้าที่ โรงหนัง MGM 2 เดอะมอลล์ รามคำแหง และในวันที่ 27 เดือนมีนาคม ก็ได้จัดกิจกรรมขึ้นอีกครั้ง ที่โรงภาพยนตร์ MGM2 เดอะมอลล์ รามคำแหงเช่นเดียวกัน เวลา 8.30 น. โดยครั้งนี้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะต้องตัดบัตรที่แทรกอยู่ในหนังสือ ซีเนแมก ฉบับที่ 1 ปักษ์แรก เดือนมีนาคม 2537 มาเป็นบัตรผ่านประตู ส่วนในกิจกรรมแรกที่จัดเมื่อวันที่ 20 เดือนกุมภาพันธ์นั้น จะเป็นสมาชิกเก่าของเอนเตอร์เทนคลับ ปีที่ 5 เสียเป็นส่วนใหญ่โดยทีมงานผู้ผลิตหนังสือ และทีมผู้จัดกิจกรรมได้ส่งข่าวคราวให้กับสมาชิกจากซองเปาติดแสตมป์จ่าหน้าซองถึงตัวเอง ที่สมาชิกส่งให้ทีมงานเป็นสำรองเอาไว้

วัตถุประสงค์ในการก่อตั้งซีเนคลับ

Cine Club หรือ ซีเน คลับ เป็นชมรมของคนที่รักการดูหนัง ที่ก่อตั้งโดยทีมผู้ผลิตหนังสือซีเนแมก เพื่อสืบทอดเจตนารมณ์ของ การทำเอนเตอร์เทนคลับ ตั้งแต่สมัยที่ทีมงานยังทำอยู่ที่หนังสือเอนเตอร์เทน ซีเนคลับตัวมันเอง เป็นทั้งคอลัมน์ที่บรรจุอยู่ในหนังสือ ซีเนแมกแล้ว ก็ยังเป็นชมรมของคนที่รักการดูหนังของ ซีเนแมก อีกด้วย ตัวคอลัมน์ในหนังสือจะเป็นเสมือนสื่อที่จะแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมให้กับสมาชิกคลับนอกจากนั้นพื้นที่ตรงนี้ยังเปิดเป็นพื้นที่ให้กับข่าวการประชาสัมพันธ์งานต่างๆไม่ว่าจะเป็นงานคอนเสริต นิทรรศการการแสดง หรือแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยจะต้องแจ้งข่าวมาที่ตัวหนังสือล่วงหน้าก่อน 20 วัน เพราะซีเนแมกเป็นนิตยสารรายปักษ์ที่ออกทุกวันที่ 1 และ 15 ของทุกเดือน และเนื้อที่ตรงนี้ถ้าผู้อ่านและสมาชิกคนใดต้องการอยากจะใช้พื้นที่นี้แจ้งข่าว หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ไม่ว่าจะเรื่องใดๆ ก็สามารถที่จะใช้พื้นที่ของคอลัมน์นี้ให้เป็นประโยชน์ได้เต็มที่ เพราะถือว่า ซีเนคลับเป็นจุดศูนย์กลางของ คนอ่านทุกๆคน (Cinemag Vol.1,1994:127)

จากการสัมภาษณ์คุณสุระชาติ ตั้งตระกูล ผู้นำกิจกรรมของ ซีเน คลับ และเป็นหนึ่งในกองบรรณาธิการของหนังสือซีเนแมก กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง ซีเนคลับ ว่า" จุดประสงค์ของการทำ Cine Club ก็คือการนำสมาชิกมารวมกันเพื่อทำกิจกรรมกลุ่มเพื่อดูหนังรอบพรีวิวด้วยกัน จุดมุ่งหมายแรกก็คือประโยชน์ในแง่ของการขาย ซึ่งส่งผลโดยตรงกับทีมผู้ผลิตหนังสือ ซึ่งมีทั้งสมาชิกที่ซื้อหนังสือเป็นประจำ สมาชิกรายปี และสมาชิกที่ซื้อหนังสือเป็นครั้งเป็น

คราว เพื่อให้สมาชิกได้เข้ามาร่วมทำกิจกรรมด้วยกัน ได้ความสนุกความบันเทิง ในรสนิยมที่ตนต้องการได้ดูหนังเรื่องนั้นๆก่อนใครๆ และที่สำคัญคือเป็น สิทธิพิเศษ (Previlege) สำหรับสมาชิกของหนังสือเรา เป็นการสานต่องานที่เราได้เริ่มไว้เมื่อ 5-6 ปีที่แล้วตรงนั้นสานต่อมาถึงปัจจุบัน ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่เป็นการผูกพันระหว่างคนทำหนังสือและตัวผู้อ่าน นอกจากนั้นก็ได้ในแง่ของยอดการขายและการประชาสัมพันธ์ตัวหนังสือและตัวหนังด้วย การทำกิจกรรมจะมีผลต่อยอดการขายโดยซีเนแมก จะวัดจากการที่คนซื้อหนังสือ แล้วเอาบัตรมาดูหนังกับเรา แต่ส่วนหนึ่งก็มาจากการตอบรับเป็นสมาชิกของหนังสือ " จุดนี้ คุณประไพรรณ บ.ก. ซีเนแมกให้ข้อคิดเห็นว่า " จุดมุ่งหมายในการจัดกิจกรรมของชมรม Cine Club ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายที่สำคัญอีกอย่างก็คือประโยชน์ทางการตลาด และเรามองว่าเป็นการคืนกำไรให้แก่ผู้อ่าน การได้ใกล้ชิดกับผู้อ่านจะทำให้รู้ว่า จุดประสงค์หรือความต้องการที่หลากหลายนั้นมีอะไรบ้าง การได้คลุกคลีกับผู้อ่านจะทำให้ได้แนวความคิดในการปรับปรุงหรือใช้ในการปรับเปลี่ยนตัวหนังสือให้สนองกับความต้องการของผู้อ่านอย่างจริงจัง "

รูปแบบของกิจกรรมและวิวัฒนาการของซีน คลับ

การเปิดตัวของซีเนคลับกับกิจกรรมในครั้งแรกในช่วง 2 อาทิตย์ติดๆกันในเดือนกุมภาพันธ์และเดือนมีนาคมนั้น เป็นเหมือนการอุ่นเครื่องเพื่อหยั่งเชิงสมาชิกทั้งสมาชิกเก่าและใหม่ ซึ่งก็ได้ผลตอบสนองมาอย่างน่าพอใจ และสร้างกำลังใจให้กับทีมงานที่จะผลักดันให้กิจกรรมเกิดต่อเนื่องซึ่งทีมงานซีเนแมกก็ได้พิสูจน์ตัวเอง ว่ายังคงผูกพันอยู่กับสมาชิกเก่าจึงส่งหนังสือเชิญสมาชิกเก่าเข้าร่วมกิจกรรมเป็นการปลอบขวัญ ดังที่ได้กล่าวในเบื้องต้น

รูปแบบของกิจกรรมยังคงแนวความคิดเดิมที่ของการทำกิจกรรม เมื่อครั้งยังคงเป็นแฮนเตอร์เทน คลับ คือมีการร่วมสนทนาก่อนการดูหนังรอบพรีวิว ก่อนที่จะมีการร่วมสนุกหรือเล่นเกมส์กันนั้น สมาชิกทุกคนจะมีโอกาสได้ทำความรู้จักกันในช่วงที่รอเวลาเล่นเกมส์และฉายหนัง การที่สมาชิกมาเข้าร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ และบ่อยครั้งทำให้เกิดความคุ้นเคยกัน จนอาการเขินหรือแปลกหน้าจะหายไป ส่วนกลุ่มใดที่สนิทสนมก็จะสร้างกลุ่มสมาชิกย่อยของตนเองขึ้นมา ตรงนี้ผู้นำกิจกรรมเช่นคุณสุระชาติหรือ "คุณเดียว" จะเป็นคนนำกิจกรรมและเป็นเสมือนผู้ช่วยสานให้สมาชิกได้รู้จักกันมากขึ้นจากการได้เล่นเกมส์ร่วมกัน เพราะเกมส์บางเกมส์จะต้องอาศัย Team

Work ที่ดี เพื่อแข่งกับอีกทีมหนึ่ง สมาชิกทุกคนมีสิทธิ์ทัดเทียมกันในการเข้าร่วมเล่นเกมส์หรือร่วมสนุก ขึ้นอยู่กับความกล้าของสมาชิกคนนั้น สิ่งดึงดูดที่ทำให้สมาชิกหลายๆคนกระโดดเข้าไปร่วมกิจกรรมเห็นจะเป็นรางวัลที่ทางทีมผู้จัดได้จัดเตรียมมาเพื่อสมนาคุณกับสมาชิก เพราะโดยส่วนใหญ่จะเป็นของรางวัลที่เกี่ยวข้องกับตัวหนัง สมาชิกหลายๆคนเท่าที่ผู้วิจัยสังเกต นอกจากจะรักการดูหนังแล้วก็ยัง ชอบที่จะสะสมสิ่งของที่เกี่ยวกับหนังอีกด้วย ตรงนี้ จึงเป็นตัวกระตุ้นเร้า ให้สมาชิกมาเข้าร่วมกิจกรรม

ตามแนวความคิดของ Pirjo Laaksonen (1994) กล่าวถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้บริโภค(Consumer involvement) ผู้ผลิตอย่างทีมผู้ผลิตหนังสือ ซีนีแมก ใช้วิธีการดึงให้ผู้บริโภคหรือผู้อ่านของตนเองเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในลักษณะ ที่ ผู้อ่านหรือสมาชิกของหนังสือนั้น มีการชักจูงให้ผู้เข้ามาร่วมกิจกรรมเข้ามามีส่วนร่วม ด้วยการสร้างความน่าสนในของการเล่นเกมส์และกิจกรรมการดูหนังรอบพรีวิว ทำให้สมาชิกหลายๆคนเกิดอาการติดกิจกรรมและพยายามที่จะติดตามกิจกรรมแต่จะจัดแต่ละครั้งอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตรงนี้ผู้อ่านหรืออีกนัยคือผู้บริโภคถูกชักจูงให้เข้ามาอยู่ในสถานการณ์หรือกิจกรรมของสินค้า ถูกจูงใจให้ซื้อสินค้าโดยไม่รู้ตัวนั่นก็คือในการเข้าร่วมกิจกรรมทุกครั้งนั้นตัวผู้อ่านหรือสมาชิกจะต้องซื้อหนังสือเพื่อตัดบัตรที่แทรกอยู่ในหนังสือมาร่วมการทำกิจกรรม หรือในบางครั้งที่มี โบนัสพิเศษสำหรับผู้อ่านเช่นการแจกแถมแฮนด์บิล หรือแจกโปสเตอร์หนังก็ตาม ผู้อ่านจะต้อง ซื้อหนังสือ เพื่อตามข่าวและกติกาที่กำหนด รวมทั้งวันเวลาและสถานที่ในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งก็จะระบุในหนังสือทั้งหมดจะเห็นได้ว่า ทีมผู้ผลิตหนังสือซีเนแมกค่อนข้างจะประสบความสำเร็จในเรื่องของการดำเนินกิจกรรมตรงนี้ เพราะจากการสัมภาษณ์ทั้งผู้ผลิต และผู้เข้าร่วมกิจกรรม หลายๆท่านเป็นสมาชิกหน้าเก่าๆ ทั้งนั้นที่มีระยะเวลาของการเป็นสมาชิกยาวนาน

การมองวิวัฒนาการของตัวชมรม ซีเนคลับ ตามความคิดเห็นของคุณประไพพรรณ มองว่า " เท่าที่สังเกตเห็นแฟนของชมรม มักจะนำสมาชิกหน้าใหม่มาเข้าร่วมกิจกรรมในขณะเดียวกันก็จะยังเห็นสมาชิกหน้าเก่าๆ อยู่ด้วย แต่ในช่วงหลังๆนั้น เมื่อไปทำกิจกรรมในโรงหนังที่ไกลออกไป ก็ได้กลุ่มสมาชิกใหม่ๆเพิ่มขึ้น ทำให้น่าดีใจว่า หนังสือเล่มนี้ทำให้เกิดแฟนชมรมหน้าใหม่ๆ ขึ้นมา และอีกรายการที่ดีมากก็คือ การทำซีเนคลับสัญจร แต่ก่อนนี้กิจกรรมจะทำอยู่แค่โรงหนัง MGM เดอะมอลล์รามคำแหง วอชิงตัน แต่เดี๋ยวนี้ย้ายไปทำกิจกรรมตามโรง EGV ต่างๆอย่างมา

ที่ EGV ปิ่นเกล้า ซีดอนแสควร์ EGV รังสิต แฟชั่นไอร์แลนด์ ฟิวเจอร์ปาร์คบางแค หรือที่อื่นๆที่ไกลออกไป ก็จะเป็นกลุ่มเฉพาะซึ่งเดี๋ยวนี้พอจะแยกได้แล้วว่า เป็นกลุ่มของอะไรค่อนข้างจะแยกกลุ่มชัดเจน และที่น่าดีใจในแง่ที่ไม่ว่าจะไปทำกิจกรรมที่ไหนก็จะมีแฟนชมรมกลุ่มใหญ่และเป็นจำนวนมาก ทำให้รู้ว่า หนังสือ Cinemag นั้นแพร่หลายไปในวงกว้าง " สรุปจากคำพูดของบ.ก. ซีเนแมกก็คือ วิวัฒนาการของชมรมหลังจากการทำกิจกรรมอยู่ตัวแล้ว การกระจายของสมาชิกมีออกไปในวงที่กว้างขึ้นกว่าเดิม สมาชิกเก่าชักชวนสมาชิกใหม่เข้ามาร่วมกิจกรรม และภายหลังได้กลายมาเป็นแฟนหนังสือต่อมา และในการทำกิจกรรมของชมรมในปัจจุบันนั้น ข้อจำกัดมนเรื่องของสถานที่ลดน้อยลง อาจจะเป็นเพราะการร่วมมือกับค่ายหนังและโรงหนังที่ทางทีมผู้จัดกิจกรรมให้การพึ่งพากันอย่างดีในลักษณะระถ้อยทีถ้อยอาศัย ดังนั้นเมื่อมีการสร้างโรงหนัง EGV ขึ้นนั้น ก็ทำให้ข้อจำกัดในการหาสถานที่เพื่อทำกิจกรรมลดน้อยลง นอกจากผลประโยชน์ที่ได้เพิ่มจากการเปลี่ยนแปลงสถานที่จัดในแต่ละครั้ง ก็คือการได้สมาชิกใหม่เพิ่มขึ้น ในขณะที่สมาชิกหน้าเก่าก็ยังอยู่

รูปแบบและวิธีการดำเนินงานของการทำกิจกรรม ซีเน คลับ เกิดจากการประสานงานของกองบรรณาธิการของทีมผู้ผลิตหนังสือ ซีเนแมก เพราะแต่ละคนจะมีหน้าที่เฉพาะที่ต้องแยกย้ายกันไปรับผิดชอบ อาทิการติดต่อสถานที่และค่ายหนัง ที่จะนำหนังมาฉายให้กับสมาชิกดู ก็จะเป็นหน้าที่ของบ.ก. ประไพพรรณ การติดต่อทางด้านรางวัล เช่นเทปเพลงตามค่ายต่างๆ ก็จะเป็นหน้าที่ของคุณสุระชาติ ตั้งตระกูล ของรางวัลที่เกี่ยวกับตัวหนังก็จะเป็นคุณประไพพรรณ พวกสินค้าของขบเคี้ยวที่นำมาแจกให้กับสมาชิกก็จะได้รับการสนับสนุนจากบรรดาสปอนเซอร์ด้วยการติดต่อของทีมโฆษณาขอหนังสือ หนังที่นำมาฉายให้สมาชิกจะต้องได้รับการคัดเลือก โดยการฉายให้ทีมงานทุกคนได้วิเคราะห์และพิจารณาก่อนว่าเหมาะสมที่จะนำมาฉายหรือไม่ เพราะ มีผลกระทบกับตัวหนังสือและ ตัวเจ้าของหนังโดยตรงถ้าหนังที่นำมาฉายให้กับสมาชิกดูไม่มีคุณภาพดีพอ ในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป สมาชิกจะไม่อยากมาร่วมกิจกรรมด้วยอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกใหม่ เพราะถ้ากลุ่มสมาชิกนี้มาเข้าร่วมกิจกรรมของชมรม เห็นว่าหนังที่ดูเป็นหนังที่ดีมีคุณค่าพวกเขาก็จะโฆษณาให้เองปากต่อปาก ซึ่งมีผลอย่างมากกับตัวหนังที่จะได้ลูกค้าเพิ่มโดยไม่ต้องเสียงบในการโฆษณามาก

กิจกรรมเสริมของ ซีเนคลับ คือ ซีเนคลับสัญจรโครงการ 1 จัดขึ้นที่โรงภาพยนตร์วิสต้า เจริญเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จัดขึ้นวันที่ 10 กันยายน 2537 หนังที่นำไปฉายให้กับสมาชิกซีเนคลับที่เชียงใหม่ คือ "The Joy Luck Club" งานนี้มีStaff เฉพาะกิจคือสมาชิกของคลับจากกรุงเทพฯ ที่อาสาขึ้นไปช่วยด้วย 2 ท่านคือคุณภราดร สายัณห์ และคุณทิพวรรณ ทุมเมืองปัก งานนี้เป็นการร่วมมือระหว่าง ทีมงานของ ซีเนแมก และโรงหนังวิสต้าโดยมีคุณชวัทชัย โรจนะโชติกุล เจ้าของโรงแรมที่จัดที่พักให้ทีมงานรวมทั้งเปิดโรง Vista 2 ให้คลับจัดกิจกรรมผลที่ออกมาเป็นที่น่าพอใจ เพราะชาวคลับที่เชียงใหม่ก็เป็นสมาชิกเก่าตั้งแต่ครั้งยังทำอยู่ที่เอนเตอร์เทน ซึ่งก็ยังเป็นแฟนเหนียวแน่นกับตัวคลับ นอกจากนั้นก็มีสมาชิกจากกรุงเทพฯที่ตามขึ้นไปร่วมกิจกรรมตามประสาคนที่รักการดูหนังเป็นชีวิตจิตใจ เช่นคุณสำราญ ไพเราะ จากกรมสรรพากร คุณสมเจตน์ที่อุตส่าห์นั่งรถไฟข้ามวันข้ามคืนและต้องตีตั๋วกลับในวันนั้น คุณภาควัตที่ไปเจรจาธุรกิจที่เชียงใหม่ แต่ก็แวบมาแจมกับซีเนคลับ รวมกับสมาชิกเจ้าบ้านอีกมากมาย (Cinemag Vol.14,1994 :120-121)

ตัวอย่างเกมส์ที่นำมาเล่นอาทิ การเฟ้นหาตัวสมาชิกตัวจริงที่พกซีเนแมกเล่มแรกมาทักทายกับทีมงาน ก็ได้เสื้อเชิร์ตจากหนังเรื่อง Speed นอกจากนั้นก็ยังมีผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากหนัง Speed ทั้งเสื้อและหมวก กล่องใส่เครื่องเขียนจากหนังเรื่อง Baby 's day Out พวงกุญแจจากหนังเรื่อง The Lion King และ Nightmare before Christmas , นอกจากนั้นก็จะเป็นรางวัลจากสปอนเซอร์ของหนังสือ อาทิ Giftset จากผลิตภัณฑ์จาก Dance โคโลญจ์, เดอร์มิสต์, แอคเนดรีม เทปซาวด์แทรกจากหนัง , และเทปเพลงจากค่ายต่างๆ อาทิ Sony Music, BMG, Polygram , EMI, และ Warner Music

กิจกรรมในลักษณะนี้เป็นการสร้างความกระชับความสัมพันธ์ระหว่างชาวซีเนแมก และชาววิสต้า ซึ่งต่างก็ล้วนเป็นคนที่รักการดูหนังด้วยกันทั้งนั้น ผู้จัดกิจกรรมยืนยันว่า "เมื่อรสนิยมตรงกันแล้ว ไม่ว่าจะเชียงใหม่ กรุงเทพฯหรือที่ไหนๆก็จะยังคงความสนุกสนานอย่างเป็นกันเองแบบนี้ก็ไม่แตกต่างกันอยู่แล้ว นอกจากนั้น โครงการซีเน คลับสัญจรก็จะยังมี โครงการ 2,3,4,5,6,7'....ที่ขอนแก่น,หาดใหญ่ ฯลฯ ซึ่งต้องรอช่วงเวลาที่เหมาะสม

ตรงนี้ถ้ามองในแง่ที่หนังสือ ซีเนแมก เป็นสื่อมวลชน ซึ่งสื่อตรงนี้คือสื่อสิ่งพิมพ์ที่เพิ่มบทบาทของตัวเองกลายมาเป็นผู้จัดกิจกรรมชุมชน สำหรับคนที่รักการดูหนัง George H.Lewis , 1981 มีความคิดเห็นว่า ท่ามกลางความเจริญของวัฒนธรรม อันหลากหลายของสังคม ลดความ

สำคัญ แต่กลับเพิ่มความสำคัญของสื่อมากขึ้น เนื่องจากผู้ชมสามารถผันตัวเองมาเป็นผู้ส่งสารการศึกษาภูมิหลังทางด้านสังคมของผู้รับสารง่ายต่อการตัดสินใจ ที่จะเลือกกลุ่มผู้รับสารของตัวสื่อ และแยกกลุ่มผู้รับสารใหม่ตามความเห็นที่คล้ายคลึงกันทางด้านเนื้อหาของสื่อ และมีรสนิยมในการเลือกสื่อที่เหมือนๆกัน Herbert Gans (1967) ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรม รสนิยม (Taste Culture) ว่า "วัฒนธรรมรสนิยม ที่เกิดจากสื่อนั้นคือการรวมตัวของบุคคลที่มีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันทำให้มีตัวเลือกที่เหมือนๆกัน และมักจะเลือกเนื้อหาที่เหมือนกัน โดยผู้คนแบบเดียวกัน"ถ้าเรานำแนวความคิดเบื้องต้นนี้มาพิจารณาการทำกิจกรรมของชมรม ซีเน คลับ จะเห็นได้ว่าการมารวมตัวกันของสมาชิกนั้น นอกจากจะชื่นชอบหนังสือเล่มเดียวกัน และอ่านหนังสือเล่มเดียวกันคือ ซีเนแมก แล้วยังรักการดูหนังทุกคน มีใช่ว่าถ้าเขาไม่มาร่วมทำกิจกรรมแล้วเสมาชิกเหล่านั้นจะไม่ดูหนัง พวกเขาก็ยังดูตามปกติ เพียงแต่การเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ทำให้เขารู้สึกว่าได้มาทำในสิ่งที่ตนชอบกับคนที่มีรสนิยมเหมือนๆกัน และมีความชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน ซึ่งตรงนี้ทีมผู้จัดกิจกรรมจะต้องเข้าใจจุดหลักของสมาชิกของตนเอง ดังคำพูดของผู้จัดกิจกรรมที่พิมพ์ไว้ในคอลัมน์ ซีเนคลับ (Cine Club) เมื่อครั้งที่ไปทำกิจกรรมที่โรงหนังวอชิงตัน โดยนำหนังเรื่อง "The Air Up There" หนังเกี่ยวกับบาสเก็ตบอลมีอยู่ช่วงหนึ่งที่ผู้เขียนๆว่า

" ยิ่งเล่นยิ่งสนุก ความเป็นกันเองของทุกคนที่ไม่ถือเขาถือเรา เอาความเป็นคนบ้าเหมือนที่รักการดูหนังเป็นชีวิตจิตใจเข้าว่า แค่นี้ก็สามารถสร้างเครื่องลดช่องว่างให้ดลับเราได้อย่างอัตโนมัติ และนั่นก็เป็นเสน่ห์ของซีเนคลับ ที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือน เพราะการได้รู้จักและสนทนาตามประสาคนรสนิยมเดียวกัน และร่วมสนุกกันอย่างเป็นกันเอง ล้วนเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจในกิจกรรมของซีเนคลับแต่ละครั้ง ที่น่าจะมีความหมายมากกว่าการได้สิทธิ์มาดูหนัง "ฟรี" แบบต่างคนต่างมาแล้วต่างคนต่างไปจริงมั้ยทั่น..."(Cinemag Vol13,1994:126)

ตรงจุดนี้อาจจะกล่าวได้ว่ามิใช่เป็นเพียงตัวสมาชิกเท่านั้นที่รักในการดูหนัง ตัวทีมผู้จัดกิจกรรมก็รักการดูหนัง จึงทำหนังสือที่เกี่ยวกับภาพยนตร์สำหรับคอหนัง และทำกิจกรรมชมรมคนรักหนังขึ้นมาเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของทั้งตนเอง และ ผู้อ่าน

ช่องทางในการเข้ามาเป็นสมาชิกของชมรม ซีเนคลับ

การบอกข่าวสารในการทำกิจกรรมของซีเนคลับ

วิธีการในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับการทำกิจกรรมในแต่ละครั้งของซีเนคลับสามารถแยกออกได้ดังนี้คือ

- สมาชิกที่เกิดจากการเป็นสมาชิกเก่าของเอนเตอร์เทนคลับปีที่ 5 ที่ยังมีซองเปล่าติดแสตมป์จ่าหน้าซองถึงตัวเองสำรองฝากทิ้งไว้กับทีมงาน ตั้งแต่ครั้งที่ทีมงานยังทำอยู่ที่เอนเตอร์เทน ในช่วงกิจกรรมแรกเมื่อมาอยู่ที่ซีเนแมก ทางทีมงานก็ได้ให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกกลุ่มนี้ให้สามารถเข้าร่วมกิจกรรมของซีเนคลับได้เลยตั้งแต่กิจกรรมแรกในเดือนกุมภาพันธ์ 2537 ซึ่งเป็นเหมือนกิจกรรมปลอบขวัญแก่สมาชิกเก่าโดยทีมงานรวบรวมเอาซองเปล่าที่ติดแสตมป์และจ่าหน้าซองถึงตัวเองที่ทางสมาชิกได้ให้ไว้นั้นส่งข่าวการทำกิจกรรมไปให้ยังสมาชิก โดยที่ไม่ต้องตัดบัตรหรือซื้อหนังสือใดๆ และสมาชิกกลุ่มนี้สามารถเข้าร่วมกิจกรรมของซีเน คลับได้จนกระทั่งถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2537 จากแนวความคิดเรื่องการตลาดเพื่อความสัมพันธ์ (Relationship Marketing) ของ Christopher ET AL (1991) จะเห็นว่า ทีมงานของหนังสือ ซีเนแมก พยายามที่จะเน้นการรักษาฐานกลุ่มลูกค้าในระยะเวลาที่ยาวนาน เพื่อต้องการให้สมาชิกได้มีการเกาะกลุ่มและเป็นแฟนหนังสือกันตลอดไป จึงเน้นเรื่องการบริการลูกค้า และการติดต่อลูกค้าเป็นประจำสม่ำเสมอ ตรงจุดนี้หาข้อพิสูจน์ได้จากแฟนชมรมของ ซีเนคลับ ซึ่งก็เป็นแฟนหนังสือของซีเนแมกไปในตัวนั้น หลายท่านที่เป็นแฟนเก่าตั้งแต่ครั้งที่ทีมงานยังทำหนังสือเอนเตอร์เทน และดำเนินกิจกรรม เอนเตอร์เทน คลับ ตรงจุดนี้ ซีเนแมกพยายามที่จะรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้บริโภค (ผู้อ่าน) เก่าจากเอนเตอร์เทน คลับ แต่ก็จะพยายามดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ไปในตัว

- สมาชิกของชมรมซีเนคลับ ที่เกิดจากการสมัครเป็นสมาชิกนิตยสารรายปีของซีเนแมก โดยจ่ายเงินค่าตอบรับการเป็นสมาชิก 1 ปี 24 เล่ม 860 บาท (เมื่อครั้งที่ยังเป็นราคาเล่มละ 40 บาท แต่ปัจจุบันราคาของหนังสือได้ขึ้นมาเป็น ราคาเล่มละ 60 บาท ดังนั้นค่าสมาชิกรายปีจึงเป็นเงิน 1,200 บาท) ก็จะมีสถานะภาพเป็นสมาชิกของซีเนคลับไปโดยอัตโนมัติ จะมีบัตรสมาชิกที่มีเลขหมายสมาชิกประจำ และสามารถนำบัตรมาเข้าร่วมกิจกรรมได้โดยไม่ต้องตัดบัตรในหนังสือ หรือถ้าต้องการพาเพื่อนไปดูก็สามารถตัดบัตรในหนังสือมาด้วย และตนเองก็ใช้บัตรสมาชิก วิธี

การที่สมาชิกรายปีจะทราบข่าวคราวของการทำกิจกรรมจากหนังสือซีเนแมก จากคอลัมน์ซีเนคลับ ก็จะทราบจากการที่ทีมผู้ผลิตหนังสือจะส่งไปรษณียบัตรซึ่งแนบบัตรดูหนังไปให้ด้วยไปถึงบ้านของสมาชิกโดยไม่ต้องสำรองซองเปล่าติดแสตมป์จ่าหน้าซองถึงตัวเองให้กับทีมงานไว้ เรียกว่าอำนวยความสะดวกในทุกๆด้าน สมาชิกกลุ่มนี้จะรวมทั้งสมาชิกเก่าตั้งแต่ครั้งที่ยังทำเอนเตอร์เทนคลับ และสมาชิกใหม่ที่เพิ่งเริ่มรู้จักหนังสือซีเนแมก แล้วเกิดความสนใจในเนื้อหาของหนังสือที่ถูกรสนิยมของตนเอง และได้เคยลองเข้าร่วมกิจกรรมของคลับมาก่อน จึงตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกรายปีเพื่อความสะดวกของตัวเอง

- สมาชิกที่มาเข้าร่วมกิจกรรมโดยการซื้อหนังสือและตัดบัตรจากหนังสือเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมจะทราบข่าวคราวได้จากหนังสือ ในคอลัมน์ ซีเนคลับ หรือถ้าไม่อยากพลาดกิจกรรมใดๆในกรณีที่หนังสือพิมพ์ออกมาช้าก่อนการทำกิจกรรมจริงก็ต้องฝากซองเปล่าติดแสตมป์จ่าหน้าซองถึงตัวเองไว้กับทีมงาน เป็นสำรองเพื่อส่งข่าวคราวให้ถึงมือ และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ทุกครั้งโดยไม่พลาด

-สมาชิกชั่วคราวคือ สมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมของซีเนคลับในลักษณะของการซื้อหนังสือบางเล่ม และจะเลือกซื้อเฉพาะเล่มที่มีการแทรกบัตรดูหนังฟรีวีฟรีในเล่มเท่านั้น สมาชิกกลุ่มบางครั้งก็เป็นนักศึกษา นักเรียนที่ไม่มีกำลังทรัพย์พอที่จะซื้อได้ทุกเดือน หรือไม่สามารถสมัครเป็นสมาชิกรายปี แต่อยากเข้าร่วมสนุกกับคลับก็จะถามข่าวคราวของกิจกรรมคลับจากเพื่อนที่เข้าร่วมเป็นประจำว่าจะมีการทำกิจกรรมเมื่อไหร่ และต้องซื้อหนังสือเล่มไหน อย่างไรก็ตามสมาชิกกลุ่มนี้ มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนมาเป็นสมาชิกประจำภายหลังที่เข้าร่วมกิจกรรมบ่อยๆ

-ในบางครั้งก็จะมีการบอกเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมในครั้งหน้า จากผู้นำกิจกรรม

- การที่สมาชิกบอกต่อกับสมาชิกด้วยกัน เพราะสมาชิกบางท่านสามารถที่จะหาช่องทางที่จะสร้างความคุ้นเคยสนิทสนมกับทีมงานจนกระทั่งเข้านอกออกในโรงพิมพ์ ได้อย่างคุ้นเคย และบางครั้งก็จะมีการโทรศัพท์ไปติดต่อสอบถามจากทีมผู้ทำหนังสือ โดยตรงเมื่อทราบก็จะ-โทรศัพท์ไปบอกยังกลุ่มของตนสมาชิกกลุ่มเหล่านี้จะเป็นพวกที่จงรักภักดีกับชมรม และชอบที่จะติดตามคลับไปยังที่ต่างๆถึงแม้ว่าในบางสถานที่ๆใช้จัดกิจกรรมจะอยู่ไกลมาก

สำหรับผู้วิจัยในฐานะที่เป็น Completed Participant หรือเป็นผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมกับซีเนคลับ เกือบทุกครั้งในชั้นแรกก็จะซื้อหนังสือจากแผงและรู้ข่าวคราวการจัดกิจกรรมจากหนังสือ แต่ภายหลังเมื่อสมัครเป็นสมาชิกรายปีจะรู้สึกว่าสะดวกขึ้นเนื่องจากไม่ต้องไปเดินหาหนังสือตามแผงในแต่ละเดือน และยังทราบข่าวคราวการจัดกิจกรรมของคลับโดยการที่ทีมงานได้ส่งไปรษณียบัตรมาบอกล่วงหน้าเพื่อกันพลาดโอกาส ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงเคยเป็นทั้งสมาชิกที่มาจากการติดตามซื้อหนังสือเป็นประจำ จนปัจจุบันได้กลายมาเป็นสมาชิกรายปี

- การบอกข่าวสารผ่านรายการวิทยุคลื่น FM96.5 [1]

ปัจจัยที่ดึงดูดให้ตัวสมาชิกเข้ามาเป็นแฟนของชมรม ซีเน คลับ

1. ปัจจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทีมผู้ผลิตหนังสือและตัวผู้อ่าน

ผู้วิจัยมองว่าในแง่ของความสัมพันธ์ของทีมผู้ผลิตหนังสือ และตัวผู้อ่าน เมื่อมาอยู่ในสถานการณ์ของการทำกิจกรรมร่วมกัน สำหรับผู้ที่มีรสนิยมในการรักการดูหนังด้วยกัน เริ่มต้นจากการที่สมาชิกเหล่านี้เป็นแฟนของหนังสือก่อน เราจะมองว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้ เป็นสื่อที่สามารถเจาะเฉพาะกลุ่มได้ และซีเนแมก เป็นหนังสือที่เจาะเฉพาะกลุ่มของแฟนภาพยนตร์ ผู้ที่ซื้อหนังสือซีเนแมกอ่านจะต้องเป็นคอหนังประเภทเดียวกับตัวหนังสือ ซึ่งตรงนี้ ผู้อ่านเปรียบเสมือน "ตลาด" ของสื่อหนังสือนี้ ผู้ที่ผลิตหนังสือ จึงได้พยายามทำหนังสือที่สนองความต้องการตลาดของตนเองอย่างผู้มีประสบการณ์ และพยายามสร้างเอกลักษณ์ของตนขึ้นเพื่อให้หนังสือมีความแปลกใหม่และถูกใจตลาดของตน ดังนั้นคอลัมน์ต่างๆที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้น จะต้องคำนึงถึงตัวผู้อ่านเป็นสำคัญ เมื่อผู้อ่านได้ลองอ่านและเปรียบเทียบกับตัวหนังสืออื่นๆ ก็ได้เลือกซีเนแมก เป็นหนังสือที่ให้ความบันเทิงในเรื่องภาพยนตร์ของตน กลุ่มแฟนหนังสือตรงนี้ของซีเนแมก จะมีทั้งแฟนที่เป็นบุคคลและแฟนที่ เป็นกลุ่ม จากตรงนี้ การก่อตั้งชมรมซีเนคลับ เพื่อให้บรรดาผู้อ่านหนังสือหรือแฟน

---

[1] รายการวิทยุคลื่น 96.5 Entertainment Station เป็นรายการของบริษัทฟาติมา เนื้อหาสาระของรายการจะพูดคุยถึงภาพยนตร์ในแง่มุมต่างๆ ทั้งวิจารณ์และเล่าเรื่องย่อและที่สำคัญรายการนี้จะมีการสัมภาษณ์ดาราผู้ที่เดินอยู่ใน Seacon Square (สถานที่จัดรายการนี้มีที่ตั้งอยู่ที่ Seacon Square ศรีนครินทร์ชั้น 4 บริเวณที่ตั้งของโรงภาพยนตร์) เกี่ยวกับความคิดที่เรามีต่อภาพยนตร์เรื่องต่างๆ ชอบไม่ชอบอย่างไร ดูเรื่องใดแล้วบ้างแล้วนำมาออกอากาศสดๆ เดี๋ยวนั้น ส่วนหนึ่งของรายการได้รับข้อมูลจากคุณมงคลชัย ชัยวิชุทย์ (ดีตั๋ว) เกี่ยวกับช่วง Box Office Report ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับอันดับหนังทำเงินของฮอลลีวู้ด ซึ่งเป็นคอลัมน์ประจำของซีเนแมก ตรงนี้เป็นส่วนหนึ่งที่ทางคลื่นนี้ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวคราวการเคลื่อนไหวของการจัดกิจกรรมของซีเนคลับ และตัวหนังสือซีเนแมกไปในตัว เป็นลักษณะของการพึ่งพากันของสื่อ

หนังสือของตนได้มีความใกล้ชิดกับทีมผู้ผลิตมากขึ้น เพื่อที่ทางทีมงานจะได้ทราบความต้องการ ข้อเสนอแนะ และได้รู้จักลูกค้าของตนในลักษณะที่เป็นรูปธรรม มิใช่เป็นแค่การเขียนจดหมายไปหาบ.ก. เท่านั้น จากการที่บรรดาแฟนหนังสือทั้งหลายเข้าร่วมกิจกรรมบ่อยครั้งขึ้นทำให้เกิดความสนิทสนมกับทีมงาน และให้ความเป็นกันเองมากขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างทีมผู้ผลิตและตัวผู้อ่านมีมากขึ้น จึงทำให้บรรดากลุ่มแฟนของชมรมนี้พยายามที่จะเข้าร่วมกิจกรรมทุกครั้งและนอกจากนั้นจากการบริการที่ดีของทีมงาน การเอาใจใส่ของทีมงานก็สร้างความประทับใจให้กับกลุ่มแฟนชมรมของตน โดยที่มีแฟนหลายกลุ่มที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมเล่นเกมส์มีของมาให้ทีมงานเป็นของขวัญหรือของที่ระลึกต่างๆเวลาที่ตัวเองไปเที่ยวมา มีการพูดคุยกันตามประสาคนที่รักหนัง หรือบางครั้งก็มีแฟน บางกลุ่มที่ตามไปจนถึงสำนักพิมพ์เพื่อที่จะได้คุยกับทีมงาน และอาสาช่วยงานบางอย่างที่ตนสามารถช่วยได้

2. ปัจจัยในด้านความบันเทิง และความสนุกสนานในการเข้าร่วมกิจกรรม

ในข้อนี้สามารถที่จะแยกย่อยออกไปได้เป็น

2.1 ภาพยนตร์ที่นำมาฉาย เนื่องจากทีมงานซีเนแมก จะเข้มงวดมากในเรื่องของการเลือกเฟ้นภาพยนตร์ที่จะนำมาฉายให้กับสมาชิกดูนั้นจะต้องได้รับการดูและพิจารณาจากทีมงานทุกคุณว่าเป็นหนังดี มีคุณภาพ และไม่น่าเบื่อ สำหรับสมาชิก เมื่อดูแล้วได้แง่คิด และสามารถนำไปคุยบอกต่อถึงความสนุกที่คนอื่นๆที่ยังไม่มีโอกาสได้ชม ทำให้อยากไปชม เพราะ การที่เลือกหนังไม่ดีมาให้สมาชิกดูนั้น เท่ากับเป็นการฆ่าตัวเอง และ ฆ่าหนังเจ้าของหนังและโรงหนังที่นำหนังนั้นมาฉายด้วย แฟนชมรมซีเนแมกจึงไม่เคยผิดหวังกับหนังที่ทางทีมงานนำมาฉายรอบพรีวิวให้ดู จึงเป็นจุดดึงดูดในการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไป

2.2 ความสนุกของกิจกรรมที่มีก่อนการฉายภาพยนตร์ โดยตัวผู้นำเกมส์คือคุณสุระชาติ ตั้งตระกูล (คุณเดียว) เป็นคนที่มีพรสวรรค์ในการโน้มน้าวให้สมาชิกมีความกล้าที่จะออกมาเล่นเกมส์และร่วมสนุกกันโดยไม่ต้องเขินอาย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเมื่อเกิดแรงกระตุ้นและลูกยุ จากผู้นำกิจกรรม ให้มาร่วมเล่นเกมส์ อีกทั้งของรางวัลที่นำมาแจกก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ตัวสมาชิก อยากได้ และเมื่อเล่นเกมส์แล้วก็จะพยายามอย่างที่สุดที่จะเป็นผู้ชนะให้ได้ เพราะในท้ายสุดตนเองก็จะได้รางวัลที่ตนเองต้องการเป็นของแถมกลับบ้าน หลังจากอิ่มจากการดูหนังที่ตนอยากดูแล้ว

ต้องบอกว่า ผู้นำกิจกรรมของซีเนแมก เป็นผู้ที่มีความสามารถที่จะเชื่อมโยง และประสานให้แฟนชมรมหลายๆคนที่ไม่รู้จักกันได้ทำความรู้จักกันก่อนเล่นเกมส์ เมื่อสมาชิกได้รับความสนุกจาก กิจกรรมตรงนี้ก็เกิดติดใจและอยากที่จะมีส่วนร่วมกับการทำกิจกรรม ในครั้งต่อไป และบอกต่อกับเพื่อนคนอื่นๆให้มาร่วมสนุกกับตน ตรงนี้สมาชิกหรือแฟนของชมรมจะช่วยในเรื่องของการขยายวงของสมาชิกให้กว้างขึ้น ซึ่งจะช่วยในเรื่องของการตลาดของตัวหนังสือด้วย ไปด้วยในตัว

2.3 ตัวกิจกรรมเป็นตัวสื่อกลางที่ทำให้ผู้ที่มีรสนิยมเดียวกันรักการดูหนังเหมือนกัน ได้มารวมกลุ่มกัน ทำให้เกิดกิจกรรมย่อยต่างๆไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยนแฮนด์บิล การนัดแนะกลุ่มเพื่อดูหนัง การตั้งชมรมFilmTeam เพื่อผลิตจุลสารที่แจกกันภายในกลุ่มของตัวเอง เพราะกลุ่มของผู้เข้าร่วมกิจกรรมตรงนี้ ได้รับแรงกระตุ้นจากอิทธิพลของสื่อผลักดันให้เขาเหล่านี้มารวมตัวกัน แม้ในระยะเวลาสั้นที่ได้เข้ามาร่วมกิจกรรมด้วยกัน แต่เมื่อมีความถี่หรือมีความสม่ำเสมอของการจัดกิจกรรมก็สามารถทำให้สมาชิกสมารถที่จะทำความรู้จักกันและกันจากความคุ้นเคย และสมาชิกเหล่านี้ก็ได้สร้างวัฒนธรรมกลุ่มของตัวเองขึ้นมา ตามแนวความคิดของวัฒนธรรมรสนิยม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปว่าในแง่ของผู้ผลิตแล้วปัจจัยที่เป็นตัวดึงดูดให้สมาชิกเข้ามาร่วมกิจกรรมของชมรม ซีเนแมกอย่างต่อเนื่อง นั้นเกิดมาจาก ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทีมผู้ผลิตกับ ผู้อ่าน ตลอดจนการให้การบริการที่ดีและมีคุณภาพ ประกอบกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้นตรงกับค่านิยม ความต้องการและทัศนคติของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรม เข้าร่วมแล้วตนเองได้ประโยชน์ สนองตอบความต้องการของตนเองได้ คือสมาชิกได้ดูหนังที่ดีมีคุณภาพ สามารถนำไปบอกต่อได้แล้วยังได้ร่วมเล่นเกมส์ทำกิจกรรมที่สนุก และทำให้ตนรู้สึกว่าการเข้าเป็นสมาชิกของชมรมทำให้ตนมีสิทธิพิเศษเหนือคนอื่น ทำให้เกิดความสุขและความประทับใจ จนทำให้สมาชิกมาเข้าร่วมกิจกรรมครั้งแล้วครั้งเล่า และคอยติดตามความเคลื่อนไหวตลอดจนข่าวคราวของการทำกิจกรรม ในแต่ละครั้ง เพื่อไม่ให้ตนเองต้องพลาดจากกิจกรรมที่สนุกๆเหล่านี้

อย่างไรก็ดีทีมผู้จัดกิจกรรมหรือทีมผู้ผลิตหนังสือนี้ ก็เป็นเสมือนสื่อกลางระหว่างตัวสมาชิกและสิ่งที่พวกเขาชื่นชอบคือ "ภาพยนตร์" เรียกได้ว่าแฟนชมรมเหล่านี้คือ"คอหนัง" ประเภทเดียวกัน และมีความหลงใหลในสิ่งเดียวกันคือนอกจาก"ภาพยนตร์"

สิ่งที่ได้จากการทำกิจกรรมก็จะมีของที่ระลึกที่มาจากหนังเรื่องโปรด แฮนด์บิล และโปสเตอร์หนัง เพราะ เมื่อเขาชอบดูหนัง ก็ย่อมจะชอบสินค้าทุกอย่างที่เกี่ยวกับหนังไปด้วย

ลักษณะของผู้บริโภคของหนังสือซีเนแมกนั้น เป็นลักษณะของคนที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ไม่มีลักษณะที่แน่นอน ให้มารวมตัวกันจนเรียกได้ว่าเป็นกลุ่มสมาชิก หรือ แฟนคลับ Henry Jenkins ได้พูดถึงลักษณะของแฟนชนิดนี้ ในแง่ของแฟนที่เป็นแฟนสื่อโทรทัศน์ ว่า "Media Fandom" ซึ่งแน่นอนว่าการพัฒนาการมีส่วนร่วมที่เกิดขึ้นนี้ ทีมผู้ผลิตหนังสือจะต้องให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพื่อที่จะนำไปพัฒนาและปรับปรุงการทำกิจกรรมของชมรมต่อไป

ผลประโยชน์สำหรับทีมผู้ผลิตหนังสือ ซีเนแมก จากการทำกิจกรรมซีเนคลับ

จากการทำกิจกรรมซีเนคลับนี้ ผลประโยชน์ที่ทางทีมงานได้รับจะส่งผลสะท้อนในแง่การตลาดและการขยายการขายของตัวหนังสือโดยตรง จากการทำกิจกรรมทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างทีมผู้ผลิตและผู้อ่านมีความสัมพันธ์ที่ดีและเป็นลักษณะของความสัมพันธ์ในระยะยาว ผู้อ่านที่ชื่นชอบหนังสือก็จะชื่นชอบทีมผู้ผลิต และเกิดความพึงพอใจที่ได้รู้จักกับผู้ผลิตหนังสือที่ตนเองชื่นชอบได้พูดคุยอย่างใกล้ชิด ดังนั้น ทีมผู้ผลิตจะได้รับคำติชม ข้อเสนอแนะ และคำวิพากษ์วิจารณ์จากลูกค้าของตนโดยตรง เรียกว่าทำให้ทีมงานได้รู้ถึงความต้องการของลูกค้าโดยตรงได้โดยไม่ต้องส่งแบบสอบถาม เพื่อวิจัยตลาด

ทีมผู้ผลิตมีความต้องการที่จะดึงผู้ที่รักการดูหนังด้วยกัน มีรสนิยมในความชอบเหมือนกันมาร่วมกันทำในสิ่งที่ตนชอบเท่ากับเป็นการคืนกำไรให้กับผู้อ่านของตน ถึงแม้ว่าในช่วงแรกๆของการทำกิจกรรมยังไม่เห็นผลอะไรมาก แต่สิ่งเหล่านี้ส่งผลในระยะยาว คือ พอนานๆเข้าทำให้คนเริ่มรู้จักหนังสือซีเนแมกมากขึ้น และสามารถขยายวงคนที่อ่านหนังสือให้กว้างขึ้น เพราะลักษณะของการเข้าร่วมกิจกรรมนั้นถ้าดีสมาชิกของกลุ่มก็จะบอกกันปากต่อปาก ทีมผู้จดกิจกรรมก็จะได้รับผลประโยชน์ตรงนี้จากสมาชิกโดยไม่ต้องเหนื่อยแรง แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ต้องขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่ทำ จะต้องดีและสามารถสร้างความประทับใจให้กับสมาชิกของตนได้ จนอยากให้เพื่อนคนอื่นๆของตนได้มาสัมผัสความสนุกและความบันเทิงอย่างที่ตนได้รับ

ในแง่ของการตลาด ลูกค้าที่ซื้อเนื้อที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นสปอนเซอร์ของตัวหนังสือโดยตรงหรือสปอนเซอร์ที่นำของมาร่วมสมทบให้แจกเวลาที่มีกิจกรรม ซีเนคลับ จะเกิดความพึงพอใจมากขึ้นเพราะถ้าเขาได้เข้ามาร่วมกับทีมงาน เขาจะได้เห็นว่าผู้อ่านหนังสือหรือผู้บริโภคสินค้าของเขาเป็นคนกลุ่มไหน และบรรดาสมาชิกหนังสือนั้นทีมงานสามารถที่จะติดต่อได้โดยตรงเพราะสมาชิกทุกคนจะทิ้งที่อยู่ซึ่งเป็นของเปล่าติดแสตมป์จ่าหน้าถึงตัวเองไว้กับทีมงาน ผู้อ่านจะเปิดหนังสือทุกๆหน้า ตรงนี้สปอนเซอร์สามารถทราบผลของการลงโฆษณาภายในหนังสือของเราทันทีซึ่งก็จะเป็นผลประโยชน์ที่รับกันเป็นทอดๆ ตัวสมาชิกก็จะพอใจว่าภายในแต่ละเดือนอย่างน้อยต้องมีหนึ่งครั้งที่ทางหนังสือจะจัดกิจกรรมชมรมขึ้นมา เมื่อเขาได้ร่วมทายปัญหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่อยู่ในเล่ม เขาก็ได้มาเลือกรางวัลด้วยตัวเอง และได้เข้ามาพูดคุยกับทีมงานอย่างเป็นกันเองอีกด้วย

ผลประโยชน์ที่ส่งทอดให้กับโรงหนังก็คือการทำกิจกรรมดูหนังรอบพรีวิวนี้ถ้าภาพยนตร์ที่นำมาฉายดีมีคุณภาพ สมาชิกหรือแฟนของชมรมที่มาดูก็จะนำไปพูดปากต่อปาก อาจจะพูดว่าจากคนหนึ่งคนเขาสามารถที่จะดึงคนมาดูได้เป็นสิบ การทำงานแบบนี้จะเป็นลักษณะของการพึ่งพาซึ่งกันและกัน และเมื่อเจ้าของโรงหนังได้ผลประโยชน์ตรงนี้การที่จะอนุญาตให้ใช้สถานที่เพื่อการจัดกิจกรรมในครั้งต่อๆไปย่อมไม่มีปัญหา และจะทำให้ทีมงานของซีเนแมก ได้รับความร่วมมือและทำงานได้ง่ายขึ้น

ประวัติและความเป็นมาของหนังสือสตาร์พิคส์

เป็นนิตยสารที่นำเสนอสาระและบันเทิงเกี่ยวกับวงการบันเทิงและภาพยนตร์และเพลงของวงการเพลงไทยและต่างประเทศ ความเด่นของหนังสืออยู่ที่รูปภาพต่างๆที่รวบรัดและมีสไตล์เป็นหลักและเติมเต็มเนื้อหา สาระ และเรื่องราวต่างๆหลากอรรถรส หลายลีลา ของภาพยนตร์และดนตรี โดยจัดแบ่งคอลัมน์เป็นบทความและบทวิจารณ์ต่างๆ ในแง่มุมที่น่าสนใจ

สตาร์พิคส์ฉบับปฐมฤกษ์ออกวางตลาดเมื่อเดือนพฤษภาคม 2508 ในขนาด 6 1/3 นิ้ว x 8.3/4 นิ้ว หนาประมาณ 64 หน้า ประเดิมด้วยภาพปกเอลวิส เพรสลี่ย์ (Elvis Presley) จากภาพยนตร์เรื่อง Girl Happy ซึ่งพิมพ์ด้วยระบบอ๊อบเซ็ท (Opset) ในส่วนที่เป็นภาพโดยในยุคสมัยนี้

ในท้องตลาดยังไม่แพร่หลาย เนื่องจากนิตยสารทั่วไปยังใช้ระบบบล็อค (Block) กันอยู่แต่ สตาร์พิคส์ จะใช้ผสมกันทั้งสองระบบ เนื้อหาหลักภายในเล่ม จะไม่แตกต่างจากปัจจุบันนักแต่ในคอลัมน์บางอย่างจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัย ราคาจำหน่ายเล่มละ 3 ต่อมาในฉบับที่ 14 ขยายรูปเล่ม และขยับราคาขึ้นเป็น 5 บาท ในช่วงนี้เองที่สตาร์พิคส์ ประสบปัญหาบางประการเกี่ยวกับหัวหนังสือ ทั้งนี้เนื่องจากยังไม่ได้รับอนุญาต จดทะเบียนหัวหนังสือจากทางราชการ ทำให้ต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วยการหาหัวหนังสือเก่าที่ได้รับการจดทะเบียนไว้ก่อนแล้วมาครอบไว้อีกทีหนึ่ง ซึ่งกลายมาเป็น "เรวดียุครุ่งอรุณ ฉบับ สตาร์พิคส์" ควบคู่ไปกับการดำเนินงานเรื่องราวทางกฎหมายให้ถูกต้อง ขนในฉบับที่ 89 สตาร์พิคส์ก็ได้หัวหนังสือ "ดาราภาพสตาร์พิคส์" โดยตรงเป็นการถาวร พร้อมๆกับที่หนังสือต้องมีการปรับปรุงทางด้านเนื้อหาสาระ และภาพสีเพื่อการพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง ควบคู่ไปกับการขยับขยายขนาดของรูปเล่มและความหนา โดยราคาของหนังสือก็เขยิบขึ้นมาเป็น 25,30,40,50 จนกระทั่งในปัจจุบันยืนอยู่ที่ราคา 60 บาท กำหนดการออกหนังสือ จากแรกเริ่ม เคยออกเป็นรายเดือน (ซึ่งบ่อยมากที่จะออกล่าช้าออกมาเป็น 35-40วัน) เลื่อนระยะเวลาออกมาเป็นราย 20 วัน และเริ่มมาเป็นรายปักษ์อย่างที่เป็นอยู่ในฉบับที่ 330 (ธันวาคม 2534) เป็นต้นมา โดยมีขนาดรูปเล่ม กว้าง ยาว 8.1/2 x 11.1/2 หนาประมาณเกือบ 300 หน้าเข้าเล่มด้วยระบบไส้ตรง จากเดิมที่เข้าเล่มแบบเย็บมุงหลังคา

ด้านเนื้อหาสาระนั้นตั้งแต่ยุคแรกยุคบุกเบิกจะยืนแนวหลักอย่างที่เป็นอยู่มาโดยตลอด เพียงแต่รูปแบบและสไตล์การนำเสนอรวมทั้งคอลัมน์บางคอลัมน์จะได้รับการปรับแต่งโฉมไปตามการเปลี่ยนแปลงของทัศนะ มุมมองของคนทำในแต่ละยุคสมัย อย่างเช่นในฉบับที่ 100 ซึ่งถือว่าเป็นฉบับที่ยกเครื่องในเรื่องเนื้อหาสาระทั้งในรูปแบบและทิศทางการนำเสนอ ที่ทำให้เกิดคอลัมน์ใหม่ๆเช่น Slow-Motion "หลังกล้อง" และ "ทูใครทูมัน" ซึ่งมีการวิจารณ์แบบเจาะลึกมากขึ้น ก็จะมีการปรับปรุงพัฒนามาตลอดจนถึงปัจจุบัน มีสิ่งใหม่เกิดขึ้น และคงอยู่มาจนถึงปัจจุบันบางสิ่งที่ขาดหายไป หรือยุติไปเช่น คอลัมน์ "กังวานใจ" ที่เป็นสนามประลองงานเขียนเชิงร้อยกรองของแฟนสตาร์พิคส์ที่ส่งมาร่วมสนุก (ซึ่งคุณประภัสสร เสวิกุล คูรวานิช จรุงกิจอนันต์ นักเขียนที่โด่งดังมากที่สุดในปัจจุบันที่ยังเคยเป็นแฟนของสตาร์พิคส์ในสมัยก่อนก็ยังเคยส่งผลงานของท่านมาร่วมลงในคอลัมน์นี้ด้วย") ส่งผลงานร้อยกรองมาร่วมสนุกก็มีอันต้องยุติไปและมีคอลัมน์ "ที่ตรงนี้คุณเขียน" มาแทนที่ หรือคอลัมน์ "ของแถม" ที่หยุดไปก็ได้ คอลัมน์ "Preview Theatre" เข้ามาชดเชย

นอกจากนี้ยังมีคอลัมน์ "มาทำหนังกันเถอะ" ซึ่งระยะแรกได้รับความเอื้อเฟื้อต้นฉบับภาษาอังกฤษจากคุณ นพพล โกมารชุน โดยเริ่มลงตอนแรกในฉบับที่ 206 ธันวาคม 2528 ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมาก สำหรับผู้สนใจอยากศึกษาถึงขั้นตอนและพิธีการทำงานการสร้างหนัง คอลัมน์ "Story Board" (เริ่มมีขึ้นในฉบับที่ 223 มีนาคม 2530) ที่ประยุกต์ถึงการเขียนถึงหนังในคอลัมน์ดูหนังในหนังสือ "โดยการใช้รูปจากหนังมาช่วยเป็นสื่อในการนำเสนอ เรื่องราว และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กับคนอ่านได้ดียิ่งขึ้น เหล่านี้เป็นต้น สำหรับปัจจุบัน เนื้อหาของหนังและเพลงจะแยกส่วนกันนำเสนออย่างเห็นได้ชัดเจนอยู่ในเล่มเดียวกัน โดยคอลัมน์หลักๆ ในส่วนภาพยนตร์ก็จะมีคอลัมน์ประจำ อาทิ "แวดวงบันเทิง", "รายงานหนังใหม่", "ดูหนังในหนังสือ", "อันดับหนังทำเงินในอเมริกา", " แกะแผ่นเลเซอร์", "Poster Gallery", "Preview Theatre", "Story Board", นอกจากนั้นก็จะเป็นบทความพิเศษเกี่ยวกับดารา และ เบื้องหน้าเบื้องหลังของภาพยนตร์ต่างๆ คอลัมน์เด็ด ในส่วนของดนตรีนั้นก็มี อาทิ "Pop Gear", "Records Line", "Hard Attack", "Music Development", "Metal Shop", "Music Gallery", Video Theatre", "Billboard", แวดวงร็อคเมืองไทย", "ร้องยัมย่าเพลง", "สารพันปัญหาดนตรี", "Your Song", ส่วนที่ให้แฟนทางบ้านเขียนส่งมาร่วมอาทิ "ที่ตรงนี้คุณเขียน" (เป็นบทวิจารณ์หนัง) , "Steadler Art Club (แฟนทางบ้านวาดรูปดารามาร่วมแสดงในหนังสือ), "We read Your Mail" , และ "บางขุนพรหมสแควร์" (เป็นข่าวฝากทางแวดวงบันเทิงในเมืองไทย)

ด้านกองบรรณาธิการในยุคแรกนั้นมีคุณชวนไชย เตชะศรีสุธี และคุณเปี๊ยก โปสเตอร์ รวมทั้งเพื่อนๆอีก 2-3 คนที่คอยเป็นพี่เลี้ยงและผู้ดูแลในการผลิต โดยมีคุณสุชาติ เตชะศรีสุธี น้องชายของคุณชวนไชย และเพื่อนๆของคุณสุชาติจากโรงเรียน วัดมกุฏกษัตริย์มาร่วมช่วยกันด้วย เช่นคุณธีระ อุษณะกรกุล คุณนที จึงนิพนธ์สกุล คุณมนตรี ช่างก่อ คุณวิบูลย์ ตระกูลฮั่น คุณนิธัต อัครเสนา เป็นต้น ตั้งเป็นทีมงานทำหนังสือ สตาร์พิคส์ ขึ้นมา ซึ่งในปัจจุบันแต่ละท่านที่เอ่ยนามมาต่างก็แยกย้ายกันไปทำอย่างอื่นหมดโดยมีคุณสุชาติ ที่ยังคงเป็นบรรณาธิการของ StarpicS มาจนถึงปัจจุบัน พร้อมกับที่ทีมงานใหม่ได้ผลัดเปลี่ยนกันเข้ามา เช่น คุณมานิต โมฬีชาติ คุณกิติศักดิ์ สุวรรณโภคิน คุณลำเพา สุดโต มาจนกระทั่งถึง คุณสุทรากรณ์ สันต์ชวัช คุณภาณุฎา เกิดดี คุณโนน นัฏฐภาคย์ คุณสมบูรณ์ งามสุริยะโรจน์ คุณจักรวงศ์ อรรถพันธานนท์ โปสเตอร์แมน นอกจากนี้ StarpicS ยังได้รับเกียรติจาก Mr. Charles Ellis ซึ่งเป็นผู้สื่อข่าวบันเทิงต่างประเทศ

ที่เดินทางมายังประเทศไทยเพื่อสำรวจหานิตยสารเกี่ยวกับบันเทิงที่ดีที่สุดของประเทศไทยเพียงฉบับเดียว เพื่อที่จะติดต่อนำข่าวหนังและบทสัมภาษณ์ดาราชื่อดัง มาลงเผยแพร่ให้แฟนๆ ชาวไทยได้รับทราบความเคลื่อนไหวของวงการมายาฮอลลีวู้ดซึ่ง Mr. Ellis เลือก สตาร์พิคส์ ให้เป็นนิตยสารเพียงฉบับเดียวที่สามารถนำเรื่องราวและข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์โดยตรงจากต่างประเทศมานานกว่า 10 ปีแล้ว จึงไม่น่าแปลกใจที่แฟนๆสตาร์พิคส์ จะเห็นภาพ Mr. Charles Ellis ถ่ายรูปคู่กับดาราดังๆ ของ ฮอลลีวู้ด พร้อมกับอ่านหนังสือ สตาร์พิคส์ ไปด้วยอยู่เป็นประจำ

ตลอด 30 ปีที่ผ่านมา สตาร์พิคส์ ปรับเปลี่ยนและพัฒนาไปมาก เมื่อมองย้อนหลังไปในยุคแรกๆ เปรียบเทียบกับยุคปัจจุบันทั้งขนาดรูปเล่มและเนื้อหาภายในจากขนาดที่โตขึ้นเป็นลำดับจากเย็บมุมหลังคามาเป็นเข้าเล่มแบบไส้กาว กองบรรณาธิการที่เปลี่ยนเวียนกันเข้ามาสร้างความแปลกใหม่ให้กับหนังสือได้อย่างสม่ำเสมอ การปรับปรุงแต่ละครั้งนั้นทำเพื่อให้หนังสือเติบโตอย่างสมบูรณ์มากขึ้น และก้าวเดินไปในทิศทางที่เหมาะสมโดยยึดมั่นในหลักการที่ว่า สตาร์พิคส์ คือ "สาระบันเทิงเพื่อคนดูหนังบันเทิง" อย่างแท้จริง

รูปแบบของหนังสือ สตาร์พิคส์

StarpicS หรือ อีกชื่อหนึ่งว่า ดาราภาพเป็นสาระบันเทิงสำหรับคนดูหนังฟังเพลง เป็นหนังสือรายปักษ์ออกเดือนละ 2 ฉบับ ปัจจุบันราคา 60 บาทมีความหนา 278 หน้า สอดหน้าสีที่เป็นทั้งโฆษณาและใบปิดหนังที่กำลังเป็นที่สนใจในแต่ละเดือน หรือหนังที่ทางตัวหนังสือต้องการแนะนำ คอลัมน์ที่บรรจุ จะแบ่งออกเป็น

Movie	**Music**
บทความ	**บทความ**
- เรื่องย่อของหนังที่น่าสนใจ	- บทสัมภาษณ์นักร้องที่ได้รับความนิยมในช่วงนั้นๆ
- เรื่องราวเกี่ยวกับดาราที่ได้รับความนิยม	- ความเคลื่อนไหวของวงดนตรีกับการออกทัวร์
- เรื่องราวของหนังต่างประเทศที่ไม่ใช่หนังความนิยม	- เรื่องราวของวงดนตรีและนักร้องที่ได้รับ

จากฮอลลีวู้ด แต่เป็นหนังจากยุโรปหรือเอเชียที่ควรดู

- บทสัมภาษณ์ดาราคนดังของฮอลลีวู้ด
- บทสัมภาษณ์นักร้องที่กำลังออกอัลบั้มใหม่

คอลัมน์ประจำ

- หนังทำเงิน
- หนังโรงเล็ก
- หน้ารวมดิสก์
- Poster Gallery
- ตามรอยเมคอัฟเอ็ฟเฟ็ค
- มายาแห่งภาพยนตร์
- หลังม่านมายา
- หนังคลาสสิค
- ดูหนังในหนังสือ

คอลัมน์ประจำ

- เพลงยอดนิยมอันดับหนึ่ง
- ปกิณกะร็อค
- Playing By Ear
- พรหมจรรย์แห่งวิจารณญาณ
- เรื่องเหล่านี้คือตำนาน
- Records Line
- Pop Gear
- ร้องยัมยำเพลง

ส่วนคอลัมน์ที่เปิดอิสระให้กับนักเขียนสมัครเล่นซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบรรดาสมาชิกที่เข้าร่วมทำกิจกรรมได้เขียนวิจารณ์หนังที่ตนเองดู หรือการแสดงความคิดเห็นต่างๆก็จะเป็นคอลัมน์ที่จะกล่าวต่อไปนี้คือ

- ที่ตรงนี้คุณเขียน
- ยิ้มมุมปาก
- Staedtler Art Club (เป็นคอลัมน์ให้ผู้อ่านส่งภาพวาดของตนเข้ามาร่วมสนุก และรับคำวิจารณ์เพื่อพัฒนาฝีมือของตนเอง จะมีของชวัญเล็กๆน้อยๆให้กับผู้ส่งภาพเข้าร่วมถ้าได้ลงหนังสือ)
- Preview Theatre

- บางขุนพรหมสแควร์

- We Read Your Mail (หมายเหตุ สามคอลัมน์หลังจะเป็นของหนังสือเอง มิใช่เป็นผู้อ่านเขียนมาร่วมสนุก)

ส่วนบัตรดูหนังฟรีที่ทางชมรม สตาร์พิคส์ Club จัดนั้นจะแทรกอยู่ในหนังสือ ใกล้ๆ กับหน้าของใบสมัครรับเป็นสมาชิกหนังสือรายปี ดังนั้นผู้ที่จะเข้าเป็นสมาชิกของ สตาร์พิคส์ Club สามารถเป็นได้ทั้งสมาชิกรายปีที่จ่ายเงินค่าสมาชิกรวดเดียวแล้วทางสำนักพิมพ์จัดส่งหนังสือให้ทุกเดือน หรือทุกงวด หรือสามารถเข้าร่วมทำกิจกรรมด้วยการซื้อหนังสือเป็นประจำเพื่อตามข่าวคราวของกิจกรรม

<u>จุดขายของหนังสือ สตาร์พิคส์</u>

จากการสัมภาษณ์ คุณสุชาติ เตชะศรีสุธี บรรณาธิการหนังสือสตาร์พิคส์ ให้ความคิดเห็นว่า

1.จุดขายของสตาร์พิคส์คือตัวรูปและเนื้อหา ซึ่งมีจำนวนเท่าๆกัน หนังสืออื่นๆ ที่เขาพลาดเพราะอาจจะไปเน้นที่เนื้อหามากกว่ารูปซึ่งทางสตาร์พิคส์จะเน้นตัวรูปเป็นหลักสำคัญ ส่วนเสริมความคิดนี้ของคุณสุชาติก็คือ ความคิดเห็นของคุณสมเกียรติ เตชะเกรียงไกร ผู้ทำหน้าที่เป็นผู้นำกิจกรรมและเป็นหนึ่งในกองบรรณาธิการของหนังสือสตาร์พิคส์ด้วยกล่าวว่า จุดขายของสตาร์พิคส์ในช่วงแรกๆเป็นการขายภาพดารา คนนิยมและปลื้มดารากันมาก และในสมัยนั้นสตาร์พิคส์ เป็นหนังสือเพียงเล่มเดียวที่เสนอรูปของดาราที่คนชื่นชอบอย่างจุใจ ตลอดจนมีการติดตามข่าวคราวของภาพยนตร์โทรทัศน์ที่เป็นตอนๆที่คนสนใจ จุดขายในยุคต้นๆ จึงเป็นไปในลักษณะนั้นๆ ในปัจจุบันความชอบของคนได้เปลี่ยนแปลงไป จากที่เคยชื่นชอบดารา แฟนหนังเริ่มหันมาชอบใบปิดหนัง (Handbill) กันมากขึ้น เมื่อหนังสือลงรูปของใบปิดหนังคนก็ซื้อหนังสือมากขึ้น คนที่ซื้อสตาร์พิคส์นี้ในยุคแรกๆ จะซื้อเพราะรูปสี่สีที่ตีพิมพ์ในตัวหนังสือ หลังจากนั้นจึงอ่านเนื้อหาสาระในหนังสือ ที่บรรจุในหนังสือ ถ้าเขาชอบรูปดารา ก็แน่นอนที่เขาจะเป็นคนที่ชอบดูหนังฟังเพลง เพราะหนังสือจะลงทั้งรูปดาราและนักร้อง ซึ่งตรงนี้จะส่งผลต่อการขายโปสเตอร์รูปดาราที่ทางสำนักพิมพ์ทำธุรกิจตรงนี้อยู่ด้วย *

จากความคิดเห็นของทั้งสองท่านพอที่จะสรุปได้ว่า

1. จุดขายของหนังสือสตาร์พิคส์จะเน้นที่ภาพดาราและนักร้องที่นำเสนอในเล่มมากกว่าเนื้อหาสาระ เพราะคอลัมน์ภายในเล่มส่วนใหญ่ของสตาร์พิคส์จะแปลจากบทความของหนังสือ หรือนิตยสารที่เกี่ยวกับภาพยนตร์บันเทิงของต่างประเทศ เช่นหนังสือ Vanity Fair, Entertainment Weekly, Rock &Roll magazine ซึ่งหนังสือเหล่านี้จะมีรูปที่น่าสนใจ การระดมทุนในการผลิตหนังสือของสตาร์พิคส์ไม่เน้นระบบการตอบรับเป็นสมาชิก แต่จะเน้นการขายภาพ ขายโปสเตอร์ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของสำนักพิมพ์มาก่อน และนอกจากนั้นก็ขายตัวหนังสือที่มีเนื้อหาสาระที่ครอบคลุมทั้งภาพยนตร์บันเทิง และวงการเพลงต่างประเทศ ที่คนต้องการอ่าน จนกระทั่งถึงยุคหนึ่งที่การสั่งเข้าหนังต้องหยุดชะงักเนื่องจากภาษีหนังที่ถีบตัวสูงขึ้น ในสมัยก่อน ดังนั้นการระดมเงินทุนในจุดนี้มาจากการหาโฆษณาเข้ามาในตัวหนังสือ เพื่อให้หนังสืออยู่รอดและมีความหนาขึ้น

2. จุดขายอีกจุดของหนังสือสตาร์พิคส์คือ การแถมโปสเตอร์จากภาพยนตร์และดาราที่คนชื่นชอบ ในบางครั้งมีการแถมโปสเตอร์ภาพยนตร์ติดๆกันเป็นจำนวน 8 เล่มคือตั้งแต่เล่มที่ 387 -395 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ตัวหนังสือฉลองครบรอบ 30 ปีของการก่อตั้งสตาร์พิคส์ ผู้คนที่ชื่นชอบการสะสมโปสเตอร์ก็จะซื้อหนังสือตลอดโดยไม่ให้ขาดเล่มใดเล่มหนึ่ง เพราะจะมีการโฆษณาล่วงหน้าในหนังสือถึงโปรแกรมพิเศษนี้

3. จุดขายที่สำคัญอีกจุดหนึ่งซึ่งมีส่วนอย่างมากในการโปรโมททั้งภาพยนตร์และหนังสือคือการจัดกิจกรรมชมภาพยนตร์รอบพรีวิวกับสตาร์พิคส์คลับ วิธีเดียวที่ผู้อ่านจะมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมได้คือต้องซื้อหนังสือ เพื่อตัดบัตรที่แทรกอยู่ภายในเล่มมาร่วมกิจกรรม แต่ในบางครั้งก็มีการแจกบัตรดูภาพยนตร์ฟรีของรอบต่อไปภายในโรงภาพยนตร์เนื่องจากพิมพ์หนังสือไม่ทัน ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนั้นสามารถที่จะขอไว้เกินกว่าหนึ่งใบเพื่อเผื่อให้กับเพื่อนที่มาไม่ทัน

4. การจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาล เช่น เทศกาล 100 ปีภาพยนตร์โลก ในงานนี้ ทางทีมงานสตาร์พิคส์จะจัดบอร์ดนิทรรศการภาพยนตร์ 100 ปีตั้งแต่กำเนิดภาพยนตร์ และภาพยนตร์ดังๆของโลก มีการฉายภาพยนตร์ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นภาพยนตร์ยอดเยี่ยมของโลกให้กับผู้เข้าร่วมชมงานฟรี มีการแจกโบชัวร์ตารางของโปรแกรมของงานตลอดหนึ่งอาทิตย์ที่มีนิทรรศการ ทีมของสตาร์พิคส์ก็จะ ตั้งBoots ขายหนังสือสตาร์พิคส์ทั้งเก่าและใหม่ หนังสือที่สตาร์พิคส์จัดพิมพ์พิเศษรวมเล่ม และผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ รวมทั้งโปสเตอร์ภาพยนตร์ดังๆ เทศกาลเหล่านี้มักจะมีผู้เข้าชมมากและทำให้ยอดขายหนังสือ สูงขึ้นตาม คือนอกจากสมาชิกของหนังสือจะทราบ

เรื่องราวความเคลื่อนไหวแล้ว คนภายนอกก็ทราบจากแผนโปรโมต ตามแผ่นโปสเตอร์ ที่ติดตามสถานที่ต่างๆ ปัจจุบันแหล่งจัดกิจกรรมพิเศษของสตาร์พิคส์มักจะจัดที่ โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ เมืองหนังของคนรักหนัง และที่นี่ สตาร์พิคส์ได้เปิดร้าน "สตาร์พิคส์ แกลอรี่ " ขายโปสเตอร์หนังและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากภาพยนตร์ต่างๆที่สั่งซื้อมาจากต่างประเทศ สนองความต้องการแก่ผู้ที่เป็นนักสะสม

<u>กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของหนังสือสตาร์พิคส์</u>

กลุ่มเป้าหมายของหนังสือสตาร์พิคส์ คือกลุ่มนักศึกษา หรือตั้งแต่นักเรียนตั้งแต่มัธยม ถึงมหาวิทยาลัย จนกระทั่งถึงคนทำงาน เนื่องจากสตาร์พิคส์เป็นหนังสือที่ค่อนข้างจะเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมาเป็นเวลานานกว่า 30 ปี กิจกรรมในการรวมกลุ่มสมาชิกเพื่อชมภาพยนตร์รอบพรีวิวก็ถือว่าเป็นยุทธวิธีทางการตลาด ในการที่ทำให้มีลูกค้าที่ซื้อหนังสือมากขึ้น เนื่องจากในยุคแรกๆนั้นจะใช้วิธีบอกรับเป็นสมาชิก กลุ่มที่เป็นสมาชิกของหนังสือสตาร์พิคส์จริงๆ จึงจะรู้ความเคลื่อนไหวในการทำกิจกรรมในแต่ละครั้ง ต่อมาได้ริเริ่ม ในการทำบัตรชมภาพยนตร์พิมพ์ไว้ในหนังสือเลย ผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกแต่ซื้อหนังสือ ก็จะสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้เช่นกัน ตรงจุดนี้ สตาร์พิคส์ เป็นผู้ริเริ่มเป็นฉบับแรกแล้วก็ประสบความสำเร็จคือมีผู้มาเข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าครั้งที่เปิดให้แต่สมาชิกของหนังสือโดยเฉพาะ แต่อย่างไรก็ตามสตาร์พิคส์มิได้เป็นผู้ริเริ่มกิจกรรมในการรวมกลุ่มสมาชิกเพื่อชมภาพยนตร์รอบพรีวิวเป็นเล่มแรก หนังสือเล่มแรกที่ทำกิจกรรมนี้คือ เอนเตอร์เทน ที่ทำในลักษณะ เอนเตอร์เทน แฟน คลับ (Entertain Fan Club) ตั้งแต่ครั้งสมัยที่คุณประไพพรรณ เหล่ายนตร์ยังรับหน้าที่เป็นบ.ก.ของหนังสือเล่มนั้น จนกระทั่ง ยกทีมออกจาก เอนเตอร์เทนทั้งทีมไปผลิตหนังสือ ซีเนแมก (Cinemag) กิจกรรมเช่นนี้ก็ยังคงมีอยู่ เพราะ ซีเนแมกจะติดต่ออยู่กับค่ายหนัง วอร์เนอร์ บราเธอร์ ในขณะที่ สตาร์พิคส์ จะติดต่อกับค่ายหนัง ยูพีไอ (UPI) เป็นหลัก ดังนั้นการพิมพ์บัตรเข้าร่วมชมภาพยนตร์ในหนังสือสตาร์พิคส์จึงเป็นการเพิ่มจุดขายให้กับตัวหนังสือมากขึ้น อีกวิธีหนึ่งก็คือ การแจกหนังสือ สตาร์พิคส์เล่มเก่าให้กับโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย โดยที่คนที่ไม่เคยรู้จักหนังสือมาก่อนก็จะได้รู้จัก และอยากที่จะซื้อและติดตามในเล่มต่อไป และในบางส่วน ก็ไปวางตามรถ Microbus ตรงจุดนี้นอกจากเป็นการโปรโมตหนังสือแล้วยังเป็นการขยายวงกว้างในเรื่องของกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย

จุดมุ่งหมายในการตั้งกิจกรรมกลุ่มสตาร์พิคส์ หรือ สตาร์พิคส์ คลับ

จากการสอบถามคุณสมเกียรติ เตชะเกรียงไกร ผู้นำกิจกรรมของสตาร์พิคส์ได้กล่าวว่า "การก่อตั้งกลุ่มสมาชิกชมรมภาพยนตร์ของ สตาร์พิคส์นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะให้มีการทำกิจกรรมมากขึ้น และมีจุดขายในการแข่งขันมากขึ้น และเป็นการติดต่อกับคนอ่านโดยตรง คนอ่านที่ต่อมาจะกลายมาเป็นแฟนของชมรม ก็จะมีกิจกรรมที่ทำร่วมกันมากขึ้น สตาร์พิคส์จะมองในเรื่องของการตลาดเป็นหลัก

วิวัฒนาการของแฟนชมรมที่เข้ามาร่วมกิจกรรมที่เห็นได้ชัดก็คือ คนที่เข้ามารวมกิจกรรม มีการเปลี่ยนหน้าไปเรื่อยๆ บางครั้งสมาชิกที่มาเข้าร่วมกิจกรรม ก็จะเข้ามาคุยด้วยเข้ามาสร้างความคุ้นเคยกัน ซึ่งแต่ก่อนเมื่อไม่มีกิจกรรม การติดต่อกันจะมีอยู่ช่องทางเดียวคือการติดต่อทางจดหมาย และทีมผู้ผลิตหนังสือก็จะไม่เคยเห็นหน้าค่าตาของผู้อ่านเลย คนที่ไม่อยากเขียนจดหมายก็มีมาก ดังนั้นกิจกรรมของชมรมที่มีขึ้น จึงเป็นเสมือนสื่อกลางระหว่างทีมผู้ผลิตหนังสือ กับแฟนหนังสือ ที่เป็นแฟนหนังด้วย ได้มาทำความรู้จักกัน ในเรื่องของกิจกรรม สตาร์พิคส์จะเน้นในเรื่องของความถี่ในการจัดกิจกรรม ในปีหนึ่งๆควรจะมีกิจกรรมยักษ์ใหญ่สักครั้ง เช่นงาน 100 ปี ภาพยนตร์โลก ที่จะมีทั้งการเสวนา และการฉายภาพยนตร์เก่าที่ไม่มีโอกาสได้ดูที่ไหน

การมองสมาชิกของกลุ่มสตาร์พิคส์นี้จะเห็นว่า แฟนหนังสือของสตาร์พิคส์ และมีซีในแมกมีความคล้ายคลึงกันตรงที่มีลักษณะเป็น POPULAR CULTURAL CAPITAL จากแนวความคิดของ John Fiske (1992) กล่าวถึงแฟนในลักษณะแบบนี้ไว้ว่าเป็น กลุ่มผู้ชมธรรมดา ที่มีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์มากเช่น มีเสื้อกลุ่มใส่ ซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ทางรายการขาย เข้าร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น ซึ่งถ้าหากมองในแง่ของธุรกิจ แฟนกลุ่มนี้จะมีฐานะเป็น "ตลาด" นอกจากนี้ยังสร้างการไหลเวียนของข่าวสารระหว่างสมาชิกในกลุ่ม แลกเปลี่ยนความพอใจ ไม่พอใจ ความคิดเห็นหรือการจับกลุ่มวิพากษ์วิจารณ์ด้วยกัน ลักษณะการไหลเวียนของข่าวสารนี้เรียกว่า Fan Talk ซึ่งสามารถเพิ่มพูนความรู้และพลังของกลุ่มแฟนได้ หากนำความรู้ที่ได้มาเสนอแนะและร่วมกันผลิตรายการ ขึ้นมา จากแนวความคิดนี้นำมาเปรียบเทียบแฟนชมรมของสตาร์พิคส์แล้วก็จะเห็นว่าการกระจายข่าวสารของการทำกิจกรรมแต่ละครั้งของบรรดาสมาชิก หรือแฟนกลุ่มนี้เป็นการบอกต่อโดยตัวสมาชิกด้วยกันที่อาจจะตั้งเป็นกลุ่มย่อยๆของตนและมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ตลอดจนแลกเปลี่ยน สิ่งของที่เป็นผลิตภัณฑ์จากภาพยนตร์ ตัวอย่างที่เห็นชัดที่สุดคือการแลกเปลี่ยนแฮนด์บิล หรือการแจกจ่ายแฮนด์บิลระหว่างสมาชิกด้วยกัน ส่วนการเสนอแนะข้อคิดเห็นหรือการวิพากษ์วิจารณ์จะเห็นได้ชัดมากกว่าเวลาที่เป็นข้อเขียนในคอลัมน์"เวทีนี้ คุณเขียน" หรือ Preview Theater ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่พูดถึงการทำกิจกรรมของสตาร์พิคส์ และให้เนื้อที่ให้กับสมาชิกได้เขียนออกความคิดเห็นเกี่ยวภาพยนตร์ที่ตนได้เข้าร่วมชมกับสมาชิกคนอื่นๆจากกิจกรรมกลุ่มของสตาร์พิคส์

รูปแบบของกิจกรรมของ สตาร์พิคส์ Club

เนื่องจาก สตาร์พิคส์ไม่มีคอลัมน์ใดๆที่เขียนชี้แจงเกี่ยวกับการทำกิจกรรมของคลับ เป็นเพียงกิจกรรมพิเศษที่ทางหนังสือ ได้จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการขายของตัวหนังสือเอง ซึ่งแตกต่างจากซีเนคลับที่สามารถที่จะฟอร์มรูปร่างของคลับได้อย่างมีระบบมากกว่าเนื่องจากมีคอลัมน์ในหนังสือที่เป็นเหมือนศูนย์กลางของข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมของคลับ ผู้ที่อยากจะเข้าร่วมกิจกรรมของสตาร์พิคส์จำเป็นที่จะต้องซื้อหนังสือเพื่อที่จะตัดบัตรดูหนังฟรีในเล่มมาเข้าร่วมกิจกรรม ภายในบัตรจะบอกรายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่จะฉาย โรงหนังและเวลาที่จะฉาย สมาชิกต้องมารวมตัวกันที่หน้าโรงภาพยนตร์ก่อนเวลาที่ภาพยนตร์จะฉาย จนใกล้เวลาที่จะฉายภาพยนตร์ เมื่อทีมผู้จัดกิจกรรมของสตาร์พิคส์มากันพร้อม ก็จะเริ่มเล่นเกมส์ก่อนที่จะฉายหนัง บางครั้งก็เป็นเพียงจับฉลากเพื่อแจกรางวัลแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยก่อนที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะเข้าไปในโรงหนังได้ จะต้องยื่นบัตรที่ตัดจากตัวหนังสือให้กับStaff ที่ยืนอยู่ที่หน้าประตูโรง แล้วหาที่นั่งตามใจชอบในโรงภาพยนตร์

ผู้นำกิจกรรมของทีมสตาร์พิคส์คือ คุณสมเกียรติ เตชะเกรียงไกร ซึ่งเป็นหนึ่งในทีมของกองบรรณาธิการ จะดำเนินหน้าที่ๆจะโน้มน้าวให้สมาชิกผู้เข้าร่วมกิจกรรมมาร่วมเล่นเกมส์ ทายปัญหา หรือร่วมสนุกในรูปแบบของการแข่งขันต่างๆ เพื่อชิงรางวัลที่ทางทีมงานได้เตรียมมาให้ เมื่อสมาชิกมาเข้าร่วมกิจกรรม ทุกคนต้องพยายามเกณฑ์ความสามารถของตนเพื่อชิงกันเป็นผู้ชนะ เพราะในบางครั้งรางวัลที่นำมามอบให้เป็นของที่ระลึกจากหนังที่หายากและหาไม่ได้ในเมืองไทย บางครั้งก็เป็นแฮนด์บิลจากต่างประเทศที่หายากมาก เมื่อเล่นเกมส์ไปซักพักก็จะสลับกับการจับสลากเพื่อหาผู้โชคดีมารับรางวัลโดยไม่ต้องเล่นเกมส์ รางวัลที่ได้อาจจะเป็นนมสดดัชมิลค์ ทั้งแพ็ค วีดีโอ

หนังจากไรท์ พิคเจอร์ เทปชาวด์แทร็กจากค่ายเทปต่างๆ โปสเตอร์หนังหรือไม่ก็เป็นผลิตภัณฑ์ Giftset จากสปอนเซอร์ของหนังสือ เกมส์จะดำเนินไปจนกว่ารางวัลจะหมด หลังจากที่เล่นเกมส์เสร็จเมื่อถึงเวลาที่จะฉายหนังผู้นำกิจกรรมก็จะกล่าวขอบคุณ สปอนเซอร์ต่างๆ หลังจากนั้น ก็เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนสนุกกับการดูหนัง ส่วนหลังจากหนังเลิกแล้วก็ขึ้นอยู่กับสมาชิกแต่ละกลุ่ม ว่าจะทำอะไรกันต่อไป โดยส่วนใหญ่แล้วสมาชิกแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มจะมีกิจกรรมหลังหนังเลิกของตนเอง ที่เห็นแต่นชัดที่สุดก็คือการแลกเปลี่ยนแฮนด์บิล บางครั้งสมาชิกของทีมผู้จัดกิจกรรมบางท่านก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์สื่อนี้เป็นประโยชน์ในการสร้างความคุ้นเคยกับตัวสมาชิก คุณสมเกียรติพูดถึงบทบาทของตนเองในฐานะผู้นำกิจกรรมไว้ว่า " ตัวเองต้องพยายามคลุกคลีกับบรรดาแฟนๆ หรือสมาชิกที่มาเข้าร่วมกิจกรรม ถามความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวหนังสือว่ามีความคิดเห็นอย่างไร มีอะไรที่ต้องปรับปรุงบ้าง และในแง่ของกิจกรรมต้องการที่จะให้ออกมาในรูปแบบไหน นอกเหนือไปกว่านั้นก็คือของรางวัลที่เกี่ยวข้อง กับตัวหนังที่พวกสมาชิกชื่นชอบ เกมส์นั้นก็จะมีคนเข้ามาร่วมเล่นเยอะมาก ความยากง่ายของเกมส์ ก็จะอยู่ที่รางวัลที่สปอนเซอร์ให้มาเช่นกัน บางครั้งตัวสปอนเซอร์จะเป็นคนขอร้องว่า ให้เล่นเกมส์ให้เขาหน่อย ซึ่งทางทีมงานก็จะพิจารณาว่ามากเกินไปหรือไม่ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เวลาที่เล่นเกมส์ในขณะที่หนังจะฉายอยู่แล้ว แต่เกมส์ยังเล่นไม่เสร็จ ก็จะมีการตกลงกับทางโรงว่า ดราวนี้อนุโลมนะ ดราวหน้าขอให้เวลาลงตัวมากกว่านี้ ก็จะถามว่าให้เวลาเท่าไหร่กับการเล่นเกมส์" เรียกได้ว่าตัวผู้นำกิจกรรมจะมีบทบาทอย่างมากในการทำกิจกรรมของชมรม นอกจากจะเป็นผู้ที่โน้มน้าวให้สมาชิกออกมาร่วมทำกิจกรรมหรือเล่นเกมส์ด้วยกันแล้วก็ยังต้องคอยแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และเป็นตัวเชื่อมระหว่างสมาชิกของชมรมด้วยกัน "

ในแง่ของผู้ผลิตหรือทีมงานของสตาร์พิคส์ กล่าวถึง รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของชมรมภาพยนตร์ของสตาร์พิคส์ จะเริ่มจากการติดต่อคุยกับค่ายหนังเสียก่อน ว่าเขาจะให้หนังกับทางทีมงานไหม และเมื่อได้หนังมา ก็ต้องติดต่อเรื่องโรงหนังที่จะนำหนังที่มาฉายให้กับสมาชิกดูนั้น คนที่ติดต่อคือคุณศิริวรรณและคุณสุชาติ เตชะศรีสุธี ส่วนของรางวัลจะติดต่อกับสปอนเซอร์ที่สนับสนุนตัวหนังสือโดยผ่านแผนกโฆษณา

ในเรื่องของการรวมสมาชิกชมรมเพื่อทำกิจกรรมเพื่อสังคม สตาร์พิคส์อาจจะยังไม่สามารถทำได้ตอนนี้เนื่องจากว่าบุคลากรในกองบรรณาธิการยังมีน้อย

จากการทำกิจกรรมของชมรมสตาร์พิคส์ เมื่อโยงมาพูดถึงเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทีมผู้ผลิตกับตัวแฟนชมรมนั้นถ้ามองในแง่ของคุณสมเกียรติ จะให้ความคิดเห็นว่า " ยังเป็นรูปแบบของความสัมพันธ์ที่ไม่สนิทแนบแน่น เนื่องจากจุดมุ่งหมายหลักของสมาชิกที่มาร่วมกิจกรรมก็คือการเข้าร่วมชมภาพยนตร์รอบพรีวิว ซึ่งตนจะได้ดูก่อนผู้อื่น หรืออาจจะเป็นภาพยนตร์ที่ไม่มีฉายในโรงภาพยนตร์ทั่วไป แต่ก็จะมีบางกลุ่มที่เข้ามาคุยกับทีมผู้ผลิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการวิพากษ์วิจารณ์หนังที่เพิ่งชม หรือการแลกเปลี่ยนแฮนด์บิล ตรงนี้จะมีกลุ่มประจำที่เข้ามาคุยตลอด ส่วนอีกประเภทก็จะเป็นประเภทดูเสร็จก็จะกลับเลย

ช่องทางในการเข้าร่วมกิจกรรมของสตาร์พิคส์

หนังสือสตาร์พิคส์จะมีระบบตอบรับสมาชิกรายปีเช่นเดียวกับหนังสือ ซีเนแมก และทำมานานแล้ว โดยมีใบสมัครสมาชิกของ สตาร์พิคส์ แทรกอยู่ในเล่ม แต่ไม่มีคอลัมน์เกี่ยวกับ StarpicS Club เช่นเดียวกับ Cine Club

(ดูตัวอย่างใบสมัคร สมาชิก สตาร์พิคส์ ได้ในหน้า 77.)

ในสมัยก่อนวิธีเดียวที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกับสตาร์พิคส์ได้ก็คือ การสมัครเป็นสมาชิกรายปี และทางสำนักพิมพ์จะแจ้งข่าวสารไปให้

ค่าสมัครก็คือ 1 ปี 24 ฉบับ 1.340 จะได้รับผลิตภัณฑ์จาก นีโอพลาสต์

ค่าสมัคร1/2 ปี 12 ฉบับ 680 บาท จะได้รับผลิตภัณฑ์จากนีโอพลาสต์

แต่วิธีนี้ไม่สามารถเพิ่มยอดขายให้กับตัวหนังสือได้ ภายหลังจึงพิมพ์บัตรชมภาพยนตร์ลงไปในหนังสือ ไม่ว่าผู้อ่านคนใดก็สามารถที่จะเข้าร่วมกิจกรรมได้ ถ้าซื้อหนังสือแล้วตัดบัตรชมภาพยนตร์ในหนังสือมาร่วมกิจกรรมของชมรม วิธีนี้นอกจากจะเพิ่มยอดขายให้กับหนังสือ แล้วยังสามารถขยายวงของลูกค้าเป้าหมายได้อีกด้วย (ดูตัวอย่างของบัตรชมภาพยนตร์ที่แทรกอยู่ในหนังสือสตาร์พิคส์ที่หน้า 78.)

นอกเหนือจากการร่วมกิจกรรมชมภาพยนตร์ กับสตาร์พิคส์ซึ่งเป็นช่องทางให้ผู้อ่านได้พบกับทีมผู้ผลิต โดยตรงก็ยังมีบางคอลัมน์ในหนังสือที่เปิดโอกาสให้แฟนหนังสือได้เขียนวิพากษ์วิจารณ์ ลงในหนังสือ ชื่อคอลัมน์ว่า "ที่ตรงนี้คุณเขียน" และ Preview Theater เป็นการให้

Billboard. TOP COUNTRY ALBUMS

FOR WEEK ENDING AUGUST 12, 1995

COMPILED FROM A NATIONWIDE SAMPLE OF RETAIL STORE AND RACK SALES REPORTS COLLECTED, COMPILED, AND PROVIDED BY SoundScan

THIS WEEK	LAST WEEK	2 WKS AGO	ARTIST / LABEL & NUMBER/DISTRIBUTING LABEL (SUGGESTED LIST PRICE OR EQUIVALENT FOR CASSETTE/CD)	TITLE	PEAK POSITION
1	1	1	[illegible]	[illegible]	1
(2)	3	—	[illegible]	[illegible]	2
3	2	2	JOHN MICHAEL MONTGOMERY ▲ ATLANTIC 82776/AG (10.98/15.98)	JOHN MICHAEL MONTGOMERY	1
4	4	3	GARTH BROOKS ▲² CAPITOL NASHVILLE 29689 (10.98/15.98)	THE HITS	1
5	5	4	ALISON KRAUSS ▲ ROUNDER 0325* (9.98/15.98)	NOW THAT I'VE FOUND YOU: A COLLECTION	2
(6)	6	—	TRACY BYRD MCA 11242 (10.98/15.98)	LOVE LESSONS	6
7	7	5	LORRIE MORGAN BNA 66608 (10.98/16.98)	GREATEST HITS	5
8	8	6	JEFF FOXWORTHY ▲ WARNER BROS. 45314 (9.98/15.98)	YOU MIGHT BE A REDNECK IF	3
9	9	7	TIM MCGRAW ▲² CURB 77959 (9.98/15.98)	NOT A MOMENT TOO SOON	1
10	10	9	REBA MCENTIRE ▲² MCA 10904 (10.98/15.98)	READ MY MIND	2
11	11	8	TRACY BYRD ▲ MCA 10991 (10.98/15.98)	NO ORDINARY MAN	3
12	12	10	BROOKS & DUNN ▲⁴ ARISTA 18765 (10.98/15.98)	WAITIN' ON SUNDOWN	1
13	13	11	ALAN JACKSON ▲³ ARISTA 18759 (10.98/15.98)	WHO I AM	1
14	14	16	PERFECT STRANGER CURB 77799 (9.98/15.98)	YOU HAVE THE RIGHT TO REMAIN SILENT	14
15	15	13	TRACY LAWRENCE ▲ ATLANTIC 82656/AG (10.98/15.98)	I SEE IT NOW	3
16	16	12	TRAVIS TRITT ▲ WARNER BROS. 45603 (10.98/15.98)	TEN FEET TALL & BULLETPROOF	3
17	17	15	GEORGE JONES AND TAMMY WYNETTE MCA 10268 (10.98/16.98)	ONE	12
18	20	17	BLACKHAWK ▲ ARISTA 18708 (9.98/15.98)	BLACKHAWK	15
19	18	21	RICK TREVINO COLUMBIA 66731/SONY (9.98 EQ/15.98)	LOOKING FOR THE LIGHT	18
20	19	14	DWIGHT YOAKAM REPRISE 45907/WARNER BROS. (10.98/15.98)	DWIGHT LIVE	8
21	21	18	GEORGE STRAIT ▲ MCA 11090 (10.98/15.98)	LEAD ON	1
22	22	19	ALABAMA ● RCA 66410 (10.98/15.98)	GREATEST HITS VOL. 3	8
(23)	35	38	CLINT BLACK ● RCA 66419 (10.98/16.98)	ONE EMOTION	8
24	23	25	JOHN MICHAEL MONTGOMERY ▲² ATLANTIC 82559/AG (10.98/15.98)	KICKIN' IT UP	1
25	24	20	JOE DIFFIE ▲ EPIC 64357/SONY (10.98 EQ/15.98)	THIRD ROCK FROM THE SUN	6
26	25	24	WADE HAYES COLUMBIA 66412/SONY (9.98 EQ/15.98)	OLD ENOUGH TO KNOW BETTER	19
(27)	45	41	MARY CHAPIN CARPENTER ▲ COLUMBIA 64827/SONY (10.98 EQ/16.98)	STONES IN THE ROAD	1
(28)	47	46	JEFF FOXWORTHY LAUGHING HYENA 7043 (4.98/8.98)	THE REDNECK TEST VOLUME 43	28
29	27	30	SAWYER BROWN ● CURB 77689 (10.98/15.98)	GREATEST HITS 1990-1995	5
(30)	36	44	JEFF CARSON MCG CURB 77744/CURB (9.98/15.98)	JEFF CARSON	30
31	30	31	JOHN BERRY CAPITOL NASHVILLE 78495 (10.98/15.98)	STANDING ON THE EDGE	12
32	32	23	TRISHA YEARWOOD ● MCA 11201 (10.98/15.98)	THINKIN' ABOUT YOU	3
33	31	26	COLLIN RAYE ▲ EPIC 53952/SONY (9.98 EQ/15.98)	EXTREMES	12
(34)	40	45	BRYAN WHITE ASYLUM 61642 (10.98/15.98)	BRYAN WHITE	34
35	33	33	REBA MCENTIRE ▲² MCA 10906 (10.98/15.98)	GREATEST HITS VOLUME TWO	1
36	29	29	THE MAVERICKS ▲ MCA 10961 (9.98/15.98)	WHAT A CRYING SHAME	6
37	28	27	CONFEDERATE RAILROAD ATLANTIC 82774/AG (10.98/15.98)	WHEN AND WHERE	21
38	26	22	CLAY WALKER ▲ GIANT 24582/WARNER BROS. (10.98/15.98)	IF I COULD MAKE A LIVING	4
39	42	39	PAM TILLIS ▲ ARISTA 18758 (9.98/15.98)	SWEETHEARTS DANCE	6
40	39	34	TY HERNDON EPIC 66397/SONY (7.98 EQ/11.98)	WHAT MATTERED MOST	9
41	38	35	DAVID LEE MURPHY MCA 11044 (10.98/15.98)	OUT WITH A BANG	35
42	37	32	THE TRACTORS ▲ ARISTA 18728 (9.98/15.98)	THE TRACTORS	7
43	43	40	DIAMOND RIO ● ARISTA 18745 (9.98/15.98)	LOVE A LITTLE STRONGER	13
44	41	36	VINCE GILL ▲ MCA 11047 (10.98/15.98)	WHEN LOVE FINDS YOU	7
(45)	50	47	MARY CHAPIN CARPENTER ▲² COLUMBIA 48881/SONY (10.98 EQ/15.98)	COME ON COME ON	6
46	34	28	NEAL MCCOY ● ATLANTIC 82727/AG (10.98/15.98)	YOU GOTTA LOVE THAT	10
47	44	42	PATTY LOVELESS ● EPIC 64138/SONY (9.98 EQ/15.98)	WHEN FALLEN ANGELS FLY	8
(48)	65	64	JEFF FOXWORTHY LAUGHING HYENA 7079 (4.98/8.98)	THE ORIGINAL	48
49	48	43	KENNY CHESNEY BNA 66562/RCA (9.98/15.98)	ALL I NEED TO KNOW	39
(50)	52	62	JAMES HOUSE EPIC 57501 (7.98 EQ/11.98)	DAYS GONE BY	50
51	46	37	DAVID BALL ▲ WARNER BROS. 45562 (9.98/15.98)	THINKIN' PROBLEM	6
(52)	59	57	THE MOFFATTS POLYDOR NASHVILLE 527333 (9.98/15.98)	THE MOFFATTS	52
(53)	68	66	[illegible]	[illegible]	53
54	49	50	GEORGE STRAIT ▲² MCA 10651 (10.98/15.98)	PURE COUNTRY (SOUNDTRACK)	1
55	55	56	BROOKS & DUNN ▲³ ARISTA 18658 (9.98/15.98)	BRAND NEW MAN	9
56	53	51	WILLIE NELSON COLUMBIA 64184/SONY (5.98 EQ/9.98)	SUPER HITS	34
57	56	52	ALAN JACKSON ▲² ARISTA 18733 (10.98/15.98)	A LOT ABOUT LIVIN' (AND A LITTLE 'BOUT LOVE)	1
58	51	48	TOBY KEITH ● POLYDOR NASHVILLE 523407 (10.98/15.98)	BOOMTOWN	8
59	54	55	4 RUNNER POLYDOR NASHVILLE 527378 (9.98/15.98)	4 RUNNER	27
60	58	60	RHETT AKINS DECCA 110984/MCA (10.98/15.98)	A THOUSAND MEMORIES	49
(61)	62	58	JOHN MICHAEL MONTGOMERY ▲² ATLANTIC 82420/AG (9.98/15.98)	LIFE'S A DANCE	4
62	57	49	VARIOUS ARTISTS COLUMBIA 67020/SONY (9.98 EQ/15.98)	NASCAR: RUNNIN' WIDE OPEN	13
63	63	61	CHARLIE DANIELS EPIC 64182/SONY (9.98 EQ/9.98)	SUPER HITS	50
64	61	54	BROOKS & DUNN ▲⁴ ARISTA 18716 (10.98/15.98)	HARD WORKIN' MAN	2
65	60	53	VARIOUS ARTISTS BNA 66414/RCA (10.98/15.98)	KEITH WHITLEY: A TRIBUTE ALBUM	29
66	64	63	FAITH HILL ▲ WARNER BROS. 45389 (9.98/15.98)	TAKE ME AS I AM	7
(67)	NEW ▶		[illegible]	[illegible]	67
68	67	73	MARK CHESNUTT ● DECCA 110944/MCA (10.98/15.98)	WHAT A WAY TO LIVE	15
69	70	75	JOHN BERRY ● CAPITOL NASHVILLE 80472 (9.98/15.98)	JOHN BERRY	13
70	66	59	VARIOUS ARTISTS CAPITOL NASHVILLE 31712* (10.98/15.98)	COME TOGETHER: AMERICA SALUTES THE BEATLES	19
71	69	65	LITTLE TEXAS ● WARNER BROS. 45739 (10.98/15.98)	ROCK A LITTLE	10
(72)	NEW ▶		KIM RICHEY MERCURY NASHVILLE 526612 (10.98 EQ/15.98)	KIM RICHEY	72
73	74	68	MARTINA MCBRIDE ▲ RCA 66288 (9.98/15.98)	THE WAY THAT I AM	14
74	73	—	HANK WILLIAMS, JR. MCG CURB 77749/CURB (9.98/15.98)	MCG WILD	14
(75)	RE-ENTRY		VINCE GILL ▲² MCA 10630 (10.98/15.98)	I STILL BELIEVE IN YOU	3

○ Albums with the greatest sales gains this week. ● Recording Industry Assn. Of America (RIAA) certification for sales of 500,000 units. ▲ RIAA certification for sales of 1 million units, with multimillion sellers indicated by a numeral following the symbol. *Asterisk indicates LP is available at fewer than 50% of the tape prices, and CD prices for WEA and BMG labels, are suggested lists. Tape prices marked EQ, and all other CD prices, are equivalent prices, which are projected from wholesale prices. Greatest Gainer shows chart's largest unit increase. Pacesetter indicates biggest percentage growth. Retailer Impact shows albums removed from Heatseekers this week. ■ Indicates past or present Heatseeker title. © 1995, Billboard/BPI Communications, and SoundScan, Inc

ใบสมัครสมาชิก STARPICS

☐ 1 ปี (24 ฉบับ) 1,340 จะได้รับผลิตภัณฑ์จาก นิโอพลาสท์

☐ 1/2 ปี (12 ฉบับ) 680 จะได้รับผลิตภัณฑ์จาก นิโอพลาสท์

ชื่อ ..... สกุล .....

ที่อยู่ .....

.....

เริ่มฉบับที่ ..... หมายเลขสมาชิกเก่า (ถ้ามี) .....

ชำระค่าสมาชิก สั่งจ่ายในนาม หสน. ห้องภาพสุวรรณ

โดยใช้เช็คหรือใช้ธนาณัติ สั่งจ่ายไปรษณีย์เขตบางลำพูบน

ส่งถึง : รัมภา เตชศรีสุธี ห้องภาพสุวรรณ

1-3 สี่แยกบางขุนพรหม ถนนวิสุทธิกษัตริย์ กทม. 10200

บัตรชมภาพยนตร์

STARPICS และสหมงคลฟิล์ม ขอเชิญชมภาพยนตร์เรื่อง

"THE PAGEMASTER"

นำแสดงโดย แม็คคัลเล่ย์ คัลกิ้น, คริสโตเฟอร์ ลอยด์

วันเสาร์ที่ 11 มีนาคม 2538 เวลา 8.30 น.

ณ โรงภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด ราชเทวี

ชื่อ.....นามสกุล.....

ที่อยู่.....

(โปรดเขียนชื่อ-ที่อยู่ให้ครบเพื่อจับฉลากของรางวัล 1 ใบต่อ 1 คน)

248 StarpicS

บัตรชมภาพยนตร์

STARPIC และ สหมงคลฟิล์ม ขอเชิญชมภาพยนตร์เรื่อง

"BEFORE SUNRISE"

นำแสดงโดย อีธาน ฮอว์ค, จูลี่ เดลปี้

ณ โรงภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด 2

วันศุกร์ที่ 1 กันยายน 2538 เวลา 19.00 น. (1 ทุ่มตรง)

ชื่อ..... นามสกุล.....

ที่อยู่.....

(โปรดเขียนชื่อ-ที่อยู่ให้ครบเพื่อจับฉลากของรางวัล 1 ใบต่อ 1 ท่าน)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมการดูหนังกับสตาร์พิคส์ได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับหนังที่ตนได้ไปดูมา ส่วนคอลัมน์ We read Your Mail จะเป็นคอลัมน์ที่ตอบปัญหาข้อข้องใจแก่ผู้อ่านเกี่ยวกับเรื่องของดารา และ ภาพยนตร์ หรือนักร้องคนโปรดของคุณ Concept ของคอลัมน์นี้จะเหมือนกับคุยกับบ.ก.ของซีเนแมก แต่ไม่มีความสนิทสนม หรือแสดงความเป็นสมาชิกเก่าแก่ อย่างที่แฟนหนังสือของซีเนแมกเขียนมาหาบ.ก.

ปัจจัยในการดึงดูดให้สมาชิกมาเข้าร่วมกิจกรรมกับสตาร์พิคส์

จากความคิดเห็นของคุณสุชาติ เตชะศรีสุชีได้ให้ความคิดเห็นว่า "การสร้างแรงดึงดูดเพื่อให้สมาชิกมาเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้ง จะเป็นไปในลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไป

1. การเล่นเกมส์ก่อนการฉายภาพยนตร์ก็เป็นส่วนหนึ่งที่สร้างความคุ้นเคยและความกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิก เพราะประเภทของสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรม จะมีทั้งที่ชอบที่จะชมภาพยนตร์อย่างเดียวไม่สนใจกิจกรรมเสริมตัวอื่น หรือเป็นพวกที่ชอบเข้าร่วมทำกิจกรรมก่อนชมภาพยนตร์ ร่วมสนุกกับเกมส์ที่ทางทีมงานเป็นคนคิดให้ และรับรางวัลไป ตัวสมาชิกเองจะมีทั้งขาประจำและขาจร ซึ่งผู้ที่เป็นขาประจำบางครั้งไม่ว่าหนังเรื่องใดที่ทางทีมงานจัด เขาจะมาทุกครั้ง เพราะถือว่าเป็นแฟนหนังสือ และแฟนกิจกรรม ได้มาพบเพื่อนที่ชอบอะไรเหมือนๆกัน"

2. ความสนใจชอบในสิ่งเดียวกัน ก็คือรักในการดูหนังเหมือนกันก็เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างในการดึงดูดให้สมาชิกมาร่วมกิจกรรม จากการสังเกตของผู้ทำวิจัยเห็นว่า การที่จะนำคนหลายๆคนจากที่ๆหลากหลายมารวมกันเพื่อทำกิจกรรมนี้ความสนใจชอบในภาพยนตร์ที่มีรสนิยมเดียวกัน สตาร์พิคส์จะเน้นภาพยนตร์ที่มาจากฮอลลีวู้ดเป็นจุดหลัก มากกว่าหนังประเภทอื่น ในบางครั้งอาจจะมีภาพยนตร์ดรามา หรือภาพยนตร์จีนบ้างนั่นแล้วแต่ความน่าสนใจของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ เพราะการสุ่มภาพยนตร์ในวงกว้างไปเป็นการเสี่ยงถ้าคุณภาพของภาพยนตร์นั้นไม่ดีพอ สมาชิกก็จะไม่มาเข้าร่วมกิจกรรม นอกจากคนที่เป็นขาประจำที่สามารถดูภาพยนตร์ได้ทุกเรื่องไม่ว่าจะเป็นเรื่องอะไรก็ตามที่ทางสตาร์พิคส์จัดฉาย

3. การมีกิจกรรมของชมรมสตาร์พิคส์ขึ้นมานั้น เป็นเสมือนศูนย์กลางของสมาชิกของหนังสือ มารวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมน่วมกันไม่ว่าจะเป็นการเล่นเกมส์ก่อนการชมภาพยนตร์ การชมภาพยนตร์รอบพรีวิว การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์ที่เพิ่งชม เสร็จ หรือ

การแลกเปลี่ยนแฮนด์บิลระหว่างกลุ่มสมาชิก ถือได้ว่าการทำกิจกรรมเป็นการที่นำให้เจอจะเจอเพื่อนใหม่ที่มีรสนิยมที่คล้ายคลึงกัน ในการเลือกชมภาพยนตร์ และผู้นำกิจกรรมก็มีส่วนในการทำให้สมาชิกได้รู้จักกันและกันมากขึ้น

ผลประโยชน์ที่ทีมผู้ผลิตหนังสือได้รับจากการทำกิจกรรมชมรมสตาร์พิคส์

1. ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในแง่ของธุรกิจจากการจัดกิจกรรมในรูปแบบนี้คือ ทำให้ยอดขายของหนังสือเพิ่มขึ้น

2. ทำให้ผู้อ่านมีความรู้สึกที่ดีกับหนังสือ สตาร์พิคส์ เพราะในการทำกิจกรรมสตาร์พิคส์ไม่ได้มุ่งเน้นให้ผู้อ่านหรือตัวสมาชิกต้องดูแต่หนังตลาดเพียงอย่างเดียว แต่อยากให้เห็นถึงความหลากหลายของภาพยนตร์ที่ทางทีมงานได้จัดหามาให้ชม ตรงนี้ผู้อ่านจะได้ใช้ดุลยพินิจของตนเองในการพิจารณา หนังสือเล่มไหนที่ดีในการเลือกซื้อเพื่อที่จะได้ตรงกับความต้องการของตนเองที่สุด

3. การชมภาพยนตร์รอบพรีวิวซึ่งเป็นกิจกรรมหลักของสตาร์พิคส์ จะเป็นเหมือนการโปรโมตภาพยนตร์โดยตรงซึ่งจะส่งผลสะท้อนให้กับตัวหนังสือ และช่วยในด้านโรงภาพยนตร์ เพราะถ้าภาพยนตร์เรื่องนั้นดีสมาชิกที่มาเข้าร่วมกิจกรรม ก็จะนำไปบอกต่อทำให้มีคนมาดูภาพยนตร์เรื่องนั้นมากขึ้น และเนื่องจาก โรงภาพยนตร์เป็นแหล่งข้อมูลของหนังสือ ถือได้ว่า เป็นหุ้นส่วนในด้านความคิด

4. ทีมผู้จัดได้รู้จักหน้าค่าตาของสมาชิกหนังสือ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือแฟนของชมรมของตนได้อย่างใกล้ชิดที่สุดและชัดเจนที่สุด ว่าผู้อ่านหนังสือสตาร์พิคส์เป็นคนกลุ่มไหน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความแตกต่างและความเหมือนกัน ของลักษณะและรูปแบบในการดำเนินกิจกรรมของชมรม สตาร์พิคส์คลับ และ ซีเนคลับ

สตาร์พิคส์ คลับ(Starpics Club)	ซีเนคลับ (Cine Club)
จุดมุ่งหมายในการก่อตั้งชมรม ❑ เพื่อให้มีการทำกิจกรรมมากขึ้น และมีการแข่งขันในจุดขายมากขึ้น ❑ เป็นการติดต่อกับผู้อ่านโดยตรง คนอ่านต่อมาก็จะกลายมาเป็นแฟนของชมรมก็จะมีกิจกรรมที่ทำร่วมกันมากขึ้น สตาร์พิคส์จะมองในเรื่องของตลาดเป็นหลัก ❑ เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับแฟนหนังสือ จากการติดต่อกันทางจดหมายซึ่งไม่เคยเห็นหน้าค่าตา มาเป็นการติดต่อโดยตรงกับตัวสมาชิก ❑ กิจกรรมของชมรมภาพยนตร์จะเป็นเสมือนสื่อกลางระหว่างทีมผู้ผลิตหนังสือ และตัวผู้อ่าน ซึ่งกลายมาเป็นแฟนชมรมและเป็นแฟนหนังด้วย	จุดมุ่งหมายในการก่อตั้งชมรม ❑ จุดมุ่งหมายในการก่อตั้งชมรม ซีเนคลับขึ้นนั้น จุดมุ่งหมายแรกคือประโยชน์ในแง่ของการตลาด เป็นการเพิ่มยอดขาย ซึ่งส่งผลโดยตรงกับทีมผู้ผลิตหนังสือ ❑ เป็นการคืนกำไรให้กับผู้อ่านหนังสือ ❑ เพื่อให้ผู้อ่านหรือแฟนของหนังสือได้เข้ามาร่วมทำกิจกรรมด้วยกัน ได้ความสนุกบันเทิงในรสนิยมที่ตนต้องการ และที่สำคัญทำให้สมาชิกของชมรม ได้รับรู้ถึงสิทธิพิเศษ (Previlege)ของต ❑ ได้ใกล้ชิดกับกลุ่มสมาชิกของตนเองจะทำให้ได้แนวความคิดในการปรับปรุงหรือใช้ในการปรับเปลี่ยนตัวหนังสือเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้อ่านอย่างจริงจัง
รูปแบบในการดำเนินกิจกรรม ❑ กิจกรรมของชมรมจะเกิดขึ้นเมื่อแฟนของชมรมทั้งหมดมารวมตัวกันที่หน้าโรง ก่อนเวลาที่ภาพยนตร์รอบพรี-วิวจะฉายจริง สมาชิกทุกคนจะต้องให้บัตรที่ตัดมาจากหนังสือแก่เจ้าหน้าที่ของทีมผู้ผลิตหนังสือก่อนที่จะเข้าไปในโรงภาพยนตร์ ซึ่งบัตรนี้จะสามารถนำมาใช้ในการทำกิจกรรมภายในโรงภาพยนตร์ก่อนที่จะชมภาพยนตร์รอบพรีวิว ❑ สมาชิกของชมรมฯจะได้เข้าร่วมกิจกรรมก่อนการฉายหนังจริง ทั้งในรูปของการจับฉลากเรียกชื่อเพื่อเฟ้นหาผู้ที่โชคดี มารับรางวัลที่ทางทีมงานเตรียมไว้ให้ หรือ ใช้เรียกชื่อแฟนหรือสมาชิกชมรมของตนมาทำกิจกรรมในกรณีที่ไม่มีใครอาสาออกมา ❑ ผู้นำกิจกรรมของชมรมสตาร์พิคส์คลับ คือ คุณสมเกียรติ เตชะเกรียงไกร	รูปแบบในการทำกิจกรรม ❑ บัตรที่ใช้ในการเข้าร่วมกิจกรรมสามารถตัดได้จากหนังสือ ผู้ที่ติดตามการทำกิจกรรมของชมรมซีเน คลับอย่างสม่ำเสมอก็จะสามารถถึงข่าวคราวล่วงหน้าได้อย่างสม่ำเสมอ สมาชิกหรือแฟนของชมรมสามารถรู้ข่าวคราวการเคลื่อนไหวของชมรมได้จากคอลัมน์ Cine Club ในหนังสือทุกเล่ม และนอกจากนั้นก็ยังทำได้โดยทิ้งซองเปล่าติดแสตมป์จ่าหน้าถึงตัวเองไว้ให้กับทีมงาน ❑ สมาชิกจะถูกโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมของชมรม เช่นการเล่นเกมส์ การทายปัญหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ การเข้าร่วมเล่นเกมส์ก็มีทั้งที่เป็นแบบเดี่ยว และการเล่นเป็น Team Work ซึ่งก็ได้รับการประสานและทำให้เกิดความรู้จักคุ้นเคยกันโดยผู้นำกิจกรรมคือ คุณสุระชาติ ตั้งตระกูล "เดียว"

ความแตกต่างและความเหมือนกัน ของลักษณะและรูปแบบในการดำเนินกิจกรรมของชมรม สตาร์พิคส์คลับ และ ซีเนคลับ

สตาร์พิคส์คลับ (Starpics Club)	ซีเนคลับ (Cine Club)
ช่องทางในการเข้าร่วมกิจกรรม - ช่องทางในการเข้าร่วมกิจกรรมในตอนต้นๆนั้นผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้จะต้องเป็นสมาชิกรายปีของตัวหนังสือเท่านั้น การบอกข่าวสารจะบอกโดยการส่งจหมายตามที่อยู่ที่ให้ไว้ในตอนที่สมัครเป็นสมาชิกรายปี แต่วิธีนี้ทำให้ตลาดไม่กว้างเท่าที่ควรจึงเปลี่ยนมาเป็น - การพิมพ์บัตรดูภาพยนตร์ฟรีแทรกอยู่ในตัวหนังสือ ผู้ที่อยากเข้าร่วมกิจกรรมจะต้องซื้อหนังสือ เท่านั้นจึงจะทราบวัน เวลา และ สถานที่ๆทำกิจกรรม แต่เมื่อเข้าร่วมกิจกรรม ในทุกๆครั้งจะมีการแจ้งการทำกิจกรรมล่วงหน้าในโรงภาพยนตร์ก่อนช่วงที่มีการฉายภาพยนตร์ ในบางครั้งอาจจะมีการแจกบัตรชมภาพยนตร์ฟรีในครั้งต่อไป เนื่องจากว่าพิมพ์ลงในหนังสือไม่ทัน	ช่องทางในการเข้าร่วมกิจกรรม -สมาชิกเก่าสมัยยังเป็นสมาชิกของเอนเตอรีเทนคลับนั้น ยังคงได้รับการติดต่อจากทางทีมงานผู้ผลิตซีเนแมก โดยรวบรวมจากบรรดาซองเปล่าติดแสตมป์ที่จ่าหน้าถึงตัวสมาชิก ให้เข้าร่วมกิจกรรมตั้งแต่มีนาคม 2537 จนถึงพฤษภาคม -สมาชิกประจำที่เกิดจากการบอกรับเป็นสมาชิกหนังสือรายปี ซึ่งจะมีบัตรหมายเลขสมาชิก และยังสามารถตัดบัตรดูหนังที่แทรกอยู่ในตัวหนังสือ ไปให้ผู้อื่นมาเข้าร่วมได้ สมาชิกจะได้รับการบอกข่าวสารอย่างต่อเนื่องจากทางทีมงาน และได้รับอภิสิทธิ์ อื่นๆอีก -แฟนชมรมที่เกิดจากการติดตามอ่านหนังสือเป็นประจำตัดบัตรเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม - แฟนชั่วคราวคือเช็คหนังสือก่อนแล้วจึงซื้อเพื่อให้มั่นใจว่าในเล่มมีบัตรชมภาพยนตร์แทรกอยู่ ไม่ได้ซื้อหนังสือเป็นประจำ -เป็นการชักพาเข้าชมรมโดยสมาชิกเก่าของชมรมและในคราวต่อไปก็จะพยายามที่จะซื้อหนังสือเอง ในภายหลัง

ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำกิจกรรม ของแฟนชมรมภาพยนตร์ ทั้ง สตาร์พิคส์และซีเนแมก

สตาร์พิคส์คลับ (Statpics Club)	ซีเนคลับ (Cine Club)
1. ทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น 2. ทำให้ผู้อ่านสตาร์พิคส์ ที่กลายมาเป็นแฟนชมรมสตาร์พิคส์คลับ เกิดความรู้สึกที่ดีต่อทีมงาน และสามารถสร้างดุลยพินิจให้กับสมาชิกในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพื่อพิจารณาว่าเล่มไหนน่าจะตรงกับความต้องการของตนเองที่สุด 3. ผลสะท้อนกลับจากการฉายภาพยนตร์รอบพรีวิวให้ผลที่ดีต่อเจ้าของค่ายหนังและโรงภาพยนตร์นั้นๆทำให้การทำงานของทีมผู้จัดสามารถทำงานได้ง่ายขึ้นในเรื่องของการติดต่อสถานที่ 4. ทำให้ทีมผู้ผลิตได้ทราบถึงกลุ่มสมาชิกที่แน่นอนของหนังสือ หน้าตาเป็นอย่างไร เป็นคนกลุ่มไหนได้อย่างใกล้ชิดที่สุด	1. ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างและเป็นความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทีมผู้ผลิตหนังสือ และแฟนชมรมที่เป็นผู้อ่านด้วย ได้รู้ถึงความต้องการโดยตรงจากลูกค้า และเห็นผลตอบสนองที่ชัดเจน ตลอดจนได้สร้างความคุ้นเคยกับลูกค้าของตนและยอมให้ลูกค้าวิพากษ์วิจารณ์ 2. ทีมผู้ผลิตสามารถที่จะดึงลูกค้าของตน หรือแฟนชมรมผู้ที่รักการดูหนังได้มาร่วมทำกิจกรรมที่ตนชอบด้วยกันได้เท่ากับเป็นการคืนกำไรให้ผู้อ่านและสร้างทัศนคติที่ดีแก่ลูกค้าของตนเอง 3. ในแง่ของการตลาดทำให้ได้ยอดขายที่เพิ่มขึ้นและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับสปอนเซอร์ได้ 4. จากการทำกิจกรรมทำให้ กลุ่มอื่นๆเช่นเจ้าของค่ายหนัง เจ้าของโรงหนังมีความพึงใจที่จะสนับสนุนโครงการนี้มากขึ้น