

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน เรื่อง การประเมินสภาพแวดล้อมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินการโดยประกอบไปด้วย ปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปในระดับมหภาค ปัจจัยสภาพแวดล้อมในระดับการดำเนินงาน และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์ไทยจำนวน 258 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 2 ส่วน ซึ่งผ่านการตรวจ สอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และความเชื่อมั่นแล้ว แบบสอบถามได้รับคืนอย่างสมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 127 ฉบับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่า  $t$ -test

#### สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้ง 3 ชนิดดังกล่าวมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
2. บริษัทที่มีปัจจัยกิจการแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั้ง 3 ชนิดแตกต่างกัน
3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการ
4. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้จัดการที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในแต่ละชนิดแตกต่างกัน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร โดยมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

### ขั้นที่ 1. ศึกษาขอบเขตของเนื้อหาที่จะใช้ในการสร้างแบบสอบถาม ได้แก่

- ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยเอกสารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย บทความจากวารสาร หนังสือพิมพ์ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เอกสารทั้งของหน่วยงานราชการ และเอกชนอื่นๆ ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต หอสมุดแห่งชาติ โดยได้ศึกษาถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

**ขั้นที่ 2.** สร้างแบบสอบถาม โดยใช้คำถามแบบปิด (Closed-end Questions) ซึ่งเป็นลักษณะคำถามให้เลือกตอบหลายรูปแบบ การเรียงลำดับ และแบบคำถามแบบเปิด (Open-end Questions) แบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ

ตอนที่ 1 สอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจโรงภาพยนตร์เกี่ยวกับ ผลกระทบของปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี พ.ศ. 2546 โดยใช้สเกลความสำคัญ(Importance Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ ประกอบด้วย ปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป 15 ข้อ ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน 14 ข้อ และข้อมูลภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ 10 ข้อ รวมทั้งสิ้น 39 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในระดับต่างๆที่มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี พ.ศ. 2546 โดยเป็นคำถามลักษณะกำหนดคำตอบเลือกจำนวน 2 ข้อ และคำถามลักษณะใช้สเกลความสำคัญจำนวน 2 ข้อ รวมทั้งสิ้น 4 ข้อ

### ขั้นที่ 3. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม มีการดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือ และได้ปรับปรุงแก้ไขจำนวนคำชี้แจงต่างๆในแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงและแก้ไขแล้ว นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการ ณ โรงภาพยนตร์เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.05

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ(Primary Data) โดยแบ่งออกเป็น การสัมภาษณ์(Interview) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาจากหนังสือ บทความ วารสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ตของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศ

### สรุปผลการวิจัย

1. ระดับของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในภาพรวม มีระดับผลกระทบปานกลาง และพบว่าด้านเทคโนโลยีมีระดับผลกระทบมาก และสามารถจัดลำดับของผลกระทบมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้

อันดับ 1 การเปลี่ยนแปลงของวิถีการดำเนินชีวิต (ด้านสังคมและวัฒนธรรม) เป็นผลกระทบเชิงบวก

อันดับ 2 อัตราการขยายตัวของจำนวนประชากร (ด้านสังคมและวัฒนธรรม) เป็นผลกระทบเชิงบวก

อันดับ 3 การป้องกันทรัพย์สินทางปัญญา (ด้านเทคโนโลยี) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 4 เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (ด้านเทคโนโลยี) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 5 การพัฒนาระบบสื่อสาร (ด้านเทคโนโลยี) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 6 การปรับตัวของราคาสินค้า (ด้านเศรษฐกิจ) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 7 การปรับปรุงอุปกรณ์ เครื่องมือ (ด้านเทคโนโลยี) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 8 สถานะอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบัน (ด้านเศรษฐกิจ) เป็นผลกระทบเชิง ลบ

อันดับ 9 ระดับรายได้ของผู้บริโภคในปัจจุบัน (ด้านเศรษฐกิจ) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 10 ระดับการว่างงานในปัจจุบัน (ด้านเศรษฐกิจ) เป็นผลกระทบเชิง ลบ

อันดับ 11 การออกกฎหมายที่มีผลกระทบ (ด้านการเมือง และกฎหมาย) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 12 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาษีภาพยนตร์ (ด้านการเมือง และกฎหมาย) เป็นผลกระทบเชิงลบ

อันดับ 13 มาตรการส่งเสริมการส่งออก (ด้านการเมือง และกฎหมาย) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 14 ระดับการศึกษา (ด้านสังคมและวัฒนธรรม) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 15 ศาสนาและความเชื่อ (ด้านสังคมและวัฒนธรรม) เป็นผลกระทบเชิง บวก

2. ระดับของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในภาพรวม มีระดับผลกระทบปานกลาง และพบว่าด้านลูกค้ามีระดับผลกระทบมากที่สุด และสามารถจัดลำดับของผลกระทบมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้

อันดับ 1 รสนิยมการชมภาพยนตร์ (ด้านลูกค้า) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 2 ความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ (ด้านลูกค้า) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 3 กลยุทธ์ของกลุ่มแข่ง (ด้านคู่แข่งชั้น) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 4 จำนวนคู่แข่งชั้น (ด้านคู่แข่งชั้น) เป็นผลกระทบเชิง บวก

อันดับ 5 การพิถีพิถันกับการสร้างภาพยนตร์ของผู้ผลิต (ด้านผู้ขาย/ผู้ผลิต) เป็นผลกระทบเชิง บวก

- อันดับ 6 ชื่อเสียงของตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์ (ด้านผู้ขาย/ผู้ผลิต) เป็นผลกระทบเชิง บวก
- อันดับ 7 สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ (ด้านสมาคมการค้า) เป็นผลกระทบเชิง บวก
- อันดับ 8 สมาคมผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ (ด้านสมาคมการค้า) เป็นผลกระทบเชิง บวก
- อันดับ 9 สวัสดิการ/ค่าจ้างแรงงาน (ด้านแรงงาน) เป็นผลกระทบเชิง บวก
- อันดับ 10 ตลาดแรงงาน (ด้านแรงงาน) เป็นผลกระทบเชิง บวก
- อันดับ 11 สัดส่วนของการถือหุ้น (ด้านหุ้นส่วน) เป็นผลกระทบเชิง บวก
- อันดับ 12 การเข้ามาบริหารกิจการของหุ้นส่วน (ด้านหุ้นส่วน) เป็นผลกระทบเชิง บวก
- อันดับ 13 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครหุ้นส่วน (ด้านรัฐบาล) เป็นผลกระทบเชิง บวก
- อันดับ 14 เทศบัญญัติควบคุมอาคารของรัฐบาล (ด้านรัฐบาล) เป็นผลกระทบเชิง บวก

3.ระดับของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในภาพรวม และรายด้าน มีระดับผลกระทบมาก และพบว่าด้านทรัพยากรในองค์กรมีผลกระทบมากที่สุด และสามารถจัดลำดับของผลกระทบมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้

- อันดับ 1 ท่าเลที่ตั้งโรงภาพยนตร์ (ด้านทรัพยากรในองค์กร)
- อันดับ 2 เทคโนโลยี (ด้านทรัพยากรในองค์กร)
- อันดับ 3 เครื่องมืออุปกรณ์ (ด้านทรัพยากรในองค์กร)
- อันดับ 4 การเงิน (ด้านทรัพยากรในองค์กร)
- อันดับ 5 ข้อมูล (ด้านทรัพยากรในองค์กร)
- อันดับ 6 บุคคลากร (ด้านทรัพยากรในองค์กร)
- อันดับ 7 การไหลของงาน (ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร)
- อันดับ 8 ความผูกพันของพนักงาน (ด้านวัฒนธรรมภายในองค์กร)
- อันดับ 9 การติดต่อสื่อสาร (ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร)
- อันดับ 10 ความคาดหวัง (ด้านวัฒนธรรมภายในองค์กร)
- อันดับ 11 การจัดการทั่วไป (ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร)
- อันดับ 12 บรรทัดฐานและค่านิยมร่วมกัน (ด้านวัฒนธรรมภายในองค์กร)
- อันดับ 13 อำนาจหน้าที่ (ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร)
- อันดับ 14 ระบบความเชื่อ (ด้านวัฒนธรรมภายในองค์กร)

4. ระดับของการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยสภาพแวดล้อมในระดับต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ และผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในภาพรวม มีระดับผลกระทบปานกลาง และสามารถจัดลำดับของผลกระทบมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้

อันดับ 1 ตัวภาพยนตร์

อันดับ 2 การดำเนินการด้านกลยุทธ์การทำตลาด

อันดับ 3 เงินลงทุน

อันดับ 4 กลุ่มผู้ชมภาพยนตร์

อันดับ 5 ผู้กำกับภาพยนตร์

อันดับ 6 ระบบภาพยนตร์

5. รูปแบบเนื้อหาภาพยนตร์ไทยที่ผู้ชมให้ความนิยมสูงสุดในช่วงปี พ.ศ. 2546 ที่มีความสัมพันธ์ และมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสามารถจัดลำดับของผลกระทบมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้

อันดับ 1 นู้แอ็คชั่น

อันดับ 2 ตลก

อันดับ 3 โรแมนติก

อันดับ 4 ประวัติศาสตร์

อันดับ 5 ฆาตกรรม

อันดับ 6 ชีวิต

อันดับ 7 วิทยาศาสตร์

อันดับ 8 อื่นๆ

6. ผลการทดสอบระดับผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรในด้านต่างๆ ด้วยค่าสถิติ  $t$ -test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้ง 3 ระดับในภาพรวมและรายด้าน พบว่า มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

7. ผลการทดสอบระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป จำแนกตามสถานประกอบการโรงภาพยนตร์ แสดงผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ  $t$ -test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ในภาพรวมแล้วความแตกต่างระหว่างสถานประกอบการมีผลกระทบต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ในแต่ละด้านมีระดับผลกระทบ ไม่แตกต่างกัน

8. ผลการทดสอบระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน จำแนกตามสถานประกอบการ โรงภาพยนตร์ แสดงผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าด้าน 0.05 พบว่า ในภาพรวมแล้วความแตกต่างระหว่างสถานประกอบการมีผลกระทบต่อปัจจัยสมรรถนะการดำเนินงาน มีระดับผลกระทบ แตกต่างกันไป

9. ผลการทดสอบระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จำแนกตามสถานประกอบการ โรงภาพยนตร์ แสดงผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ในภาพรวมแล้ว ความแตกต่างระหว่างสถานประกอบการ มีผลกระทบต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าในแต่ละด้าน มีระดับผลกระทบไม่แตกต่างกัน

10. ผลการทดสอบระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป จำแนกตามความแตกต่างระหว่างสถานประกอบการ แสดงผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ในภาพรวมแล้ว บริษัทที่มีสถานประกอบการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ไม่แตกต่างกัน

11. ผลการทดสอบระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน จำแนกตามความแตกต่างระหว่างสถานประกอบการ แสดงผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ในภาพรวมแล้ว บริษัทที่มีสถานประกอบการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ด้านสมรรถนะการดำเนินงาน มีความแตกต่างกัน

12. ผลการทดสอบระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จำแนกตามความแตกต่างระหว่างสถานประกอบการ แสดงผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ในภาพรวมแล้ว บริษัทที่มีสถานประกอบการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ไม่แตกต่างกัน

13. ข้อมูลไม่มีคุณสมบัติเพียงพอที่จะทดสอบจากจำนวนที่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนแตกต่างกันมาก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทที่น้อยกว่า 30 ปี มีจำนวน 115 ราย ตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทระหว่าง 31-35 ปี มีจำนวน 7 ราย ตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทระหว่าง 36 – 40 ปี มีจำนวน 3 ราย และตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทมากกว่า 41 ปี มีจำนวน 2 ราย

14. ข้อมูลไม่มีคุณสมบัติเพียงพอที่จะทดสอบจากจำนวนที่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนแตกต่างกันมาก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทที่

น้อยกว่า 30 ปี มีจำนวน 115 ราย ตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทระหว่าง 31-35 ปี มีจำนวน 7 ราย ตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทระหว่าง 36 – 40 ปี มีจำนวน 3 ราย และตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทมากกว่า 41 ปี มีจำนวน 2 ราย

15. ข้อมูลไม่มีคุณสมบัติเพียงพอที่จะทดสอบจากจำนวนที่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนแตกต่างกันมาก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทที่น้อยกว่า 30 ปี มีจำนวน 115 ราย ตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทระหว่าง 31-35 ปี มีจำนวน 7 ราย ตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทระหว่าง 36 – 40 ปี มีจำนวน 3 ราย และตอบว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทมากกว่า 41 ปี มีจำนวน 2 ราย

16. ผลการทดสอบระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงาน แสดงผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ในภาพรวมแล้ว ความแตกต่างระหว่างจำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงานของบริษัทที่แตกต่างกัน มีระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน

17. ผลการทดสอบระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงาน แสดงผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ในภาพรวมแล้ว ความแตกต่างระหว่างจำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงานของบริษัทที่แตกต่างกัน มีระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ไม่แตกต่างกัน

18. ผลการทดสอบระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงาน แสดงผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ในภาพรวมแล้ว ความแตกต่างระหว่างจำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงานของบริษัทที่แตกต่างกัน มีระดับของผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ไม่แตกต่างกัน

## อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย นั้นมีสมมติฐานว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย จากการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 127 ราย โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและความ

คิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์

ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทต่ำกว่า 30 ปี มีจำนวนพนักงานในบริษัทจะมีน้อยกว่า 50 คน ส่วนมากเป็นเพศชาย โดยมีอายุต่ำกว่า 30 ปี และระดับการศึกษาของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับอนุปริญญา เนื่องจากงานเกี่ยวกับธุรกิจภาพยนตร์เป็นงานที่ไม่เน้นวุฒิการศึกษาพนักงานที่มีความรู้สูง แต่จะให้ความสำคัญกับการใช้พนักงานที่มีอายุน้อยๆ ความสามารถในการโน้มน้าว ชักจูงให้ผู้ชมมาสนใจเข้าชมภาพยนตร์ที่กำลังเข้าฉายอยู่ในช่วงเวลานั้น

### ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2546

#### 1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ประกอบด้วย

1.1 ด้านเศรษฐกิจ สำหรับปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การปรับตัวของราคาสินค้า ซึ่งการปรับตัวของราคาสินค้านั้นเป็นผล กระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา บรรดาผู้ประกอบการธุรกิจประเภทต่างๆก็ล้วนแต่ปรับราคาสินค้า และบริการของตนให้สูงขึ้นรวมทั้งผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์เองก็ปรับราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์ ถึงแม้ว่าราคาบัตรชมภาพยนตร์จะมีราคาแพงขึ้นแต่ก็ไม่แพงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทอื่นๆที่ปรับราคาขึ้น นอกนี้ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์เองก็พยายามพัฒนารูปแบบโรงภาพยนตร์ให้มีความทันสมัยทั้งด้านรูปแบบตัวโรงภาพยนตร์ แสง สี เสียง และคุณภาพของตัวภาพยนตร์เอง เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน และถึงแม้ว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมาระดับของราคาสินค้าจะเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น เช่น ราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์แพงขึ้น ราคาอาหารและเครื่องดื่มแพงขึ้น แต่ผู้ประกอบการก็ยังคงเห็นว่า การปรับตัวของราคาสินค้าทำให้เกิดผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยตัวนี้เป็น ผลกระทบเชิงบวก( อ้างถึง บทสรุปสำหรับผู้บริหาร เรื่อง โรงภาพยนตร์ : แหล่งบันเทิงยอดฮิต ...ธุรกิจ 2,000 ล้าน จากผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ของคนในกรุงเทพและปริมณฑล วันที่ 4 ตุลาคม 2539 ของบริษัทศูนย์วิจัยกิจการไทย(2539) พบว่า การขยายธุรกิจโรงภาพยนตร์ครอบคลุมพื้นที่กันอย่างกว้างขวางทั้งในกรุงเทพ และต่างจังหวัด นับเป็นนิมิตหมายที่ดีต่อผู้ชม

ให้ได้มีโอกาสชมภาพยนตร์ที่มีคุณภาพทั่วทั้งประเทศ เพื่อผ่อนคลายความเครียดอันมีสาเหตุมาจากปัญหาต่างๆที่รุมเร้าได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะโรงภาพยนตร์จะเป็นแหล่งบันเทิงราคาไม่แพงนักที่ชนทุกชั้นสามารถหาความบันเทิงได้ เมื่อเปรียบเทียบกับสถานบันเทิงอื่นๆ)

1.2 ด้านสังคมและวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงของวิถีการดำเนินชีวิต คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์ให้ความสำคัญว่าเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการมากที่สุดปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากแนวโน้มของรูปแบบวิถีชีวิตที่เป็นอยู่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันจะหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องของความสะดวกสบาย รวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการต่างพยายามพัฒนา และขยายธุรกิจโรงภาพยนตร์ไปตามแหล่งต่างๆที่จะสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเดินทางไปชมภาพยนตร์ที่ใกล้บ้าน หรือที่ผู้บริโภคไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางนานๆ จะสังเกตได้ว่าปัจจุบันผู้ประกอบการต่างแข่งขันกันขยายสาขาโรงภาพยนตร์มากขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของวิถีการดำเนินชีวิตเป็นผลกระทบ ในเชิงบวก ( อ้างถึงผลสำรวจพฤติกรรมชมภาพยนตร์ของคนกรุงเทพฯและปริมณฑล ระหว่างวันที่ 29 เมษายน 2542-21 พฤษภาคม 2542 ของบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย(2542) พบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1,432 ราย ประชาชนส่วนใหญ่ นิยมชมภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.1 ขณะที่เลือกชมภาพยนตร์แบบเดี่ยวร้อยละ 26.9 เพราะมีการรวบรวมความบันเทิงไว้หลายรูปแบบ )

1.3 ด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมายที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การออกกฎหมายที่มีผลกระทบต่อธุรกิจภาพยนตร์ไทย การลอกเลียนแบบภาพยนตร์ การไปแอบถ่ายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์และนำออกมาจำหน่ายในราคาถูก แต่เนื่องจากปัจจุบันรัฐบาลได้หันมาสนใจและออกกฎหมายเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ ทำให้บรรดาผู้ประกอบการเกิดการตื่นตัวมากขึ้น และพร้อมที่จะมีการพัฒนารูปแบบ เทคนิคการถ่ายทำภาพยนตร์ออกมาให้หลากหลาย เพื่อจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ ซึ่งการตื่นตัวของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเรื่องนี้ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจภาพยนตร์ไทยนั้น จึงเห็นได้ว่าในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ( พ.ศ. 2545-2546 ) เป็นผลกระทบในเชิงบวก ( อ้างถึง บทสรุปสำหรับผู้บริหาร เรื่อง โรงภาพยนตร์ : แหล่งบันเทิงยอดฮิต...ธุรกิจ 2,000 ล้าน จากผลการสำรวจพฤติกรรมชมภาพยนตร์ของคนในกรุงเทพฯและปริมณฑล วันที่ 4 ตุลาคม 2539 ของบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2539) พบว่า ธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง หลังจากที่ซบเซาลงอย่างมากตั้งแต่ช่วงปี 2524-2531 ทั้งนี้เพราะการนำกฎหมายลิขสิทธิ์มาใช้และการควบคุมร้านจำหน่ายและให้เช่าวิดีโออย่างเข้มงวด ทำให้สามารถสกัดกั้นการแพร่ระบาดของวงการปลอมวิดีโอภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศลงไปได้อย่างมาก

ประกอบกับรัฐบาลลดภาษีนำเข้าฟิล์มภาพยนตร์ที่บันทึกแล้วจากต่างประเทศ ทำให้ตัวแทนจำหน่ายต่างนำเข้าภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงทำรายได้สูงจากต่างประเทศเข้ามาเสริมภาพยนตร์ไทยที่มีการพัฒนาคุณภาพทัดเทียมต่างประเทศ เนื่องจากรัฐบาลให้การส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจสร้างภาพยนตร์ และ ลดภาษีนำเข้าฟิล์มภาพยนตร์ที่ยังไม่ได้บันทึก ส่งผลให้ตลาดโรงภาพยนตร์ในประเทศคึกคัก มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เพิ่มขึ้นหลายรายโดยต่างแข่ง ขันพัฒนาโรงภาพยนตร์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าชมมากขึ้น)

1.4 ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์มากที่สุดคือ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เนื่องจากในปัจจุบันโลกเป็นสังคมแห่งการสื่อสาร หากผู้ประกอบการรายใดสามารถใช้ประโยชน์จากเครื่องมือสื่อสารและโทรคมนาคม ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ก็ย่อมจะได้เปรียบผู้แข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคม ที่เปิดช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ สำหรับผู้ประกอบการ คือระบบการสื่อสารบนเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ที่เชื่อมโยงไปทั่วโลก ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการสามารถสื่อสารกับผู้บริโภค ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นดูรอบภาพยนตร์สถานที่ชม เรื่องย่อภาพยนตร์ และตัวอย่างภาพยนตร์ เป็นต้น นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ต ยังเป็นช่องทางการจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ ของผู้ประกอบการที่สามารถขายได้ทันทีโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่ง สำหรับผู้ประกอบการสามารถโน้มน้าวให้ผู้บริโภคหันมาสนใจชมภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งในช่วงระยะเวลาผ่านมา (2545-2546) ผู้ประกอบการภาพยนตร์ เห็นว่าเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตนี้เป็นผลกระทบในเชิงบวก ( อ้างถึงวิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต เรื่อง “ความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ของ ชริรัตน์ ประจักษ์ธรรม (2541) พบว่า นิสิตนักศึกษามีความต้องการข้อมูลทางด้านข่าวสารด้านการส่งเสริมการจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ข้อมูลข่าวสารด้านการโฆษณา ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ และข้อมูลข่าวสารด้านการขายตรงตามลำดับ โดยข้อมูลข่าวสารที่มีระดับความต้องการเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การมีตัวอย่างภาพยนตร์ให้ชม ตารางเวลาการฉายภาพยนตร์ของแต่ละโรงแบบวันต่อวัน เนื้อเรื่องย่อของภาพยนตร์ที่เข้าฉาย การมีภาพนิ่ง(screenshot) จากภาพยนตร์ให้ชม และตารางเวลาฉายภาพยนตร์ของแต่ละโรงล่วงหน้า 1 สัปดาห์ นอกจากนี้นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการจัดตั้งเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยเป็นสิ่งจำเป็น โดยให้เหตุผลว่าเว็บไซต์โรงภาพยนตร์จะช่วยอำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ประกอบกับอินเทอร์เน็ตจะมีผู้ใช้บริการแพร่หลายมากขึ้นและนักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเปิดให้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านทางเว็บไซต์เป็นสิ่งจำเป็น โดยให้เหตุผลว่าช่วยเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และช่วยเพิ่มยอดจำหน่ายตั๋วภาพยนตร์ได้ ในด้านแนวโน้มพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษา ต่อเว็บไซต์โรงภาพยนตร์นั้น นักศึกษา

ส่วนมากมีแนวโน้มจะเข้าชมเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์ที่เข้าฉายเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์และโปรแกรมฉาย เพื่อความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ และดาวน์โหลดของแจกเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์ และนักศึกษาส่วนมากมีแนวโน้มจะใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ทางอินเทอร์เน็ต โดยให้เหตุผลในการใช้บริการว่าเป็นบริการที่ให้ความสะดวก และนักศึกษาเหล่านั้นก็ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นประจำอยู่แล้ว )

## 2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ประกอบด้วย

2.1 ด้านลูกค้า รสนิยมในการชมภาพยนตร์ของผู้บริโภคถือเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจมากที่สุดปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากรสนิยมของผู้บริโภคนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำมาให้เพื่อพัฒนาปรับปรุงคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเนื้อหาภาพยนตร์ ระบบภาพยนต์ที่จะสะท้อนถึงรสนิยมของผู้ชมแต่ละรายเพื่อให้มาสนใจชมภาพยนตร์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถนำประโยชน์ของเรื่องรสนิยมมาช่วยในการพัฒนาให้โรงภาพยนตร์ดูหรูหรา สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้เองเราจึงเห็นโรงภาพยนตร์ในปัจจุบันมีความโอ้อ่า หรูหรา หลากสไตล์ ทันสมัยมากมาย และมักจะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน ดังนั้นผลกระทบที่เกิดจากการชมภาพยนตร์ของผู้บริโภคนั้น ผู้ประกอบการจึงเห็นว่าเป็นผลกระทบ ในเชิงบวก ( อ้างถึงวิทยานิพนธ์เรื่อง “อิทธิพลของภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่มีต่อภาพยนตร์ไทยร่วมสมัย : กรณีศึกษาภาพยนตร์ประเภทบู๊ เขย่าขวัญ และประเภทสยองขวัญ ของ ปาริชาติ พรหมโยธี (2543) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าตลอดระยะเวลาของประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย อิทธิพลของภาพยนตร์ฮอลลีวูดปรากฏออกมาให้เห็นในรูปแบบเทคนิคการผลิตและการเล่าเรื่องแต่ไม่สม่ำเสมอภาพยนตร์ร่วมสมัยได้รับอิทธิพลของภาพยนตร์ฮอลลีวูดมาก ที่สุดในส่วนของเนื้อหา เช่น โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร และรูปแบบ เช่น องค์ประกอบของฉาก การทำงานของกล้อง การตัดต่อเทคนิคพิเศษ เป็นต้น การวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ยุคปัจจุบันให้ความสำคัญแก่พฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมาก ดังนั้น ผู้สร้างภาพยนตร์ชาวไทยจึงต้องผลิตภาพยนตร์ไทยที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับภาพยนตร์ ฮอลลีวูด เพื่อที่จะตอบสนองรสนิยมของผู้ชมทั่วไป )

2.2 ด้านคู่แข่ง กลยุทธ์คู่แข่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยหนึ่ง ด้วยปัจจุบันจำนวนของสถานประกอบการโรงภาพยนตร์มีเพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการต่างพยายามหากกลยุทธ์ทางการ ตลาดต่างๆเพื่อโน้มน้าว ชักจูงให้ผู้ชมเดินทางมาชมภาพยนตร์ให้มากขึ้น เช่น การซื้อบัตรชมภาพยนตร์แล้วได้รับส่วนลด การจัดโปรแกรมชมภาพยนตร์ก่อนใครตามโรงภาพยนตร์ต่างๆที่เข้าร่วมโครงการ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นการพยายามวางกลยุทธ์ทางการตลาด

เพื่อดึงลูกค้าทั้งสิ้น และกลยุทธ์คู่แข่งขั้นนี้เองที่จะเป็นตัวช่วยผลักดันให้บรรดาผู้ประกอบการเร่งพัฒนาระบบโรงภาพยนตร์ของตนให้ดียิ่งขึ้นกว่าที่อื่นๆ และยังผู้ประกอบการรายใดสามารถวางกลยุทธ์คู่แข่งขั้นได้ดีที่สุด นั่นก็หมายความว่าผู้ประกอบการรายนั้นจะสามารถคงความได้เปรียบคู่แข่งเอาไว้ได้ ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา (พ.ศ. 2545-2546) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์เห็นว่าเรื่องกลยุทธ์คู่แข่งขั้นเป็นผล กระทบในเชิงบวก (อ้างถึงสารนิพนธ์ เรื่อง “โครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันของตลาดภาพยนตร์ ของ วิโรจน์ ทรัพย์โสทร(2537) พบว่า โครงสร้างของตลาดภาพยนตร์ประกอบด้วยโรงภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ และบริษัทภาพยนตร์ โดยเน้นการแข่งขันในด้านคุณภาพของโรงภาพยนตร์ เพราะราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์มีความใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังมีการทำกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การร่วมชิงโชคกับภาพยนตร์ มีการทำบัตรสมาร์ตการ์ด เป็นต้น) และ (อ้างถึงวิทยานิพนธ์ เรื่อง “พัฒนาการทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย” ของ มนฤดี ธาดาอำนวยชัย(2541) พบว่า โรงภาพยนตร์ในประเทศไทยนั้น ได้มีการพัฒนาเรื่อยมาจนกระทั่งในยุคปัจจุบัน คือ ยุคของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เกิดขึ้นในประเทศไทยมี 3 ปัจจัยหลัก ๆ คือปัจจัยทางด้านผู้ประกอบการ โรงภาพยนตร์ ปัจจัยด้านภาพยนตร์ซึ่งเป็นสินค้าสำคัญของโรงภาพยนตร์และปัจจัยทางด้านผู้ชมภาพยนตร์และยังพบว่า วิธีการส่งเสริมตลาดมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ผู้ชมยอมรับโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ทั้งนี้ การใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์มากขึ้นและเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงภาพยนตร์ ระบบมัลติเพล็กซ์)

2.3 ด้านผู้ขาย/ผู้ผลิต ความพึงพิถันกับการสร้างภาพยนตร์ของผู้ผลิตเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจภาพยนตร์ไทยโดนตลาดหนังต่างประเทศเข้ามา ตีแรง ดังนั้น สร้างภาพยนตร์ไทยเองจึงต้องมีการสกรีนหนังมากขึ้น เพื่อให้ภาพยนตร์ไทยออกที่สร้างมามีมาตรฐานในระดับหนึ่งให้เท่ากับตลาดหนังต่างประเทศ และเต็มไปด้วยประสิทธิภาพ คุณภาพ ทั้งด้านเทคนิคการสร้าง การคัดสรรตัวแสดง สถานที่ถ่ายทำ เป็นต้น หากภาพยนตร์ไทยที่สร้างมีความน่าสนใจก็จะสามารถเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่จะสามารถกระตุ้นให้คนดูออกมาดูหนังกันมากขึ้น ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ( พ.ศ. 2545-2546 ) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์เล็งเห็นว่า เรื่องความพึงพิถันกับการสร้างภาพยนตร์ของผู้ผลิตเป็นผลกระทบ ในเชิงบวก ( อ้างถึงวิทยานิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรคัลบภาพยนตร์ไทยของผู้เขียนบทภาพยนตร์ พ.ศ. 2538-2542 ของ มนต์ศักดิ์ เกษศิรินทร์เทพ (2543) การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่า วิธีการสร้างสรรคัลบภาพยนตร์ไทยของผู้เขียนบทภาพยนตร์นั้น มี 3 วิธี คือ 1. แนวคิดกำหนดโดยผู้อำนวยการสร้าง 2. แนวคิดกำหนดโดยผู้กำกับภาพยนตร์ และ 3. ผู้เขียนบทเสนอแนวคิดและร่วม

ทำบทภาพยนตร์กับผู้อำนวยการสร้าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้าง สรรค์บทภาพยนตร์ ได้แก่ 1. ตัวผู้เขียนบทภาพยนตร์เอง 2. วิธีการทำงานที่มีผู้อำนวยการสร้างและผู้กำกับภาพยนตร์ทำหน้าที่ เป็นเสมือนเป็นนายทวารข่าวสาร 3. นโยบายขององค์การผู้ผลิต และ 4. ปัจจัยทางสังคมและการเมือง คือระบบการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ )

2.4 ด้านแรงงาน สวัสดิการ/ค่าจ้างแรงงาน ถือเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจมากที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของเรื่องสวัสดิการ/ค่าจ้างแรงงานสำหรับพนักงานของตน เนื่องจากหากพนักงานได้รับค่าตอบแทน และเงินสวัสดิการที่เหมาะสม ก็จะเป็นแรงจูงใจอีกทางหนึ่งในการดำเนินงาน โดยในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา(พ.ศ. 2545-2546) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์เห็นว่า สวัสดิการ/ค่าจ้างแรงงานเป็นผลกระทบในเชิงบวก

2.5 ด้านรัฐบาล ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครจากรัฐบาล ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดอีกประการหนึ่ง เนื่องจาก ปัจจุบันธุรกิจโรงภาพยนตร์มีการเติบโตเพิ่มขึ้นโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มีการขยายธุรกิจ โรงภาพยนตร์ของตนทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่าง จังหวัด และการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการเพื่อต้องการดึงดูดลูกค้า สำหรับรองรับความต้องการของลูกค้าให้มาใช้บริการในเครือของตน คุณจะมีแนวโน้มที่รุนแรงขึ้น อย่งไรก็ตาม การพัฒนารูปแบบของโรงภาพยนตร์เพื่อให้เป็นศูนย์กลางแห่งความบันเทิงไม่ว่าจะในพื้นที่ของศูนย์การค้า หรือแบบ stand alone มีสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการแต่ละรายพึงตระหนักถึงไม่น้อยไปกว่าเรื่องของเทคนิคที่ทันสมัย ระบบแสง สี เสียง การจองตัว คือ เรื่องของความเข้มงวดเกี่ยวกับความปลอดภัยของการชมภาพยนตร์ในศูนย์การค้า อันตรายต่างๆ อันเกิดจากอัคคีภัยในศูนย์การค้า หรือ ณ โรงภาพยนตร์ ความ รวมถึงเรื่องของอนามัย ความสะอาดในโรงภาพยนตร์ สิ่ง ที่กล่าวมาเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์จะสามารถนำไปปัจจัยเหล่านี้เพื่อเกื้อหนุนให้ธุรกิจโรงภาพยนตร์ของตนเติบโตและขยายตัวเพิ่ม ขึ้นเช่นกัน (อ้างถึงผลสำรวจพฤติกรรมชมภาพยนตร์ของคนกรุงเทพฯและปริมณฑล

ระหว่างวันที่ 29 เมษายน 2542 - 21 พฤษภาคม 2542 ของบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2542) พบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1,432 ราย กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับทางเข้า-ออกในโรงภาพยนตร์มายังห้างสรรพสินค้าร้อยละ 57.5 รองลงมาให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ดับเพลิงร้อยละ 22.2 บันไดหนีไฟ ร้อยละ 19.3 ซึ่งหากมีการตรวจสอบ พบว่า โรงภาพยนตร์ใดไม่มีความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างนั้นก็จะไม่ไปชมยังโรงภาพยนตร์แห่งนั้นถึงร้อยละ 69.8 มีเพียงร้อยละ 30.2 ที่ยังไปชมตามปกติ และอ้างถึง บทสรุปสำหรับผู้บริหาร เรื่อง โรงภาพยนตร์ : แหล่งบันเทิงยอดฮิต...ธุรกิจ 2,000 ล้าน จากผลการสำรวจพฤติกรรมชมภาพยนตร์ของคนในกรุงเทพฯและปริมณฑล วันที่ 4 ตุลาคม 2539 ของบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2539) พบว่า หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรเข้ามา

สอดคล้องดูแลในเรื่องราคาบัตร รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายหน้าโรงภาพยนตร์ เพื่อความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค รวมทั้งเข้มงวดต่อการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์โดยเฉพาะ โรงภาพยนตร์ชั้น 2 เพื่อป้องกันปัญหาสังคม แบบ อาชญากรรมที่จะติดตามมา ที่ไม่ควรมองข้ามคือ เรื่องความปลอดภัยของการชมภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้า จากการสำรวจ พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่ไม่ตระหนักตระหนักรู้ถึงอันตรายจากอัคคีภัยในห้างสรรพสินค้า ซึ่งผู้ ประกอบการเจ้าของโรงภาพยนตร์ก็ไม่เคยละเลยหน่วยงานของรัฐก็ควรใช้มาตรการที่เข้มงวดในการตรวจตราอย่างต่อเนื่อง และมีบทลงโทษที่รุนแรงเพื่อป้องกัน โศกนาฏกรรมที่อาจเกิดแก่ผู้ชมภาพยนตร์ในกรณีที่เกิดเพลิงไหม้ในห้างสรรพสินค้า)

2.6 ด้านหุ้นส่วน สัดส่วนของการถือหุ้น และการเข้ามาบริหารกิจการของหุ้นส่วน ทั้ง 2 ปัจจัยนี้เป็นสิ่งที่ผู้ ประกอบการสนใจมากเท่าเทียมกัน เนื่องจากธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยเป็นลักษณะแบบคนไทยเป็นผู้ถือหุ้น 100 เปอร์เซ็นต์ และการเข้ามาบริหารงานก็บริหารงานโดยคนไทย ดังนั้น รูปแบบของสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน จะเป็นเสมือนครอบครัวเดียวกัน ไม่เข้มงวดมากเกินไป มีความยืดหยุ่นในการทำงาน ส่งผลให้เกิดเป็นความผูกพันกันระหว่างพนักงานกับพนักงาน หรือระหว่างนายจ้างกับพนักงาน ผู้ประกอบการ โรงภาพยนตร์เห็นว่าทั้งเรื่องสัดส่วนของการถือหุ้น และการเข้ามาบริหารกิจการของหุ้นส่วนเป็นผลกระทบ ในเชิงบวก ( อ้างถึง บทสรุปสำหรับผู้บริหาร เรื่อง โรงภาพยนตร์ : แหล่งบันเทิงยอดฮิต...ธุรกิจ 2,000 ล้าน จากผลการสำรวจพฤติกรรมชมภาพยนตร์ของคนในกรุงเทพและปริมณฑล วันที่ 4 ตุลาคม 2539 ของบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย(2539) พบว่าในปี 2540 จะยังขยายตัวสูงต่อไปโดยคาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 3,000 ล้านบาททีเดียว เม็ดเงินของธุรกิจดังกล่าวจึงทำให้มีผู้ประกอบธุรกิจโรงภาพยนตร์ต่างพากันขยายกิจการกันอย่างกว้างขวาง ทั้งที่เปิดดำเนินการโดยชาวไทย หรือการร่วมลงทุนระหว่างนักลงทุนชาวไทย และผู้ประกอบการผู้มีชื่อเสียงในธุรกิจภาพยนตร์จากต่างประเทศ โดยมี โครงการที่จะเปิดดำเนินการ โรงภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้าอีกหลายแห่งทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และขยายตัวไปยังเมืองเศรษฐกิจหลัก และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในแต่ละภูมิภาค อาทิ ขอนแก่น นครราชสีมา พัทยา พิษณุโลก สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช เป็นต้น นอกจากนี้ยังเน้นพัฒนารูปแบบโรงภาพยนตร์ให้ทันสมัยทั้งด้านรูปแบบตัวโรงภาพยนตร์ แสง สี ควบคู่กับการสรรหาภาพยนตร์ที่มีคุณภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้าสู่ตลาดอย่างกว้างขวาง เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้ชมภาพยนตร์ในเครือของตนจำนวนมาก และอ้างอิง ข้อมูลเศรษฐกิจและธุรกิจ-สำนักงานวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เรื่องโรงภาพยนตร์ วันที่ 30 เมษายน 2548 โดย น.ส.จิตนา ตั้งจิตธรรม ใจความว่า ปี 2548 ธุรกิจโรงภาพยนตร์มีแนวโน้มแข่งขันรุนแรงขึ้น โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 95 ให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่างในด้าน

บริการ เช่น นวัตกรรมในการบริการซื้อและจองบัตรชมภาพยนตร์ผ่านช่อง ทางใหม่ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ ผ่าน Call Center ผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น)

2.7 ด้านสมาคมการค้า สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ และสมาคมผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ เป็นอีก 2 ปัจจัยหลักของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ให้ความสำคัญ เท่าเทียมกัน เนื่องจากทั้ง 2 องค์กรต่างมีความพยายามที่จะร่วมมือกับบรรดาผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ และผู้สร้างภาพยนตร์ เพื่อเป็นการผลักดันให้ภาพยนตร์ไทยสามารถแข่งขันกับหนังจากฮอลลีวูดได้ โดยเป็นการนำพานักวิชาการคนทำหนัง ทั้งผู้อำนวยการสร้าง ผู้กำกับ ดารา นักแสดง บุคคลที่เกี่ยวข้องในวงการ ตลอดจนสื่อมวลชนไปร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์ จนสามารถทำให้ภาพยนตร์ไทยได้รับความสนใจจากต่าง ประเทศ และประสบความสำเร็จอย่างน่าภาคภูมิใจระดับหนึ่ง โดยในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา (พ.ศ. 2545-2546) ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์เห็นว่าสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ และสมาคมผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์เป็นผลกระทบในเชิงบวก(อ้างถึงวิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต เรื่อง “บทบาทของรัฐในการตรวจพิจารณาภาพยนตร์” ของ ขนิษฐา จิตต์ประกอบ(2541) พบว่า รัฐยังคงเข้ามามีบทบาทเกี่ยวกับการควบคุมดูแลทางด้านขนบธรรมเนียม ศีลธรรม ประเพณี และการเผยแพร่สื่อในลักษณะลามกอนาจารและด้านกามารมณ์เป็นส่วนใหญ่ โดยยังคงเป็นไปในรูปแบบของคณะกรรมการ การตรวจพิจารณาภาพยนตร์ ซึ่งควรมีการปรับปรุงองค์ประกอบของคณะกรรมการฯ ที่มาจากหน่วย งานภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น เชื่อว่า จะเป็นการพัฒนาวงการภาพยนตร์ไทยต่อไปได้ในระดับหนึ่ง)

3. ระดับของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

3.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร การไหลของงานเป็นปัจจัยหนึ่งสำหรับโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรที่ผู้ประกอบการเล็งเห็นความสำคัญ เนื่องจาก การทำงานในบริษัทต้องอาศัยการ ร่วม งานกันจากคนหลายแผนกร่วมมือกัน จึงจะสามารถให้บริษัทประสบความสำเร็จไม่ว่าจะเป็นฝ่ายการ ตลาดจำเป็นต้องคิดการวางแผนการตลาด การออกโปรโมชันต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ จากลูกค้า เช่น การมีกิจกรรมต่างๆ ในช่วงก่อน และ หลังชมภาพยนตร์ ฝ่ายบริการลูกค้า จำเป็นต้องคิดหาวิธีการ และ พยายามให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าและพยายามโน้มน้าว ดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความสนใจในกิจกรรมต่างๆ ที่ฝ่ายการตลาดจัดขึ้น ส่วนพนักงานจำหน่ายตั๋วภาพยนตร์ พนักงานต้อนรับ และพนักงานที่ดูแลลูกค้า ณ โรงภาพยนตร์นั้นๆ จำเป็นต้องรักษามารยาทที่ดีต่อลูกค้า การใช้คำพูดที่สุภาพ การยกมือไหว้ การขอบคุณ หรือให้ข้อมูลต่างๆ เมื่อลูกค้าเกิดข้อสงสัย สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ควรตระหนักถึง ทั้งนี้ การ

พึ่งพาอาศัยกัน การร่วมงานกัน การถ่ายโอนข้อมูลข่าวสารระหว่างฝ่ายหนึ่งถึงอีกฝ่ายหนึ่งจะต้องครบถ้วนเข้าใจเป็นไปในทางเดียวกันจึงจะสามารถ ทำให้บริษัทของตนประสบความสำเร็จ และเจริญเติบโตขึ้นได้ ดังนั้น การไหลของงานจึงมีความสำคัญมากในบริษัท

3.2 ด้านวัฒนธรรมภายในองค์กร ความผูกพันของพนักงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากที่สุดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลนคร เนื่องจากความผูกพันของพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมในการทำงาน ที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสนใจ จากปัจจัยการไหลของงานในข้อ 3.1 นั้น เป็นเหตุผลที่เชื่อมโยง และมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับเรื่องของความผูกพันของพนักงาน หากพนักงานมีอัธยาศัย ไม่ตรีที่ดีต่อกัน มีความเอื้อเฟื้อเกื้อกูลกัน ช่วยเหลืองานกันทำในแต่ละฝ่ายหรือระหว่างก็ตาม สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้การดำเนินงานต่างๆ ไม่ติดขัด และ งานที่ดำเนินอยู่ก็จะมีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพมากขึ้นเช่นกัน

3.3 ด้านทรัพยากรในองค์กร ท่าเลที่ตั้งโรงพยาบาลนครเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับทรัพยากรในองค์กรที่ผู้ประกอบการ ควรจะให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากว่าท่าเลที่ตั้งเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภค สะดวกในการใช้บริการ โรงพยาบาลนคร โดยไม่ต้องเดินทางนาน และเสียค่าใช้จ่ายสูง โรงพยาบาลนครควรอยู่ในบริเวณชุมชน หรือห้างสรรพสินค้า ซึ่งจะทำให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น โรงพยาบาลนครที่อยู่ในสยาม เป็นท่าเลที่ดี เพราะ วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมเดินสยามกันมาก และช้อปปิ้ง เพื่อซื้อสินค้า ซึ่งทำให้โรงพยาบาลนครมีคนใช้บริการมากขึ้น (อ้างถึงวิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการชมภาพยนตร์ไทย และต่างประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ของกัณทิมา บัวเอี่ยม (2545)” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อชมภาพยนตร์พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ และภาพ ยนตร์ตัวอย่างในโรงพยาบาลนคร มีผลต่อการชมภาพยนตร์ไทยในระดับมาก)

4. การเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยสภาพแวดล้อมในระดับต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ และมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในภาพรวม ระดับที่มีผลกระทบมากที่สุดคือ ตัวภาพยนตร์เพราะคนไทยดูภาพยนตร์ส่วนใหญ่ สนใจที่ลักษณะของเรื่องและการผูกเรื่องที่ น่าสนใจ และระดับรองลงมา ก็เป็นการโฆษณาของภาพยนตร์และการทำตลาด คนไทยส่วนใหญ่จะดูภาพยนตร์โดยดูจากโฆษณาในโทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ และโบชัวร์ ที่แจกตามสถานบันเทิงต่าง ๆ เช่น บริเวณโรงพยาบาลนคร, บริเวณหน้าห้างสรรพสินค้า และ บริเวณอื่น ๆ เป็นต้น ส่วนต่อไปที่คนไทยความสนใจคือ เงินทุนในการทำภาพยนตร์ในเรื่องนั้น ๆ เช่น ถ้าภาพยนตร์เรื่องใดที่ ใช้เงินในการลงทุนสูง ๆ และมีการโฆษณาก็จะ ได้ผู้ชมมากขึ้นด้วย โคนมีผลมาจากผู้ชมที่รู้ก็อยากจะดูภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ด้วย (อ้างถึงวิทยานิพนธ์เรื่อง “พัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย”

ของ มลฤดี ธาธาอำนวยการ(2539) พบว่า พัฒนาการของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยนั้นได้มีการพัฒนาเรื่อยมาจนกระทั่งปัจจุบัน คือ ยุคของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ปัจจัยสำคัญที่ทำให้โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เกิดขึ้นในประเทศไทยมี 3 ปัจจัยและหนึ่งใน 3 ปัจจัยนั้น คือ ปัจจัยด้านตัวภาพยนตร์ ภาพยนตร์ในปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้นทั้งในเรื่องของเนื้อหา ความสมจริง ตลอดจนการนำเทคโนโลยีทางด้าน Special Effect มาประยุกต์ใช้ทำให้ภาพยนตร์มีความสมจริงมากขึ้น )

5. รูปแบบเนื้อหาภาพยนตร์ไทยที่ผู้ชมให้ความนิยมสูงสุดในช่วงปี พ.ศ. 2545-2546 ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยหนึ่งคือ เนื้อหาภาพยนตร์ในรูปแบบบู๊แอ็คชั่น มากที่สุดเนื่องจากผู้ชมภาพยนตร์ส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่นจนถึงกลุ่มคนวัยทำงาน ดังนั้นลักษณะนิสัยของคนกลุ่มนี้จะชอบความตื่นเต้นสนุกสนานเสียส่วนใหญ่ และระดับต่อมาคนไทยให้ความนิยมกับภาพยนตร์ตลก เบาสมอง เพราะสภาพสังคมในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง และมักจะมีปัญหาเกี่ยวกับความเครียดทั้งเรื่องการทำงาน หรือการเรียน การเดินทางที่ต้องใช้เวลาเดินทางนานในแต่ละวัน ดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องการดูภาพยนตร์ตลก เบาสมอง เพื่อคลายความ เครียด ( อ้างถึงวิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษาทัศนคติของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน ที่มีต่อภาพยนตร์ไทย ของศิริรังษี สุกคต(2540) พบว่าพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ยังชอบชมภาพยนตร์ไทยอยู่ ภาพยนตร์ที่เลือกชมมากที่สุดคือ ภาพยนตร์บู๊ เหตุผลในการชมภาพยนตร์ไทย ชมเพื่อต้องการความบันเทิงโดยไปเลือกชมกับเพื่อนๆ ช่วงเวลาคือ เสาร์- อาทิตย์ สถานที่เลือกไปชมคือ ในห้างสรรพสินค้าที่มีโรงภาพยนตร์)

#### ข้อเสนอแนะทางการตลาด

##### 1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปในระดับมหภาค

1.1 ผลการวิจัย พบว่า ในรายดานนั้น ด้านเทคโนโลยี มีระดับของผลกระทบมาก ดังนั้นผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ควรให้ความสนใจเรื่องของความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์และนำไปประยุกต์ใช้กับเทคนิคงานสร้างภาพยนตร์ การบริการของโรงภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็น การปรับปรุงอุปกรณ์ เครื่องมือ ช่องทางการสื่อสารไร้พรหมแดนที่สำคัญอย่างอินเทอร์เน็ตให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีเปลี่ยนแปลง และแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในกรุงเทพ มหานครในยุคปัจจุบันเพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้ชมมาชมภาพยนตร์เพิ่มขึ้น

1.2 ผลการวิจัย พบว่า ในส่วนของรายละเอียดในแต่ละด้านนั้น เรื่องการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตมีผลกระทบในเชิงบวก มากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ และเอาใจใส่ในเรื่องของแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนกรุงเทพฯ ที่เปลี่ยนแปลงไป โดย ณ สถานประกอบการ โรงภาพยนตร์แต่ละแห่งควรรวบรวมบันทึกเอาไว้อย่างครบวงจร ทั้งเรื่องของโรงภาพยนตร์ ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทาง และรวมความบันเทิงครบวงจร

## 2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน

2.1 ผลการวิจัย พบว่า ในรายด้านนั้น ด้านลูกค้ามีระดับของผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการศึกษาเรื่องของความต้องการของผู้บริโภคซึ่งก็คือกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ที่ชมภาพยนตร์ไทย และสำรวจความต้องการในด้านต่างๆ เช่น ชอบรูปแบบ หรือแนวภาพยนตร์ไทย แนวใดบ้าง ทักษะคิดของกลุ่มผู้ชมที่มีต่อภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน เพื่อที่จะผลิตภาพยนตร์ไทยให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่

2.2 ผลการวิจัย พบว่า ในส่วนของรายละเอียดในแต่ละด้านนั้น รสนิยมในการชมภาพยนตร์ของลูกค้า มีผลกระทบในเชิงบวกสูงสุด ดังนั้น ผู้ประกอบการ โรงภาพยนตร์ควรจะมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเรื่องของรสนิยมของลูกค้า โดยมีการทำการวิจัยผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างภาพยนตร์อย่างทันเหตุการณ์ตรงกับรสนิยมและความต้องการของลูกค้า

## 3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

3.1 ผลการวิจัย พบว่า ในรายด้านนั้น ด้านทรัพยากรภายในองค์กร มีระดับของผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารงานภายในองค์กรเป็นหลักไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ของพนักงานในแต่ละระดับ การแบ่งอำนาจหน้าที่ให้แก่พนักงานตามความสามารถและความถนัดของแต่ละคน การติดต่อสื่อสารระหว่างกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร และนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยให้การดำเนินงานต่างๆง่ายขึ้น

3.2 ผลการวิจัย พบว่า ในส่วนของรายละเอียดในแต่ละด้านนั้น ท่าเลที่ตั้งโรงภาพยนตร์มีผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น หากผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะขยายสาขาโรงภาพยนตร์เพิ่มขึ้น การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ใกล้แหล่งชุมชนก็เป็นปัจจัยตัวหนึ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับเรื่องของการเดินทางไปในสถานที่ต่างๆที่ไม่ห่างกับที่อยู่อาศัยมากนัก เพื่อความสะดวก รวดเร็ว

4. ผลการวิจัย พบว่า ตัวภาพยนตร์ มีผลกระทบต่อธุรกิจภาพยนตร์ไทยมากที่สุด ดังนั้น การเลือกภาพยนตร์มาเข้าฉายผู้ประกอบการควรที่จะเลือกภาพยนตร์โดยคำนึงจากเนื้อหาภาพยนตร์ที่ผู้ชมให้

ความนิยมสูงสุด และจัดภาพยนตร์ประเภทนั้นๆให้เข้าฉายตามโรงภาพยนตร์ให้มากขึ้น ซึ่งได้แก่ ภาพยนตร์ที่เป็นรูปแบบ บู๊ แอ็คชั่น เนื่องจากเป็นข้อค้นพบที่เกิดจากผลการวิจัย และจากการ สัมภาษณ์ผู้ ประกอบ การโรงภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่สนใจเนื้อหา ภาพยนตร์แบบ บู๊ แอ็คชั่น นั้นมักจะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 15-35 ปี และส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. วิเคราะห์ผลกระทบของการเข้ามาของภาพยนตร์จากต่างประเทศกับภาพยนตร์ไทย
2. ศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา
3. ศึกษาศักยภาพของแนวโน้มการขยายตัวและการเติบโตของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย
4. ศึกษาความเป็นไปได้ของการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับกิจการภาพยนตร์ของชาติระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน
5. ศึกษาถึงความต้องการในการชมภาพยนตร์ไทยแนวสยองขวัญ หรือหนังผีซึ่งเป็น ภาพยนตร์อีกแนวหนึ่งที่กลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสนใจ