

## บทที่ 6

### ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมาย ของพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง

โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง นับเป็นโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเครือเอส เอฟ ซีเนม่า ซิตีสาขาแรก โดยเปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 มีที่ตั้งอยู่บนชั้น 7 ศูนย์การค้ามานูญครอง เซ็นเตอร์ ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งศูนย์รวมคนทุกเพศทุกวัย ใจกลางเมือง ทำให้มีคนพลุกพล่านอยู่ตลอดเวลา โดยพื้นที่ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครองนี้ ได้ตกแต่งในแนวคิด One Floor Entertainment กล่าวคือ ชั้น 7 เพียงชั้นเดียว แต่เป็นศูนย์รวมของความบันเทิงทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นโรงภาพยนตร์ ลานโบว์ลิ่ง ห้องคาราโอเกะ ร้านค้า และร้านอาหารชั้นนำ

สำหรับสาเหตุที่เลือกเปิดตัวที่สาขามานูญครองเป็นสาขาแรกนั้น คุณสุวัฒน์ ทองร่มโพธิ์ กล่าวว่า เป็นเพราะการเปิดตัวของโรงภาพยนตร์อีจิว และเมเจอร์เริ่มต้นที่ฝั่งธนบุรี สาขาอื่นที่ตามมามักจะเป็นสาขาที่อยู่ทิศต่าง ๆ รอบเมือง นั้นหมายความว่า การขยายตัวของมัลติเพล็กซ์ในเมืองไทยเกิดกับจุดชานเมืองซะเป็นส่วนใหญ่ ในพื้นที่ศูนย์กลางของกรุงเทพฯ กลับไม่มีโรงภาพยนตร์ที่ทันสมัยเลย ทำให้เป็นโอกาส เป็นข้อได้เปรียบทั้งในแง่ความหนาแน่นของผู้คน และความพร้อมของสถานที่

ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 มีโรงภาพยนตร์ในเครือเอส เอฟ ซีเนม่า ซิตีเปิดตัวขึ้นพร้อมกัน 3 สาขา ได้แก่ สาขาเดอะมอลล์ บางกะปิ มีแนวคิดแบบเดอะมูฟวี่ พาวิลเลียน (The Movie Pavilion) ส่วนสาขาเดอะมอลล์ บางแค มีแนวคิดแบบเดอะมูฟวี่ แฟนตาซี (The Movie Fantasy) และสาขาเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน มีแนวคิดแบบเดอะ มูฟวี่ โอเชียน (The Movie Ocean)

ปี พ.ศ. 2545 เครือเอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี ได้เปิดโรงภาพยนตร์ระดับเฟิสท์ คลาส ภายใต้ชื่อ เอส เอฟ เอ็กซ์ ซีเนม่า สาขาเซ็นทรัลลาดพร้าว ซึ่งถือเป็นการสร้างโรงภาพยนตร์เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างจากโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตีทั้ง 4 สาขาที่ผ่านมา ด้วยแนวคิดการออกแบบโรงภาพยนตร์ให้เป็นเดอะมูฟวี่ เทอร์มินัล ซึ่งมีลักษณะคล้ายท่าอากาศยาน

ทำให้เกิดความรู้สึกหรูหรา อีกทั้งยังเป็นแห่งแรกที่เริ่มมีการขายบัตรชมภาพยนตร์พร้อมให้บริการของว่างและเครื่องดื่ม โดยเปรียบเหมือนกับการให้บริการของสายการบินระดับเฟิร์ส คลาส

โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์สาขาต่อมาในเขตกรุงเทพมหานครของเครือเอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ คือโรงภาพยนตร์เอส เอฟ เอ็กซ์ ดี เอ็มโพเรียม ซึ่งเป็นเอส เอฟ เอ็กซ์สาขาที่ 2 มีแนวคิดแบบเดอะ ซิกซ์ สตาร์ ไฮเต็ล (The Six Stars Hotel) โดยมีลิโอบบี้สำหรับผู้มาใช้บริการนั่งรอชมภาพยนตร์ ซึ่งให้ความรู้สึกเหมือนกำลังนั่งอยู่ในโรงแรมชั้นหนึ่ง ออกแบบช่องจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ให้มีลักษณะเปิดโล่ง โดยใช้หินและกระจกเรืองแสงมาเป็นวัสดุในการก่อสร้าง รวมทั้งรายละเอียดเล็กน้อยเกี่ยวกับชุดพนักงานของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ เอ็กซ์ เลือกใช้ผ้าพันคอสีทองสำหรับพนักงานหญิง และหูกระต่ายสีทองสำหรับพนักงานชาย แทนผ้าพันคอและหูกระต่ายสีเงินสำหรับพนักงานของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ปกติ



ภาพที่ 6.1 ชุดพนักงานของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ และเอส เอฟ เอ็กซ์

จะเห็นได้ว่าโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตีแต่ละสาขา มีการออกแบบตกแต่งที่แตกต่างกันออกไปเพื่อให้ต่างจากโรงภาพยนตร์อื่น ๆ ซึ่งการตกแต่งดังกล่าวขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสถานที่ องค์กรประกอบแวดล้อม และกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมมาเที่ยวในศูนย์การค้าแต่ละแห่งที่ใช้เป็นพื้นที่สร้างโรงภาพยนตร์

สำหรับในบทนี้จะกล่าวถึงการสื่อความหมายด้วยพื้นที่ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง เนื่องจากเป็นโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ที่มีความน่าสนใจ เพราะเป็นโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ที่มีอัตราการเข้าชมต่อโรงภาพยนตร์สูงที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก จึงเป็นที่น่าสนใจว่าการมีพื้นที่เพียงชั้นเดียวนั้น ใช้การจัดสรรสื่อความหมายอย่างไร และมืองค์ประกอบอะไรบ้างที่ทำให้โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง กลายเป็นโรงภาพยนตร์ที่มีอัตราการเข้าชมเฉลี่ยต่อโรงภาพยนตร์สูงที่สุด

คุณสุพัฒน์ งามวงศ์ไพบูลย์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัทเอส เอฟ ซีเนม่า กล่าวว่า การจัดพื้นที่ขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าของแต่ละสาขา เช่น มานูญครอง มีกลุ่มลูกค้าที่กว้างมาก กลุ่มหลักเป็นกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานตอนต้น ทำให้ต้องเลือกสิ่งที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นแนวการตกแต่งที่เป็นอวกาศ และเมื่อวัยรุ่นไม่ชอบสิ่งที่ซับซ้อนเกินไป จึงจัดให้ร้านค้ารวมอยู่ในลายน์เดียวกัน คล้ายเป็นถนนของร้านค้าเรียงกันไป ซึ่งแต่ละร้านก็ต้องมีชื่อเสียง และที่สำคัญต้องหลากหลาย เพราะกลุ่มวัยรุ่นอายุเท่ากัน แต่เรียนคนละสถาบัน ก็มีความต้องการไม่เหมือนกัน หรือเรียกว่า Segmentation

จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าหลักของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง เป็นกลุ่มวัยรุ่น ที่อยู่ในวัยเรียน จนถึงกลุ่มคนทำงานทำให้การตกแต่งด้วยแนวคิดของจักรวาลและดวงดาว หรือเดอะ มูฟวี่ แพลนเน็ท (The Movie Planet) ซึ่งมีลักษณะทันสมัยแบบโลกอนาคตให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ในอวกาศ ดังจะเห็นได้จากการเลือกใช้พรหมเป็นลวดลายดวงดาวในจักรวาล ผสมกับลายของแผ่นฟิล์ม โดยเลือกใช้สีม่วง แดง ดำ ประกอบกับสีเหลืองและสีเขียว นอกจากนั้น บริเวณห้องโถงที่รับรองลูกค้า หรือแม้กระทั่งในโรงภาพยนตร์เองก็ออกแบบให้ดูคล้ายอยู่ในจักรวาล ซึ่งให้ความรู้สึกทันสมัย โฉบเฉี่ยว



ภาพที่ 6.2 การตกแต่งพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

การจัดพื้นที่ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครองมีการคุมแนวคิดเป็นอย่างดี คือ การใช้แนวคิดอวกาศที่ทันสมัย ตื่นตาตื่นใจ กระตุ้นให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกต้องการค้นหาอยู่เสมอ รวมไปถึงการใช้ชื่อโรงภาพยนตร์เป็นชื่อของดวงดาวในอวกาศซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดโดยรวมเป็นอย่างดี แต่เนื่องจากมีพื้นที่โดยรวมค่อนข้างน้อย ทำให้ในแง่ของการทำงานและการบริหารงานของพื้นที่สาธารณะ (Public Space) ด้านนอก ยังมีการแบ่งการใช้พื้นที่อย่างไม่เป็นสัดส่วน ยังคงใช้พื้นที่ปะปนกัน ได้แก่ ลานพื้นที่ว่างสำหรับจัดกิจกรรม ซึ่งอยู่ด้านหน้า ใกล้กับร้านค้าต่าง ๆ และช่องจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ ทำให้ในวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ ที่มีลูกค้ามาก ทำให้ค่ายภาพยนตร์แต่ละค่ายมุ่งที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในวันดังกล่าวเกือบทุกค่าย ทำให้พื้นที่จัดกิจกรรมไม่เพียงพอ ประกอบกับทางแถวสำหรับลูกค้าที่เข้าคิวซื้อบัตรชมภาพยนตร์ในวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ค่อนข้างยาว และลูกค้าที่ใช้บริการร้านค้าต่าง ๆ ก็มีจำนวนมาก ทำให้พื้นที่ต่าง ๆ เหลื่อมล้ำกัน สร้างความวุ่นวายสับสนเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีผู้ที่รู้สึกว่าไม่ได้รับความสะดวกสบายจากพื้นที่มากเท่าที่ควร โดยให้เหตุผลว่า รู้สึกวุ่นวายเกินไป

สำหรับโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง สามารถแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนพื้นที่โรงภาพยนตร์และส่วนพื้นที่ใช้สอยสาธารณะที่นอกเหนือจากโรงภาพยนตร์ โดยแต่ละส่วนมีการสื่อความหมายด้วยการจัดพื้นที่ซึ่งมีรายละเอียดต่างกัน ดังนี้

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย



ภาพที่ 6.3 ภายในโรงภาพยนตร์วีไอพี เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

ข. โรงภาพยนตร์สแตนดาร์ด (Standard Cinemas) จำนวน 7 โรงภาพยนตร์  
ได้แก่

โรงภาพยนตร์ที่ 1 Jupiter	จำนวน 256 ที่นั่ง
โรงภาพยนตร์ที่ 2 Neptune	จำนวน 256 ที่นั่ง
โรงภาพยนตร์ที่ 3 Pluto	จำนวน 340 ที่นั่ง
โรงภาพยนตร์ที่ 4 Saturn	จำนวน 256 ที่นั่ง
โรงภาพยนตร์ที่ 5 Venus	จำนวน 256 ที่นั่ง
โรงภาพยนตร์ที่ 7	จำนวน 248 ที่นั่ง
โรงภาพยนตร์ที่ 8	จำนวน 216 ที่นั่ง

โรงภาพยนตร์สแตนดาร์ดมีลักษณะเหมือนกับโรงภาพยนตร์มาตรฐานทั่วไป คือ ที่นั่งแต่ละที่เรียงติดกัน แบ่งที่นั่งเป็นแถวเรียงกันตามความยาวของจอภาพยนตร์ เก้าอี้สแตนดาร์ด (Standard Seat) เป็นเก้าอี้หุ้มด้วยผ้ากำมะหยี่อย่างหนา สำหรับนั่งเพียงคนเดียวสามารถเอนได้ด้วยน้ำหนักตัว เนื่องจากเก้าอี้แต่ละตัวเรียงติดกันทำให้ต้องใช้ที่วางแขนร่วมกับผู้อื่น ปลายของที่วางแขนมีช่องสำหรับใส่แก้วน้ำ พบอยู่ในโรงภาพยนตร์สแตนดาร์ดที่ 1 – 5 โดยทั้งโรงมีเก้าอี้ประเภทนี้ประเภทเดียวเท่านั้น

นอกจากเก้าอี้สแตนด์การ์ดแล้ว ยังมีเก้าอี้โซฟา สวีท (Sofa Sweet Seat) ซึ่งมีลักษณะเป็นเก้าอี้โซฟาโค้งกว้างขวางนุ่มด้วยผ้ากำมะหยี่หนานุ่ม สำหรับนั่งได้ 2 คน โดยเก้าอี้แต่ละคู่มิได้วางที่ห่างกันและอยู่ด้านหลังสุดของโรงภาพยนตร์ ซึ่งเก้าอี้ประเภทนี้มีอยู่ที่โรงภาพยนตร์สแตนด์การ์ดที่ 7 และ 8 เท่านั้น



ภาพที่ 6.4 ภายในโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

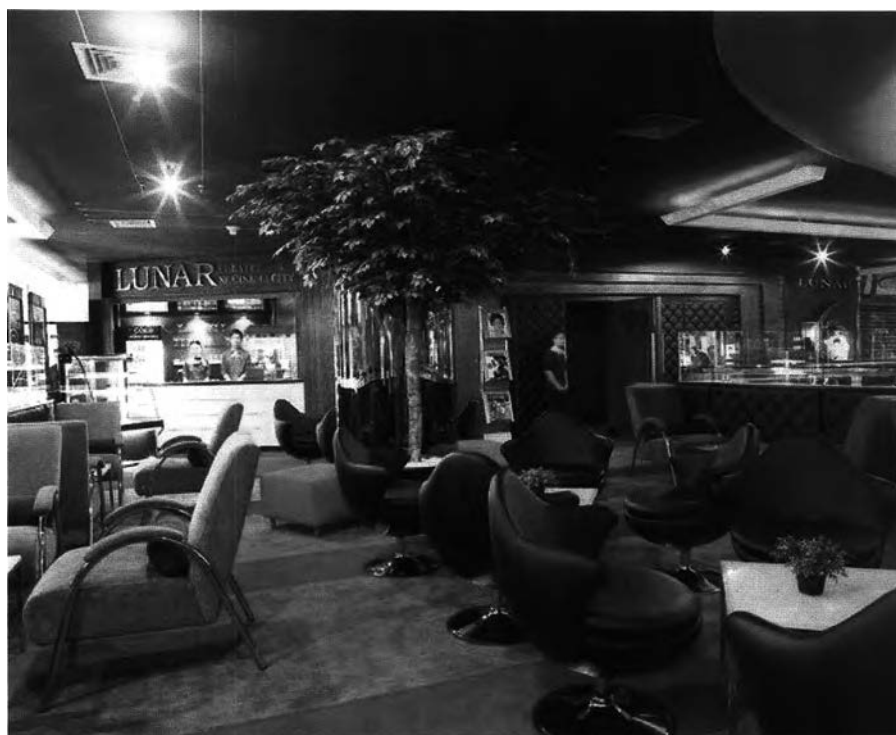
การกำหนดราคาสำหรับจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ของโรงภาพยนตร์แต่ละแบบนี้ยังไม่เท่ากัน รวมไปถึงราคายังแตกต่างกันระหว่างวันจันทร์ถึงพุธ และวันพฤหัสบดีถึงวันอาทิตย์ โดยราคาจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง มีดังนี้

ตาราง 6.1 ประเภทเก้าอี้ จำนวน และราคาจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

โรงภาพยนตร์ (จำนวนที่นั่ง)	Standard Seat	Sofa Sweet Seat	VIP Seat	ราคา/ที่นั่ง (บาท)				
				Standard Seat			Sofa Sweet Seat/VIP Seat	
				จันทร์-พุธ		พฤหัสบดี- อาทิตย์	จันทร์- พุธ	พฤหัสบดี- อาทิตย์
				10.00-20.30	หลัง 20.30			
โรงภาพยนตร์ที่ 1	256	-	-	100	80	120	-	-
โรงภาพยนตร์ที่ 2	256	-	-	100	80	120	-	-
โรงภาพยนตร์ที่ 3	340	-	-	100	80	120	-	-
โรงภาพยนตร์ที่ 4	256	-	-	100	80	120	-	-
โรงภาพยนตร์ที่ 5	256	-	-	100	80	120	-	-
โรงภาพยนตร์ที่ 6	-	-	70	-	-	-	250	250
โรงภาพยนตร์ที่ 7	242	6	-	100	80	120	300/คู่	400/คู่
โรงภาพยนตร์ที่ 8	208	8	-	100	80	120	300/คู่	400/คู่

เมื่อสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ จำนวนทั้งหมด 30 คน พบว่ามีผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการออกแบบตกแต่งของโรงภาพยนตร์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 63 โดยผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นหลากหลายเนื่องจากพื้นที่มีหลายส่วน โดยสามารถสรุปได้ คือ พื้นที่ของโรงภาพยนตร์สามารถสื่อถึงแนวคิดของจักรวาลและดวงดาวได้ โดยผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการสื่อถึงความทันสมัยแห่งโลกอวกาศ แต่การตกแต่งที่มากมาย จุดขาดทำให้เกิดความรู้สึกสับสน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับโรงภาพยนตร์ส่วนรับรองของโรงภาพยนตร์วีไอพี ซึ่งจะมีความโปร่งโล่ง สบายตามากกว่า ผู้ใช้บริการจะชื่นชอบการตกแต่งดังกล่าวมากกว่า





ภาพที่ 6.5 ห้องรับรองโรงพยาบาลศูนย์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

ซึ่งการให้บริการพิเศษต่าง ๆ อันได้แก่ ห้องรับรองพิเศษที่จัดตกแต่งอย่างสวยงาม หูหรรษาและมีพื้นที่อยู่ในจุดสนใจ อีกทั้งออกแบบให้มองเห็นได้จากรอบด้าน เพราะออกแบบให้เป็นพื้นที่เปิดโล่งเพื่อสร้างจุดสนใจอย่างเด่นชัด และยังมีบริการอาหารและเครื่องดื่มระดับโรงแรม การให้บริการหมอนและผ้าห่ม รวมไปถึงการแบ่งช่องบริการในการจำหน่ายบัตรแยกออกจากลูกค้าปกติ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความแตกต่าง และรู้สึกถึงการยอมรับและเป็นการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นนี้เอง ได้สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลจำนวน 22 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน คิดเป็นร้อยละ 73 ซึ่งถือว่าค่อนข้างเป็นที่ยอมรับในการสร้างพฤติกรรมใหม่ ๆ ด้วยการเพิ่มความเป็นส่วนตัว และความสะอาดสบายให้เกิดความแตกต่าง จนรู้สึกถึงการยอมรับจากคนรอบข้าง

จากลักษณะของโรงพยาบาลยंत्रข้างต้น ทำให้สรุปลักษณะของพื้นที่ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ความเป็นตัวตนได้ดังนี้

1.1 ความหลากหลายของประเภทเก้าอี้เพื่อให้เหมาะสมพหุกิจกรรมการชมภาพยนตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เก้าอี้สแตนดาร์ด สำหรับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นที่มาเป็นกลุ่ม และต้องการแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เก้าอี้โซฟา สวีท สำหรับคู่รัก ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ความโรแมนติก ด้วยโซฟาคู่ และการจัดตำแหน่งให้อยู่ด้านหลังของโรงพยาบาลยंत्र และเก้าอี้วีไอพี สำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวกสบาย และต้องการการบริการที่ดีเยี่ยม ตลอดจนผู้ใหญ่อที่ต้องการความสบาย กว้างขวาง ไม่แออัด ซึ่งแตกต่างจากโรงพยาบาลยंत्रสมัยก่อนที่จะมีเก้าอี้เพียงแบบเดียวกันทั้งโรงพยาบาลยंत्र

1.2 การรวมเอาเก้าอี้มากกว่า 1 ประเภทให้อยู่ภายในโรงพยาบาลยंत्रเพียงโรงเดียว (Combination) ได้แก่ การรวมเก้าอี้สแตนดาร์ด และเก้าอี้โซฟาสวีทไว้ในโรงพยาบาลยंत्रที่ 7 และโรงพยาบาลยंत्रที่ 8 เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความแตกต่าง (Differentiate) จากผู้อื่นและการได้เลือกประเภทเก้าอี้ให้ตรงกับสถานภาพ ตลอดจนสอดคล้องกับลำดับชั้นของตนในสังคม

1.3 การตกแต่งอย่างหรูหราภายในโรงพยาบาลยंत्र เป็นการสร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้ใช้บริการ เปรียบเสมือนได้เข้าไปยังอีกโลกหนึ่ง ซึ่งหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจ ความวุ่นวายของโลกปัจจุบัน

“คนไทยมี Taste คนไทยชอบแบรนด์ ถูกแพงเรื่องหนึ่ง สังเกตดูเวลาจัดงานแต่งงานยังต้องไปโรงแรมหรู เรื่องแบรนด์เป็นเรื่องใหญ่ โชว์รูมรถเบนซ์ถึงได้เต็มไปหมด ทุกโรงต้องไม่เหมือนกัน เก้าอี้สีต้องไม่เหมือนกัน โรงนั้นสีเขียว โรงนั้นสีแดง แปลว่าเราละเอียดมาก มีการตกแต่งทั้งในโรง นอกโรง เรายกมาตรฐานขึ้นมาเหนือฝรั่ง” (สุพัฒน์ งามวงศ์ไพบูลย์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2548)

1.4 การเพิ่มบริการที่ไม่คาดฝัน (Un Expectation) เป็นการเพิ่มคุณค่า(Value Added) กับการชมภาพยนตร์ให้เป็นบริการที่นอกเหนือจากการชมภาพยนตร์ ซึ่งจะเห็นได้จากการบริการของโรงพยาบาลยंत्रวีไอพี ได้แก่ เก้าอี้ที่สามารถปรับเอนนอนได้ การบริการหมอน ผ้าห่ม ตลอดจนการจัดพื้นที่ส่วนตัวสำหรับพักผ่อน ไม่ปะปนกับผู้อื่น มีหนังสือนิตยสาร ข้าวโพดคั่ว และเครื่องดื่มบริการ

เนื่องจากผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ได้พยายามสรรสร้างเก้าอี้ที่มีลักษณะแปลกใหม่ออกมาเรื่อย ๆ ไม่ว่าจะเป็นเก้าอี้ที่มีขนาดกว้างขวางมากขึ้น ตลอดจนสร้างทางเลือกของวัสดุหุ้มเก้าอี้ให้หลากหลาย ได้แก่ กำมะหยี่ ผ้า และหนัง ซึ่งความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ที่มีต่อความหลากหลายของประเภทเก้าอี้ จากจำนวนผู้บริการทั้งหมด 30 คน มีผู้พึงพอใจเป็นจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 76

## 2. การจัดพื้นที่เพื่อแสดงออกถึงความปลอดภัย

การจัดพื้นที่เพื่อแสดงออกถึงความปลอดภัยในพื้นที่โรงภาพยนตร์จะเน้นที่ความปลอดภัยจากอัคคีภัย และไม่ให้เป็นแหล่งมั่วสุม ซึ่งเห็นได้จากการจัดตำแหน่งเก้าอี้ภายในโรงภาพยนตร์ไม่ให้แออัด ตลอดจนการป้ายทางออก ป้ายฉุกเฉินต่าง ๆ ให้เด่นชัด รวมถึงการจัดให้มีดับเพลิงภายในโรงภาพยนตร์ตามจำนวนที่กำหนด การเว้นระยะห่างความกว้างของทางเดินรอบโรงภาพยนตร์ และการใช้แสงสว่างให้เพียงพอ เพื่อแสดงออกถึงความปลอดภัย ไม่เป็นแหล่งมั่วสุมเหมือนโรงภาพยนตร์สมัยก่อนที่จะมีชอกหลืบมากมาย ทำให้ผู้ปกครองเกิดความไม่สบายใจ และไม่ต้องการให้บุตรหลานไปโรงภาพยนตร์

“ผมว่าความปลอดภัยสำคัญมาก เราปรับปรุงในแง่ของความสว่าง ปรับปรุงตลอด ไฟบางที่มีดับไปหน่อย ไม่ได้ต้องเสริม ต้องไม่เป็นแหล่งมั่วสุม ไม่อย่างนั้นพ่อแม่ก็ไม่ให้เด็กมา” (สุพัฒน์ งามวงศ์ไพบูลย์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2548)

### ส่วนพื้นที่ใช้สอยสาธารณะที่นอกเหนือจากโรงภาพยนตร์ (Ancillary Spaces)

ส่วนพื้นที่ใช้สอยสาธารณะที่นอกเหนือจากโรงภาพยนตร์นั้น ประกอบด้วย ส่วนจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ (Box Office) ส่วนจำหน่ายขนมและเครื่องดื่ม (Candy Bar) โถงสำหรับพักคอย (Foyer) ห้องน้ำสำหรับผู้ชมภาพยนตร์และพื้นที่ส่วนร้านค้าอื่น ๆ จากการสำรวจการจัดส่วนพื้นที่ใช้สอยสาธารณะที่นอกเหนือจากโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง พบว่ามีการจัดพื้นที่เพื่อสื่อความหมาย เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจดังนี้

## 1. การจัดพื้นที่ให้มีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการเป็นผู้ทำกิจกรรมนั่นเอง

เนื่องจากการชมภาพยนตร์เป็นกิจกรรมการใช้เวลาว่างที่ผู้กระทำมีลักษณะเป็นผู้รับ (Passive) ทำให้ในบางครั้งผู้ใช้บริการรู้สึกอึดอัด และต้องการทำกิจกรรมที่เป็นผู้ทำกิจกรรมนั่นเอง ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

### 1.1 เอส เอฟ มิวสิค ซิตี้

การจัดพื้นที่ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ให้ประกอบไปด้วย เอส เอฟ มิวสิค ซิตี้ ซึ่งก็คือส่วนบริการคาราโอเกะ ให้ผู้ใช้บริการได้แสดงออกด้วยการร้องเพลง และทำกิจกรรมดังกล่าวร่วมกับกลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มครอบครัวได้ เพราะเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะของการรวมกลุ่มกันมากกว่าทำกิจกรรมนี้เพียงผู้เดียว

เอส เอฟ มิวสิค ซิตี้ ได้จัดพื้นที่รูปแบบของเมืองแห่งเสียงเพลง ประกอบด้วยร้านค้าแนวใหม่กว่า 30 ร้านค้า ในบรรยากาศที่สดใสทันสมัย มีบุธ DJ Station เพื่อสร้างสีสัน มีกิจกรรมร่วมกับลูกค้าและให้ความบันเทิงทางด้านเสียงเพลงกับลูกค้าที่มาใช้บริการทั่วบริเวณ และส่วนสำคัญที่เป็นแม่เหล็กของพื้นที่คือ โมเดิร์นคาราโอเกะรูปแบบใหม่ในลักษณะ Clean & Clear Karaoke ที่โปร่งใสแต่สนุกสนานเพื่อการพักผ่อนด้วยการร้องเพลงสำหรับทุกเพศ ทุกวัย ทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษา คนทำงาน รวมถึงกลุ่มครอบครัวสามารถเข้ามาใช้บริการได้ และนับเป็นครั้งแรกของเมืองไทยอีกครั้งในการใช้เทคโนโลยีใหม่ล่าสุด Digital Control สำหรับควบคุมการสั่งงานโดยใช้ Point & Click Remote เพื่อเลือกเพลง เล่นเพลง หรือยกเลิกเพลงได้อย่างแม่นยำภายใน 2 วินาที รวมทั้งการเลือกใช้อุปกรณ์ Audio-Video ที่สมบูรณ์แบบที่สุดทั้งจอภาพ ไมโครโฟน เครื่องเสียง และเป็นแห่งเดียวที่ใช้จอภาพ PLASMA และลำโพง JBL ในการบริการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่ชื่นชอบการร้องเพลงอย่างแท้จริง โดย เอส เอฟ มิวสิค ซิตี้ ยังมีอาหาร และเครื่องดื่มหลากหลายบริการแก่ผู้มาใช้บริการอีกด้วย เอส เอฟ มิวสิค ซิตี้ มีการจัดแบ่งการบริการส่วนต่าง ๆ ดังนี้

#### KARAOKE ROOM

ห้องร้องเพลงสำหรับผู้ที่มาเป็นกลุ่ม และต้องการความเป็นส่วนตัว 34 ห้อง โดยแบ่งเป็น 4 ขนาดดังนี้

ห้องขนาด S จำนวน 9 ห้อง ความจุ 4-6 คน  
 ห้องขนาด M จำนวน 17 ห้อง ความจุ 7-9 คน  
 ห้องขนาด L จำนวน 6 ห้อง ความจุ 10-12 คน  
 ห้องขนาด XL จำนวน 2 ห้อง ความจุ 15-20 คน

สำหรับค่าบริการจะคิดค่าบริการเป็นชั่วโมงโดยกำหนดการใช้บริการขั้นต่ำ 1 ชั่วโมง ถัดจากนั้นจะคิดค่าบริการตามจริงเป็นวินาที

### KARAOKE HALL

ห้องร้องเพลงรวมที่โอโง่งสะดวกสบาย รองรับลูกค้าได้กว่า 50 ที่นั่ง โดยมี DJ มีอาชีพคอยให้บริการ เปิดเพลง และมอบความบันเทิงแก่ลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกร้องเพลงที่โต๊ะตนเองหรือที่ MINI STAGE ที่จัดเตรียมไว้ให้สำหรับผู้ที่ต้องการร้องเพลงโซวบนเวที เพียงแค่รับประทานอาหารหรือเครื่องดื่ม ก็สามารถใช้บริการร้องเพลงได้ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

### SF KARAOKE BOX

บริการห้องร้องเพลงแบบหยอดเหรียญรูปแบบใหม่ที่ทันสมัยด้วยอุปกรณ์และเทคโนโลยีมาตรฐานเดียวกับห้อง VIP KARAOKE ROOM สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีเวลาไม่มากและชื่นชอบการร้องเพลงลักษณะหยอดเหรียญ

### SF STUDIO

บริการห้องบันทึกเสียงลงแผ่น CD ด้วยอุปกรณ์ และ SOUND TECHNICIAN มีอาชีพ สำหรับทำอัลบั้มส่วนตัว จัดทำเป็นสื่อส่วนตัวในโอกาสต่าง ๆ หรือจัดทำเป็น DEMO ให้ค่ายเพลงหรือส่งประกวดในคุณภาพระดับศิลปินมืออาชีพ



ภาพที่ 6.6 เอส เอฟ มิวสิค ซิตี้ สาขามานูญครอง

## 1.2 เอส เอฟ สไตรค์ โบว์ล (SF Strike Bowl)

การจัดพื้นที่ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ให้ประกอบไปด้วย เอส เอฟ สไตรค์ โบว์ล ซึ่งก็คือสวนบริการโบว์ลิ่ง ให้ผู้ใช้บริการได้แสดงออกด้วยการโยนโบว์ลิ่ง และทำกิจกรรมดังกล่าวร่วมกับกลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มครอบครัวได้ เพราะกิจกรรมการโยนโบว์ลิ่ง เป็นกิจกรรมที่มีลักษณะของการรวมกลุ่มกัน ดังนั้นจึงถือได้ว่าการโยนโบว์ลิ่งเป็นกิจกรรมสำหรับกลุ่มเพื่อน

เอส เอฟ สไตรค์ โบว์ล มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 3,300 ตารางเมตร โดยจัดแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ สำหรับให้บริการ ประกอบด้วย

### สไตรค์ โบว์ล (Strike Bowl)

พื้นที่เต็มไปด้วยแสงสี ประกอบด้วยเลนโบว์ลิ่ง จำนวน 24 เลน

### วีไอพี เลน (VIP Lane)

เลนพิเศษภายในห้องวีไอพี ห้องละ 2 เลน จำนวน 2 ห้อง สำหรับผู้ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว มีจุดเด่นคือ สามารถถ่ายทอดภาพผู้เล่นขณะโยนโบว์ลิ่งบนจอภาพขนาดใหญ่ บริเวณปลายเลนได้ด้วย

### เกม โซน (Game Zone)

พื้นที่พิเศษสำหรับผู้รักการเล่นเกมน ประกอบด้วยโต๊ะพูล โต๊ะโกล์ และแอร์ฮอกกี้

### สไตรค์ บาร์ (Strike Bar)

บริการอาหารและเครื่องดื่ม และมุมสำหรับนั่งพักผ่อน

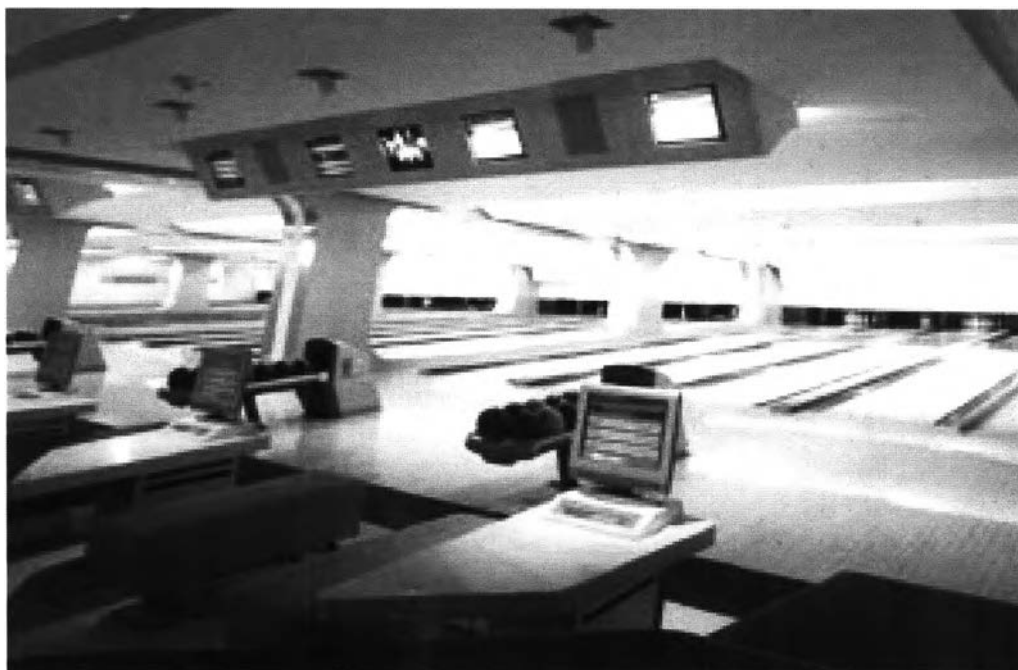
### โปร ชอป (Proshop)

พื้นที่บริการให้คำแนะนำและจำหน่ายอุปกรณ์โบว์ลิ่ง

การออกแบบของเอส เอฟ สไตรค์ โบวล์ ใช้แนวคิดแบบ Dynamic Design ที่เพิ่มความสูงเพดานให้แคบลงสู่ปลายเลน ทำให้รู้สึกว่าคุณโบว์ลิ่งที่เล่นดูเหมือนเร็ว และแรงขึ้น จุดเด่นของ เอส เอฟ สไตรค์ โบวล์ คือ ความสนุกตื่นตาตื่นใจในแบบที่คาดไม่ถึง ด้วยบรรยากาศการตกแต่งแปลกใหม่ เน้นการใช้พื้นที่ว่างสีขาว สำหรับเล่นกับระบบแสง สี เสียงเต็มรูปแบบ โดยใช้เทคโนโลยี คัลเลอร์ โรบอท (Color Robot) และระบบแสง คัลเลอร์ บลาสต์ (Color Blast) ซึ่งให้ความรู้สึกคึกคักตลอดเวลาที่อยู่ในพื้นที่นี้



ภาพที่ 6.7 การจัดพื้นที่รับรองภายใน เอส เอฟ สไตรค์ โบวล์ สาขามานูญครอง



ภาพที่ 6.8 การตกแต่งพื้นที่ภายใน เอส เอฟ สไตรค์ โบวล์ สาขามานูญครอง





ภาพที่ 6.9 การตกแต่งพื้นที่ภายใน เอส เอฟ สโตร์ โบวล์ สาขามานูญครอง

## 2. การจัดพื้นที่ให้เป็นศูนย์รวมร้านค้ามีชื่อเสียงและมีความหลากหลาย

แนวคิดการจัดพื้นที่ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง คือ One Floor Entertainment ซึ่งหมายถึงการเป็นศูนย์รวมของกิจกรรมความบันเทิงต่าง ๆ โดยกิจกรรมต่าง ๆ นั้น เกิดจากการรวมตัวของร้านค้าหลากหลายประเภทซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นร้านค้าที่มีชื่อเสียงเพื่อสามารถสะท้อนรูปแบบของการดำเนินชีวิตที่หลากหลาย (Life Style) ของผู้ใช้บริการได้ชัดเจนที่สุด

“ปัจจุบันรูปแบบการรับชมภาพยนตร์ของผู้บริโภค ไม่ได้ต้องการเพียงรับชมภาพยนตร์เท่านั้น เพราะเป็นบริการที่ไม่แตกต่าง ทุกโรงภาพยนตร์ก็จะฉายภาพยนตร์เรื่องเดียวกันอยู่แล้ว แต่ผู้ชมต้องการบริการที่ครบวงจรที่ไม่ใช่แค่โบว์ลิง แต่ต้องการบริการที่หลากหลายและเป็น Trendy” (สุพัฒน์ งามวงศ์ไพบูลย์, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2548)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความพึงพอใจในการจัดพื้นที่โรงภาพยนตร์ให้มีกิจกรรมที่ผู้ใช้บริการได้เป็นผู้ทำกิจกรรมนั้น ๆ เองจำนวน 18 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60

ความหลากหลายของร้านค้า และบริการภายในพื้นที่ที่สามารถสรุปร้านค้าภายในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง ดังต่อไปนี้

ร้านค้าเช่าในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

ร้านค้าเช่าในพื้นที่ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครองมีพื้นที่ประมาณ 3,500 ตารางเมตร อยู่บนชั้นเดียวกันทั้งหมด คือชั้น 7 ของศูนย์การค้ามานูญครอง เซ็นเตอร์ ซึ่งในปัจจุบันมีร้านค้าเช่าคิดเป็น 100% ของพื้นที่เช่าทั้งหมด อันประกอบด้วย

ตารางที่ 6.2 ร้านค้าและบริการในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

ลำดับ	ชื่อร้าน	ประเภทกิจการ	ระบบความหมาย
1.	โดโดมอน (Didomon)	ร้านอาหาร	ความเป็นครอบครัว
2.	ฟูจิ (Fuji)	ร้านอาหาร	ความเป็นญี่ปุ่น
3.	สะจิบัง ราเมน	ร้านอาหาร	ความเป็นญี่ปุ่น
4.	เอ็ม เค สุกี้ (MK Suki)	ร้านอาหาร	ความอบอุ่น ครอบครัว การให้บริการที่ดี
5.	แมคโดนัลด์ (McDonald)	ร้านอาหาร	ทันสมัย ความเป็นสากล มีชื่อเสียง
6.	เวียดนาม คูลซัน (Viet)	ร้านอาหาร	ความเป็นเวียดนาม
7.	แบล็คแคนยอน (Black Canyon)	ร้านอาหาร	ร้านอาหารชนชั้นกลาง
8.	บาสกินส์ ร็อบบิ้น (Baskin's Robbin)	ร้านอาหาร	ความรัก ความสนุกสนาน
9.	เค เอฟ ซี (KFC)	ร้านอาหาร	ทันสมัย ความเป็นสากล มีชื่อเสียง
10.	อิน แอนด์ เอาท์ (In & Out)	ร้านอาหาร	เบเกอรี่ชนชั้นกลาง

ตารางที่ 6.2 ร้านค้าและบริการในพื้นที่โรงพยาบาลนครโฮม เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อร้าน	ประเภทกิจการ	ระบบความหมาย
11.	เชสเตอร์ กริลล์ (Chester's Grill)	ร้านอาหาร	ความเป็นครอบครัว
12.	เอ็นตาไฟทรงเครื่อง	ร้านอาหาร	ทันสมัย ความเป็นสากล มีชื่อเสียง
13.	แมงป่อง	ร้านจำหน่ายสินค้าปลีก	ความทันสมัย ทัน เทคโนโลยี ความสะดวก
14.	พิซซ่า ฮัท (Pizza Hut)	ร้านอาหาร	ความรู้ ความบันเทิงผ่าน สื่อสิ่งพิมพ์
15.	สุ คิ ชิ (Sukishi Charcoal)	ร้านอาหาร	ทันสมัย ความเป็นสากล มีชื่อเสียง
16.	สเวนเซนส์ (Swensen's)	ร้านอาหาร	ความทันสมัย ทัน เทคโนโลยี
17.	ก๊วยเตี้ยวเรือท่าสยาม	ร้านอาหาร	ดูแลเอาใส่ใจสุขภาพ

ตารางที่ 6.3 จำนวนร้านค้าและบริการแยกตามประเภทกิจการในพื้นที่โรงพยาบาลนครโฮม เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครองเซ็นเตอร์

ลำดับ	ประเภทร้านค้า/บริการ	จำนวนร้าน
1.	ร้านอาหาร/เบเกอรี่/ไอศกรีม/เครื่องดื่ม	19
2.	ร้านบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	1
3.	ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	1
4.	ร้านจำหน่ายสินค้าปลีก	3
	4.1 ร้านจำหน่ายเทป/ซีดี/วีซีดี/ดีวีดี	(1)
	4.2 ร้านจำหน่ายหนังสือ	(1)
	4.3 ร้านจำหน่ายแว่นตา	(1)

จากตารางข้างต้น พบว่าในพื้นที่โรงพยาบาลเอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ประกอบไปด้วยร้านค้าหลากหลายประเภท ได้แก่ ร้านอาหาร จำนวน 19 ร้าน ร้านบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 1 ร้าน ร้านบริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 ร้าน และร้านจำหน่ายสินค้าปลีก จำนวน 3 ร้าน ซึ่งจำหน่ายสินค้าต่างประเภทกัน กล่าวคือ มีร้านจำหน่ายเทป ซีดี วีซีดี ดีวีดี ร้านจำหน่ายหนังสือ และร้านจำหน่ายแว่นตา อย่างละ 1 ร้าน



ภาพที่ 6.10 ร้านเชสเตอร์ กริลล์ในพื้นที่โรงพยาบาลเอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง



ภาพที่ 6.11 ร้านแบล็คแคนยอนคอฟฟี่ในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

การที่พื้นที่ของโรงภาพยนตร์ประกอบด้วยร้านอาหารหลากหลายเช่นนี้ จึงสามารถกล่าวได้ว่า โรงภาพยนตร์มีวิธีการสื่อความหมายด้วยการจัดพื้นที่ผ่านระบบสัญลักษณ์ของร้านอาหาร แสดงให้เห็นว่าสังคมไทยยังเป็นสังคมที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคเป็นอย่างมาก ทำให้ภายในพื้นที่ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ได้จัดพื้นที่ส่วนหนึ่งให้เป็นส่วนของร้านอาหาร เพราะร้านอาหารเป็นสถานที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถใช้ในการฆ่าเวลาสำหรับการรอชมภาพยนตร์ได้นานและยังเป็นสถานที่ที่สามารถใช้บริการได้ทั้งครอบครัว อีกทั้งยังมีร้านอาหารหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการอันแตกต่างกันของผู้มาใช้บริการในพื้นที่ของโรงภาพยนตร์แต่ละท่านเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

จากรายชื่อร้านค้าภายในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขา มานูญครอง ทำให้สามารถสรุปลักษณะการสื่อความหมาย ได้ดังนี้

## 2.1 ร้านค้าที่สื่อถึงความบันเทิงจากสื่ออื่นนอกจากภาพยนตร์

นอกเหนือจากการมายังโรงภาพยนตร์จะได้รับสื่อภาพยนตร์แล้ว ผู้ใช้บริการยังต้องการได้รับความบันเทิงจากสื่อบันเทิงชนิดอื่น ๆ อีกด้วย ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ จากร้านซีเอ็ด สื่อเพลง จากร้านแมงป่อง

## 2.2 ร้านค้าที่สื่อถึงความเป็นสากล

การเป็นศูนย์รวมของร้านค้าที่มีความเป็นสากล หรือร้านค้าที่มีอยู่ทั่วโลก ช่วยให้โรงภาพยนตร์มีความเป็นมาตรฐานและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ร้านแมคโดนัลด์ ร้านเคเอฟซี ร้านซีซีเลอร์ ร้านอานตี้ แอนท์



ภาพที่ 6.12 ร้านเคเอฟซีในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

### 2.3 ร้านค้าที่สื่อถึงความเป็นนานาชาติ

การเป็นศูนย์รวมของร้านค้าที่แสดงออกถึงชาติต่าง ๆ แสดงถึงการที่ผู้ใช้บริการเมื่ออยู่ในพื้นที่โรงภาพยนตร์แล้ว เปรียบเหมือนได้ไปยังประเทศต่าง ๆ ผ่านร้านค้าที่สื่อถึงประเทศต่าง ๆ ดังนี้

ร้านก๋วยเตี๋ยวเรือท่าสยาม สื่อถึงความเป็นไทย

ร้านเวียดนาม คูลซีน สื่อถึงความเป็นเวียดนาม

ร้านฟูจิ ร้านสุคิชิ สื่อถึงความเป็นญี่ปุ่น

ร้านเย็นตาโฟทรงเครื่อง สื่อถึงความเป็นจีนดัดแปลง



ภาพที่ 6.13 ร้านเวียดนามคูลซีน และร้านแมคโดนัลด์ในพื้นที่  
โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูครอง



ภาพที่ 6.14 ร้านอินแอนด์เข้าที่ในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

#### 2.4 ร้านค้าที่สื่อถึงความรัก

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง เป็นกลุ่มวัยรุ่น และคนทำงาน ซึ่งมักมาชมภาพยนตร์กับคู่รัก และร้านค้าที่สื่อถึงความรัก แมนติกเหมาะกับคู่รัก คือ ร้านไอศกรีม ได้แก่ ร้านสเวนเซ่น และร้านบาสกิ้นรอบบิ้นส์

#### 2.5 ร้านค้าที่สื่อถึงความเป็นครอบครัว

กลุ่มลูกค้าอีกกลุ่มของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง คือ กลุ่มครอบครัว ซึ่งนิยมใช้บริการของร้านค้าที่มีลักษณะของการทำกิจกรรมร่วมกัน ได้แก่ ร้านสุกี้เอ็มเค ร้านบาบีคิว พลาซ่า ร้านไดโดมอน



## 2.6 ร้านค้าที่สื่อถึงความทันสมัย ทันโลก ทันเทคโนโลยี

ความต้องการเป็นผู้มีความทันสมัย ทันโลก และเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีของวัยรุ่นทำให้พื้นที่โรงภาพยนตร์ต้องประกอบด้วยร้านที่มีความทันสมัย ใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ร้านทีวี ร้านเวปปี อินเทอร์เน็ต

## 2.7 ร้านค้าที่ใช้ฆ่าเวลา

รอบเวลาฉายภาพยนตร์ของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในปัจจุบัน ในวันหนึ่งมีรอบเวลาฉายหลายรอบ และมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ไม่ได้กำหนดแน่นอนตายตัวเหมือนรอบเวลาฉายภาพยนตร์ในอดีต ทำให้บางครั้งผู้ใช้บริการที่มาถึงโรงภาพยนตร์ไม่ตรงกับรอบเวลาฉายภาพยนตร์ จำเป็นต้องรอให้ถึงรอบฉายรอบถัดไป ซึ่งโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ก็สังเกตเห็นถึงปัญหาข้อนี้ ร้านค้าภายในบริเวณโดยรอบของพื้นที่โรงภาพยนตร์จึงมีลักษณะของพื้นที่ที่สามารถใช้เวลาให้หมดไปได้โดยไม่เกิดความน่าเบื่อ อันได้แก่ ร้านหนังสือซีเอ็ด ร้านเวปปี อินเทอร์เน็ต ร้านเกม เอส เอฟ สไตรค์ โบว์ล ตลอดจนเอส เอฟ มิวสิค ซิตี้

สำหรับความตั้งใจในการสื่อความหมายด้วยการเป็นศูนย์รวมความบันเทิงทุกรูปแบบในเขตพื้นที่โรงภาพยนตร์นี้ ส่งผลให้กลุ่มผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้สาขามานูญครอง จำนวน 30 คน มีความพึงพอใจในด้านความหลากหลายของร้านค้า จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80 และมีความพึงพอใจด้านการจัดระเบียบของพื้นที่ร้านค้า 20 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 66 โดยให้ความเห็นว่าร้านค้าที่เป็นร้านอาหารมีจำนวนให้เลือกมากมายทำให้ แต่ไม่มีฟิตเนส เซ็นเตอร์ เมื่อเทียบกับโรงภาพยนตร์อื่น ส่วนการจัดระเบียบร้านค้าค่อนข้างดี เพราะแต่ละร้านตั้งอยู่แนวเดียวกันทำให้รู้สึกถึงความ เป็นระเบียบได้ดี และที่สำคัญคือไม่มีร้านค้าแบบเป็นบูธซึ่งอาจเป็นเพราะมีพื้นที่ค่อนข้างน้อยอยู่แล้ว

## 3. การสร้างบรรยากาศความเป็นโรงภาพยนตร์ด้วยการจัดพื้นที่สนองต่อประสาทรับรู้ทั้ง 5

โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์แต่ละแห่งใช้การสื่อความหมายของพื้นที่ เพื่อให้ตอบสนองต่อประสาทรับรู้ทั้ง 5 ของมนุษย์ คือ ตารับรู้การมองเห็น หูรับรู้การฟังเสียง จมูกรับรู้กลิ่น ลิ้นรับรู้รส และผิวหนังรับรู้การสัมผัส

3.1 ตารับรู้การมองเห็น ด้วยการจัดให้องค์ประกอบต่าง ๆ ในพื้นที่โรงภาพยนตร์มีความสวยงามทั้งในด้านการออกแบบ การใช้ลวดลายสีเส้นของพรม สีเส้นของเก้าอี้ การใช้แสงไฟ

3.2 หูรับรู้การฟังเสียง ด้วยการใช้เสียงเพลงสร้างบรรยากาศให้กับพื้นที่ ไม่ให้เกิดความเงิบ ให้ความรู้สึกคึกคัก สนุกสนานตลอดเวลา ตลอดจนการประกาศให้ผู้ให้บริการทราบถึงความพร้อมในการให้บริการโรงภาพยนตร์ในรอบเวลาต่าง ๆ ด้วยน้ำเสียงที่ไพเราะ และการเลือกใช้คำที่สื่อถึงความเป็นบุคคลพิเศษ และได้รับการยอมรับประการหนึ่งการให้บริการของสายการบินชั้นหนึ่ง

3.3 จมูกรับรู้กลิ่น ด้วยการใช้กลิ่นต่าง ๆ สร้างบรรยากาศที่รื่นรมย์ภายในพื้นที่โรงภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สเปรย์ปรับอากาศในโรงภาพยนตร์ ในห้องน้ำ การซักพรมให้สะอาด และไม่เกิดกลิ่นอับชื้น การอบผ้าห่มด้วยความร้อน และสเปรย์ฆ่าเชื้อโรค เพื่อให้ความรู้สึกว่าได้รับการดูแลอย่างดี ตลอดจนการจัดพื้นที่ของส่วนจำหน่ายขนมและเครื่องดื่ม (Concession / Candy Bar) ให้อยู่ในตำแหน่งจุดศูนย์กลางของพื้นที่เพื่อให้กลิ่นหอมของข้าวโพดคั่วซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของโรงภาพยนตร์ให้กลิ่นอบอวลอยู่ทั่วบริเวณ เพื่อสร้างบรรยากาศและประสบการณ์ที่ดีในการชมภาพยนตร์

3.4 ลิ้นรับรู้รส ด้วยการเลือกให้บริการอาหาร ของว่าง เครื่องดื่ม ที่หลากหลายและล้นแล้วแต่ได้รับการเลือกสรรอย่างดีแก่ผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นของว่างเครื่องดื่มที่ให้บริการฟรี หรือจำหน่ายก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสัญลักษณ์ของโรงภาพยนตร์อย่างข้าวโพดคั่ว ทางโรงภาพยนตร์ได้พยายามสร้างความแปลกใหม่ ทันสมัย ไม่ซ้ำซากจำเจด้วยการเพิ่มข้าวโพดคั่วรสชาติใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อเพิ่มบรรยากาศและอรรถรสในการชมภาพยนตร์



ภาพที่ 6.15 จุดจำหน่ายของว่างและเครื่องดื่มในพื้นที่จุดศูนย์กลางของ  
โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง

3.5 ผิวหนังรับรู้การสัมผัส ด้วยการเลือกใช้สิ่งต่าง ๆ บนพื้นที่ไม่ว่าจะเป็น  
พรมที่หนานุ่มให้สัมผัสสบายเท้า เก้าอี้กำมะหยี่หรือเก้าอี้นุ่มสบายนานั่ง

#### 4. การจัดพื้นที่ให้ปรับเปลี่ยนได้อยู่ตลอดเวลา

โถงกลางของพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ เป็นศูนย์รวมของ  
ผู้ใช้บริการก่อนที่จะเข้าไปภายในโรงภาพยนตร์ ตามปกติแล้วจะเป็นพื้นที่โล่ง แต่เพื่อสร้างคุณค่า  
ของพื้นที่บริเวณโถงกลาง จึงสามารถปรับเปลี่ยน จัดให้เหมาะสมกับความต้องการใช้ในแต่ละ  
ช่วงเวลา ไม่ว่าจะเป็นการใช้โถงกลางเป็นพื้นที่เล่นเกม จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือการให้  
พื้นที่โถงกลางจัดเป็นเวที เพื่อจัดงานแถลงข่าวเปิดตัวภาพยนตร์ ซึ่งจัดว่าเป็นการเปลี่ยนพื้นที่ว่าง  
ซึ่งมีความหมายเดียว (Place) ให้กลายเป็นพื้นที่ที่มีหลากหลายความหมายและให้ความรู้สึกได้  
ลึกซึ้งกว่า (Space) โดยคุณสุพัฒน์ งามวงศ์ไพบูลย์ ได้กล่าวเสริมแนวคิดนี้ว่า “เราให้  
ประสบการณ์ในการดูหนัง การสร้างให้เขาเกิดความรู้สึกว่าที่นี่คือบ้านหลังที่สองของเขา เวลาที่  
เขาวาง ไม่รู้จะไปไหน ก็ไปเจอกันที่โรงหนังก่อน แล้วพอไปเจอกันที่โรงหนังแล้ว ค่อยเลือกหนัง”

จากคำกล่าวนี้จึงสามารถสรุปได้ถึงความสามารถของการจัดพื้นที่ของโรงภาพยนตร์ให้กลายเป็นจุดนัดพบ ซึ่งนับเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชมภาพยนตร์ โดยให้ความสำคัญกับตัวภาพยนตร์เป็นอันดับรองจากสำคัญของพื้นที่โรงภาพยนตร์ ดังจะเห็นได้จากการใช้โรงภาพยนตร์เป็นจุดนัดพบ แล้วจึงคัดเลือกภาพยนตร์ที่มีฉายอยู่ โดยไม่ได้ตั้งใจมาชมภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ

แต่ในขณะเดียวกันปัญหาของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสาขามานูครอง คือ การมีพื้นที่จำกัด ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่สำหรับตัวโรงภาพยนตร์เอง หรือพื้นที่สาธารณะด้านนอกซึ่งใช้เป็นพื้นที่จัดกิจกรรม และเป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งของทางเดินสำหรับผู้ใช้บริการร้านค้าต่าง ๆ ในพื้นที่ร่วมกัน ทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความรู้สึกอึดอัดจากความคับแคบและความวุ่นวายแทนการรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ จนบางครั้งอาจทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเครียดได้



ภาพ 6.16 พื้นที่สาธารณะสำหรับจัดกิจกรรม  
ในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูครอง

## 5. การจัดพื้นที่เพื่อแสดงออกถึงความปลอดภัย

การจัดพื้นที่เพื่อแสดงออกถึงความปลอดภัย สามารถแสดงออกได้ในหลายพื้นที่ ได้แก่ พื้นที่คาราโอเกะ

"คาราโอเกะบ้านเรามีมานานแล้ว แต่ส่วนใหญ่จะอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ได้เปิดกว้างสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย ผมเรียกว่า Night Karaoke คือมักจะเป็นที่มีด ๆ เป็นห้องหับที่ปิดมิดชิด แต่เอส เอฟ มิวสิค ซิตี้ไม่มีมุมไหนที่อับ ทุกห้องจะโล่ง โปร่ง สว่าง เป็นสถานที่ที่ผู้คนจะเข้ามาใช้เพื่อการพักผ่อน เติมความสดชื่นให้กับชีวิตด้วยการร้องเพลง ไม่ใช่แหล่งมั่วสุม พ่อแม่ลูกสามารถงมมือกันมาทำกิจกรรมร่วมกันในวันว่างได้อย่างสบายใจ" (สรชัย คชสุทธิ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2548)

ข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวความคิดใหม่ที่ใช้การจัดพื้นที่ที่โปร่ง โล่ง และใช้แสงสว่าง เพื่อสื่อถึงความปลอดภัยในการมาใช้บริการได้อย่างชัดเจน

ดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์จำนวน 30 คน มีผู้ใช้บริการที่รู้สึกพึงพอใจต่อความสว่างไสว ทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56 โดยให้เหตุผลว่ายังมีพื้นที่ดูเกมที่ เป็นแหล่งรวมของวัยรุ่นจำนวนมาก ทำให้เกรงว่าอาจกลายเป็นแหล่งมั่วสุม และให้ข้อเสนอแนะว่าโรงภาพยนตร์ควรมีมาตรการการควบคุมพฤติกรรมของนักเรียนในชุดนักเรียนที่มาใช้บริการในเวลาเรียนอีกด้วย

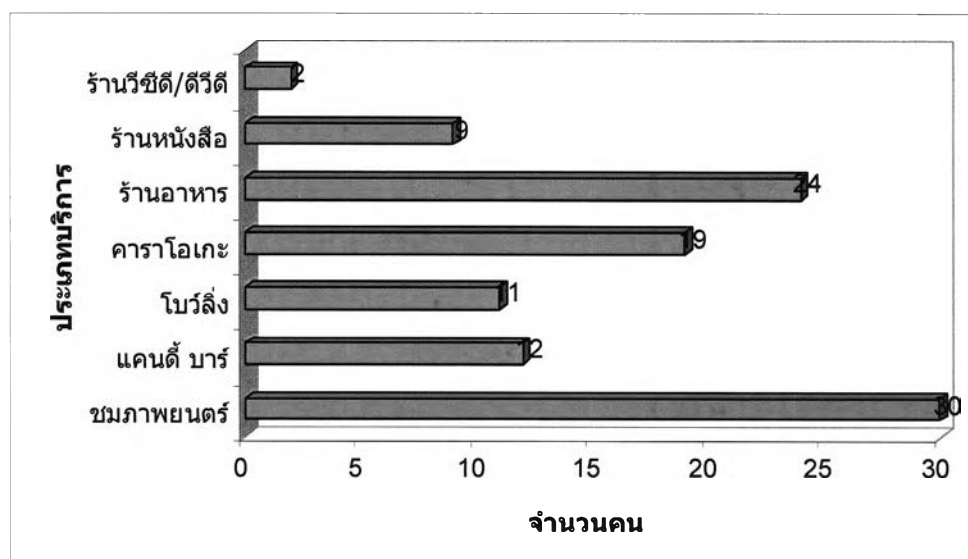
## 6. การจัดพื้นที่เพื่อแสดงออกถึงความสะอาด

การสื่อความหมายถึงความสะอาด ใช้ในการจัดพื้นที่จอดรถและพื้นที่ห้องน้ำ ทั้งนี้ เนื่องจากโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง ตั้งอยู่บนห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง ทำให้ไม่มีที่จอดรถเป็นส่วนตัวสำหรับผู้ใช้บริการ จึงทำให้ต้องใช้ที่จอดรถร่วมกับศูนย์การค้า ซึ่งมีข้อดีคือมีความปลอดภัย เพราะมีเจ้าหน้าที่ของศูนย์ดูแลตลอดเวลาทำการของศูนย์ แต่เนื่องจากศูนย์การค้ามาบุญครองนั้นมีที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ซึ่งมีผู้มาใช้บริการที่จอดรถเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงมีการเก็บค่าบริการจอดรถตั้งแต่ทางเข้า โดยเก็บค่าบริการ 30 บาท สำหรับการจอดรถได้ 3 ชั่วโมงแรก และชั่วโมงต่อไปชั่วโมงละ 20 บาท ประกอบกับทางโรงภาพยนตร์ไม่สามารถประสานงานกับศูนย์การค้าในการให้ผู้ให้บริการของโรงภาพยนตร์ได้รับสิทธิในการจอดรถ

ฟรี หรือแม้กระทั่งราคาพิเศษ โดยจากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเอสเอฟ ซีเนม่า ซีตี้ สาขาบางนาบุญครองจำนวน 30 คน มีผู้ที่รู้สึกพึงพอใจเพียง 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 เท่านั้น โดยที่เหลือร้อยละ 70 รู้สึกไม่พึงพอใจในที่จอดรถที่หายาก และยังคงต้องเสียค่าบริการอีกด้วย

นอกจากนั้นยังมีการใช้พื้นที่ห้องน้ำบางส่วนที่โรงพยาบาลนครเลือกที่จะโอนให้กับศูนย์การค้า ซึ่งมีเจ้าหน้าที่เก็บเงินดูแลตลอดเวลา แสดงถึงความปลอดภัยได้มาก แต่ก็เกิดความขัดแย้งด้านการตกแต่ง ถึงแม้พื้นที่ห้องน้ำของศูนย์การค้าจะสะอาดก็ตาม ที่สำคัญไปกว่านั้น คือ มีการเก็บค่าเช่าใช้ห้องน้ำครั้งละ 1 บาท ตามนโยบายของศูนย์การค้า ซึ่งหากลูกค้าที่ซื้อบัตรชมภาพยนตร์แล้ว แต่ยังไม่ถึงรอบเวลาฉายของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ก็ไม่สามารถเข้าไปในพื้นที่พักคอยได้ ทำให้ต้องใช้พื้นที่ห้องน้ำที่ดูแลโดยศูนย์การค้า หรือหากไม่ต้องการเสียค่าบริการก็ต้องแสดงบัตรชมภาพยนตร์ให้เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลนคร และแจ้งความต้องการใช้ห้องน้ำเป็นครั้ง ๆ ไป ซึ่งเป็นความยุ่งยากสำหรับผู้ใช้บริการ แต่ก็ใช่วิธีกันห้องน้ำของโรงพยาบาลนครไว้สำหรับผู้มาใช้โรงพยาบาลนครจริง ๆ เท่านั้น

ภาพที่ 6.17 ประเภทบริการภายในพื้นที่โรงพยาบาลนครที่ใช้บริการ



ที่มา จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเอส เอฟ ซีเนม่า ซีตี้ จำนวน 30 คน ในวันเสาร์ที่ 16 กรกฎาคม 2548

จากข้อสรุปกล่าว จะเห็นได้ว่าร้านค้าในพื้นที่เช่าของโรงพยาบาลนครินทร์ใน กรุงเทพมหานคร เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญมาก เนื่องจากเป็นส่วนช่วยอำนวยความสะดวกให้กับ ผู้ชม จนทำให้เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้ชมตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ที่สถานที่ไหนสถานที่หนึ่ง อันนอกเหนือจากคุณภาพของการให้บริการ

### การจัดรอบเวลาฉายภาพยนตร์ของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

ตารางการฉายภาพยนตร์ หรือที่เรียกกันในธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ว่า ฮาร์ดท็อป (Hardtop) หมายถึง ตารางที่กำหนดเวลาฉายของภาพยนตร์แต่ละเรื่องเรียงตามโรง ภาพยนตร์เท่ากับจำนวนโรงภาพยนตร์ของสาขานั้น ๆ เรียงตามวัน เป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ โดย ระบุรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนรายละเอียดของภาพยนตร์ ได้แก่ ชื่อเรื่อง ความยาวของภาพยนตร์ จำนวน สัปดาห์ที่เข้าฉายมาแล้ว รวมทั้งรายละเอียดเกี่ยวกับระบบเสียง และการแสดงคำบรรยาย โดย ต้องระบุเสียงภาษาที่ใช้ในภาพยนตร์และระบุภาษาของคำบรรยายของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ด้วย

ส่วนรายละเอียดของรอบเวลาฉายภาพยนตร์ ได้แก่ วันที่ เดือน ปี พ.ศ. รวมถึง การระบุวันโดยการจัดตารางการฉายภาพยนตร์จะแบ่งเป็นสัปดาห์ โดยแต่ละสัปดาห์ จะเริ่มต้น ด้วยวันพฤหัสบดี เนื่องจากเป็นวันแรกของการฉายภาพยนตร์เข้าใหม่ประจำสัปดาห์นั้น ๆ

ส่วนหมายเหตุ เป็นส่วนที่ใช้แสดงรอบฉายที่มีการสลับโรงภาพยนตร์ในการฉาย ไปมาเพื่อไม่ให้เจ้าหน้าที่ของห้องฉายสับสน โดยระบุเพื่อเพิ่มความชัดเจนเกี่ยวกับการย้ายฟิล์ม เรื่องใดมาจากโรงภาพยนตร์ใด และให้ฉายที่เวลาเท่าไร รวมถึงต้องระบุวัน และวันที่เพื่อป้องกัน ความผิดพลาดอีกด้วย นอกจากนี้ ในส่วนของหมายเหตุยังเป็นส่วนของการเพิ่มเติมรอบพิเศษ ที่ ไม่ได้ใช้ฉายให้ผู้ที่มาใช้บริการซื้อบัตรจากช่องขายบัตรชมภาพยนตร์ตามปกติ

ในขณะเดียวกันนั้น โรงภาพยนตร์ในเครือเอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี ดำเนินการจัดรอบ ฉายล่วงหน้าทั้งสัปดาห์ โดยจะเริ่มทำการจัดรอบฉายของวันพฤหัสบดีจนถึงวันพุธของสัปดาห์ ถัดไป เพราะวันพฤหัสบดีเป็นวันที่มีภาพยนตร์เข้าใหม่ต่อเนื่องไปจนถึงวันพุธของสัปดาห์ถัดไป ทำให้การจัดภาพยนตร์และรอบเวลาฉายในสัปดาห์นั้น มีความคล้ายคลึงกัน โดยอาจจะแตกต่างกันที่จำนวนรอบของวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ ซึ่งจะมีจำนวนรอบมากกว่าวันธรรมดา

ภาพยนตร์ที่แรงที่สุดในสัปดาห์นั้น หากเป็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดจะกำหนดไว้ใน โรงภาพยนตร์วีไอพี และโรงภาพยนตร์สแตนดาร์ดอีก 1 – 2 โรงภาพยนตร์ขึ้นอยู่กับความนิยมของ ภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ที่ได้ศึกษามาก่อนจากการชมภาพยนตร์รอบพิเศษที่ค่ายภาพยนตร์จัดขึ้น หรือบทวิจารณ์จากนิตยสารต่างประเทศ

Place Space and Time หมายถึง การตัดสินใจของผู้ให้บริการเกี่ยวกับการส่ง มอบบริการ ต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสถานที่ที่ให้บริการ และเวลาในสินค้าบริการบางประเภท โดยต้องคำนึงถึงความรวดเร็ว ความสะดวกสบายสำหรับลูกค้าด้วย

ด้วยเหตุนี้โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ทุกค่ายจึงนิยมใช้วิธีการวิ่งฟิล์มในการ เพิ่มความถี่ของรอบเวลาฉายสำหรับภาพยนตร์ที่คิดว่าจะได้รับความนิยมมาก เพื่อเป็นการรองรับ ความต้องการของผู้ชมให้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม การวิ่งฟิล์ม หรือการส่งจำนวนก๊อบปีฟิล์มเพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มความถี่ของรอบเวลาฉายภาพยนตร์นี้หากกระทำอย่างไม่รอบคอบอาจส่งผลเสียให้กับ โรงภาพยนตร์เช่นกัน กล่าวคือ หากจัดรอบภาพยนตร์ถี่เกินไปอาจทำให้ผู้ชมเลือกที่จะดูในรอบ ต่อไป หากรอบเวลาก่อนหน้านี้มีผู้ซื้อบัตรชมภาพยนตร์ซึ่งได้เลือกที่นั่งที่ดีไปก่อนแล้ว

นอกจากวิธีการเพิ่มความถี่ของรอบฉายภาพยนตร์ด้วยวิธีการวิ่งฟิล์มที่กล่าวไป แล้วนั้น การออกแบบให้ห้องฉายของแต่ละโรงอยู่ใกล้กันมาก ทำให้สามารถลูปฟิล์ม (Loop) ได้ อีกด้วย ซึ่งการลูปฟิล์ม ก็คือการใช้ฟิล์มเพียง 1 ก๊อบปี ฉายผ่านเครื่องฉายของโรงภาพยนตร์ที่ 1 และร้อยฟิล์มต่อไปยังเครื่องฉายของโรงภาพยนตร์ที่ 2 แทนที่โดยไม่มีการพักฟิล์มนั่นเอง

ข้อจำกัดของการลูปฟิล์มนั้น ยังสามารถทำได้เฉพาะโรงภาพยนตร์ที่มีห้องฉาย อยู่ในชั้นเดียวกันเท่านั้น ส่วนการวิ่งฟิล์มหรือเบรคฟิล์ม สามารถทำได้กับโรงภาพยนตร์ที่มีห้อง ฉายอยู่ต่างชั้นกัน เพียงแต่ต้องใช้ความระมัดระวังในการจัดรอบเวลา คือต้องเพิ่มเวลาสำหรับ เจ้าหน้าที่ห้องฉาย ซึ่งต้องนำฟิล์มแต่ละครั้ง ย้ายไปย้ายมาระหว่างชั้นแต่ละชั้น โดยเวลาที่ จำเป็นต้องเพิ่มในการจัดรอบฉายที่ต้องการวิ่งฟิล์มนี้ ขึ้นอยู่กับความยาวของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ประกอบกับความไกลของโรงภาพยนตร์ทั้งสองโรงภาพยนตร์ที่ต้องการวิ่งฟิล์มอีกด้วย

ข้อดีของการวิ่งฟิล์มหรือเบรคฟิล์มนี้ ทำให้โรงภาพยนตร์สามารถจัดรอบฉายของ ภาพยนตร์เรื่องหนึ่งๆ ได้ดีมากขึ้น ซึ่งมักใช้กับภาพยนตร์เข้าใหม่ที่ได้รับคามนิยมอย่างมากจากผู้ มาใช้บริการ โดยเวลาของแต่ละรอบจะห่างกันมากขึ้นขึ้นอยู่กับความยาวทั้งหมดของภาพยนตร์ ซึ่งส่วนมากแต่ละรอบที่ใช้วิธีวิ่งฟิล์มนี้จะห่างกันประมาณ 1 ชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง 30 นาที ส่วนข้อดี



ของการลูปฟิล์มนั้น จะทำให้โรงที่ฉายภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ เพิ่มขึ้น แต่ต้องฉายในเวลาเดียวกันเท่านั้น ซึ่งทั้งสองวิธีนี้ทำให้โรงภาพยนตร์สามารถเพิ่มโรงภาพยนตร์และเพิ่มรอบฉายภาพยนตร์สำหรับภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมสูงได้โดยไม่ต้องใช้จำนวนถือปี่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งก็หมายถึงว่าทำให้ต้นทุนลดลง และเมื่อภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวเสื่อมความนิยม ก็สามารถลดรอบฉายได้ง่ายขึ้นนั่นเอง

ส่วนข้อเสียของการวิ่งฟิล์มและลูปฟิล์มก็คือ ทำให้ฟิล์มเสื่อมคุณภาพเร็วขึ้น เนื่องจากฟิล์มผ่านมือพนักงานฉาย (Projectionist) และผ่านสิ่งสกปรกต่าง ๆ เช่น ฝุ่นละอองตามพื้นห้องฉายมากขึ้น ส่งผลให้คุณภาพของภาพและเสียงของภาพยนตร์ด้อยลงกว่าปกติ

หน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงในการจัดภาพยนตร์ บริษัทเอส เอฟ ซีนีมา ซิตี จำกัด มีการจัดแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบให้เป็นของ Film and Programming Department ซึ่งสังกัดอยู่ที่สำนักงานใหญ่ คือ คุณประมาะ ศิริประสาทสุข ตำแหน่ง Programming and Film Business Manager

บริษัทเอส เอฟ ซีนีมา ซิตี จำกัด จะจัดตารางรอบเวลาฉายภาพยนตร์เป็นสัปดาห์ เริ่มตั้งแต่วันพฤหัสบดีถึงวันพุธของทุก ๆ สัปดาห์ เนื่องจากเป็นวันที่มีภาพยนตร์ใหม่ประจำสัปดาห์เข้าฉายเป็นวันแรก โดยเจ้าหน้าที่ทีมบริหารประจำสาขาและเจ้าหน้าที่ฝ่าย Film and Programming จะมีการประชุมร่วมกันถึงความต้องการของแต่ละสาขาในการที่จะวางตำแหน่งของฟิล์มภาพยนตร์แต่ละเรื่องให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการของแต่ละสาขาล่วงหน้า 1 สัปดาห์

จากนั้น เจ้าหน้าที่ Film and Programming Department จะเป็นผู้กำหนดร่างรอบฉายแต่ละสาขาแล้วส่งให้เจ้าหน้าที่ทีมบริหารของสาขาเพื่อตรวจสอบการวางฟิล์มภาพยนตร์เวลาระยะห่างในการวิ่งหรือลูปฟิล์ม รวมถึงตรวจรายละเอียดของรอบพิเศษต่าง ๆ ซึ่งแต่ละสาขาจะมีรายละเอียดที่ไม่เหมือนกันให้ตรงกับใบแจ้งงานของฝ่ายเจ้าของงานในด้านของภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ เวลาในการฉาย ตลอดจนชื่อลูกค้าที่ต้องการจัดงานในสาขานั้น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดขึ้น

โดยสิ่งสำคัญคือ การวางรอบฉายภาพยนตร์เรื่องใดที่คาดว่าจะมีผู้เข้าชมสูงสุดไว้ในช่วงเวลาที่เหมาะสม กล่าวคือ หากภาพยนตร์เรื่องใดที่เจ้าหน้าที่ Film and Programming

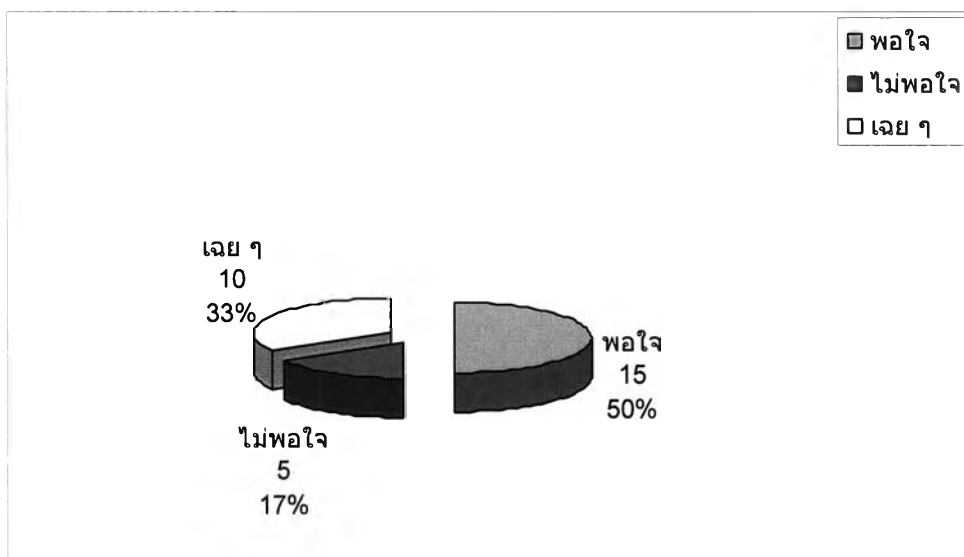
Department และเจ้าหน้าที่ที่บริหารประจำสาขาเห็นพ้องต้องกันว่าจะเป็นเรื่องมียอดผู้เข้าชม (Admission) สูงที่สุด ก็จะจัดไว้ให้อยู่ในโรงภาพยนตร์ที่มีความจุมาก และจัดเวลาให้อยู่ในช่วงที่ผู้มาใช้บริการส่วนมากสามารถเข้าชมได้ทันที โดยหากเป็นวันพฤหัสบดีและวันศุกร์ซึ่งเป็นวันแรก และวันที่สองที่ภาพยนตร์เข้าฉาย ประกอบกับเป็นวันทำงาน ซึ่งเวลาเลิกงานของคนส่วนมาก มักจะเป็นช่วง 18.00 น. ดังนั้น รอบฉายที่จะมีผู้เข้าชมมากที่สุดมักจะเป็นช่วงเวลาประมาณ 18.30 น. – 20.00 น.

หากเป็นวันเสาร์และอาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งเป็นวันหยุดนั้น ผู้คนส่วนมาก ช่วงเวลาที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดมักจะเป็นช่วงเวลาประมาณ 13:00 น. – 16:00 น. ฝ่าย Film and Programming ก็วางแผนรอบฉายในช่วงเวลานั้น ๆ ที่คิดว่าจะมีผู้เข้าชมมากที่สุดไว้เป็นรอบฉายหลักและไล่รอบเวลาก่อนและหลังตามความยาวรวมทั้งหมดของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ โดยสามารถยืดหยุ่นได้หากรอบแรกและรอบสุดท้ายของภาพยนตร์ไม่สัมพันธ์กับเวลาเปิดและเวลาปิดของศูนย์การค้า หรือเวลาเปิดปิดที่กำหนดไว้ของโรงภาพยนตร์ในแต่ละสาขา

จากนั้นฝ่าย Film and Programming จะส่งรอบฉาย (Hardtop) ของแต่ละสาขาไปยังสาขานั้น ๆ เพื่อให้ผู้จัดการสาขา (Cinema Manager) ตรวจสอบและสามารถปรับเปลี่ยนเวลาหรือสลับโรงภาพยนตร์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าของแต่ละและส่งกลับไปฝ่าย Film and Programming อีกครั้ง โดยดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในวันอังคารของทุกสัปดาห์ เนื่องจากข้อมูลตารางรอบเวลาการฉายภาพยนตร์นี้ ต้องส่งให้กับทางฝ่ายศิลป์เพื่อจัดทำรูปแบบส่งให้กับหนังสือพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์รอบฉาย

อนึ่ง ความสามารถในการจัดรอบเวลาฉายของภาพยนตร์แต่ละเรื่องจะดีหรือไม่สามารถพิจารณาได้จากอัตราผู้เข้าชมต่อที่นั่งของโรงภาพยนตร์แต่ละโรง ซึ่งโรงภาพยนตร์เอสเอฟ ซิเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครองนั้นเป็นโรงภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในการวัดอัตราผู้เข้าชมต่อที่นั่ง

ภาพที่ 6.18 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการจัดรอบเวลาฉายภาพยนตร์โรงภาพยนตร์ เอส เอฟ ซีเนม่า ซีตี้ สาขามานูญครอง



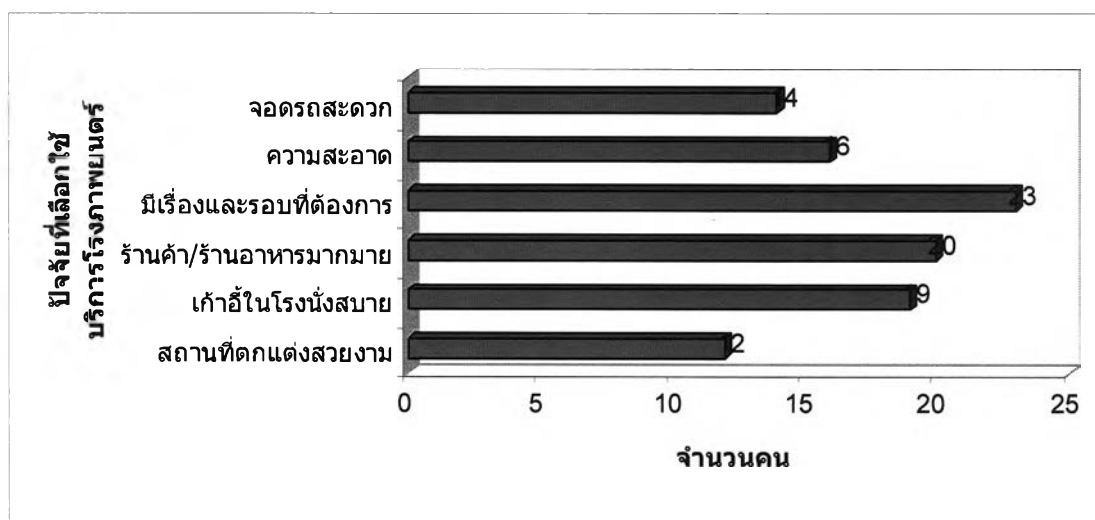
ที่มา จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซีตี้ สาขามานูญครอง จำนวน 30 คน ในวันเสาร์ที่ 16 กรกฎาคม 2548

จากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการจัดรอบเวลาฉายภาพยนตร์ พบว่าจากผู้ให้บริการทั้งหมด 30 คน มีผู้พึงพอใจจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ไม่พอใจ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17 และเฉย ๆ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ซึ่งในส่วนของผู้ที่รู้สึกเฉย ๆ เลือกที่จะใช้บริการอื่น ๆ ของโรงภาพยนตร์ในระหว่างรอชมภาพยนตร์ และในส่วนของผู้ใช้บริการที่พึงพอใจเนื่องจากไม่ได้คิดมาก่อนมาต้องการชมภาพยนตร์เรื่องใด รอบเวลาใด แต่เมื่อมาถึงโรงภาพยนตร์แล้วมีภาพยนตร์เรื่องใด รอบเวลาไหน ก็สามารถเข้าชมได้ทันที

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์ผู้ให้บริการเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการเลือกโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซีตี้ สาขามานูญครอง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการจำนวน 30 คน ดังจะเห็นได้จากการมีผู้ใช้บริการที่คำนึงถึงความสะดวกในการจอดรถ จำนวน 14 คน ผู้ใช้บริการที่คำนึงถึงความสะดวกของโรงภาพยนตร์ จำนวน 16 คน ผู้ใช้บริการที่คำนึงถึงเรื่องและรอบเวลาของภาพยนตร์ที่ต้องการชม จำนวน 23 คน ผู้ใช้บริการที่คำนึงถึงร้านค้าต่าง ๆ

ที่มีให้เลือกมากมาย จำนวน 20 คน ผู้ใช้บริการที่คำนึงถึงความสะดวกที่จะได้รับจากเก้าอี้ในโรงพยาบาลนอน จำนวน 19 คน และคำนึงถึงความสะดวกของการตกแต่งสถานที่สวยงามเป็นจำนวน 12 คน

ภาพที่ 6.19 ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลนอน เอส เอฟ ซีเนม่า ซีดี สาขา มานูญครอง



ที่มา จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนอน เอส เอฟ ซีเนม่า ซีดี สาขา มานูญครอง จำนวน 30 คน ในวันเสาร์ที่ 16 กรกฎาคม 2548

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนอน เอส เอฟ ซีเนม่า ซีดี สาขา มานูญครอง จึงสามารถสรุปได้ว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดและความสะดวกของพื้นที่โรงพยาบาลนอน มากกว่าความสะดวกของสถานที่

โรงพยาบาลนอน เอส เอฟ ซีเนม่า ซีดี สาขา มานูญครอง ใช้การสื่อความหมายด้วยการจัดพื้นที่ให้สามารถสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งก็คือการสร้างให้เกิดความแตกต่าง และทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าไม่มีสิ่งใดทดแทนการมาชมภาพยนตร์ในโรงพยาบาลนอนได้ โดยสามารถสรุปได้ว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้สึกพึงพอใจในการจัดพื้นที่ของโรงพยาบาลนอนระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความหลากหลาย และความสะดวกสบายของรูปแบบเก้าอี้ก็เป็นการสื่อความหมายที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ เพราะผู้ใช้บริการต้องการได้เลือกเก้าอี้ที่บ่งบอก

ถึงความเป็นตัวตน และเหมาะสมกับความต้องการมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นทางเลือกสำหรับ  
ผู้ให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทุกกลุ่มทุกชนชั้น โดยผู้ให้บริการมีแนวโน้ม  
ที่จะเลือกชมภาพยนตร์ด้วยเก้าอี้ที่ดีและราคาแพงขึ้น ขึ้นอยู่กับความนิยมและคุณภาพของ  
ภาพยนตร์เรื่องที่ต้องการชมอีกด้วย