

บทที่ 5

เครือข่ายผู้ผลิตและเครือข่ายการวางจำหน่ายของสื่อทางเพศ

สื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ เป็นธุรกิจที่มีลักษณะเป็นเครือข่าย ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก จนถึงผู้บริโภค

ธุรกิจสื่อทางเพศ เริ่มต้นจากการผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาแนะนำเกี่ยวกับเรื่องเพศ เมื่อผลิตสินค้าออกมาแล้วจึงเริ่มเข้าสู่กระบวนการจัดจำหน่าย แต่เนื่องจากสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศเป็นสินค้าต้องห้ามในสังคมไทย ผู้ผลิตมีความผิดตามกฎหมายว่าผิดกฎหมาย ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่แท้จริงนิยมใช้การจัดจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนคนกลาง ซึ่งแบ่งออกได้หลายระดับตั้งแต่ ตัวแทนผู้ประกอบการ ตัวแทนจัดจำหน่าย ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก

สื่อทางเพศที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะมีการกระจายสินค้าไปยังตัวแทนจำหน่ายที่อยู่ในระบบการจัดจำหน่ายของสื่อแนะนำเรื่องราวทางเพศแต่ละประเภท จุดเริ่มต้นที่ทำให้สินค้ากระจายออกไปสู่ตลาดผู้บริโภค แบ่งออกไปตามประเภทของสื่อที่ผลิตออกมา สื่อทางเพศมีระบบการขนส่งสินค้าอย่างเป็นเครือข่าย ในบทนี้จะอธิบายถึงกลุ่มผู้ผลิตและผู้จำหน่ายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศแต่ละประเภทว่ามีแหล่งผลิตและระบบการจัดจำหน่ายอย่างไร เพื่อชี้ให้เห็นว่าแต่ละกลุ่มมีความสัมพันธ์ โยงใย จนก่อให้เกิดเป็นเครือข่ายการวางจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศได้อย่างไร

จากการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ที่จำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ และเจ้าหน้าที่รัฐ พบว่าเครือข่ายของกลุ่มผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และแหล่งที่ใช้ผลิตสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ มีดังนี้

5.1 กลุ่มผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้จำหน่ายสื่อทางเพศ

1. “เจียม”

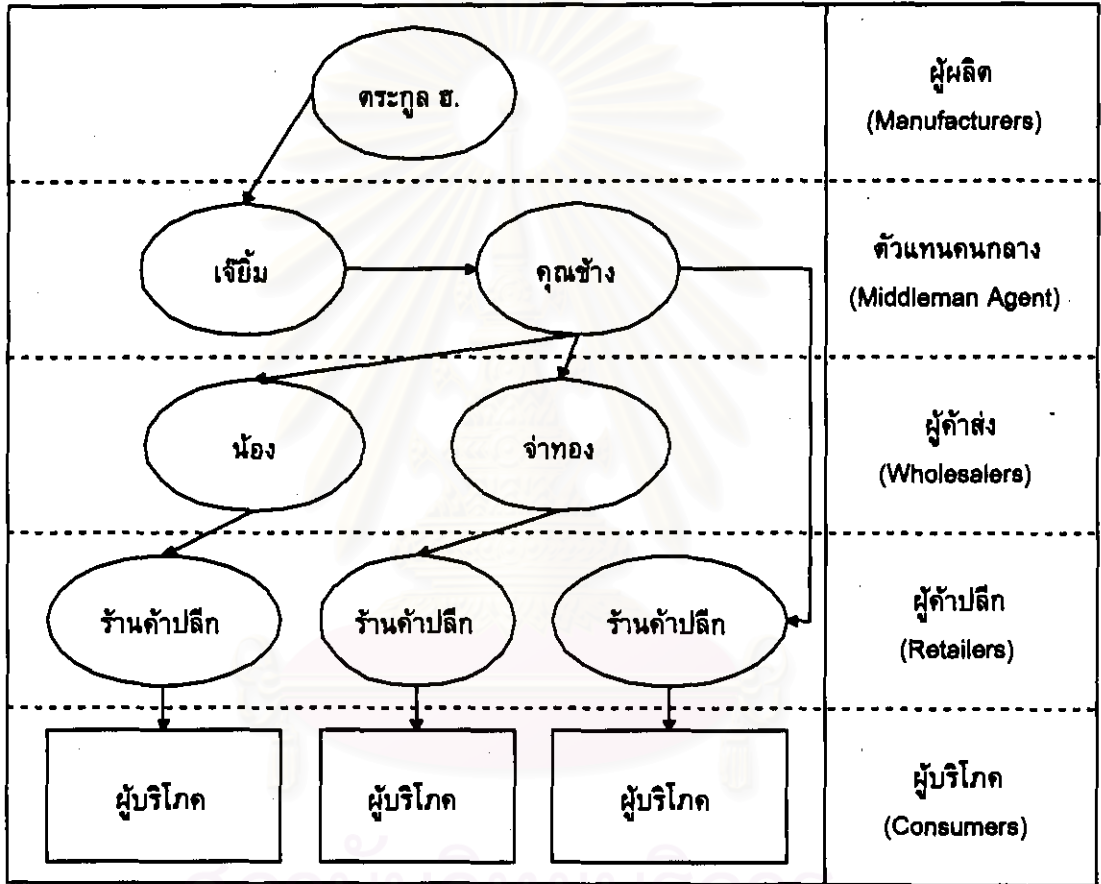
เป็นตัวแทนจำหน่ายคนสำคัญของผู้ผลิตกลุ่มตระกูล ฮ. ซึ่งมีแหล่งผลิตสำคัญอยู่ตามหมู่บ้านจัดสรรย่านชานเมือง มีนายทุนผู้ร่วมผลิตเป็นชาวต่างชาติ คือ มาเลเซียและฟิลิปปินส์ เครื่องผลิตวีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศจะถูกติดตั้งโดยช่างชาวมาเลเซียและฟิลิปปินส์ สินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วจะถูกส่งมาขายยังตลาดพันธุทิพย์พลาซ่า โดยมี “เจียม” เป็นตัวแทนจำหน่าย รับผิดชอบการกระจายสินค้าสู่ตลาดภายในพันธุทิพย์

“เจียม” เป็นตัวแทนจำหน่ายวีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศ ที่มีอิทธิพลมากในพันธุทิพย์พลาซ่า ผู้ผลิตมักจะติดต่อผ่าน “เจียม” ให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้ เนื่องจาก “เจียม” มีเครือข่ายของร้านค้าภายในพันธุทิพย์มากกว่า 10 ร้าน และยังเป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์อย่างดีกับกลุ่มตัวแทนจำหน่ายอื่น ๆ “เจียม” เป็นตัวแทนจำหน่ายตรงให้กับกลุ่มผู้ผลิตตระกูล ฮ. เป็นหลัก ส่วนผู้ผลิตรายอื่น ๆ ก็รับมาจำหน่ายบ้าง ขึ้นอยู่กับการเจรจาตกลงเรื่องผลประโยชน์และส่วนแบ่งจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายให้

สินค้าที่ส่งมายัง “เจียม” จะถูกบรรจุลงในถุงพลาสติกใส ภายในถุงพลาสติกจะมีรูปภาพของปกเกี่ยวกับเรื่องที่น่าเสนอ มีแผ่นวีซีดีบรรจุไว้ภายในกระดาษปกอีกชั้นหนึ่ง ถุงกระดาษที่นำมาบรรจุมีลักษณะเป็นกระดาษกาวเปิดปิดได้ การบรรจุโดยวิธีนี้ทำให้เกิดความสะดวกในการขนส่ง เพราะสินค้าน้ำหนักเบา สามารถนำมาบรรจุลงในถุงพลาสติก ถุงกระดาษ หรือกล่องกระดาษเพื่อใช้สำหรับการขนส่งได้ สินค้าที่นำมาส่งแต่ละครั้งจะบรรจุลงในถุงพลาสติกหรือภาชนะที่มีลักษณะมิดชิดและไม่ตกเป็นเป้าสายตาของคนอื่น ๆ

สินค้าที่ถึงมือ “เจียม” แล้ว ส่วนหนึ่งจะกระจายลงสู่ร้านค้าปลีกที่อยู่ในเครือข่ายของ “เจียม” ซึ่งมีไม่ต่ำกว่า 10 ร้านในพันธุทิพย์ ส่วนที่เหลือจะนำไปส่งมอบให้ผู้ช่วยคนสำคัญคือ “คุณข้าง” เป็นผู้ดูแลการกระจายสินค้าภายในพันธุทิพย์ “คุณข้าง” เป็นผู้กระจายวีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศไปยังกลุ่มผู้จัดจำหน่ายรายอื่น ๆ ที่มีร้านค้าปลีกวีซีดีอย่างเป็นทางการเป็นเครือข่าย เช่น “คุณน้อง” และ “จำทอง” ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสื่อวีซีดีที่เป็นที่รู้จักกันดีในหมู่พ่อค้าขายปลีกในพันธุทิพย์ การขายสื่อวีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศจะปะปนรวมไปกับวีซีดีเพลง วีซีดีเกม และวีซีดีโปรแกรมซอฟต์แวร์เสมอ เมื่อสินค้าถึงมือตัวแทนจำหน่ายรายย่อยแล้ว ก็จะกระจายสินลงร้านค้าปลีกที่อยู่ในเครือข่ายก่อนจะนำสินค้ามาวางจำหน่ายให้ผู้บริโภค

นอกจากนี้ “เจียม” ยังมีหน้าที่เก็บเงินค่าคุ้มครองจากร้านค้า เพื่อนำเงินจำนวนดังกล่าวไปเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับ “เคลียร์” กับบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจชีวิตเดือน “เจียม” จึงเป็นผู้มีอิทธิพลในพื้นที่พันธมิตรที่ผู้ค้าปลีกรายย่อยรู้จักกันเป็นอย่างดี การวางจำหน่ายของ “เจียม” สามารถเขียนออกมาเป็นแผนภาพของเครือข่ายได้ดังนี้



แผนภาพ 5.1 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม “เจียม”

2. “เสียกึ่ง”

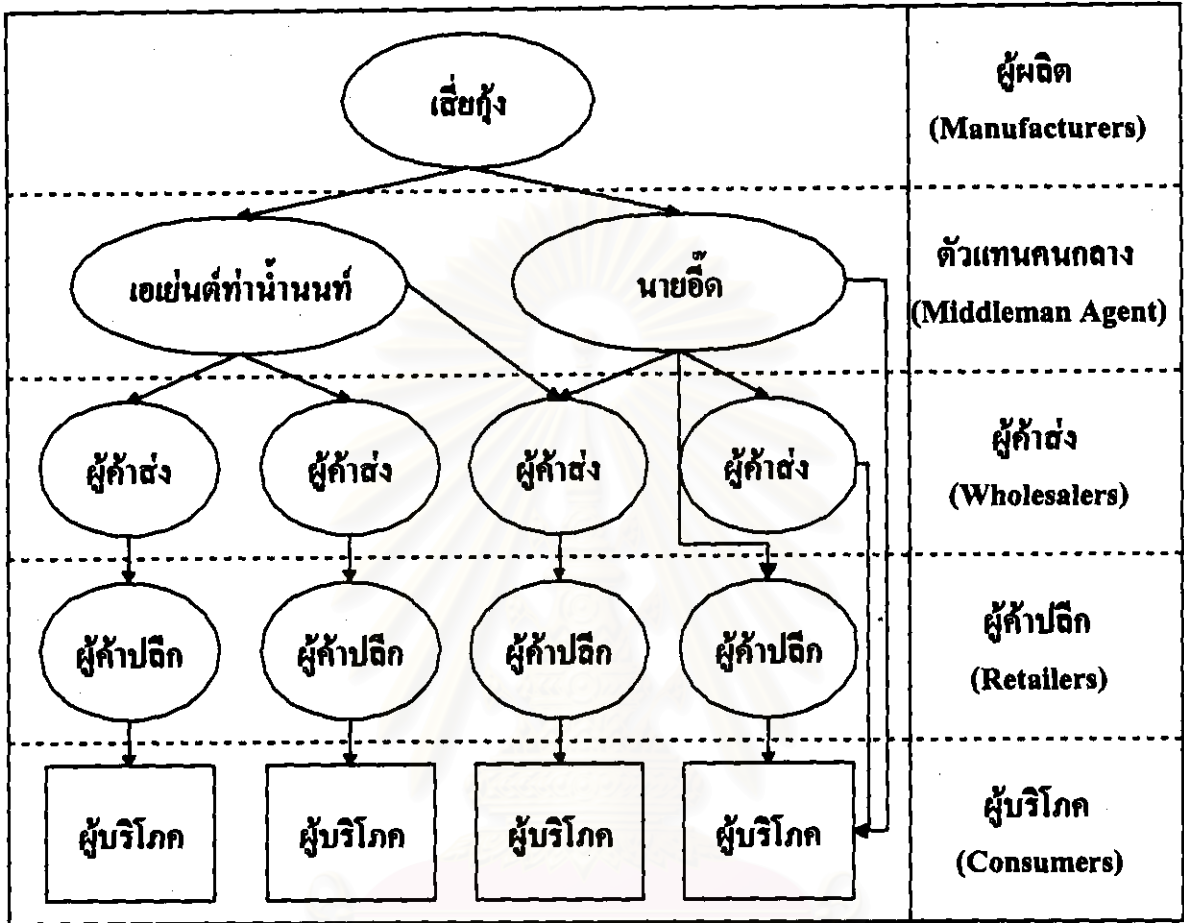
เป็นผู้ผลิตสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศรายใหญ่ของธุรกิจสื่อทางเพศในจังหวัดนนทบุรี สื่อที่ใช้ในการผลิตมีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิดีโอเทป สื่อวีซีดี และสื่อภาพยนตร์ โรงงานที่ผลิตสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศแต่ละสื่อจะมีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนนทบุรี โดยเฉพาะเขตบางบัวทองมีโรงงานผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิดีโอเทปจำนวนมาก (สัมภาษณ์ พตท. สมหมาย (นามสมมติ), รองผู้กำกับ 8 ข.ค.

2542) ส่วนสื่อวีซีดีมีโรงงานผลิตอยู่ที่เมืองทองธานี ถนนแจ้งวัฒนะ โรงงานที่ใช้ผลิตส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์ร้าง ตัวอย่างเช่นโรงงานผลิตวีซีดีแห่งหนึ่งในนนทบุรี ลักษณะอาคารเป็นประตู 2 ตอน มียามเฝ้าหน้าอาคารตลอด 24 ชั่วโมง การผลิตแต่ละครั้งจะทำอย่างเปิดเผยทั้งกลางวันและกลางคืน เนื่องจากเจ้าของธุรกิจเป็นผู้มีอิทธิพลในจังหวัดเมืองนนทบุรี การเดือนภัยใช้ระบบแจ้งเหตุเป็นสัญญาณไฟฟ้า สินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วจะถูกนำมาบรรจุปกอีกแห่งหนึ่ง เมื่อบรรจุหีบห่อสินค้าเสร็จแล้ว ผู้ผลิตจะกระจายสินค้าสู่ตลาดที่มีการซื้อขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศทั้งในนนทบุรี และกรุงเทพมหานคร

สินค้าส่วนใหญ่จะถูกส่งไปจำหน่ายยังอาคารพาณิชย์ที่ท่าบ้านนนท์ ซึ่งเป็นเอเยนต์จำหน่ายหนังสือพิมพ์รายใหญ่ของจังหวัดนนทบุรี ภายในร้านจะมีการวางขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศอย่างเปิดเผย ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิดีโอเทป และผู้ค้าส่งที่ต้องการสินค้าไปขายสามารถมาติดต่อผ่านเอเยนต์จำหน่ายหนังสือพิมพ์แห่งนี้ได้ หากต้องการสินค้าจำนวนไม่มากก็สามารถรับสินค้าไปได้ทันที กรณีที่มีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก จะมีการนัดสถานที่ส่งสินค้าภายหลัง

สื่อทางเพศที่ผลิตออกมาแล้ว จะถูกส่งไปยังตัวแทนผู้ค้าส่งในแต่ละพื้นที่ที่มีการขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวแต่ละประเภท ผู้ค้าส่งของ “เสี่ยก๊วง” มีลักษณะเป็นเครือข่ายทั้งภายในจังหวัดนนทบุรี และกรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรีนับเป็นแหล่งที่มีการซื้อขายสื่อทางเพศทุกรูปแบบ ศูนย์รวมที่เป็นแหล่งวางจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ได้แก่ บริเวณท่าบ้านนนท์ทั้งหมด ทำให้ธุรกิจสื่อทางเพศมีการเติบโตต่อเนื่องเสมอมา ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้มีอิทธิพลในระดับท้องถิ่น ทำให้ยากต่อการล้มล้างให้หมดไปได้ ส่วนสินค้าที่ส่งมาจำหน่ายในกรุงเทพมหานคร จะถูกส่งมาเก็บไว้ในโกดังใจกลางเมืองกรุง เช่น ย่านสะพานควาย สะพานพุทธ ก่อนจะนำสินค้าไปส่งให้ผู้ค้าส่งที่อยู่ในเครือข่ายเพื่อกระจายสินค้าสู่ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภคต่อไป

สถานที่วางจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศของ “เสี่ยก๊วง” อยู่ที่บริเวณท่าบ้านนนท์ทั้งหมด ส่วนสถานที่วางจำหน่ายในกรุงเทพมหานครกระจายอยู่ตามตลาดมืดที่มีการวางจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศทั่วไป เช่น ย่านคลองถม สีลม สะพานควาย งามคำแหง เป็นต้น เครือข่ายการวางจำหน่ายสื่อทางเพศของกลุ่ม “เสี่ยก๊วง” เขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 5.2 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม “เสี้ยกุง”

3. “นายอืด”

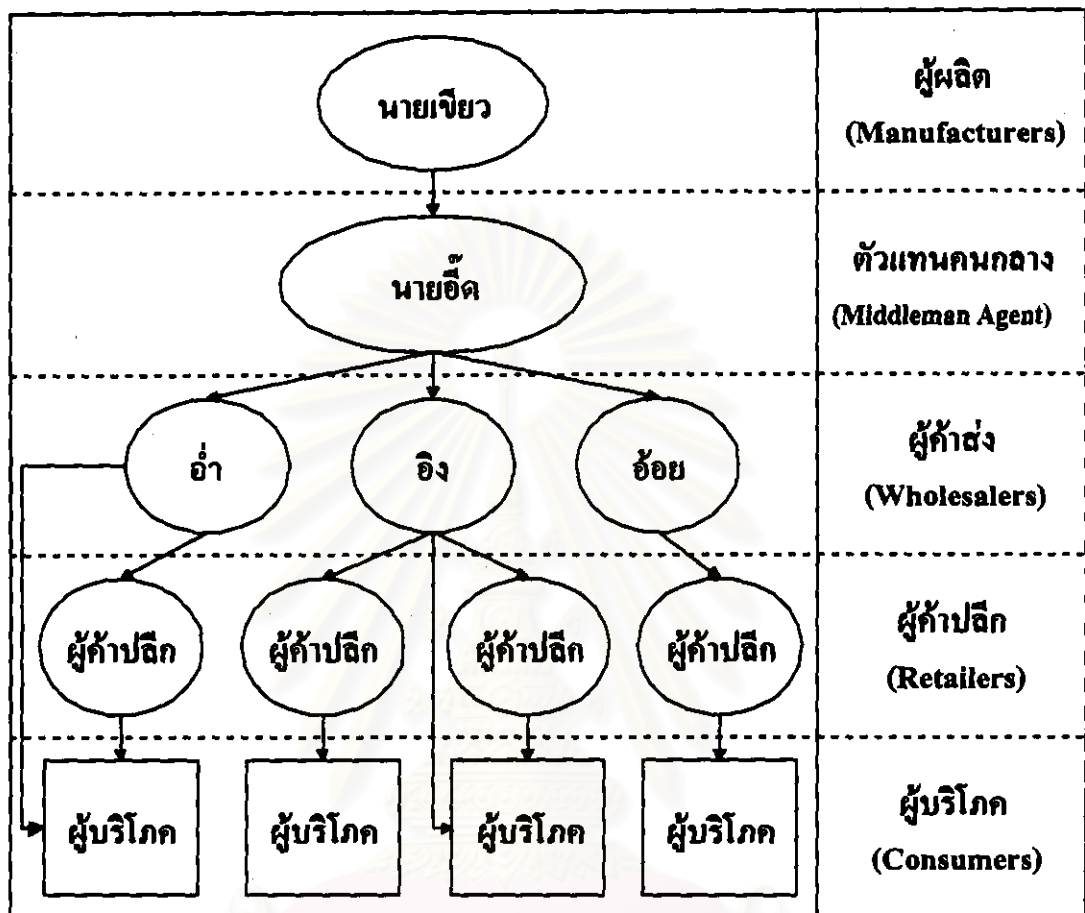
เป็นผู้จัดจำหน่ายสื่อวีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศที่ผลิตมาจากกลุ่มผู้มีอิทธิพลที่ให้ความคุ้มครองผู้ประกอบการธุรกิจสื่อทางเพศ แหล่งผลิตสินค้าอยู่ใกล้สถานที่ราชการในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดพิษณุโลก ในยุคที่เริ่มมีการขายวีซีดีไป “นายอืด” เป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่สุดในพื้นที่พหุพลาซ่า และนับเป็นผู้บุกเบิกรายแรกที่นำวีซีดีไปมาวางขายในร้านอย่างเปิดเผย มีการแขวนภาพโป๊ขนาดโปสเตอร์หน้าร้านเพื่อใช้เรียกความสนใจให้ลูกค้าเดินเข้ามาดูสินค้าในร้าน การวางจำหน่ายอย่างเปิดเผยของ “นายอืด” ทำให้เจ้าหน้าที่รัฐเข้ามาตรวจค้นและจับกุมอยู่บ่อยครั้ง “นายอืด” จึงตัดสินใจ “เทของ” โดยการนำวีซีดีไปที่มีทั้งหมดออกมาขายในราคาถูกเพียงแผ่นละ

200-250 บาทเท่านั้น การกระทำของนายโยชินในครั้งนั้น ส่งผลให้ “นายอืด” เป็นผู้จำหน่ายวีซีดีโป๊ที่โด่งดังมากที่สุดในพันธุทิพย์พลาซ่า ปัจจุบัน “นายอืด” ไม่ใช่ผู้จำหน่ายวีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศรายใหญ่ที่สุด เนื่องจาก “นายอืด” หันมาจำหน่ายวีซีดีภาพยนตร์และวีซีดีเพลงเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม “นายอืด” ก็ยังเป็นผู้จำหน่ายวีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศที่มีร้านค้าขายปลีกอยู่ในเครือข่ายจำนวนมากทั้งในพันธุทิพย์ ศูนย์ไอทีตะวันออก ศูนย์ไอทีช็อคคอนสแควร์ และศูนย์ไอทีเสรีเซ็นเตอร์ (สัมภาษณ์ปลา (นามมต), ผู้ค้าปลีก, 30 พ.ย. 2542)

วีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศของกลุ่มผู้ผลิตที่มีอิทธิพล จะถูกส่งตรงมายัง “นายอืด” ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้จำหน่ายและตัวแทนผู้ประกอบการในการกระจายสินค้าสู่แหล่งที่มีการจำหน่ายวีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศ “นายอืด” มีแหล่งกระจายส่งสินค้า 4 แหล่งใหญ่ คือ พันธุทิพย์พลาซ่า ศูนย์ไอทีตะวันออก เดอะมอลล์บางกะปิ ศูนย์ไอทีเสรีเซ็นเตอร์ และศูนย์ไอทีช็อคคอนสแควร์ ถนนศรีนครินทร์ เครือข่ายการวางจำหน่ายวีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศของกลุ่ม “นายอืด” จะมีลักษณะเป็นเครือข่ายพี่น้อง โดย “นายอืด” ให้น้องชาย 2 คน คือ “อ๋า” และ “อิง” เป็นผู้ดูแลศูนย์ไอทีในตะวันออกและช็อคคอนสแควร์ ส่วนศูนย์ไอทีเสรีเซ็นเตอร์ ให้น้องสาวชื่อ “อ้อย” เป็นผู้ดูแล

เครือข่ายของกลุ่ม “นายอืด” ได้รับความคุ้มครองจากผู้มีอิทธิพลกลุ่มเดียวกับผู้ผลิต ทุกครั้งที่มีการจับกุม “นายอืด” จะเป็นผู้รับผิดชอบในการประสานงานเพื่อ “เคลียร์” กับเจ้าหน้าที่รัฐ “นายอืด” นับเป็นผู้จำหน่ายสำคัญรายหนึ่งที่ทำให้วีซีดีที่น่าเสนอเรื่องราวทางเพศกระจายไปยังแหล่งที่มีการซื้อขายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพ 5.3 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม "นายอืด"

4. "พ่อจูน"

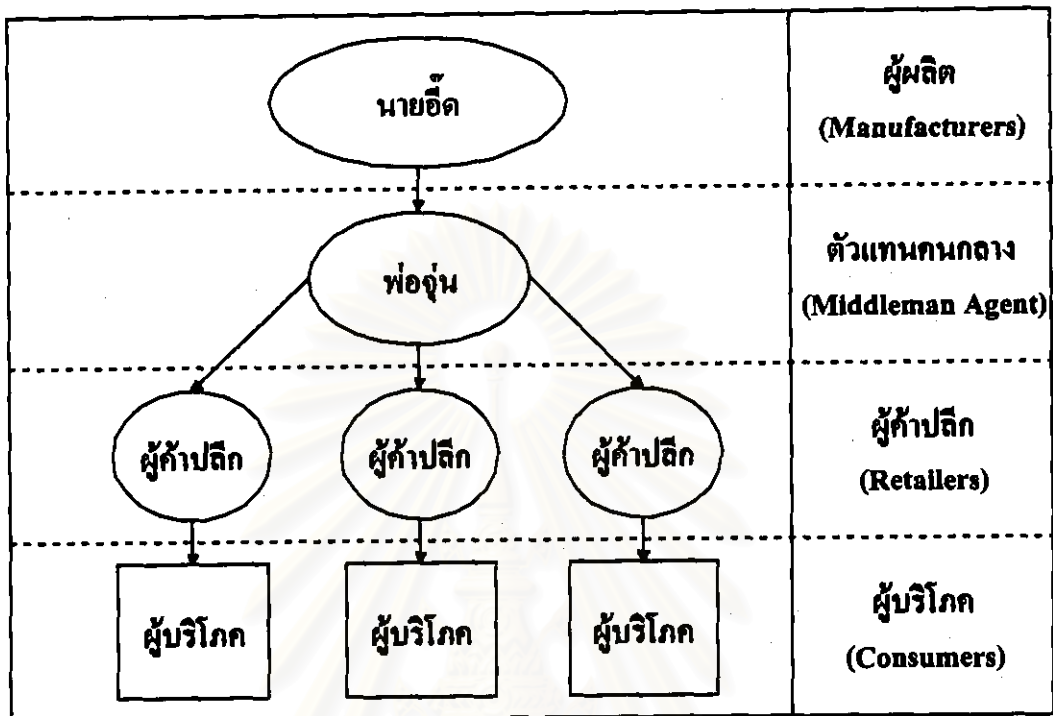
เป็นผู้จัดจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศรายใหญ่ในศูนย์ไอทีตะวันออก เดอะมอลล์ บางกะปิ มีร้านค้าที่อยู่ในเครือข่ายไม่ต่ำกว่า 10 ร้าน และนับเป็นกลุ่มผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในวัน

ผู้ผลิตวีซีดีนำเสนอเรื่องราวทางเพศที่ส่งมาให้ "พ่อจูน" จัดจำหน่ายเป็นผู้ผลิตที่มีอิทธิพลเป็นกลุ่มผู้ผลิตเดียวกันกับ "นายอืด" ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายในห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า แหล่งผลิตสินค้าอยู่ต่างจังหวัด บริเวณใกล้สถานที่ราชการในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดพิษณุโลก สินค้าที่ผลิตเสร็จ

แล้วจะถูกส่งไปให้ผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่คือ "นายอืด" ที่พันธุ์ทิพย์พลาซ่า ในส่วนของศูนย์ไอทีตะวันออก เอะอะมอลล์บางกะปิ "พ่อจุ่น" เป็นผู้รับผิดชอบในการกระจายสินค้าลงสู่แผงย่อยในตะวันออก

การกระจายวิธีที่ดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศของ "พ่อจุ่น" ทำได้ 2 วิธี คือ กระจายสินค้าลงสู่แผงที่พ่อจุ่นเป็นเจ้าของ และกระจายไปให้ผู้จำหน่ายรายอื่นที่มีแผงจำหน่ายย่อยอย่างเป็นทางการจากการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจแผงที่มีการซื้อขายวิธีที่ดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในศูนย์ไอทีตะวันออก พบว่าร้านค้าที่จำหน่ายวิธีที่ดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมีป้ายกระดาษ ตัวอักษร "จ" แขนงไว้จำนวนมาก จากการเดินนับร้านค้าที่มีตัวอักษร "จ" แขนงอยู่ สามารถนับได้มากกว่า 10 ร้าน นอกจากนี้บริเวณรอบๆ ร้านค้าที่วางจำหน่ายวิธีที่ดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศจะมีชายหนุ่มวัยฉกรรจ์จำนวนมากยืนคอยสังเกตการณ์ ตรวจตรา ดูแล ผู้ที่เดินเข้ามาซื้อสินค้าภายในร้าน หากสงสัยว่าอาจเป็นสายของตำรวจมาล่อซื้อก็จะเดินเข้าไปยืนใกล้ๆ ทำให้ผู้ถูกสงสัยไม่กล้าซื้อสินค้าและเดินจากไปในที่สุด การกระทำดังกล่าวมีลักษณะเป็น "มาเฟีย" อย่างเห็นได้ชัดเจน หลังจากนั้นหนึ่งวัน ผู้วิจัยมีโอกาสสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐผู้ปราบปรามสื่อลามกท่านหนึ่ง ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจปรากฏการณ์ของมาเฟียในวันที่ผู้วิจัยลงไปสำรวจข้อมูลภาพสนามได้เป็นอย่างดี เนื่องจากก่อนหน้าที่ผู้วิจัยจะไปสำรวจหนึ่งวันได้มีการจับกุมผู้จำหน่ายวิธีที่ดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศหลายราย โดยให้ตำรวจหญิงแต่งชุดนักศึกษาไปล่อซื้อสินค้ามาจากผู้จำหน่าย ทำให้แต่ละร้านไม่กล้านำสินค้าออกมาวางขายตามปกติ "พ่อจุ่น" ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลจึงประกาศให้ร้านค้าที่รับวิธีที่ดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศของตนไปวางขาย แขนงป้ายตัวอักษร "จ" ไว้ในร้าน ร้านที่มีตัวอักษร "จ" จะได้รับความคุ้มครองอย่างดี หากมีการตรวจค้นหรือจับกุม "พ่อจุ่น" จะเป็นผู้รับผิดชอบในการ "เคลียร์" กับเจ้าหน้าที่รัฐเอง ทำให้ "พ่อจุ่น" เป็นผู้จัดจำหน่ายที่พ่อค้าปลีกจำนวนมากให้ความเชื่อถือ และซื้อวิธีที่ดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศจาก "พ่อจุ่น" มาวางจำหน่ายภายในร้าน เพื่อแลกกับความคุ้มครองทางอ้อมที่จะได้รับนั่นเอง

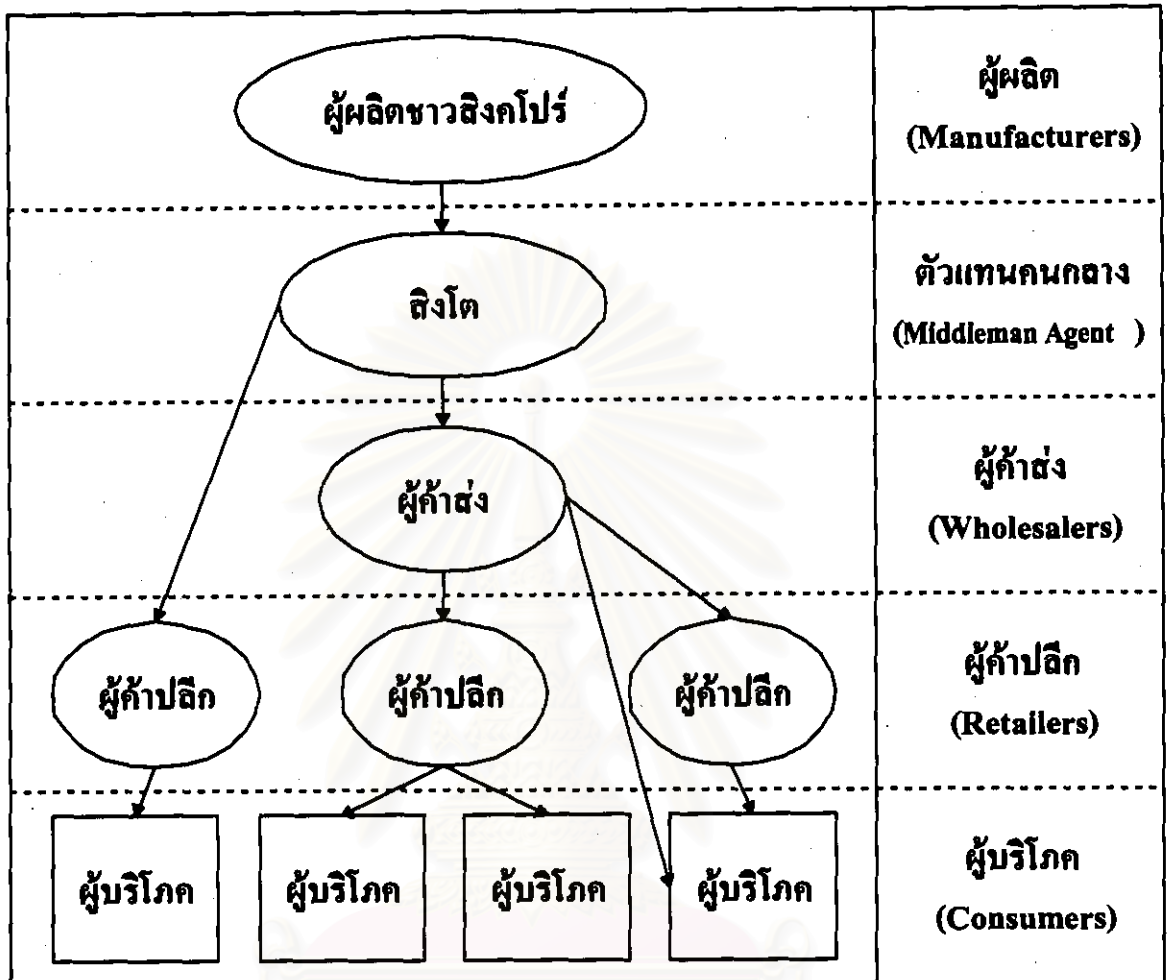
จะเห็นได้ว่าเครือข่ายการวางจำหน่ายของ "พ่อจุ่น" มีขนาดใหญ่ สามารถครอบคลุมพื้นที่วางจำหน่ายสื่อวิธีที่ดีในศูนย์ไอทีตะวันออกเกือบทั้งหมด เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม "พ่อจุ่น" สามารถเขียนเป็นผังรูปได้ดังนี้



แผนภาพ 5.4 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม "พ่อจูน"

5. "สิงโต"

เป็นผู้จัดจำหน่ายวีซีดีนำเสนอเรื่องราวทางเพศให้กับกลุ่มผู้ผลิตชาวสิงคโปร์ แหล่งผลิตสำคัญอยู่ตามย่านชานเมืองและปริมณฑล สินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วจะถูกนำมาส่งให้ "สิงโต" เป็นผู้กระจายสินค้าตลาดสี่ทางเพศให้ผู้ค้าส่งที่รับสินค้าจาก "สิงโต" ได้แก่ "จำหุ้ม" และ "จำจอม" ซึ่งในอดีตเคยรับราชการยศจำ สินค้าส่วนหนึ่งจะถูกจำหน่ายไปยังร้านค้าปลีกในพันธุ์ทิพย์พลาซ่า อีกส่วนหนึ่งจะกระจายไปยังตลาดมืดที่มีการวางจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ย่านคลองถม สีลม บางกะปิ งามคำแหง เป็นต้น สามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 5.5 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม "สิงโต"

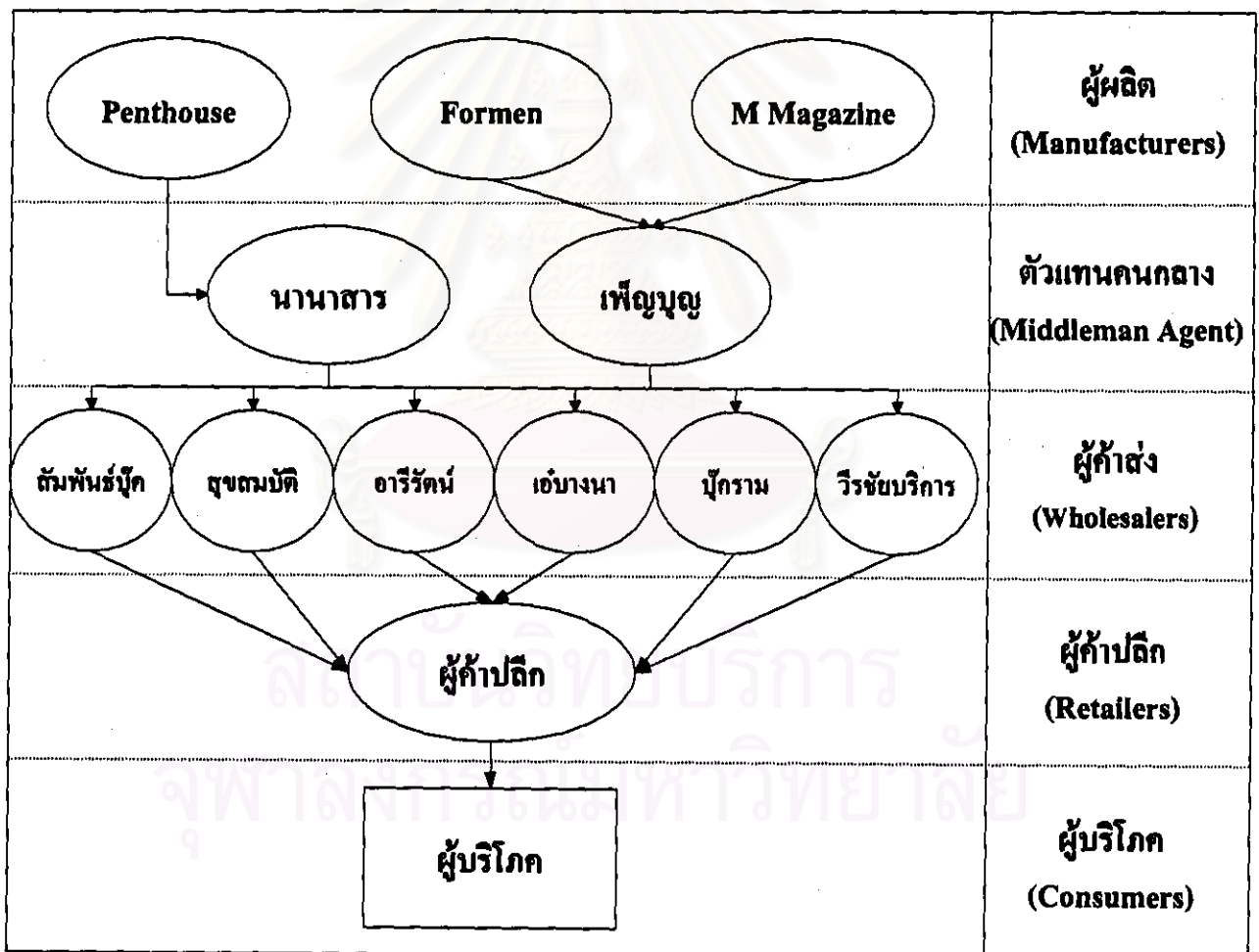
6. บริษัทจัดจำหน่าย

สื่อนำเสนอเรื่องราวทางเพศที่สามารถวางขายได้อย่างเปิดเผย โดยมากใช้บริษัทจัดจำหน่ายเป็นผู้กระจายสินค้าสู่ตลาดผู้บริโภค โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับกันดี เช่น นิตยสาร "Penthouse" , "formen" และ "M Magazine" ล้วนใช้บริษัทจัดจำหน่ายเป็นผู้กระจายสินค้าทั้งสิ้น

หนังสือที่ผลิตเสร็จแล้วจะถูกส่งออกจากโรงพิมพ์มายังบริษัทจัดจำหน่าย จากนั้นบริษัทจัดจำหน่ายจะส่งหนังสือไปให้ตัวแทนจำหน่ายหรือเอเยนต์ที่จำหน่ายหนังสือตามเขตต่าง ๆ

บริษัทจัดจำหน่ายจะมีเอเยนต์จำหน่ายหนังสือกระจายอยู่จำนวนมาก ครอบคลุมทุกพื้นที่ในเขต กรุงเทพมหานคร เอเยนต์จะเป็นผู้กระจายหนังสือไปให้ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก โดยมากผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกจะเป็นผู้มารับหนังสือเองจากเอเยนต์ตามวันเวลาที่หนังสือออกวางจำหน่าย เพื่อนำหนังสือไปวางจำหน่ายให้ผู้บริโภคตามร้านค้าขายปลีกทั่วไป

บริษัทจัดจำหน่ายหนังสือ Penthouse ได้แก่ บริษัทจัดจำหน่ายนานาสาร ส่วนหนังสือ formen และ M Magazine ใช้บริษัทจัดจำหน่ายเดียวกัน คือ บริษัทเพ็ญบุญจัดจำหน่าย เป็นผู้กระจายสินค้าสู่ตลาดผู้บริโภค สามารถเขียนเป็นแผนภาพเครือข่ายได้ดังนี้



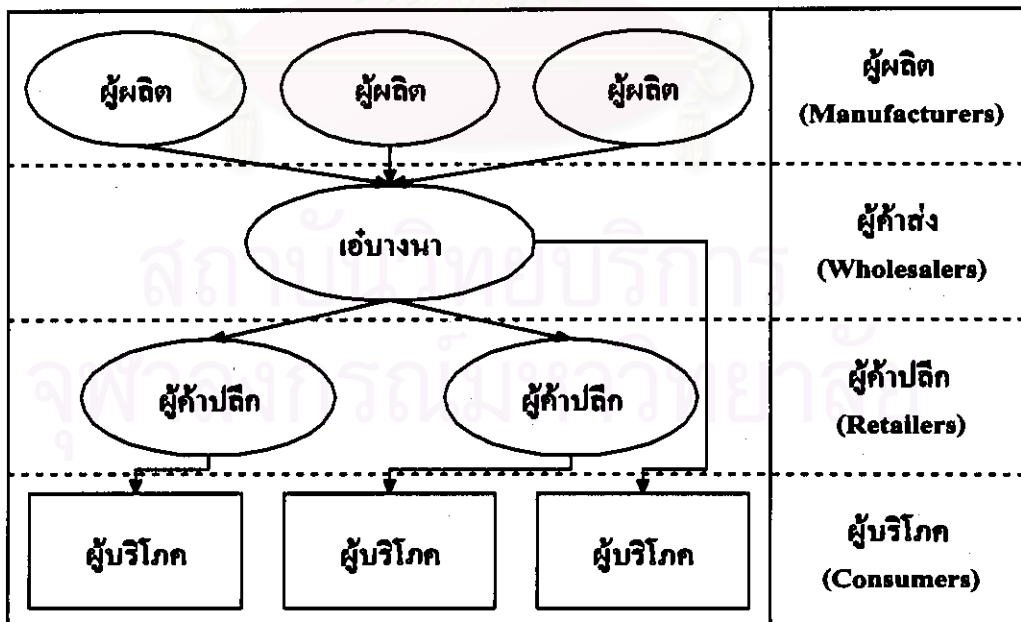
แผนภาพ 5.6 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของบริษัทจัดจำหน่าย

7. “เอ๋บางนา”

เป็นเอเยนต์จำหน่ายหนังสือรายใหญ่ย่านบางนา หนังสือที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศทั้งแบบโจ่งแจ้งและไม่โจ่งแจ้งจะส่งมาให้ “เอ๋บางนา” เป็นผู้กระจายหนังสือไปให้ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เพื่อนำมาวางจำหน่ายตามแหล่งที่มีการวางขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ

“เอ๋บางนา” เป็นเอเยนต์จำหน่ายสิ่งพิมพ์นานาชาติ รวมไปถึงหนังสือที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศทุกรูปแบบ สายส่งของ “เอ๋บางนา” ครอบคลุมพื้นที่ในเขตบางนา สำโรง ปากน้ำ บางกะปิ “เอ๋บางนา” มีพ่อค้าขายส่งหลายรายที่รับหนังสือไปจำหน่ายต่อให้ร้านค้าปลีกที่ลักลอบจำหน่ายหนังสือไปให้ผู้บริโภค และผู้ขายปลีกแฉงลอยของสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในตลาดมืด

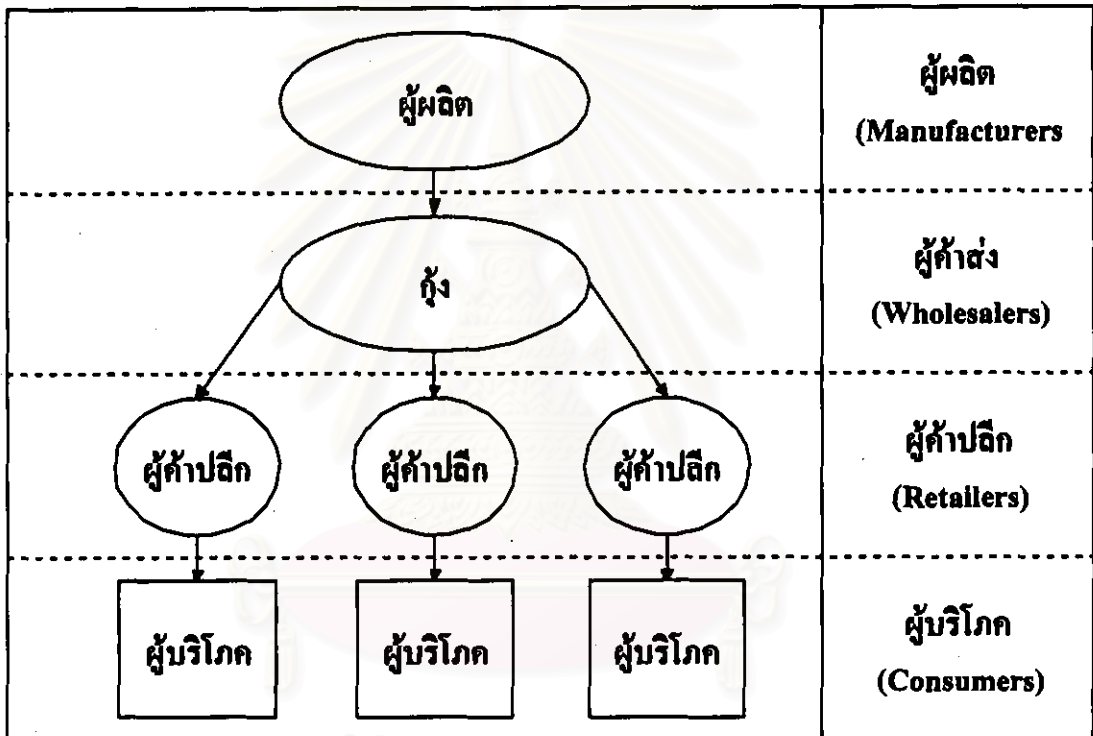
ผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศที่ส่งสินค้าให้ “เอ๋บางนา” มีมากกว่าหนึ่งรายและมีแหล่งผลิตกระจายอยู่หลายแห่งทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดกระจายอยู่หลายแห่ง แหล่งผลิตสำคัญได้แก่โรงพิมพ์ที่แม่กลอง สมุทรสงคราม ซึ่งเป็นแหล่งผลิตหนังสือโป๊และหนังสือการ์ตูนลามกจำนวนมาก เมื่อผลิตเสร็จแล้วจะนำสินค้ามาพักไว้ที่สะพานควายก่อนกระจายสินค้าไปให้เอเยนต์ที่จำหน่ายหนังสือในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 5.7 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม “เอ๋บางนา”

8. “กุ่ม”

เป็นผู้จัดจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในศูนย์ไอทีตะวันออกที่ตะวันออก ไม่เป็นที่เปิดเผย “กุ่ม” เป็นผู้จัดจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ที่มีเครือข่ายร้านค้าขายปลีกรองจากกลุ่ม “ฟอจูน” ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศที่ใหญ่ที่สุดในศูนย์ไอทีตะวันออก “กุ่ม” จะส่งสินค้าให้ร้านค้าปลีกภายในศูนย์ไอทีตะวันออกเท่านั้น

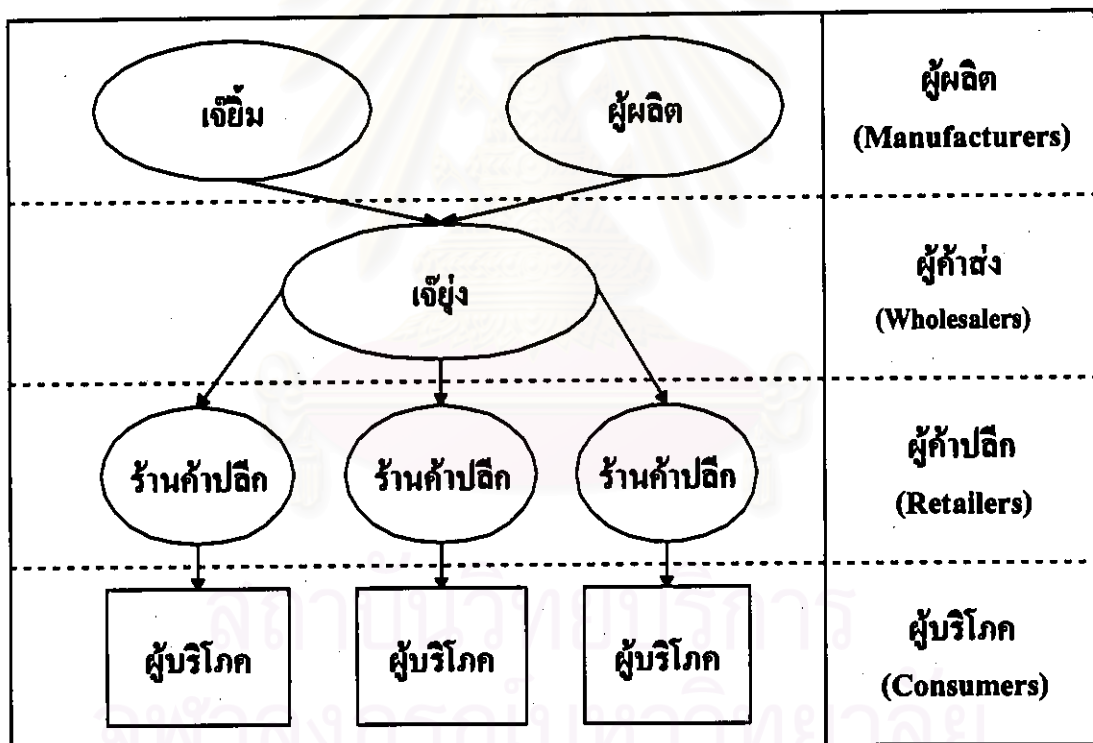


แผนภาพ 5.8 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม “กุ่ม”

9. “เจ็ยง”

เป็นผู้จำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ในพื้นที่ทิพย์พลาซ่า “เจ็ยง” มีแผนวางจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ 5 ร้าน สินค้าส่วนใหญ่รับมาจาก “เจ็ย้ม” ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นญาติกัน “เจ็ยง” เป็นผู้จำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศของกลุ่มผู้ผลิตหลายกลุ่ม ทำหน้าที่เหมือนผู้ค้าส่ง แต่เจ็ยงจะกระจายสินค้าให้เฉพาะร้านค้าปลีกที่อยู่ภายในเครือข่ายเท่านั้น

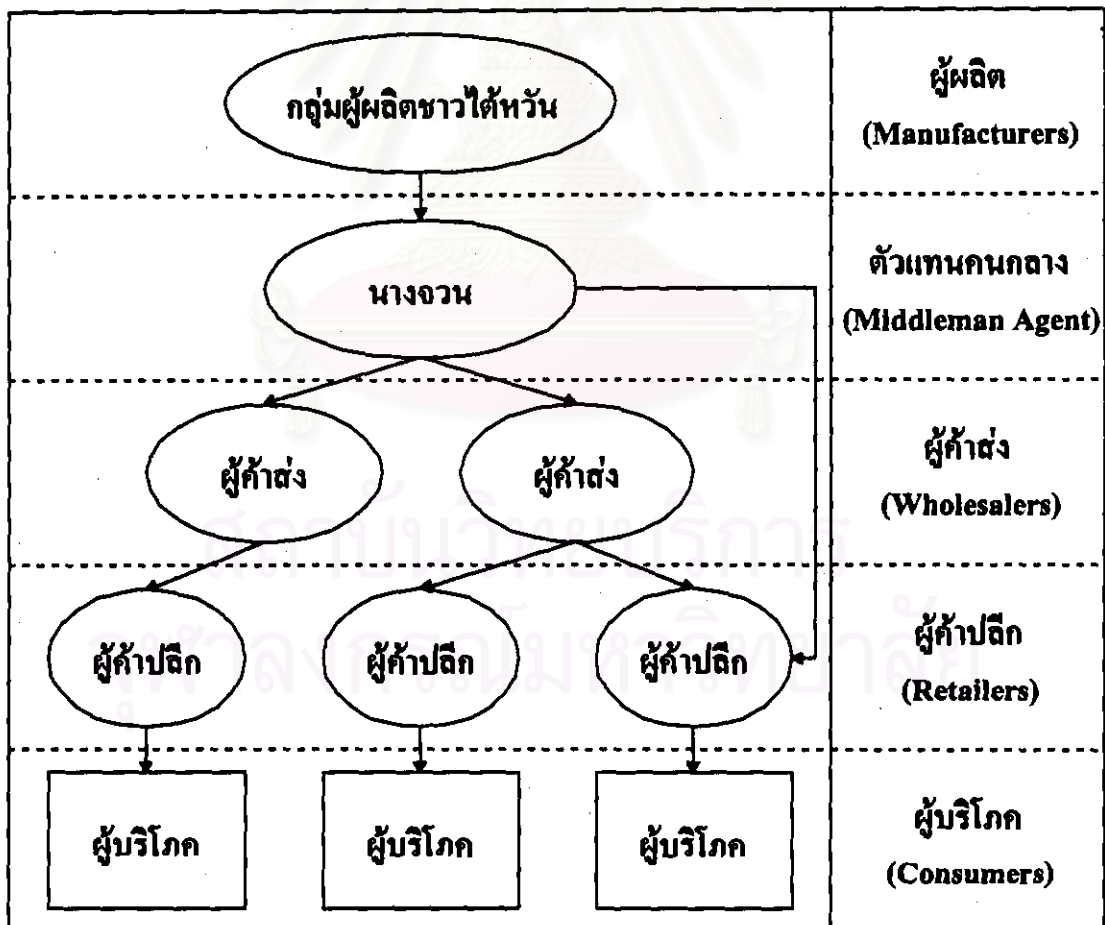
“เจ็ยง” เริ่มเข้ามาเป็นผู้จำหน่ายวิธีชีวิตที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในพันธู์กัพยได้ โดยได้รับความช่วยเหลือจาก “เจ็ย้ม” ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลในธุรกิจวิธีชีวิตเดือนภายในพันธู์กัพยพลาซ่า “เจ็ยง” ใช้เวลาจำหน่ายวิธีชีวิตที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศเพียงไม่นาน ก็เริ่มเป็นที่รู้จักในแวดวงของนักค้าสื่อวิธีชีวิต การขยายร้านค้าปลีกของเจ็ยงมีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันนี้ “เจ็ยง” มีร้านค้าปลีกที่ต้องดูแลและบริหารเองจำนวน 5 ร้าน ผู้จัดจำหน่ายวิธีชีวิตที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศหลายรายได้กระจายสินค้ามาจำหน่ายให้ “เจ็ยง” จำนวนไม่น้อย ทั้งนี้เพราะ “เจ็ยง” สามารถบอกรับสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายรายใดก็ได้ แต่จะบอกรับสินค้าจาก “เจ็ย้ม” มากที่สุด เพราะมีความสัมพันธ์ระบบเครือญาติซึ่งกันและกัน อีกทั้ง “เจ็ย้ม” ยังเป็นผู้อุปถัมภ์ให้ “เจ็ยง” มีโอกาสเข้ามาทำธุรกิจสื่อวิธีชีวิตอีกด้วย เครือข่ายการจำหน่ายของกลุ่ม “เจ็ยง” สามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 5.9 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม “เจ็ยง”

10. “นางจวน”

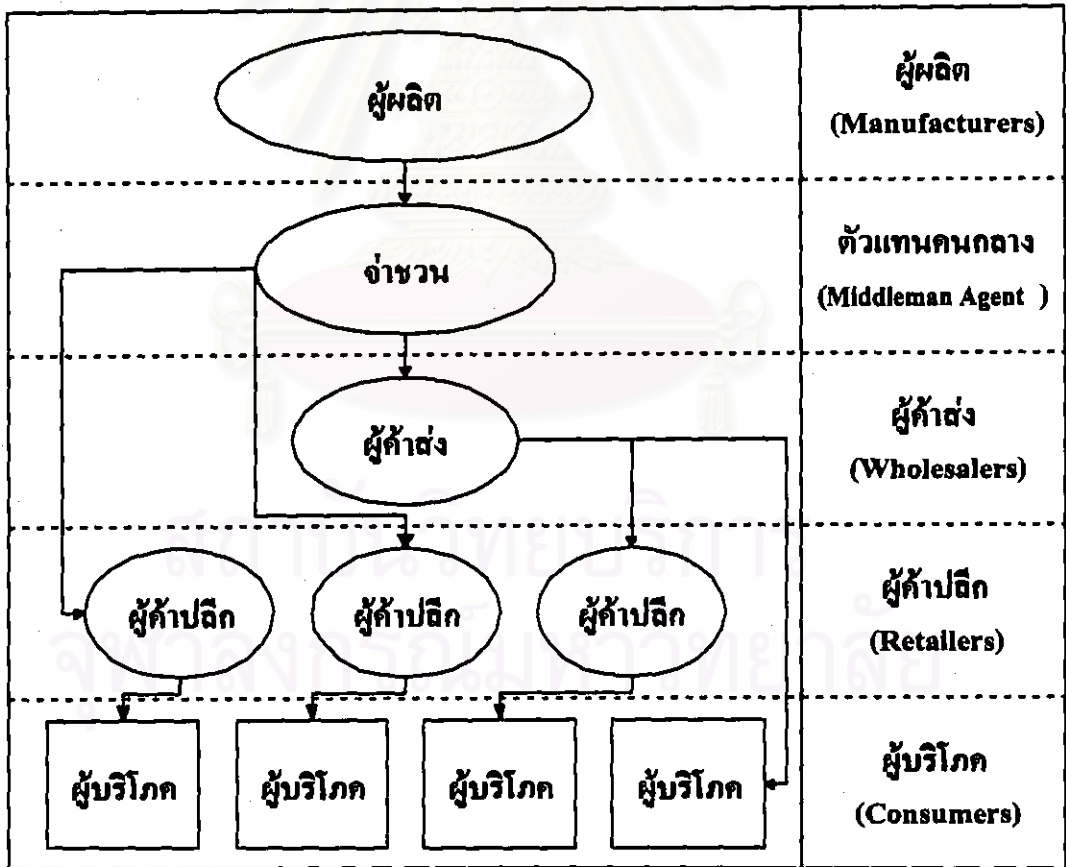
เป็นผู้จัดจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในพันธู์กัพย์พลาซ่า “นางจวน” เป็นภรรยาของผู้ผลิตชาวใต้หวัน และรับจัดจำหน่ายเฉพาะวีซีดีที่ผลิตจากกลุ่มผู้ผลิตชาวใต้หวันเท่านั้น แหล่งผลิตสำคัญของกลุ่มผู้ผลิตชาวใต้หวันอยู่ที่บางปะกง จากประวัติการจับกุมของเจ้าหน้าที่ตำรวจ พบว่า มีโรงงาน 2 แห่งที่รับผลิตวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศให้แก่กลุ่มผู้ผลิตชาวใต้หวัน ได้แก่ โรงงานผลิตหทัยไทย อินเตอร์เนชั่นแนล ตั้งอยู่ที่ ด.บางเสาธง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ และ โรงงาน ซีวีโก้ เทคโนโลยีไทยแลนด์ ตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมบางพลี อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ (สัมภาษณ์ พ.ต.ท.สมหมาย (นามสมมติ), รองผู้กำกับ, 8 ธ.ค. 2542) สินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วจะส่งมาให้ “นางจวน” เป็นผู้กระจายสินค้าให้ผู้ค้าปลีกภายในพันธู์กัพย์พลาซ่า สามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 5.10 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม “นางจวน”

11. “จำชวน”

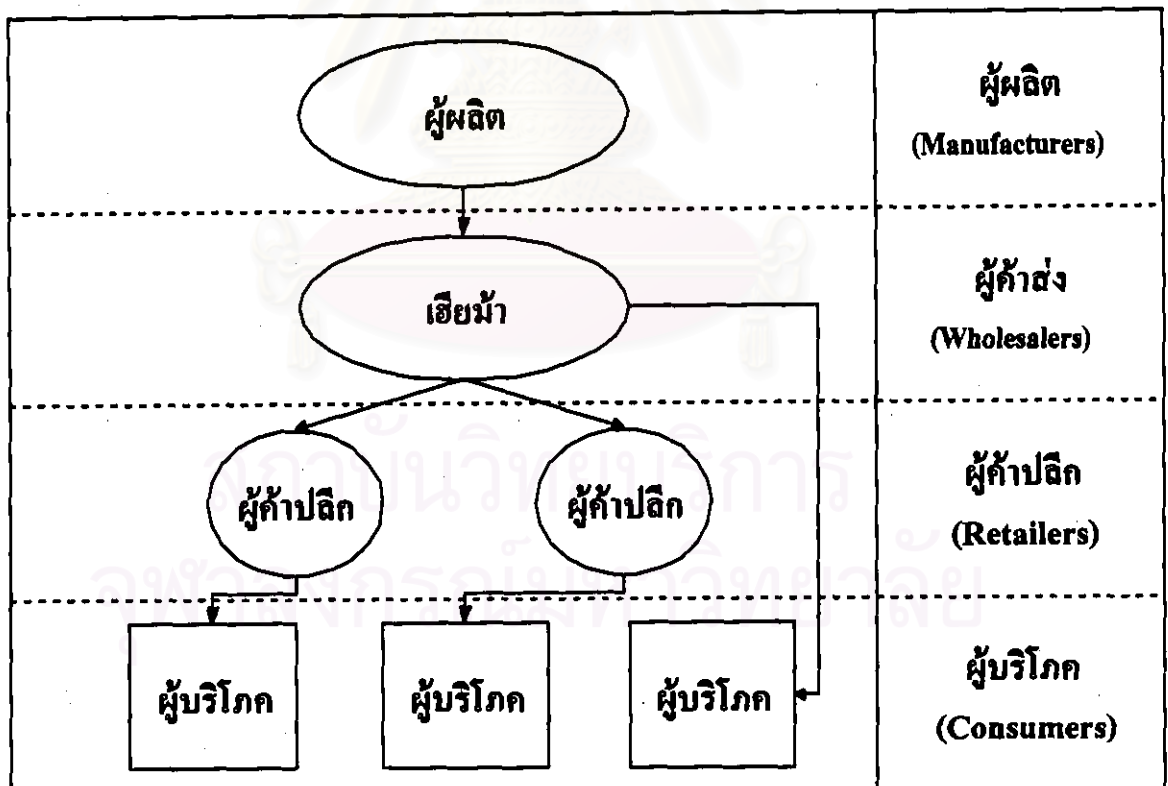
เป็นผู้จัดจำหน่ายวีซีดีภาพยนตร์ลามกในพันธู์ทิพย์พลาซ่า ผู้ผลิตเป็นผู้มีอิทธิพลระดับประเทศคนหนึ่ง “จำชวน” เป็นผู้ค้าส่งวีซีดีภาพยนตร์ลามกที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในหมู่นักขาย วีซีดีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทางเพศจะเน้นเฉพาะวีซีดีภาพยนตร์เท่านั้น “จำชวน” เป็นตัวแทนผู้ประกอบการมีหน้าที่ในการกระจายสินค้าสู่ร้านค้าขายปลีกภายในพันธู์ทิพย์พลาซ่า นอกจากนี้ “จำชวน” ยังเป็นผู้ค้าส่งในบางแหล่งที่มีการวางจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ เป็นย่านสีลม ย่านคลองถม ร้านค้าปลีกย่อยที่เป็นแผงบนฟุตบาทส่วนใหญ่จะรับสินค้ามาจาก “จำชวน” เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับผู้ค้าปลีกในเขตที่ “จำชวน” มีอิทธิพลดูแลอยู่ ดังนั้น “จำชวน” จึงเป็นกลุ่มผู้จัดจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศที่มีเครือข่ายการวางจำหน่ายมากอีกกลุ่มหนึ่ง สามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 5.11 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม “จำชวน”

12. "เฮียม่า"

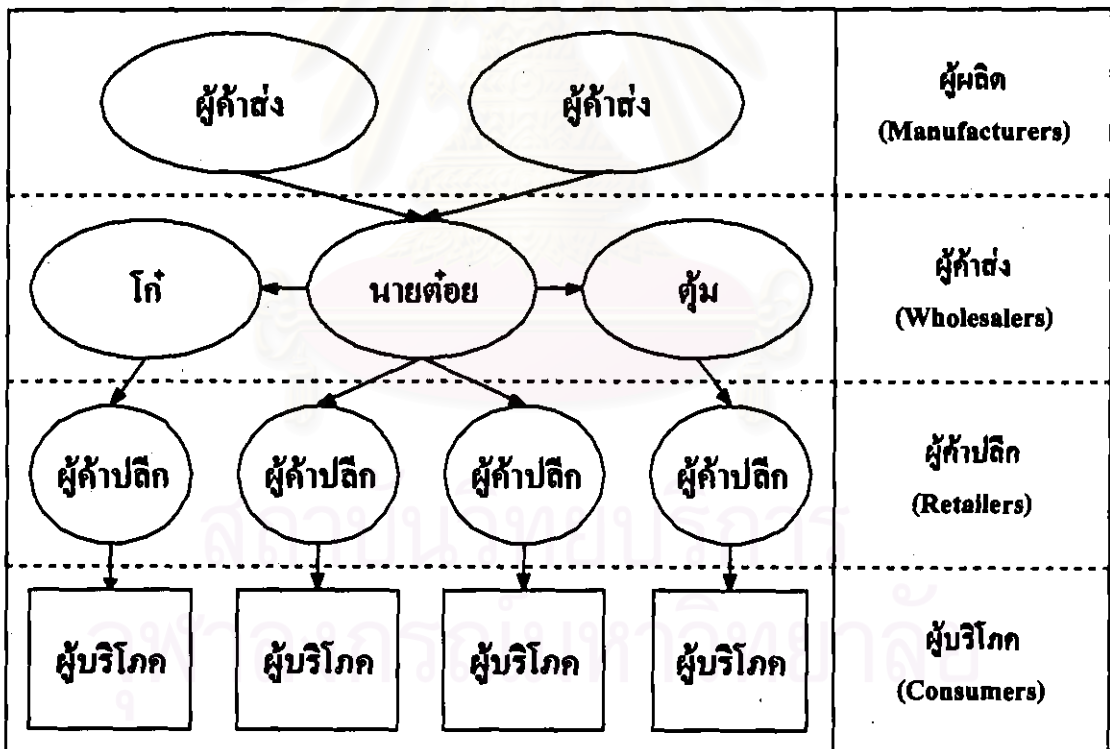
เป็นผู้จำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในพันธุ์ทิพย์พลาซ่า "เฮียม่า" มีร้านค้าปลีก อยู่ในเครือข่ายจำนวนมากเป็นแนวยาวตลอดทางเดินบริเวณชั้น 2 ในพันธุ์ทิพย์พลาซ่า "เฮียม่า" รับสินค้าจากผู้ผลิตรายได้ไม่เป็นที่เปิดเผยแน่ชัด ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ค้าปลีกวีซีดีที่นำเสนอ เรื่องราวทางเพศภายในพันธุ์ทิพย์พลาซ่า แสดงความคิดเห็นค่อนข้างตรงกันว่า "เฮียม่า" น่าจะเป็น ผู้ค้าส่งอิสระที่รับสินค้ามาจำหน่ายโดยไม่ผูกขาดกับเจ้าใดเจ้าหนึ่ง ผู้จัดการจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นผู้ ติดต่อขายสินค้าให้ "เฮียม่า" โดยตรง เนื่องจาก "เฮียม่า" เป็นผู้จำหน่ายวีซีดีที่มีร้านค้าปลีกอยู่ใน เครือข่ายจำนวนมาก ทำให้ "เฮียม่า" มีอำนาจในการกระจายสินค้าค่อนข้างสูง ผู้ผลิตหรือผู้จัด จำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศหลายรายจึงมักเป็นฝ่ายเข้ามาติดต่อ "เฮียม่า" ด้วยตัวเอง ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ในการทำธุรกิจร่วมกันนั่นเอง เครือข่ายการจัดการจำหน่ายของ "เฮียม่า" สามารถ เขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 5.12 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม "เฮียม่า"

13. “นายต๋อย”

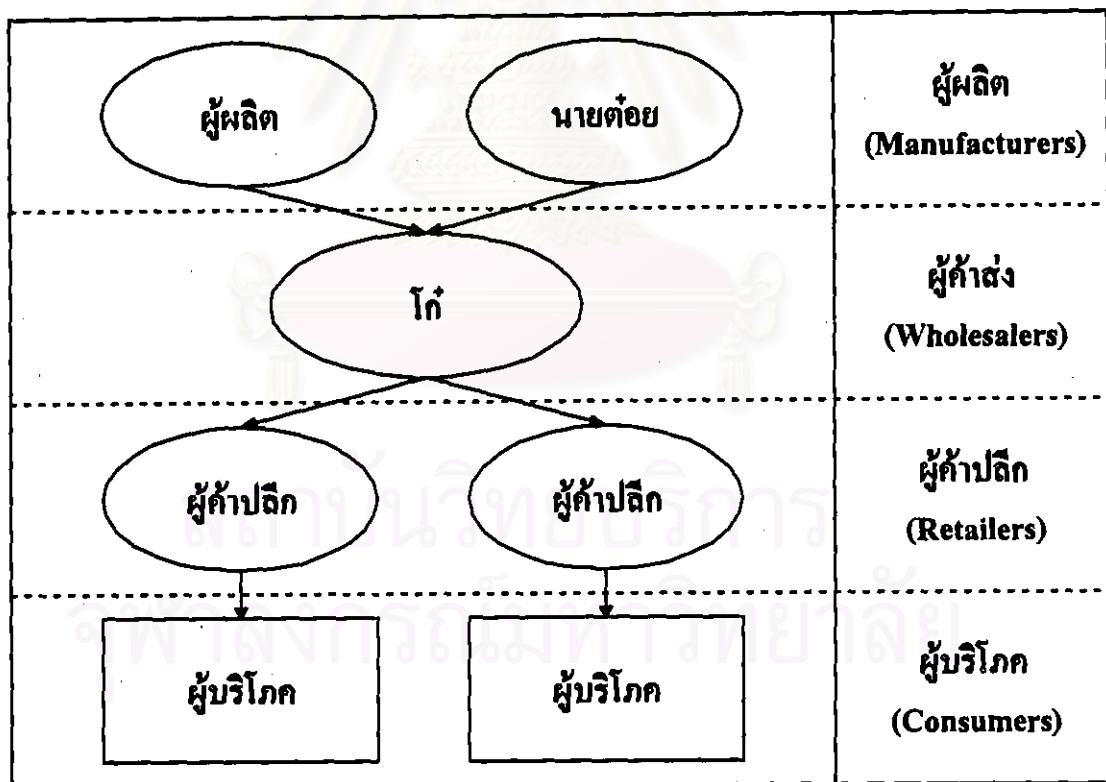
เป็นผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายวิดีโอโป๊ที่ใหญ่ที่สุดในย่านคลองถม แหล่งผลิตวิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศที่ “นายต๋อย” รับมาจัดจำหน่ายไม่ได้รับการเปิดเผยจากผู้ให้ข้อมูล นอกจากนี้ “นายต๋อย” ยังเป็นผู้ผลิตวิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศออกวางจำหน่ายเองด้วย ทำให้ “นายต๋อย” เป็นผู้จัดจำหน่ายวิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศที่มีความหลากหลายเมื่อเทียบกับกลุ่มผู้จัดจำหน่ายรายอื่น ๆ ในย่านเดียวกัน จากการสนธิษฐานของกลุ่มผู้ค้าปลีกในย่านคลองถม คาดว่า “นายต๋อย” น่าจะเป็นผู้จัดจำหน่ายอิสระที่ทำหน้าที่เป็นยี่ปั้วในการกระจายสินค้าสู่ตลาดที่มีการวางจำหน่ายวิดีโอเทปที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ หากสินค้ามีความน่าสนใจ “นายต๋อย” ก็จะเป็นผู้รับสินค้ามาเสนอขายให้ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกที่รู้จัก เครือข่ายการวางจำหน่ายของ “นายต๋อย” สามารถเขียนเป็นแผนภาพเครือข่ายได้ดังนี้



แผนภาพ 5.13 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม “นายต๋อย”

14. “โก๋”

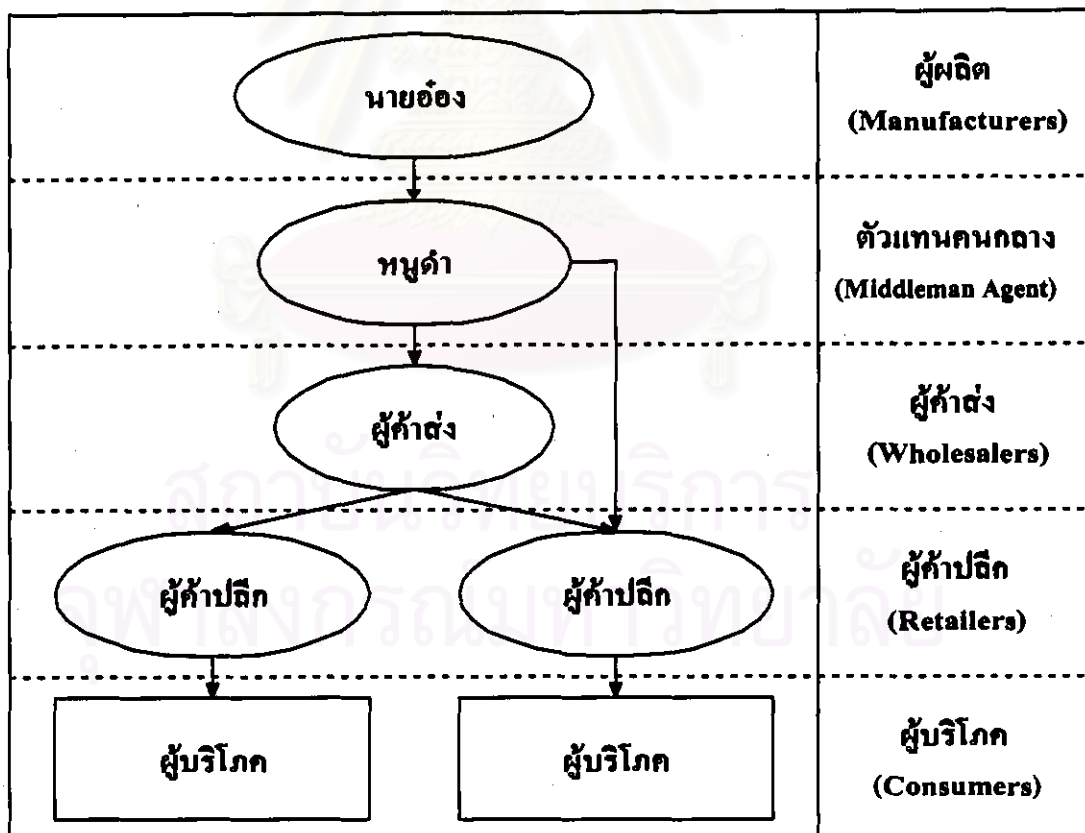
เป็นผู้จัดจำหน่ายวิดีโอไปและวีซีดีไปในย่านคลองถม “โก๋” เป็นผู้รับสินค้ามาจากยี่บัวหลายราย เพื่อนำสินค้ามาเสนอขายให้ผู้ค้าส่งในย่านคลองถม ผู้ผลิตที่ส่งสินค้าให้ “โก๋” มีมากกว่าหนึ่งราย แต่ผู้ผลิตรายใหญ่ที่ “โก๋” รับเป็นผู้จัดจำหน่ายให้มีเพียงรายเดียวเท่านั้น ซึ่งเป็นผู้ผลิตที่มีอิทธิพลในย่านคลองถม ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐ พบว่า “โก๋” มีคดีการจับกุมหลายคดี ทุกครั้งที่มีการจับกุมก็จะเคลียร์คดีได้ภายในระยะเวลาไม่นาน ทั้งนี้เพราะได้รับความคุ้มครองจากกลุ่มผู้มีอิทธิพลในพื้นที่เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามแม้จะมีการจับกุมอยู่บ่อยครั้งแต่ “โก๋” ก็ยังคงเป็นผู้จัดจำหน่ายวิดีโอไปและวีซีดีไปที่มีบทบาทในการกระจายสินค้าสู่ตลาดมีคลองถมผู้หนึ่ง เครือข่ายการวางจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศของ “โก๋” สามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 5.14 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม “โก๋”

15. “หนูดำ”

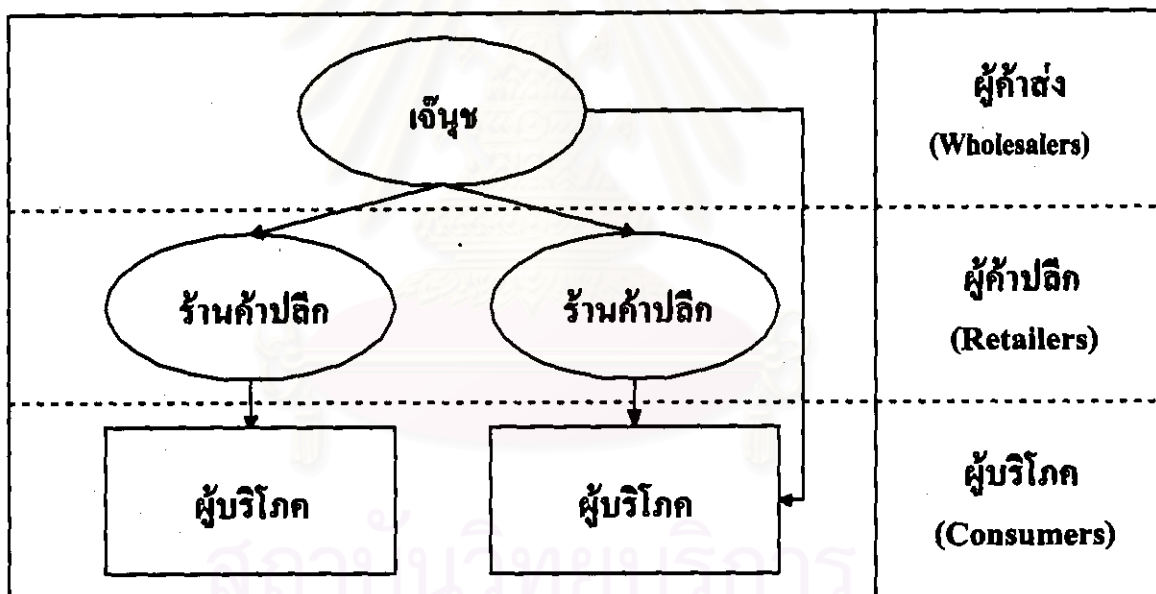
เป็นผู้จัดจำหน่ายและผู้จำหน่ายวิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในย่านคลองถม “หนูดำ” รับวิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมาจากผู้ผลิตชื่อ “นายอ๋อง” ซึ่งเป็นผู้ผลิตวิดีโอไปรษณีย์ของตลาดคลองถมและสีลม แหล่งผลิตวิดีโอไปรษณีย์ของ “นายอ๋อง” ที่หน่วยงานราชการเคยจับกุมได้ อยู่ที่หมู่บ้านจัดสรรแห่งหนึ่งบนถนนพุทธมณฑลสาย 2 การจับกุมในครั้งนั้นพบเครื่องเล่นวิดีโอเทปที่ใช้สำหรับอัดสำเนาจำนวนมาก วิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศที่ผลิตเสร็จแล้ว จะถูกส่งมาให้ “หนูดำ” เป็นผู้จัดจำหน่ายให้ “หนูดำ” จึงเป็นผู้จัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนคนกลางให้ “นายอ๋อง” เนื่องจาก “นายอ๋อง” ยังมีคดีความอยู่กับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ทำให้ “นายอ๋อง” ไม่สามารถออกมาทำหน้าที่จัดจำหน่ายได้อย่างเต็มที่ เพราะกำลังอยู่ระหว่างการติดตามคดีของเจ้าหน้าที่ตำรวจ (สัมภาษณ์ พ.ต.ท.สมหมาย (นามสมมติ), รองผู้กำกับ, 8 ธันวาคม 2542) เครือข่ายการวางจำหน่ายของ “นายอ๋อง” โดยมี “หนูดำ” เป็นตัวแทนคนกลางจำหน่ายสินค้า สามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 5.15 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม “หนูดำ”

16. "เงินูช"

เป็นผู้จำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในศูนย์ไอทีซีคอนสแตร์ ร้านที่วางจำหน่ายเป็นร้านขนาดใหญ่ "เงินูช" รับสินค้าจากผู้ค้าส่งที่นำสินค้ามาเสนอขายภายในร้าน จากการลงไปเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ค้าปลีกวีซีดีในศูนย์ไอทีซีคอนสแตร์พบว่า "เงินูช" เป็นผู้จำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศรายใหญ่ที่สุดในซีคอนสแตร์ สินค้าที่จำหน่ายในร้านจะมีผู้ค้าส่งนำสินค้ามาเสนอขายให้ หาก "เงินูช" เห็นว่าน่าสนใจก็สั่งซื้อเข้ามาวางจำหน่ายภายในร้าน ผู้ค้าส่งที่นำวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมาเสนอขายให้ "เงินูช" เป็นผู้ค้าส่งรายย่อยที่รับสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายวีซีดีจากพันธู์ทิพย์พลาซ่า (สัมภาษณ์ปิ่น (นามสมมติ) ผู้ค้าปลีก, 10 พฤศจิกายน 2542) เครือข่ายการวางจำหน่ายของเงินูชสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



แผนภาพ 5.16 : เครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม "เงินูช"

17. "สายหนัง"

สื่อภาพยนตร์ที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมีระบบการจัดจำหน่ายผ่าน "สายหนัง" จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐผู้ดูแลการตรวจสอบภาพยนตร์ท่านหนึ่ง พบว่า ภาพยนตร์ที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศจะถูกส่งไปยังโรงภาพยนตร์ชั้น 2 ที่มีการฉายภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาแนะนำเสนอเกี่ยวกับเรื่อง

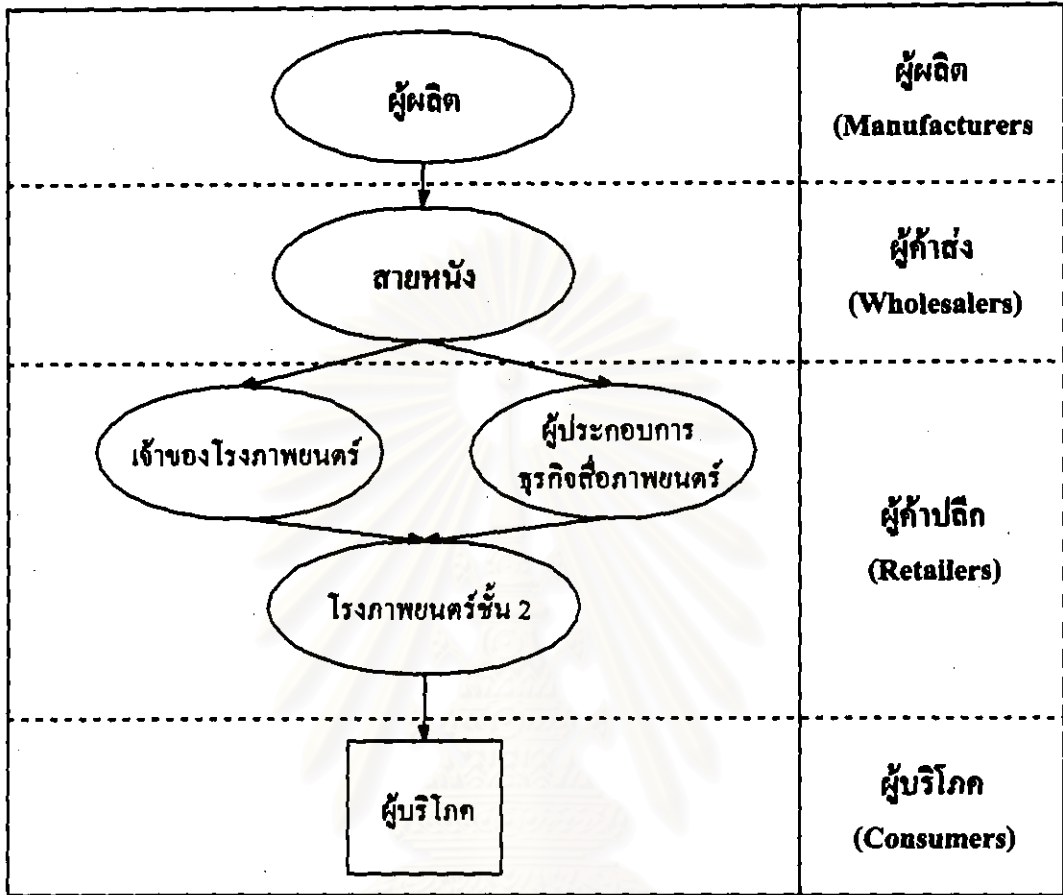
เพศในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด "สายหนัง" ของภาพยนตร์ที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมีจำนวนไม่มาก คาดว่ามีไม่ต่ำกว่า 5 เจ้า แต่ไม่เกิน 10 เจ้า ระบบการจัดจำหน่ายมีลักษณะเหมือนกันคือ "สายหนัง" จะมีความสัมพันธ์ รู้จักกันดีกับผู้ดำเนินธุรกิจสื่อภาพยนตร์ เจ้าของโรงภาพยนตร์ บางรายเป็นผู้ซื้อภาพยนตร์เข้ามาฉายเอง และมีอีกจำนวนไม่น้อยที่ผู้ประกอบการเช่าโรงภาพยนตร์ชั้นสองเพื่อทำธุรกิจสื่อภาพยนตร์ (สัมภาษณ์ รตอ.สมบูรณ์ (นามสมมติ) รองสารวัตร, 12 มีนาคม 2543)

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีประสบการณ์ตรงจากการชมภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเสนอเกี่ยวกับเรื่องเพศยืนยันว่าภาพยนตร์ที่ฉายเป็นภาพยนตร์ในลักษณะเรทอาร์ มีการดำเนินเรื่องเหมือนภาพยนตร์ทั่วไป แต่จะเน้นหนักไปทางการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องเพศ การเล่าเรื่องจะเน้นฉากที่มีการกระทำทางเพศระหว่างนักแสดงชายและหญิง กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกรรมาชีพและกระเทย

"เคยดูพี่ หนังโป๊นะเธอ ก็มีแต่เรื่องแบบว่าแหละพี่ ส่วนใหญ่ที่ดูก็เป็นหนังญี่ปุ่น หนังฝรั่งทั้งนั้น หนังไทยมีน้อย ไม่ค่อยเห็นเท่าไรนะ พวกญี่ปุ่นเนี่ยจะหน้าตาน่ารัก ๆ ชาว ๆ ดูแล้วสวยดี ผมชอบ บางเรื่องดู ๆ อยู่ก็มีฉากอย่างว่าเข้ามาเฉยเลย ดอนแรกก็งง แต่ดู ๆ ไปก็สนุกดี บางทีมันก็ฉายไม่ค่อยเป็นระบบนะพี่ บางวันก็ดูรู้เรื่อง บางวันก็ไม่ค่อยรู้เรื่องเท่าไร ผมก็ดูไปงั้น ๆ แหละพี่ แก่เปื้อไปวัน ๆ" (สัมภาษณ์ โท่ง (นามสมมติ) ผู้บริโภค, 2 ธันวาคม 2542)

"โรงหนังไม่ดีหรอกครับ ห่วยแตก สกปรกมาก เคยดูกับเพื่อนนานแล้วเหมือนกัน เพื่อนมันชวนก็เลยลองไป ก็เฉย ๆ นะ โรงหนังมันเหม็นเลยไม่ค่อยมีอารมณ์นะ เห็นคนอื่นเขามากันเป็นคู่ ๆ บางคนนั่งชุดนักเรียนยังเข้ามาดูเลย พวกกระเทยนี่ก็เยอะ ดูไปวิ๊ดวายไป เห็นแล้วก็หงุดหงิดทั้งซ้ำ ผมชอบมาวันศุกร์ตอนกลางคืน หนังเปลี่ยนโปรแกรมใหม่คนเยอะดี" (สัมภาษณ์ นัท (นามสมมติ) ผู้บริโภค, 12 ธันวาคม 2542)

ระบบการจัดจำหน่ายสื่อภาพยนตร์ที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ สามารถเขียนเป็นเครือข่ายได้ดังนี้



แผนภาพ 5.17 เครือข่ายการจำหน่ายภาพยนตร์ที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศของ “สายหนัง”

จากภาพรวมของการจัดจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมีการส่งสินค้าลงมาเป็นทอด ๆ โดยการส่งผ่านสถาบันคนกลาง ได้แก่ ผู้ผลิต, ตัวแทนคนกลาง, ผู้ค้าส่ง, ผู้ค้าปลีก จนถึงผู้บริโภค การจัดจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศผ่านสถาบันคนกลางสืบเนื่องมาจากสื่อทางเพศเป็นสินค้าพิเศษ มีลักษณะต้องห้ามในสังคมไทย การขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่ตลาดผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง การจัดส่งสินค้าผ่านสถาบันคนกลางลงมาเป็นทอด ๆ เพื่อป้องกันการสาวไปถึงตัวผู้ผลิตจากเจ้าหน้าที่รัฐ ดังนั้นการจัดจำหน่ายสื่อทางเพศผ่านสถาบันคนกลางจึงเป็นช่องทางสำคัญที่ผู้ผลิตนำมาใช้เพื่อให้การขนส่งสินค้ามีลักษณะ “ตัดตอน” เพื่อให้ยากต่อการสืบค้นแหล่งผลิตต้นตอจากเจ้าหน้าที่รัฐนั่นเอง

จากภาพเครือข่ายการจัดจำหน่ายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศทั้งหมดพบว่า แต่ละกลุ่มมีลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายคล้ายคลึงกัน สามารถสรุปรูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่ายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศได้ 5 ช่องทาง คือ

1. ช่องทางการจำหน่ายโดยตรง (Direct Distribution)



เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สั้นที่สุด ผู้ผลิตสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศเป็นผู้จำหน่ายสินค้าโดยตรงให้ผู้บริโภค การจำหน่ายโดยตรงของสื่อทางเพศใช้วิธีการเรขาย ซึ่งมีลักษณะทั้งขายตรงและทั้งขายผ่านคนกลาง ผู้ขายจะสะพายกระเป๋าที่บรรจุสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศออกเรขายตามท้องถนนย่านที่มีการซื้อขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ เช่น ย่านรามคำแหง บางกะปิ พระโขนง เป็นต้น

2. ช่องทางการจำหน่ายโดยทางอ้อม (Indirect Distribution)

เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายโดยผ่านคนกลาง สินค้าจะต้องมีการเปลี่ยนมือหรือเปลี่ยนแปลงสิทธิ์อย่างน้อยหนึ่งครั้งจากผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย ช่องทางการจำหน่ายโดยทางอ้อมของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ สามารถแบ่งออกได้ 4 แบบ คือ

2.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิต โดยผ่านตัวแทนคนกลาง ถึงผู้ค้าส่ง ถึงผู้ค้าปลีก ถึงผู้บริโภค ดังภาพ



เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผ่านคนกลางมากที่สุด ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่แท้จริงมักเป็นผู้ที่มีอิทธิพลมากในธุรกิจสื่อทางเพศ การจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านคนกลางจำนวนมากย่อมทำให้การสืบค้นถึงตัวผู้ผลิตที่แท้จริงทำได้ยาก เพราะการจัดจำหน่ายจะมีลักษณะการตัดตอนลงมาเรื่อย ๆ ตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค ผู้ผลิตที่ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบนี้มีตัวแทนคนกลางซึ่ง

ทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ผลิตในการจัดจำหน่ายและรับผิดชอบการกระจายสินค้าสู่ตลาดที่มีการซื้อขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ตัวแทนคนกลางเป็นผู้จำหน่ายสินค้าไปยังผู้ค้าส่ง ผู้ค้าส่งจำหน่ายสินค้าให้ผู้ค้าปลีก และผู้ค้าปลีกเป็นผู้จำหน่ายคนสุดท้ายจนสินค้าถึงมือผู้บริโภค

2.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิต ผ่านตัวแทนคนกลาง ถึงผู้ค้าปลีก ถึงผู้บริโภค
 ดังภาพ



ผู้ผลิตสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ มอบหมายให้ตัวแทนคนกลางเป็นผู้จำหน่ายสินค้า ตัวแทนคนกลางกระจายสินค้าไปให้ผู้ค้าปลีกที่อยู่ในเครือข่าย จากนั้นผู้ค้าปลีกเป็นผู้จำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศให้แก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย

2.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิต ผ่านผู้ค้าส่ง ถึงผู้ค้าปลีก ถึงผู้บริโภค ดังภาพ



ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบนี้เรียกกันว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบฉบับนิยม (Traditional Channel) ผู้ผลิตจะเป็นผู้ส่งสินค้าไปให้ผู้ค้าส่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งทำหน้าที่เป็นยี่ปั้วในการกระจายสินค้าไปสู่ผู้ค้าปลีกหรือชาบี๊ เมื่อสินค้าถูกส่งมายังผู้ค้าปลีกแล้วก็จะจำหน่ายไปยังผู้บริโภคในท้ายที่สุด

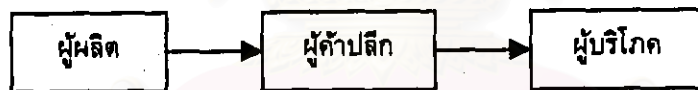
ช่องทางการจำหน่ายแบบนี้ได้รับความนิยมเนื่องจาก ผู้ผลิตบางรายไม่ต้องนำสินค้าออกไปจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งเอง เพราะผู้ค้าส่งเป็นผู้มารับสินค้าด้วยตัวเอง ผู้ผลิตจึงเป็นเพียงผู้ทำให้มีสินค้าออกมาวางจำหน่ายเท่านั้น ผู้ค้าส่งสามารถซื้อสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศจากผู้ผลิตได้ราคาถูกเมื่อเทียบกับการซื้อผ่านตัวแทนคนกลาง สินค้าที่ผ่านคนกลางน้อยลงจะมีราคาถูกลง ทำให้คนกลางที่อยู่ในช่องทางจำหน่ายมีโอกาสได้รับผลกำไรจากการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น

2.4 ช่องทางการจำหน่ายจากผู้ผลิต ถึงผู้ค้าส่ง ถึงผู้บริโภค ดังภาพ



ผู้ผลิตสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศขายสินค้าให้ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าส่งจะนำสินค้าไปขายต่อให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งอาจทำได้โดยการใช้วิธีเรขายหรือจำหน่ายโดยผ่านโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ ช่องทางจำหน่ายนี้เป็นช่องทางจำหน่ายที่พบได้ในสื่อทุกชนิด นับเป็นช่องทางที่ทำกำไรให้ผู้ค้าส่งได้มาก เนื่องจากสินค้าไม่ต้องผ่านมือตัวแทนคนกลาง ดังนั้นราคาที่จำหน่ายจากผู้ผลิตจึงมีราคาถูกกว่า ผู้ค้าส่งสามารถขายสินค้าให้ผู้บริโภคในราคาขายตามท้องตลาด โดยไม่ต้องขายสินค้าในราคาส่งให้ผู้ค้าปลีก ทำให้ผู้ค้าส่งได้กำไรจากการซื้อมาขายไปในราคาดี

2.5 ช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิต ผ่านผู้ค้าปลีก ถึงผู้บริโภค ดังรูป



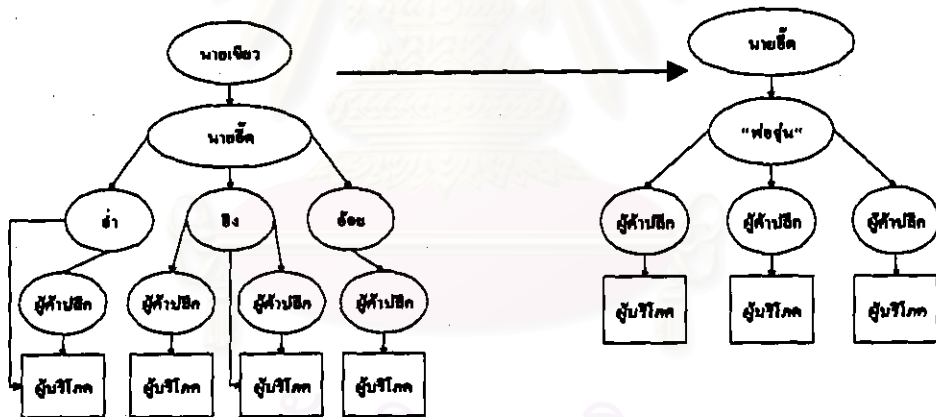
ผู้ผลิตสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศรายย่อยจะกระจายไปยังร้านค้าปลีกที่อยู่ภายในเครื่องการจัดจำหน่าย เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย ผู้ผลิตรายย่อยโดยมากมักเป็นตัวแทนคนกลางให้ผู้ผลิตสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศรายใหญ่ ผู้ผลิตที่อยู่ในช่องทางการจัดจำหน่ายแบบนี้เป็นผู้มีเครือข่ายร้านค้าขายปลีกภายในเครือข่ายจำนวนไม่น้อย เช่น กลุ่ม "นายอืด" "เจี๊ยม" "นางจวน" เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.2 เครือข่ายความสัมพันธ์ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศรายใหญ่

ธุรกิจสื่อทางเพศ มีผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายหลายกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อให้เห็นภาพเครือข่ายขนาดใหญ่ของกลุ่มผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะเลือกเครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่มผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่มีเครือข่ายการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มจัดจำหน่ายหลาย ๆ กลุ่ม ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ เป็นผู้ทำให้สื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศเกิดการแพร่กระจายในเขตกรุงเทพมหานคร อนึ่ง ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความสัมพันธ์เป็นเครือข่ายโยงใยซึ่งกันและกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. "นายอึด" - "พ่อจูน"



แผนภาพ 5.18 : ความสัมพันธ์ของ "นายอึด" - "พ่อจูน"

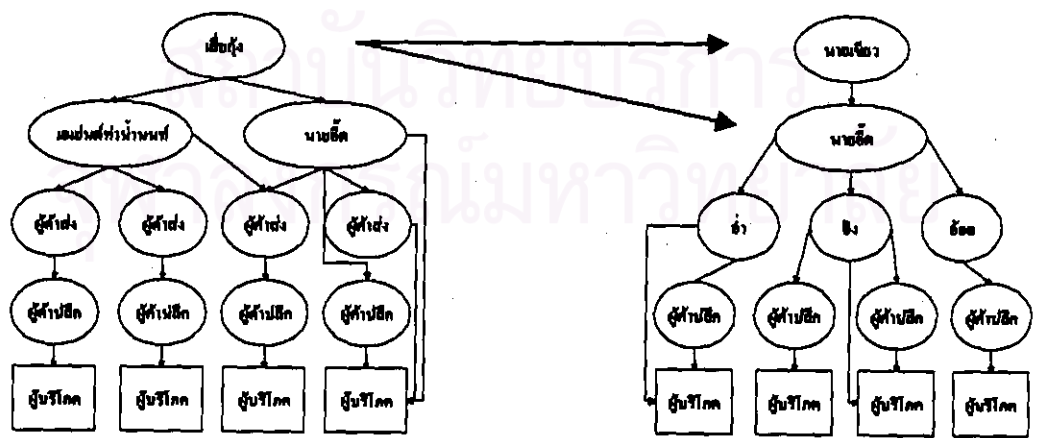
"นายอึด" เป็นผู้จัดจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศรายใหญ่ในพันธู์ทิพย์พลาซ่า มีเครือข่ายวางจำหน่ายอยู่หลายแห่งตามศูนย์ไอทีที่มีการซื้อขายคอมพิวเตอร์และวีซีดี เครือข่ายการจัดจำหน่ายสินค้าของนายอึดจะมีลักษณะเป็นระบบเครือข่าย โดยที่นายอึดเป็นหัวหน้าเครือข่าย มีหน้าที่กระจายสินค้าไปยังผู้จัดจำหน่ายที่อยู่ในเครือข่ายทั้งหมด เครือข่ายความสัมพันธ์ของนายอึดมีดังนี้

"พ่อจุ่น" เป็นผู้จัดจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในศูนย์ไอทีตะวันออก "พ่อจุ่น" เป็นญาติของนายอืด และเป็นตัวแทนจำหน่ายให้นายอืด เนื่องจากกระยะหลัง "นายอืด" ถูกจับกุม และกำลังอยู่ในระหว่างพิจารณาคดี ทำให้ "นายอืด" ไม่สามารถออกมาแสดงตัวว่าเป็นผู้จัดจำหน่าย ได้อย่างเปิดเผยเพราะตำรวจกำลังจับตามองอย่างใกล้ชิด "พ่อจุ่น" จึงเป็นผู้จัดจำหน่ายที่อยู่หน้า ฉากของ "นายอืด" อีกทั้ง "นายอืด" จะเป็นผู้ส่งวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมาให้ "พ่อจุ่น" เพื่อ จำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกที่อยู่ในศูนย์ไอทีตะวันออก เดอะมอลล์บางกะปิ

"อ่า" "อิง" "อ้อย" เป็นพี่น้องของ "นายอืด" มีหน้าที่ดูแลร้านค้าที่อยู่ในเครือข่ายตามศูนย์ ไอทีที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์ไอทีตะวันออก ซีคอนสแควร์ และเสรีเซ็นเตอร์ ซึ่งมี "อ่า" "อิง" และ "อ้อย" ดูแลตามลำดับ วีซีดีที่วางจำหน่ายภายในร้านจะมีทั้งวีซีดีเพลง วีซีดีภาพยนตร์ และวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ

นอกเหนือจากความสัมพันธ์ระบบเครือข่ายแล้ว นายอืดยังมีความสัมพันธ์เป็นนายทุนให้ผู้ ที่รับสินค้าไปจำหน่ายโดยการเช่าขายอีกด้วย การวางจำหน่ายโดยให้อาสาสมัครที่มีความสนใจนำสินค้า ไปเดินเช่าขาย แล้วให้คำตอบแทนเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ได้จากยอดจำหน่าย ทำให้นายอืดมีเครือข่าย การกระจายสินค้าออกสู่ตลาดอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ นายอืดยังมีความสัมพันธ์กับสมาชิกที่อยู่ใน เครือข่ายจำนวนมากอีกด้วย

2. "เสี่ยกุง" - "นายอืด"

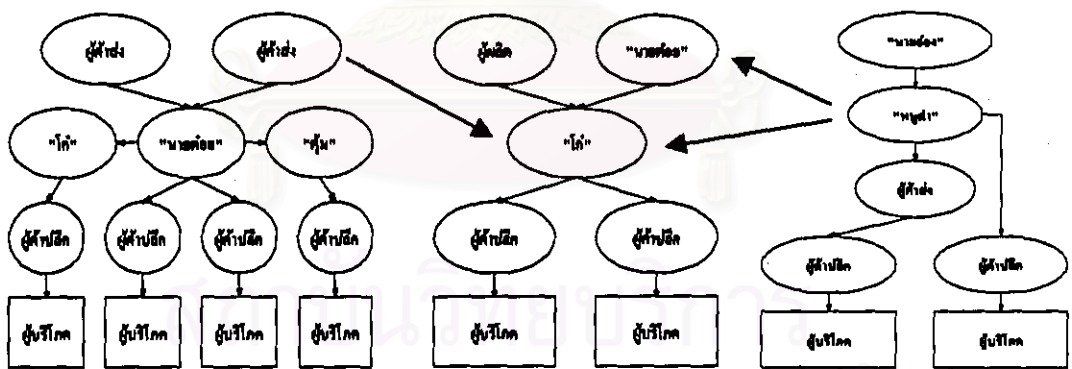


แผนภาพ 5.19 : ความสัมพันธ์ของ "เสี่ยกุง - นายอืด"

"เสี้ยกุง" เป็นผู้มีอิทธิพลคนหนึ่งในธุรกิจสื่อทางเพศ "เสี้ยกุง" เป็นผู้ผลิตสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศที่มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีอิทธิพลทางการเมืองระดับท้องถิ่น ความสัมพันธ์ภายในเครือข่ายของ "เสี้ยกุง" ส่วนใหญ่เป็นความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายสื่อทางเพศที่อยู่ภายในจังหวัดนนทบุรี

อย่างไรก็ดีจากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกสื่อทางเพศ ทำให้ทราบว่า "เสี้ยกุง" เป็นผู้ส่งวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศให้ "นายอืด" ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายในพื้นที่พิภย์พลาซ่าที่มีเครือข่ายมากมายเป็นผู้กระจายสินค้าในกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตาม ยังไม่เป็นที่ยืนยันแน่นอนร้อยเปอร์เซ็นต์ว่า "เสี้ยกุง" เป็นผู้ส่งสินค้าให้ "นายอืด" จริงหรือไม่ เพราะข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มีทั้งผู้ยืนยันว่าใช่และไม่ใช่ ซึ่งอาจมีความเป็นไปได้ทั้ง 2 กรณี เพราะสื่อทางเพศเป็นสินค้าที่ผิดกฎหมาย ต้องใช้วิธีการลอบขาย ข้อมูลที่ได้จึงอาจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงได้

3. "นายต๋อย" - "โก้" - "หนูด้า"



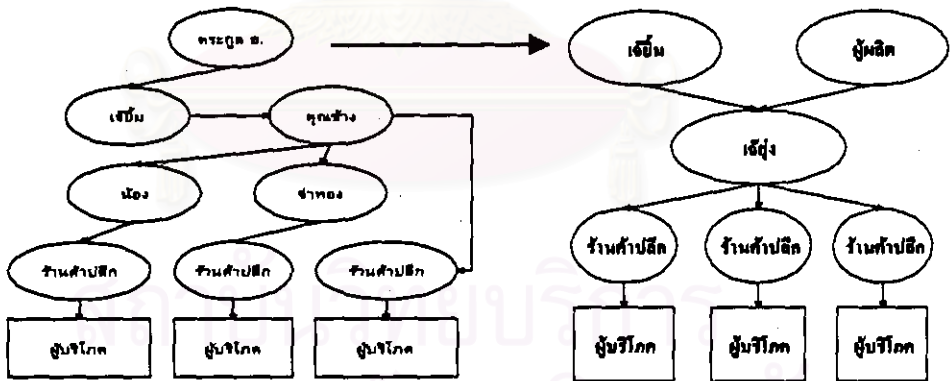
แผนภาพ 5.20 : ความสัมพันธ์ของ "นายต๋อย" - "โก้" - "หนูด้า"

นายต๋อย เป็นผู้ผลิตวีดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศรายใหญ่ในย่านคลองถม "นายต๋อย" เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเอง ส่วน "โก้" จะเป็นผู้รับสินค้ามาจำหน่ายเอง สินค้าส่วนหนึ่งจะรับมาจาก "นายต๋อย" และ "หนูด้า" ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายวีดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศรายใหญ่

ในคลองถม "หนูดำ" จะรับสินค้ามาจาก "นายอ่อง" สินค้าจะถูกส่งไปขายให้ผู้จำหน่ายรายใหญ่ ได้แก่ "นายต๋อย" และผู้จำหน่ายรายย่อยในคลองถม

คลองถม นับเป็นแหล่งที่มีการวางจำหน่ายวิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศหรือวิดีโอโป๊ที่ใหญ่มากแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้จัดจำหน่ายหรือผู้จำหน่ายวิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศย่านคลองถม มีความสัมพันธ์กันระหว่างกันในระดับผิวเผิน ผู้จัดจำหน่ายจะรู้จักกันทุกคน แต่จะไม่มีการก้าวท้าวเกี่ยวกับธุรกิจของกันและกัน ส่วนผู้ค้าปลีกภายในย่านคลองถมก็รู้จักกันบ้าง บางคนก็แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันว่าสินค้าเรื่องใดที่ขายดีและกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภค จากนั้นผู้ค้าปลีกจะเป็นผู้นำข้อมูลมาบอกผู้จัดจำหน่ายว่าวิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศเรื่องใดกำลังได้รับความนิยม เพื่อให้ผู้จัดจำหน่ายจัดหาสินค้ามาส่งให้ผู้ค้าปลีกเพื่อนำไปวางจำหน่ายให้ผู้บริโภคต่อไป

4. "เจียม" - "เจียง"



แผนภาพ 5.21 : ความสัมพันธ์ของ "เจียม - เจียง"

"เจียม" และ "เจียง" มีความสัมพันธ์เป็นญาติกัน ทุกครั้งที่ผู้ผลิตส่งวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมาให้ "เจียม" เป็นผู้กระจายสินค้าสู่ตลาดพันธุวิทยัพลาซ่า สินค้าจะถูกกระจายไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกที่อยู่ในเครือข่ายทันที "เจียม" จะส่งและจำหน่ายสินค้ามาให้ "เจียง" ซึ่งมีความ

สัมพันธภาพเป็นญาติกัน "เจียง" เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการวางจำหน่ายของกลุ่ม "เจียม" เป็นเจ้าของร้านค้าปลีกที่วางจำหน่ายวีซีดีที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในพันธู์กิพย์พลาซ่าจำนวน 5 ร้าน การที่ "เจียง" เข้ามาเป็นผู้จำหน่ายวีซีดีในพันธู์กิพย์ได้ก็สืบเนื่องมาจากอิทธิพลของ "เจียม" นั้นเอง

จากแผนภาพเครือข่ายทั้งหมดของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในเขตกรุงเทพมหานคร จะเห็นได้ว่าแต่ละเครือข่ายจะมีศูนย์รวมอยู่ที่ผู้จัดจำหน่าย ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกระจายสินค้าสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ เครือข่ายการสื่อสารของธุรกิจสื่อทางเพศเกิดจากการติดต่อระหว่างผู้อยู่ในเครือข่ายซึ่งมีสถานภาพเป็นผู้ค้าและผู้ซื้อ ขึ้นอยู่กับระดับช่องทางในการขนส่งสินค้า ความสัมพันธ์ของสมาชิกที่อยู่ในเครือข่ายมีผลต่อการกำหนดรูปแบบการขนส่งสินค้าของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ เช่น หากตัวแทนผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เป็นญาติกับผู้ค้าปลีก ก็สามารถส่งสินค้าตรงไปยังผู้ค้าปลีกโดยไม่ต้องผ่านผู้ค้าส่ง ซึ่งเป็นการใช้ช่องทางระยะสั้นที่ทำให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคได้เร็วที่สุด โอกาสที่จะได้กำไรจากการขายสินค้าก็มากขึ้น เพราะไม่ต้องบวกราคาเพิ่มตามจำนวนช่องทางที่มีการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค

ผู้จัดจำหน่ายและผู้จำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมีลักษณะเป็นเครือข่าย ภายในเครือข่ายจะมีความสัมพันธ์จากบนลงล่าง ความสัมพันธ์จะมีลักษณะเป็นแบบตัดตอนลงมาเรื่อย ๆ เพื่อป้องกันการสาวไปถึงตัวผู้ผลิตและแหล่งผลิต ผู้ผลิตสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศไม่เป็นที่เปิดเผยแต่จะ "รู้กัน" ระหว่างในผู้ขายที่อยู่ภายในเครือข่าย ผู้ผลิตแต่ละรายจะมีการส่งสินค้าไปยังผู้จัดจำหน่ายซึ่งทำหน้าที่เป็นยี่บัวในการกระจายสินค้าไปสู่ชาิวัวหรือผู้ค้าปลีกในขั้นสุดท้าย ก่อนทำให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคในที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดจำหน่ายหรือผู้จำหน่ายมีลักษณะแบบผิวเผิน คือ รู้จักกันว่าใครเป็นใคร ทำอะไร มีเครือข่ายอย่างไร และจะไม่ก้าวท้าวกันโดยเด็ดขาด ผู้จัดจำหน่ายแต่ละกลุ่มจะดำเนินธุรกิจไปตามระบบที่อยู่ภายในเครือข่าย โดยมากผู้จัดจำหน่ายหรือผู้จำหน่ายที่มีอิทธิพลในแต่ละพื้นที่ที่มีการซื้อขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศจะมีการแบ่งเขตการส่งสินค้ากันเรียบร้อยแล้ว หากมีการล่วงล้ำพื้นที่โดยเจตนาจะมีการ "เคลียร์" กันระหว่างกลุ่มที่มีอิทธิพลในพื้นที่นั้น ๆ ธุรกิจสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศเป็นธุรกิจเถื่อนที่ไม่มีลิขสิทธิ์คุ้มครอง ใครที่มีเงินทุนในการผลิตสามารถทำได้โดยง่าย และต้องเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มผู้มีอิทธิพลที่อยู่ในธุรกิจสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศเป็นอย่างดี (สัมภาษณ์ แดง (นามสมมติ), ผู้ค้าส่ง, 19 ธันวาคม 2542)

อย่างไรก็ดี ภายในเครือข่ายการวางจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ จำเป็นต้องมี ศูนย์กลาง (Centrality) ณ จุดใดจุดหนึ่ง สำหรับเครือข่ายของธุรกิจสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ มักจะมีศูนย์กลางของเครือข่ายอยู่ที่ผู้จัดจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญ ที่ทำให้เกิดการแพร่กระจายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศขึ้น เครือข่ายหนึ่ง ๆ จะมีลักษณะความสัมพันธ์ภายในเครือข่ายคล้ายคลึงกัน รูปแบบการขนส่งสินค้าไม่แตกต่างกันมากนัก เนื่องจากธุรกิจสื่อทางเพศเป็นธุรกิจที่ต้องใช้วิธีการขนส่งสินค้าในลักษณะพิเศษ การเลือกใช้ช่องทางให้น้อยที่สุด จึงเป็นผลดีต่อกำไรสุทธิที่ได้จากการจำหน่าย ขณะเดียวกัน การขนส่งสินค้าผ่านช่องทางจำหน่ายจำนวนมากก็ทำให้สมาชิกที่อยู่ในเครือข่ายระดับบนมีความปลอดภัยจากการติดตามจากเจ้าหน้าที่ ตำรวจมากขึ้น เพราะความสัมพันธ์ของสมาชิกที่อยู่ในเครือข่ายการวางจำหน่ายสื่อทางเพศมี ลักษณะแบบตัดตอนนั่นเอง จึงทำให้ยากต่อการสืบไปถึงแหล่งผลิตและผู้บริโภคได้

อนึ่ง จากภาพรวมของการจัดจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศผ่านสถาบันคนกลาง พบว่า การจำหน่ายมีลักษณะเป็นเครือข่ายโยงใยซึ่งกันและกัน เครือข่ายแต่ละกลุ่มมีลักษณะของ โครงสร้างคล้ายคลึงกัน สามารถสรุปเป็นองค์ประกอบสำคัญได้ดังนี้

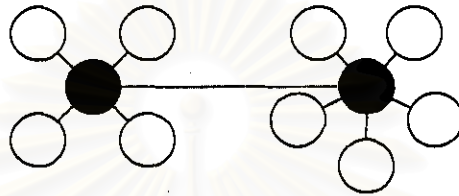
1. ขนาด (Size)

หมายถึงจำนวนสมาชิกที่อยู่ภายในเครือข่าย เครือข่ายจะมีขนาดใหญ่หรือเล็กขึ้นอยู่กับ จำนวนสมาชิกภายในเครือข่าย เครือข่ายที่มีขนาดใหญ่ส่งผลให้ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายเป็นผู้มีอิทธิพลและมีภาวะความเป็นผู้นำ (Leader) ในธุรกิจสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมากขึ้น ขนาดของ เครือข่ายยังมีผลต่อการแพร่กระจายอีกด้วย เครือข่ายที่มีขนาดใหญ่ยิ่งมีอำนาจในการแพร่กระจายสู่ ตลาดผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว

2. จุดศูนย์กลาง (Centrality)

หมายถึงจุดที่มีการเชื่อมต่อระหว่างสมาชิกในเครือข่ายมากที่สุด จุดศูนย์กลางของแต่ละ กลุ่มอยู่ที่ตัวแทนคนกลางหรือผู้ค้าส่งที่อยู่ในระดับบนซึ่งรองลงมาจากผู้ผลิต จุดศูนย์กลางนับเป็น จุดรวมอำนาจที่มีการเชื่อมต่อระหว่างสมาชิกในเครือข่ายมากที่สุด และเป็นจุดสำคัญที่สุดที่ทำให้ องค์การของธุรกิจสื่อทางเพศมีลักษณะโครงสร้างเป็นแบบเครือข่าย จุดศูนย์กลาง (Centrality) มีความสำคัญต่อการเชื่อมต่อระหว่างจุดศูนย์กลางของกลุ่มเครือข่ายกลุ่มอื่น หากบุคคลที่อยู่ตรง

ตำแหน่งจุดศูนย์กลางเป็นบุคคลที่มีประสบการณ์สูง ก็จะเป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกที่อยู่ภายในเครือข่ายมากขึ้น ส่งผลให้การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายเป็นไปได้ด้วยดี จุดศูนย์กลางของเครือข่ายการจัดจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ สามารถแสดงด้วยแผนภาพได้ดังนี้

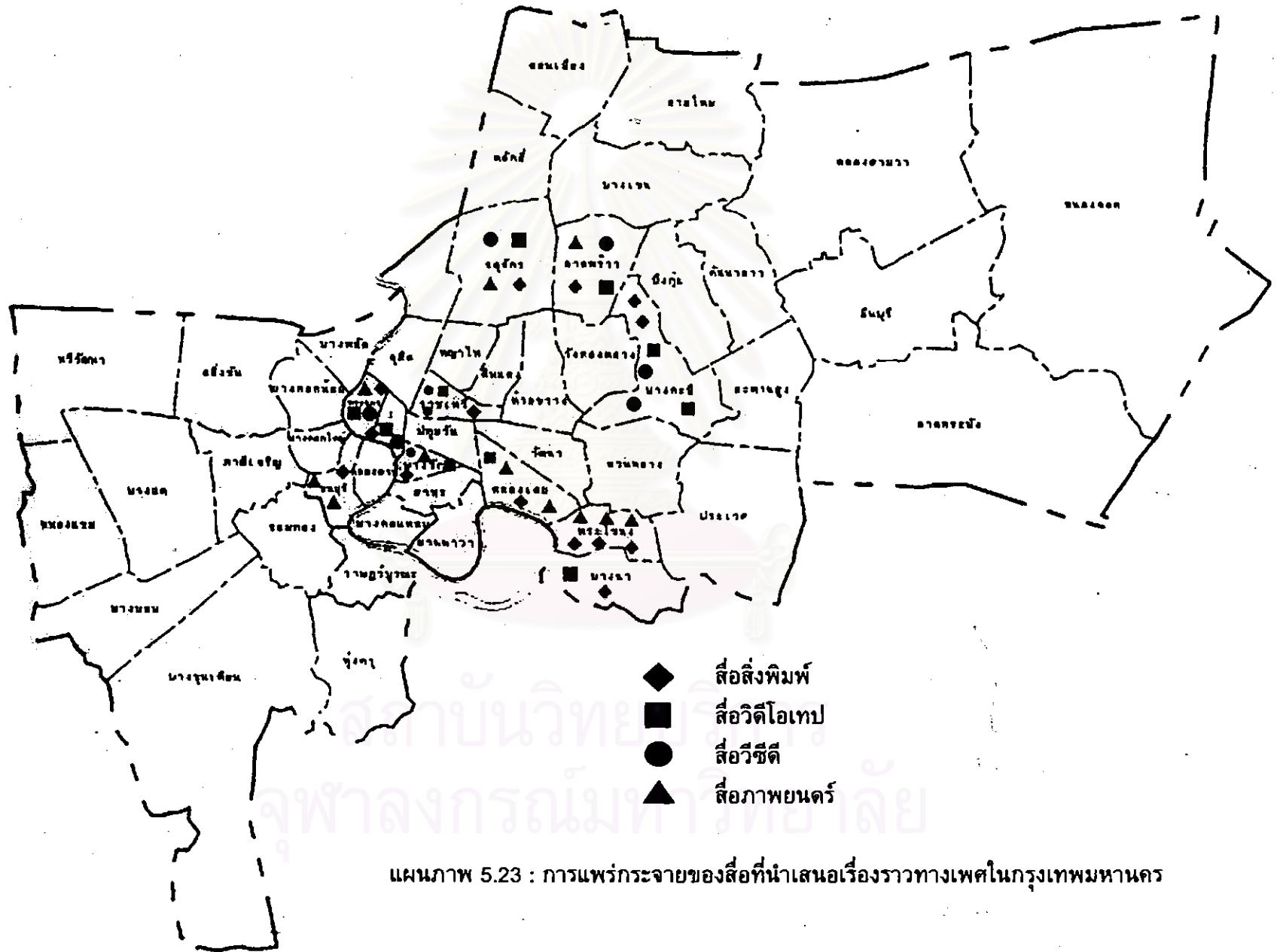


แผนภาพ 5.22 : จุดศูนย์กลางของกลุ่มเครือข่ายการจัดจำหน่ายสื่อทางเพศ

3. ความหนาแน่น (Density)

เครือข่ายที่มีจำนวนสมาชิกภายในเครือข่ายมากจะมีความหนาแน่นในการกระจายสินค้าได้ดีกว่าเครือข่ายที่มีจำนวนสมาชิกจำนวนน้อย และเป็นเครือข่ายที่มีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในสังคม เครือข่ายที่มีความหนาแน่นมากมีแนวโน้มที่จะขยายเครือข่ายออกในรัศมีเป็นวงกว้างในระยะเวลาอันรวดเร็ว

ธุรกิจสื่อทางเพศมีลักษณะของระบบการจัดจำหน่ายและการวางจำหน่าย จึงทำให้สื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิดีโอเทป สื่อวีซีดี และสื่อภาพยนตร์ เกิดการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ประกอบกับความทันสมัยของเทคโนโลยีที่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพมหานคร จึงทำให้กรุงเทพมหานครกลายเป็นแหล่งจำหน่ายสื่อทางเพศที่สำคัญ ความหลากหลายของชนชั้นในสังคมก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้สื่อทางเพศเกิดการแพร่กระจายอยู่ทั่วไปในกรุงเทพมหานคร สามารถแสดงการแพร่กระจายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในแต่ละเขตได้ดังนี้



แผนภาพ 5.23 : การแพร่กระจายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในกรุงเทพมหานคร