

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาถึง ความเปลี่ยนแปลงของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในรูปแบบของ Time Series โดยพิจารณาถึงจุดกำเนิด ความเป็นมา สถานภาพ ในปัจจุบันรวมทั้งสภาพทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย นอกจากนี้ยังต้องการศึกษาถึงวิธีการส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ด้วย โดยรวบรวมข้อมูลดังกล่าวจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องและทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ( Depth Interview ) กับผู้ดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ประชากรที่ศึกษา

บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์ทั่วไปและระบบมัลติเพล็กซ์และผู้ที่มีความรู้และความชำนาญเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

##### 2. กลุ่มตัวอย่าง

บริษัทเจ้าของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ non-probability sampling เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์ได้เป็น 3 กลุ่มคือ

2.1 ผู้ดำเนินการโรงภาพยนตร์ทั่วไป เพื่อศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการของโรงภาพยนตร์ก่อนที่จะมาเป็นโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ซึ่งได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ( Key Informants ) จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

- 1) คุณชัยวัฒน์ ทวีวงศ์แสงทอง บริษัท ไฟว์สตาร์โปรดักชั่น จำกัด
- 2) คุณสุชาติ วุฒิชัย บริษัท เอเพ็กซ์ภาพยนตร์ จำกัด

3) คุณสมศักดิ์ จิวสุวรรณ กรรมการบริหาร บริษัท มงคลฟิล์ม จำกัด  
ผู้ดำเนินการโรงภาพยนตร์ในเครือสหมงคลฟิล์ม

2.2 ผู้ดำเนินการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ เพื่อดูพัฒนาการ ความ  
เป็นมาและการส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ โดยเฉพาะเลือกเฉพาะ  
โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ที่เปิดให้บริการแล้วในเขตกรุงเทพมหานคร บุคคลที่เป็นผู้ให้  
ข้อมูลสำคัญ ได้แก่

- 1) คุณอมรรัตน์ หอมหวล ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์บริษัท  
เอ็นเตอร์เทน โกลเด็น วิลเลจ จำกัด ผู้ดำเนินการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเครืออีจิวี
- 2) คุณธนกร ปุทธิเวคินทร์ รองกรรมการผู้จัดการบริษัท เวลแลนด์  
ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ผู้ดำเนินการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์
- 3) คุณสุพจน์ หุดากร ผู้จัดการทั่วไปบริษัท สยาม-ยูเอทีซี จำกัด  
ผู้ดำเนินการโรงภาพยนตร์ ยูไนเต็ด อาร์ทิสต์ เรียบเตอร์ซึ่งจะเปิดให้บริการในเดือนมิถุนายน พ.ศ.  
2540

2.3 ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีในโรงภาพยนตร์ได้แก่ บริษัทติดตั้ง  
ระบบเสียงและระบบการฉายภาพยนตร์ เพื่อศึกษาพัฒนาการของเทคโนโลยีที่ใช้ในโรงภาพยนตร์  
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ

- 1) คุณภราดร เล็กประเสริฐ บริษัท เซอร์ราวด์ จำกัดซึ่งเป็นผู้ทำ  
การติดตั้งระบบเสียงให้กับโรงภาพยนตร์ เอ็น.เค. 6
- 2) Mr.Benjamin Ng ผู้จัดการส่วนภูมิภาค บริษัท อินเทอร์เน็ตเอ็นชั่นแนล  
เรียเตอร์เทคโนโลยี จำกัด ผู้ติดตั้งระบบเสียงและระบบการฉายภาพยนตร์ให้กับโรงภาพยนตร์  
ในเครืออีจิวี
- 3) คุณประทีป แก้วเรือง ฝ่ายเทคนิคและซ่อมบำรุงโรงภาพยนตร์ใน  
เครือเมเจอร์

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

##### 1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลเอกสาร ได้แก่ ข้อมูลประเภทบทความ บทสัมภาษณ์จาก หนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ ซึ่งสามารถเก็บรวบรวมได้จากห้องสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และห้องสมุดคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทั้งนี้ในข้อมูล ประเภทเอกสารนั้น นอกจากนั้นยังได้ทำการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ในนิตยสารภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ต่างๆ และวิดีโอเทปรายการโทรทัศน์ของบุคคลผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจโรงภาพยนตร์ซึ่งไม่สามารถทำการ สัมภาษณ์ได้โดยตรงซึ่งได้แก่

- 1) บทสัมภาษณ์คุณสุชาติ พิสิฐวุฒินันท์ ผู้บริหารโรงภาพยนตร์ เอ็นเค 6 จากนิตยสาร ซีเนแม็ก ปีเศษหลัง ธันวาคม 2539
- 2) บทสัมภาษณ์คุณสถาพร สิริสิงห กรรมการบริหาร บริษัท สยามยูเอ ทีซี จำกัด จากนิตยสาร ซีเนแม็ก ปีเศษหลัง ธันวาคม 2539
- 3) บทสัมภาษณ์คุณสิทธิพร ศรีสงวนกุล บริษัท โกลเด้น ดิก แอดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด ผู้แทนจำหน่ายดอลบี้ สเตอริโอในประเทศไทย จากนิตยสารซีเนแม็ก ปีแรก ธันวาคม 2537
- 4) บทสัมภาษณ์ คุณวิชัย พูลวรลักษณ์ ประธานกรรมการบริหาร โรงภาพยนตร์ในเครืออีจี้วีและคุณวิชา พูลวรลักษณ์ ประธานกรรมการบริหารโรงภาพยนตร์ เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์จากรายการAsian Business Report ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5

1.2 ข้อมูลบุคคล โดยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพร้อมด้วยการจดบันทึกและบันทึกเทปในขณะสัมภาษณ์

นอกจากนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ( Key informant ) โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ชมภาพยนตร์ในส่วนที่เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ หรือ การเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ จึงได้ทำการสำรวจพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ของผู้ชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ขึ้นด้วยโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เข้ามาชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ระบบ มัลติเพล็กซ์ 3 แห่งซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกัน ได้แก่

- 1) โรงภาพยนตร์ซีคอน 14 เป็นตัวแทนของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของเครืออีจี้วีซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า



2) โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ปิ่นเกล้า ( ตรงข้ามกับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า ) เป็นตัวแทนของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ซึ่งตั้งอยู่โดดๆ โดยมีโรงภาพยนตร์เป็นจุดขายหลักและร้านค้าอื่นๆเป็นรอง

3) โรงภาพยนตร์สยามสแควร์มัลติเพล็กซ์ เป็นตัวแทนของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งร้านค้าต่างๆ

โดยได้ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามกับผู้ที่มาใช้บริการในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ทั้ง 3 แห่งข้างต้นโดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ( Accidental Sampling ) และแจกแบบสอบถามเฉพาะวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้มาชมภาพยนตร์เป็นจำนวนมาก

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) แนวคำถามที่ได้ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

- พัฒนาการของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย
- สภาพของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในปัจจุบัน
- ปัจจัยที่ทำให้เกิดโรงภาพยนตร์ระบบนี้ขึ้นมา
- ลักษณะเด่นของโรงภาพยนตร์ที่แตกต่างจากโรงภาพยนตร์ในอดีต
- จุดเด่น จุดด้อยของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ
- เทคโนโลยีที่ใช้ในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์
- ข้อดีและข้อเสียของเทคโนโลยีแต่ละชนิด
- ปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจประเภทนี้
- การดำเนินการเกี่ยวกับภาพยนต์ที่จะมาฉาย เช่น การคัดเลือก การวางแผนจัดโปรแกรม การนำภาพยนต์ออกจากโปรแกรม
- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด
- การตอบรับจากผู้ชม
- ประโยชน์ที่ผู้ชมจะได้รับ
- ทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์และเทคโนโลยีโรงภาพยนตร์

ในประเทศไทย

2) แบบสอบถาม ใช้ในการสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ชมภาพยนตร์เกี่ยวกับโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ ในภาคผนวก ก.

### 3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลนั้นได้ทำโดยการเปรียบเทียบข้อมูลเดียวกันจากแหล่งต่างๆ ประกอบกับการพิจารณาถึงความเป็นไปได้และความน่าเชื่อถือในข้อมูลนั้นๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลในการนำเสนอต่อไป สำหรับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. วิเคราะห์พัฒนาการของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย โดยอาศัยข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลประเภทเอกสาร ประกอบกับข้อมูลในการสัมภาษณ์บุคคล และข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมผู้ชมภาพยนตร์เพื่อทราบถึงภาพรวมของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยนับจากอดีตจนถึงยุคของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์
2. วิเคราะห์วิธีการส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์โดยอาศัยข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลประเภทเอกสารและการสัมภาษณ์บุคคลผู้ดำเนินธุรกิจทั้งโรงภาพยนตร์โดยทั่วไปและโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เป็นหลัก โดยมีข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ชมภาพยนตร์มาเสริม
3. วิเคราะห์ทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ อาศัยข้อมูลทั้งจากเอกสารในประเทศไทยและวารสารต่างประเทศซึ่งได้มีผู้วิเคราะห์ถึงแนวโน้มของโรงภาพยนตร์ในอนาคตไว้แล้วบ้าง อีกทั้งเทคโนโลยีบางอย่างก็ได้เริ่มมีแล้วในต่างประเทศ หากแต่ยังไม่มี การนำเข้ามาใช้ในประเทศไทย และยังอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกด้วย

### กรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นได้กำหนดกรอบการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. กรอบการวิเคราะห์พัฒนาการและทิศทางของโรงพยาบาลนตรีระบบมัลติเพล็กซ์ วิเคราะห์ตามแนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโรงพยาบาลนตรี โดยดูถึงปัจจัย 2 ประการคือ

1.1 ปัจจัยทางด้านอุปสงค์ ( Demand ) ของธุรกิจโรงพยาบาลนตรีโดยวิเคราะห์ถึงรูปแบบการใช้เวลาว่างของผู้บริโภคในยุคใหม่ที่มีส่วนอย่างยิ่งในการก่อให้เกิดศูนย์การค้าครบวงจรซึ่งมีโรงพยาบาลนตรีรวมอยู่ในนั้นด้วย นอกจากนี้ยังรวมถึงวัฒนธรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ซึ่งเกิดจากการไหลของวัฒนธรรมจากต่างประเทศด้วย

1.2 ปัจจัยทางด้านอุปทาน ( Supply ) ของธุรกิจโรงพยาบาลนตรีโดยวิเคราะห์ถึงแรงจูงใจจากเจ้าของโรงพยาบาลนตรีเองว่าเป็นการลงทุนเพื่อผลกำไรหรือเพื่อสิ่งใดและวิเคราะห์ถึงเทคโนโลยีของสื่อต่างๆและสื่อโรงพยาบาลนตรีที่มีส่วนในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจโรงพยาบาลนตรี

2. กรอบการวิเคราะห์กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ความจริงแล้ววิธีการส่งเสริมการตลาดนั้นมีส่วนผสมหลายอย่าง โดยเฉพาะวิธีการส่งเสริมการขาย ( Sales Promotion Strategy ) และวัตถุประสงค์ในการใช้วิธีการส่งเสริมการขาย, ประเภทของวิธีการส่งเสริมการขายที่เลือกใช้ และเหตุผลที่เลือกกลยุทธ์ดังกล่าว

### การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลเป็นลักษณะของการบรรยายและสรุปเป็นแผนภาพและตาราง