บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ความสำเร็จของภาพยนตร์ไทย เป็นปัจจัยในการจูงใจผู้ประกอบการภาพยนตร์ให้กลับมาสดใสขึ้นอีกครั้ง โดยการสร้างภาพยนตร์ไทยเพื่อนำไปจำหน่ายยังต่างประเทศ จึงส่งผลให้ทิศทางธุรกิจมีแนวโน้มที่ดีขึ้นโดยในปีพ.ศ. 2547 ได้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมาและปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ก็คือภาครัฐบาลให้การส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจสร้างภาพยนตร์และลดภาษีการนำเข้าฟิล์มภาพยนตร์ทำให้ผู้ประกอบการทำการขยายสาขาเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับกับจำนวนภาพยนตร์ที่มีจำนวนมากขึ้นจากปัจจัยเหล่านี้ จึงเป็นส่วนเกื้อหนุนให้ธุรกิจโรงภาพยนตร์เติบโตอย่างรวดเร็ว

โรงภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่มีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มแรกมีขนาดใหญ่ประมาณ 800-1,200 ที่นั่ง เรียกว่า โรงภาพยนตร์เดี่ยว (Stand Alone) ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ ใจกลางเมือง เช่น บริเวณสยามสแควร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ เป็นต้น ต่อมาได้มีการปรับตัวเป็นขนาดเล็กเรียกว่า มินิเธียเตอร์(Mini Theatres) เพื่อที่จะสามารถเข้าไปตั้งในศูนย์การค้าได้ มีจำนวนที่นั่งไม่เกิน 250 ที่นั่ง โดยการเช่าสถานที่ในอาคารศูนย์การค้า แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากการออกแบบไม่มีมาตรฐาน รูปแบบการบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ไม่มีการพัฒนา เช่น ภาพไม่คมชัดและระบบเสียงไม่มีคุณภาพ เป็นต้น ปัจจัยดังกล่าวจึงส่งผลให้เกิดโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ซึ่งเป็นการปรับปรุงระบบของมินิเธียเตอร์ โดยการใช้เทคโนโลยีระบบแสง สี และเสียงที่มีคุณภาพทันสมัยมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2547: ออนไลน์)

อย่างไรก็ตาม โรงภาพยนตร์ให้ความบันเทิงที่หลากหลาย และได้อรรถรสดีกว่าการชมจากแผ่นซีดีหรือแผ่นดีวีดี โดยในปัจจุบันมีจำนวนโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95 มีมูลค่าทางการตลาดประมาณ 4,700 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 17.5 ยังสามารถเติบโตได้กว่าร้อยละ 15 การที่ธุรกิจโรงภาพยนตร์มีมูลค่าทางการตลาดที่เติบโตขึ้นนั้น มีสาเหตุมาจากกระแสความนิยมภาพยนตร์ที่มีมากขึ้น ประกอบกับจำนวนภาพยนตร์ที่รอเข้าฉายมากกว่า 200 เรื่อง โดยผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นิยมชมภาพยนตร์คิดเป็นสัดส่วน 12 เรื่องต่อคนต่อปี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2547: ออนไลน์) ส่งผลให้มีบริษัทผู้ประกอบการรายใหม่สนใจลงทุนในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้น 1 ราย ได้แก่ บริษัท เมเจอร์ฮอลลีวูด จำกัด เดิมมีผู้ประกอบการรายใหญ่เพียง 2 – 3 ราย ได้แก่ บริษัท เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ จำกัด บริษัท อีจีวี เอนเตอร์เทนท์เมนต์ จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

และบริษัท เอส เอฟ ซีนีม่าซิตี้ จำกัด ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันสูงขึ้น จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่งขัน ในขณะเดียวกันก็ต้องทำการขยายสาขาธุรกิจโรงภาพยนตร์โดยเฉพาะแถบชานเมือง เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สำคัญรองลงมาจากเขตกรุงเทพมหานคร

โดยอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรีเป็นแห่งแรกที่มีการขยายสาขาธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ซึ่งมีผู้ประกอบการจำนวนรวมทั้งสิ้น 3 รายได้แก่ บริษัท เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ จำกัด มีโรงภาพยนตร์ที่ให้บริการตั้งอยู่ในศูนย์การค้าท่าน้ำนนท์, บริษัท เมเจอร์ฮอลลีวูด จำกัด ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าปากเกร็ด และบริษัท เอส เอฟ ซีนีม่าซิตี้ จำกัด ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เดอะมอลล์งามวงศ์วาน และในเดือนกันยายน พ.ศ. 2548 บริษัท เอส เอฟ ซีนีม่าซิตี้ จำกัด ได้ทำการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีก 1 แห่ง ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลทาวน์รัตนาธิเบศร์ โดยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 33 โรงภาพยนตร์ (สำนักงานพัฒนาธุรกิจ, 2548: ออนไลน์) จากสถิติการชมภาพยนตร์ของผู้บริโภคคิดเป็นสัดส่วน 6 เรื่องต่อคนต่อปี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2548: ออนไลน์) แสดงให้เห็นถึงความสนใจของผู้บริโภคในการชมภาพยนตร์ที่มีมากขึ้น จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องทำการพัฒนาคุณภาพและบริการของตนเองโดยการสร้างความแตกต่างจากผู้ประกอบการคู่แข่งขัน เช่น ในด้านบริการ ได้มีการพัฒนานวัตกรรรมในการซื้อและจองบัตรชมภาพยนตร์ผ่านช่องทางบริการใหม่ ๆ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเตอร์เนท ในด้านการส่งเสริมการขายได้มีการลดราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์ในช่วงวันธรรมดา เป็นต้น โดยคำนึงถึงปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์ได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้น ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้ผลการศึกษาจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่บริษัทผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและหน่วยงานธุรกิจ ที่จะสามารถนำไปใช้พัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดบริการ (Services Marketing Mix หรือ 7Ps) ที่มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านบุคคล (People) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้กลุ่มผู้บริโภคชายและหญิงที่เข้ามาใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

2. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงภาพยนตร์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในการลงทุนธุรกิจนี้ต่อไป

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ

โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ หมายถึง สถานที่ที่ให้ความบันเทิงด้านภาพยนตร์แก่ผู้ที่มาใช้บริการ และมีจำนวนโรงภาพยนตร์หลายโรงอยู่ในที่เดียวกัน โดยมีการซื้อและจองตั๋วชมภาพยนตร์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ และเป็นผู้บริหารเพียงคนเดียว

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved