

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “พัฒนาการของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย” นั้นมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 2 ประการคือ

1. เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์วิธีการส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยซึ่งใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยชิ้นนี้ คือ ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ทั้งในระบบมัลติเพล็กซ์และระบบธรรมดา รวมทั้งผู้ที่ได้คลุกคลีหรือมีประสบการณ์ในฐานะผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจ โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ด้วยโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยสุ่มเลือกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญทางด้านโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ซึ่งมีคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้น

นอกจากทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกแล้วยังได้ดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจผู้ชมภาพยนตร์เพื่อทราบถึงความคิดเห็นและประโยชน์ที่ได้รับจากวิธีการทางการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์โดยทำการแจกแบบสอบถามกับผู้ชมภาพยนตร์ใน โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ 3 แห่งซึ่งได้สุ่มเลือกแบบเจาะจงเพื่อให้ได้รูปแบบของมัลติเพล็กซ์ที่แตกต่างกัน การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental Sampling) ในการเลือกผู้ที่มาตอบแบบสอบถามในโรงภาพยนตร์แต่ละแห่ง ทั้งนี้เพื่อนำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้ชมภาพยนตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการชมภาพยนตร์และการเข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

สรุปผล

สำหรับผลการวิจัยนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนคือ

1. ผลที่เกี่ยวกับพัฒนาการของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย
2. ผลเกี่ยวกับทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์
3. ผลที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

พัฒนาการของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย

พัฒนาการของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยนั้นมีมาตลอดในทุกยุคทุกสมัย ซึ่งสามารถสรุปเป็นยุคของการพัฒนาได้ 2 แบบคือ

1) การแบ่งยุคตามพัฒนาการของเทคโนโลยีหรือภาพยนตร์

โรงภาพยนตร์กับภาพยนตร์นั้นมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันอย่างมากแรกเริ่มที่ภาพยนตร์นำมาฉายให้ชาวโลกรู้จักนั้นต้องอาศัยโรงภาพยนตร์ในการเป็นช่องทางสื่อสารกับผู้ชม ดังนั้นแม้ว่าปัจจุบันได้มีสื่อใหม่ๆเกิดขึ้นและมีส่วนในการทำหน้าที่ถ่ายทอดภาพยนตร์ออกสู่สายตาประชาชน สื่อเหล่านั้นไม่สามารถทำหน้าที่แทนโรงภาพยนตร์ได้โรงภาพยนตร์จึงจำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามพัฒนาการของโรงภาพยนตร์และเทคโนโลยีในโรงภาพยนตร์ซึ่งเกิดขึ้นใน 2 ระบบคือ ระบบภาพและระบบเสียง

สำหรับระบบภาพนั้นได้มีการพัฒนาจากภาพขาวดำเป็นภาพสี จากภาพ 16 มม. เป็น 35 มม. เป็น 70 มม. และไวต์สกรีน (Wide Screen) ตามลำดับ ซึ่งการพัฒนาของระบบภาพเช่นนี้มีผลทำให้โรงภาพยนตร์ต้องปรับปรุงจอและเครื่องฉายเพื่อให้ฉายภาพยนตร์ที่มีคุณสมบัติต่างๆได้

ส่วนระบบเสียงนั้นได้มีการพัฒนาจากระบบโมโน (Mono) เป็นระบบสเตอริโอ จากสเตอริโอเป็นระบบสเตอริโอ เซอร์ราวด์ และท้ายสุดได้มีการพัฒนาเป็นระบบเสียงดิจิตอลดังที่ใช้กันอยู่ในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในปัจจุบัน การพัฒนาทางด้านระบบเสียง

ได้ส่งผลต่อการวางลำโพงภายในโรงรวมทั้งวัสดุเก็บเสียงที่ใช้ภายในโรง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ชมได้รับฟังเสียงที่ละเอียดและกระหึ่มขึ้น

2) การแบ่งยุคตามบริบททางสังคม

นอกจากที่โรงภาพยนตร์ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีแล้ว ยังได้มีการพัฒนาปรับปรุงรูปลักษณะของโรงภาพยนตร์เพื่อให้เข้ากับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของคนในสังคม และปัจจัยภายนอกอื่นๆ โดยสามารถแบ่งการพัฒนาออกเป็น 3 ยุค คือ

-ยุคโรงเดี่ยว (Stand Alone) เป็นยุคที่โรงภาพยนตร์มีขนาดใหญ่ประมาณ 1,000 ที่นั่งขึ้นไป สามารถฉายภาพยนตร์ได้ครั้งละ 1 เรื่องเท่านั้น ทำเลของโรงเดี่ยวนั้นส่วนมากมักอยู่ใจกลางเมืองหรือแหล่งชุมชนที่มีผู้อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

-ยุคมินิเธียเตอร์ (Mini Theatre) เป็นยุคที่โรงภาพยนตร์มีขนาดเล็กถึงกลาง คือมีขนาดประมาณ 150-200 ที่นั่ง เนื่องจากผู้ชมภาพยนตร์เริ่มลดจำนวนลงและเพื่อไม่ให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายจึงจำเป็นต้องลดขนาดของโรงภาพยนตร์ลง ทำเลของโรงภาพยนตร์ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน คือ เข้าไปอยู่ในห้างสรรพสินค้า

-ยุคมัลติเพล็กซ์ (Multiplex Theatres) คือ โรงภาพยนตร์จำนวนหลายโรงที่อยู่ภายในบริเวณเดียวกัน ห้องฉายของทุกโรงสามารถเชื่อมต่อและเดินทางได้รวมทั้งในทุกๆโรงต้องได้รับการบริหารจากเจ้าของเดียวกัน และต้องมีระบบเสียง ระบบภาพ ระบบบริการต่างๆที่มีคุณภาพสามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ชมภาพยนตร์ได้อย่างเต็มที่

การปรับตัวเป็นโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์นั้นเนื่องจากมินิเธียเตอร์มีคุณภาพไม่ดีพอทำให้จำนวนผู้ชมภาพยนตร์ลดลงไปอีก และเพื่อที่จะให้ผู้ชมกลับมาชมภาพยนตร์ก็จึงต้องปรับปรุงคุณภาพในทุกๆด้านของโรงภาพยนตร์รวมทั้งเพิ่มความหลากหลายให้ผู้ชมได้เลือกมากขึ้น

สำหรับการพัฒนาโรงภาพยนตร์เป็นระบบมัลติเพล็กซ์นั้นมีปัจจัยต่างๆเข้ามาเกี่ยวข้องมากมายซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นปัจจัยใหญ่ได้ 3 ประการคือ

1. ปัจจัยด้านผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ เป็นปัจจัยซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ หรืออีกนัยหนึ่งคือ เจ้าของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ได้แก่

1.1 โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในต่างประเทศประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยเมื่อเห็นดังนี้ จึงหันมาเปลี่ยนแปลงให้เป็นโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ด้วยหวังว่าจะประสบความสำเร็จเช่นเดียวกัน

1.2 ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์มีความกล้าที่จะลงทุนมากขึ้น เมื่อธุรกิจซบเซาลงผู้ประกอบการจึงต้องหาทางลงทุนสิ่งใหม่ๆ ให้กับตัวโรงภาพยนตร์เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับสื่อโรงภาพยนตร์ และเพื่อดึงให้ผู้ชมกลับมาชมภาพยนตร์เพิ่มขึ้น

1.3 กระแสของการแข่งขัน (Competition) เมื่อมีรายแรกทำแล้วประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการรายอื่นๆ จึงต้องหันมาสร้างโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ด้วยเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด (Market share)

1.4 การปรับตัวตามเทคโนโลยีของสื่ออื่นๆ ทุกวันนี้มีสื่อมวลชนประเภทใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งสื่อแต่ละประเภทยังมีข้อดีภายในตัวเองอยู่ ทำให้โรงภาพยนตร์นอกจากต้องแข่งขันกันเองแล้วยังต้องแข่งขันกับสื่ออื่นๆ ด้วย ดังนั้นโรงภาพยนตร์จึงต้องปรับตัวตามสื่ออื่นๆ ด้วยเช่นกัน

2. ปัจจัยทางด้านภาพยนตร์ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าภาพยนตร์และโรงภาพยนตร์มีความสัมพันธ์กันอย่างมาก ดังนั้นภาพยนตร์จึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อพัฒนาการของโรงภาพยนตร์

2.1 การพัฒนาของภาพยนตร์ ภาพยนตร์มีการพัฒนานำเทคโนโลยีใหม่ๆ ไล่เข้าไปอยู่เสมอ โรงภาพยนตร์จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาเช่นกัน เพื่อให้ผู้ชมภาพยนตร์ได้รับอรรถรสสูงสุดจากการชมภาพยนตร์

2.2 ผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ (Distributor) บริษัทภาพยนตร์ต่างประเทศได้เห็นถึงแนวโน้มในการยอมรับภาพยนตร์ต่างประเทศมากขึ้นของผู้ชมภาพยนตร์ไทย ดังนั้นจึงกล้านำ

ภาพยนตร์เข้ามาฉายมากขึ้น โรงภาพยนตร์จึงต้องมีจำนวนมากขึ้นเพื่อรองรับจำนวนภาพยนตร์ที่เพิ่มมากขึ้น

3. ปัจจัยด้านผู้ชมภาพยนตร์ ซึ่งได้แก่ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตมนุษย์ นั่นคือ คนไทยในปัจจุบันคำนึงถึงความสะดวกสบายมากขึ้น โรงภาพยนตร์จึงกลายเป็นสิ่งหนึ่งที่ต้องเข้าไปอยู่รวมในแนวคิดเรื่อง One Stop Shopping ซึ่งเป็นแนวคิดที่ภายในศูนย์การค้าแห่งหนึ่งต้องประกอบด้วยความบันเทิงอย่างครบครัน อีกทั้งปัญหาการจราจรที่ติดขัดทำให้คนไทยต้องการความสะดวกและได้ความครบครันในสถานที่เดียว

เมื่อเกิดโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ขึ้นแล้วนั้นไม่ใช่จะประสบความสำเร็จทุกโรง หากแต่ยังมีปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงในการดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ซึ่งได้แก่

1. ทำเลที่ตั้ง ทำเลที่ดีสำหรับการสร้างโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ คือ ทำเลซึ่งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีคนอาศัยอยู่มาก กล่าวคือ ต้องมีที่พักอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก และต้องมีสถาบันการศึกษาด้วยเนื่องจากกลุ่มนักเรียนนักศึกษาเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการชมภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงพฤติกรรมชมภาพยนตร์ของคนในแต่ละพื้นที่ด้วย เพราะพฤติกรรมของผู้ชมแต่ละพื้นที่ไม่เหมือนกัน

โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ไม่จำเป็นต้องตั้งอยู่ในศูนย์การค้าใหญ่แต่สามารถตั้งอยู่โดดๆ โดยมีร้านอาหารหรือร้านค้าต่างๆเข้ามาร่วมอยู่ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ตัวอย่างเช่น เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ซึ่งไม่ได้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า แต่มีผู้ชมมากนั้นเนื่องจากมีทำเลที่ดีคือ บริเวณปิ่นเกล้าซึ่งมีผู้พักอาศัยอยู่มากและมีสถาบันศึกษาอยู่รอบๆ อีกทั้งร้านค้าที่เข้ามาร่วมนั้นเป็นร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและผู้ชมยอมรับ แต่การตั้งในห้างสรรพสินค้าจะช่วยลดต้นทุนให้กับผู้ประกอบการในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งในห้างเองมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมอยู่แล้ว

2. ภาพยนตร์ ภาพยนตร์ถือเป็นสินค้าที่ออกสู่สายตาผู้ชมภาพยนตร์ หากภาพยนตร์ที่นำมาฉายไม่ดี แม้โรงภาพยนตร์จะดี ผู้ชมอาจไม่ไปชมก็ได้

3. เทคโนโลยี ภาพยนตร์เป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดค่าเข้ามาในโรงภาพยนตร์ แต่เทคโนโลยีภายในโรงภาพยนตร์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ผู้ชมภาพยนตร์ติดใจและกลับมาชมภาพยนตร์อีกเนื่องจากเป็นจุดที่สร้างอรรถรสให้กับผู้ชม

4. การลงทุนในตัวโรงภาพยนตร์ เพื่อให้ได้เทคโนโลยีที่ดีมาใช้ในโรงภาพยนตร์ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมาก เทคโนโลยีที่ดีและล้ำสมัยนั้นยังต้องอาศัยเงินลงทุนที่มากยิ่งขึ้น

5. การบริการ ธุรกิจโรงภาพยนตร์จัดว่าเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง ดังนั้นการบริการจึงจัดได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจ การบริการในที่นี่รวมถึง ความสะอาด ความปลอดภัย ความสะดวกในการซื้อตั๋วและการบริการของพนักงาน

6. การตลาด การตลาดเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมภาพยนตร์เกิดความสนใจในการชมภาพยนตร์เนื่องจากมีจุดดึงดูดใจให้กับผู้ชม การตลาดทำหน้าที่เหมือนกับภาพยนตร์ในการเรียกผู้ชมภาพยนตร์ให้เข้ามาชมภาพยนตร์มากๆ

ปัจจัยทั้งหมดข้างต้นมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ ซึ่งการดำเนินการทั้งหมดเพื่อให้ผู้ชมได้รับประโยชน์สูงสุด สำหรับประโยชน์ที่ผู้ชมจะได้รับจากโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ คือ

1. ผู้ชมมีโอกาสได้เลือกมากขึ้น
2. ความสะดวกสบาย
3. ความบันเทิง
4. ได้ดูภาพที่สมบูรณ์ขึ้น ดีขึ้น ได้อรรถรสที่ดี

2. ทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

ทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทยสามารถแบ่งทิศทางได้ เป็น 2 ด้าน คือ

2.1) ทิศทางการกระจายตัวของโรงพยาบาลนอร์ระบบมัลติเพล็กซ์ โดยจะมีการกระจายตัวไปทั่วเขตกรุงเทพมหานครและตามหัวเมืองใหญ่ๆของจังหวัดสำคัญๆในภูมิภาคต่างๆทั่วประเทศ

ในการกระจายตัวของโรงพยาบาลนอร์ระบบมัลติเพล็กซ์จะก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ๆของโรงพยาบาลนอร์ระบบมัลติเพล็กซ์ โดยโรงพยาบาลนอร์ในรูปแบบใหม่ที่จะเกิดขึ้นภายในปี 2540 นี้คือรูปแบบของเมกะเพล็กซ์ซึ่งเป็นโครงการของโรงพยาบาลนอร์ในเครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ เมกะเพล็กซ์เป็นโรงพยาบาลขนาดใหญ่มีจำนวนโรงพยาบาลนอร์ 20 โรง ซึ่งการตกแต่งของแต่ละโรงจะแตกต่างกันไปตามรูปแบบของแต่ละประเทศ

2.2) ทิศทางด้านเทคโนโลยี ในการพัฒนาด้านเทคโนโลยีนั้นประเทศไทยคงต้องมีการพัฒนาตามประเทศอื่นๆในกระแสโลก หากแต่การพัฒนานั้นคงจะไม่หยุดยั้งอยู่เพียงแค่อะบบมัลติเพล็กซ์เท่านั้นต้องมีการพัฒนาโรงพยาบาลนอร์ในรูปแบบใหม่ประเภทอื่นๆขึ้นมาอีก

โรงพยาบาลนอร์ในอนาคตนั้นคาดว่าจะมีโรงพยาบาลนอร์ผ่านดาวเทียมเกิดขึ้นในประเทศไทย โดยจะมีการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมไปยังโรงพยาบาลนอร์ในเครือซึ่งมีจันรับสัญญาณดาวเทียมนี้ทำให้สามารถฉายภาพนอร์ได้พร้อมๆกันแม้ว่าตัวโรงพยาบาลนอร์จะอยู่ห่างไกลกันก็ตาม

นอกจากโรงพยาบาลนอร์ผ่านดาวเทียมแล้ว ยังมีอีกเล็กทรอนิกส์เรียเตอร์ซึ่งกลุ่มบริษัทเทลคอมเอเชียมีโครงการจะทำขึ้นโดยจะนำโรงพยาบาลนอร์ขนาดเล็กหรือมินิเรียเตอร์มาผนวกเข้ากับร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเพื่อผู้ที่เดินทางระหว่างจังหวัดสามารถเข้ามาใช้บริการโดยจัดส่งหนังไปตามคลื่นดาวเทียมหรือเคเบิลใยแก้วนำแสง

3. วิธีการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในโรงพยาบาลนอร์ระบบมัลติเพล็กซ์

ผลในเรื่องนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนคือ

3.1 ผลจากผู้ประกอบการ

3.2 ผลจากผู้ชมภาพยนตร์

3.1 ผลจากผู้ประกอบการ

การใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดในโรงพยาบาลนตรีระบบมัลติเพล็กซ์นั้นมีวัตถุประสงค์หลัก

4 ประการคือ

3.1.1) เพื่อกระตุ้นความสนใจให้กับผู้ชม วิธีการส่งเสริมการตลาดที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ประการนี้คือ การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องที่เข้าฉาย

3.1.2) เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมไปชมภาพยนตร์ตามโรงมากขึ้น โดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์นี้ได้โดยใช้วิธีการ

- การใช้บัตรลดราคา
- การชิงโชค

3.1.3) สร้างนิสัยให้ผู้ชมขอชมภาพยนตร์ซึ่งสามารถใช้วิธีการ

- การแลกของรางวัล
- บัตรสมาชิกซึ่งเป็นบัตรของเครืออีจีวี

3.1.4) สร้างภาพลักษณ์ให้มีการยอมรับจากผู้ชม วิธีการที่ใช้คือ

- การจัดนิทรรศการตามวันสำคัญต่างๆหรือเทศกาลต่างๆ
- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับร้านค้าต่างๆ
- ชื้อบัตรชมภาพยนตร์แล้วได้รับของที่ระลึก
- การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อร่วมสนุกกับผู้ชมเป็นกรณีพิเศษ

จากวิธีการข้างต้นทำให้เห็นถึงวิธีการที่โรงพยาบาลนตรีแต่ละเครือนิยมใช้

-เครือโรงพยาบาลนตรีอีจีวี ใช้วิธีการเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชมภาพยนตร์และเพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมชมภาพยนตร์มากขึ้น โดยวิธีการที่มักใช้คือ

- บัตรสมาชิก
- การชิงโชค
- การส่งเสริมการตลาดในภาพยนตร์เรื่องต่างๆ
- การแลกของรางวัล

-โรงพยาบาลนตรีเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ใช้วิธีการทางการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ผู้ชมเกิดการยอมรับในโรงพยาบาลนตรี โดยวิธีการที่ใช้คือ

- บัตรเมเจอร์การ์ด

- การจัดนิทรรศการตามวันสำคัญต่างๆหรือเทศกาลต่างๆ
- การจัดกิจกรรมร่วมกับร้านค้าต่างๆ
- การแจกของที่ระลึกต่างๆให้กับผู้ชมภาพยนตร์
- การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อร่วมสนุกกับผู้ชมเป็นกรณีพิเศษ

วิธีการต่างๆที่ใช้นั้นสามารถประเมินความสำเร็จได้จากการตอบรับของผู้ชมซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ประเมินว่าผู้ชมให้การตอบรับเป็นอย่างดีโดยพิจารณาจากจำนวนผู้เข้าร่วมในแต่ละกิจกรรมนั้นมีจำนวนไม่น้อย

3.2 ผลจากผู้ชมภาพยนตร์

สำหรับข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดโรงภาพยนตร์ของผู้ชมภาพยนตร์ ซึ่งได้รับการสำรวจจากผู้ชมภาพยนตร์สามารถสรุปผลได้ดังนี้

3.2.1 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ ผู้ที่ชมภาพยนตร์บ่อยคือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนเพศชายและเพศหญิงนั้นมีพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไม่แตกต่างกันคือชมภาพยนตร์บ่อยๆกัน

3.2.2 การเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง

กิจกรรมต่างๆที่ทางโรงหนังจัดขึ้นนั้นหากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมตามลำดับ (เรียงจากมากไปน้อย) ดังนี้

1. บัตรลดราคา, บัตรสมาชิกบัตร
2. ซื้อสินค้า อาหารแล้วได้รับส่วนลดในการซื้อบัตรชมภาพยนตร์หรือได้บัตรฟรี
3. ซื้อบัตรชมภาพยนตร์แล้วได้รับของที่ระลึกหรือของแจก
4. ได้ของที่ระลึกเกี่ยวกับภาพยนตร์
5. การจัดนิทรรศการหรือเทศกาล อาทิเช่น เทศกาลหนังออกสการ์

เทศกาลหนังแอ็คชั่น

6. ได้รับความคุ้มครองราคาค่าบัตรชมภาพยนตร์
7. ชมภาพยนตร์รอบพิเศษกับรายการวิทยุ นิตยสาร รายการโทรทัศน์และเคเบิลทีวี
8. ได้รับความคุ้มครองชงโชค
9. การแจกบัตรชมภาพยนตร์ในรายการวิทยุ โทรทัศน์และนิตยสาร

เมื่อพิจารณาการเข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดของผู้ชมภาพยนตร์ร่วมกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แล้วพบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์มากคือ เพศหญิง ผู้ที่มีอายุระหว่าง 16-20 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษาและเป็นผู้ที่ชมภาพยนตร์บ่อย

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างได้ทราบข่าวการจัดกิจกรรมต่างๆของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์จากหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาคือ ภายในตัวโรงหนังเอง และถัดมาคือ จากเพื่อน

สำหรับสาเหตุที่ผู้ชมไม่เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโรงหนังจัดขึ้นนั้น สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือก คือ ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารการจัดกิจกรรม รองลงมา คือ ระยะเวลาที่จัดกิจกรรมสั้นเกินไปและรองลงมาคือเงื่อนไขในการร่วมสนุกซับซ้อนและยุ่งยากเกินไป และได้รับผลประโยชน์ไม่คุ้มค่า ตามลำดับ

สาเหตุที่ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโรงหนังจัดที่มีผู้ตอบมากที่สุด คือ ดูหนังช่วงจัดกิจกรรมพอดี รองลงมาคือ รู้สึกสนุกที่ได้ร่วม ถัดมาคือ มีคนชวนและผลประโยชน์คุ้มค่าตามลำดับ

สำหรับความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์นั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยรวมเห็นด้วยว่า การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

1. ทำให้อยากไปดูหนังในโรงมากขึ้น
2. เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้รู้จักโรงหนังมัลติเพล็กซ์ดีขึ้น

3. เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้ร่วมสนุก
4. ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าคุณให้ผลตอบแทนแก่ผู้ชม

3.2.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

ประโยชน์ที่ผู้ชมได้รับจากโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์มากที่สุดคือ ระบบแสง สี เสียง ดี รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ถัดมาคือ มีทางเลือกมากขึ้นและประสบการณ์ใหม่ๆ ตามลำดับ

อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาผลจากการวิจัยแล้ว พบว่า ผลที่ได้รับนั้นสอดคล้องกับข้อสันนิษฐานที่ได้ตั้งไว้คือ

1. พัฒนาการของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เป็นผลมาจากกระแสการปรับตัวของธุรกิจโรงภาพยนตร์เพื่อแข่งขันกับสื่อโทรทัศน์และเคเบิลทีวี, การเติบโตขึ้นของศูนย์การค้าแบบครบวงจร และการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ใช้ในโรงภาพยนตร์
2. วิธีการส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ได้รับการยอมรับจากผู้ชมภาพยนตร์

พัฒนาการของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยนั้นหากพิจารณาตามขั้นตอนของ EPS Stage แล้วจะเห็นว่าในขั้นแรกนั้น โรงภาพยนตร์ไม่ได้เริ่มในขั้นของ Elite Stage ซึ่งมุ่งตอบสนองของกลุ่มชนชั้นสูงที่มีรายได้มาก แต่เป็นความบันเทิงของกลุ่มคนชั้นกลางทั่วไปซึ่งมีจำนวนมากในสังคมไทย จึงถือได้ว่า โรงภาพยนตร์ในประเทศไทยนั้นเริ่มมีในขั้นของ Popular Stage ซึ่งเป็นขั้นที่มุ่งตอบสนองความต้องการของกลุ่มชนชั้นกลางซึ่งเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ในสังคม กล่าวคือ ไม่ระบุกลุ่มเป้าหมายชี้เฉพาะเจาะจง มุ่งตอบสนองมวลชนเป็นหลัก การพัฒนาของโรงภาพยนตร์จากขนาดใหญ่มีการปรับปรุงเป็นมินิเธียเตอร์และเป็นมัลติเพล็กซ์ซึ่งมีขนาดเล็กลงในแต่ละยุค เป็นการเปลี่ยนแปลงมาสู่ขั้น Specialized Stage ซึ่งสื่อมวลชนจะมุ่งตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่มีขนาดเล็กลงและมีลักษณะที่ชี้เฉพาะมากขึ้นไม่มุ่งตอบสนองมวลชนซึ่งเป็นกลุ่มคนขนาดใหญ่และมีความ

ต้องการที่หลากหลาย ในมัลติเพล็กซ์ 1 แห่งประกอบด้วยโรงภาพยนตร์หลายโรงฉายภาพยนตร์หลายเรื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน

สำหรับผลเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพัฒนาการของโรงภาพยนตร์นั้นจะไม่มีกล่าวถึงเรื่องกระแสของโลกาภิวัตน์ (Globalization) โดยตรง แต่ในปัจจัยหลายๆประการนั้นได้แฝงถึงความหมายของโลกาภิวัตน์ไว้ด้วยเช่นกัน

ในปัจจุบันของภาพยนตร์นั้นมีความเป็นสากลหรือโลกาภิวัตน์ในตัวเองอยู่แล้ว กล่าวคือคนไทยนั้นโดยปกตินิยมชมชอบในภาพยนตร์ต่างประเทศมากกว่าภาพยนตร์ไทย ภาพยนตร์ต่างประเทศจึงมักทำรายได้ได้มากกว่าภาพยนตร์ไทย และเมื่อนำมาฉายในประเทศไทยสามารถที่จะนำมาฉายได้เลยโดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงส่วนใดเลย สำหรับการพากย์เสียงนั้นเป็นจุดที่ไม่สำคัญเท่าใดนัก เนื่องจากคนไทยนิยมฟังเสียงในฟิล์มมากกว่า เพียงแต่ต้องมีการพิมพ์บรรยายภาษาไทยไว้ด้านล่างเท่านั้น ดังนั้นการชมภาพยนตร์ของไทยจึงมีมาตรฐานที่ไม่แตกต่างจากชาวต่างชาติเลย

นอกจากปัจจัยของภาพยนตร์ แล้วยังมีเรื่องของผู้ประกอบการที่ได้เห็นว่าโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในต่างประเทศนั้นประสบความสำเร็จจึงได้หันมาปรับปรุงโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ จากปัจจัยนี้ก็บ่งบอกถึงนัยของความต้องการความเป็นมาตรฐานเดียวกันมีโรงภาพยนตร์ในรูปแบบเดียวกันไม่ว่าจะอยู่ในประเทศใดก็ตาม จัดว่าเป็นกระแสของโลกาภิวัตน์ด้วยเช่นกันซึ่งได้มีส่วนในการสร้างค่านิยมใหม่ๆให้กับผู้บริโภคด้วย

สำหรับปัจจัยเรื่องภาพยนตร์นั้นเนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้สนใจที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาของโรงภาพยนตร์หากแต่ต้องการมุ่งเน้นที่ตัวโรงภาพยนตร์และผู้ชมเป็นสำคัญ ทั้งๆที่ความจริงแล้วภาพยนตร์นั้นคือปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

ปัจจัยในเรื่องของผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์และผู้ชมภาพยนตร์นั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยทางด้านอุปสงค์และอุปทานของธุรกิจสื่อมวลชนซึ่งส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของสื่อมวลชนซึ่งได้ยกมาอ้างถึงไว้ในบทที่ 2 ความกล้าลงทุนของผู้ประกอบการประกอบ

กับกระแสการแข่งขันในธุรกิจโรงพยาบาลนอร์จัดเป็นปัจจัยด้านอุปทานซึ่งส่งผลให้โรงพยาบาลนอร์เกิดการพัฒนาขึ้นสำหรับการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของคนไทยซึ่งต้องการความสะดวกสบายทำให้โรงพยาบาลนอร์ต้องปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมเป็นปัจจัยด้านอุปสงค์ของธุรกิจโรงพยาบาลนอร์ หากแต่ในมุมมองของผู้ชมภาพยนตรีนั้นอาจมองต่างกันคือผลที่ได้รับนั้นเน้นที่วิถีชีวิตของคนไทยซึ่งได้รับผลกระทบอย่างมากจากปัญหาการจราจรติดขัดทำให้ต้องการความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ในขณะที่แนวคิดที่นิยามนั้นเน้นที่เวลาว่างและรายได้ของคนในสังคมเป็นหลัก อย่างไรก็ตามวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนไทยนั้นมีความสอดคล้องอย่างมากกับแนวคิดเรื่องผู้บริโภคยุคใหม่ของอาจารย์ธงชัย สันติวงษ์ ที่ว่า ผู้บริโภคยุคใหม่นั้นมีเงิน มีความรอบรู้และมีความต้องการสูงขึ้น ดังนั้นสิ่งที่ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการคือ ของดีมีคุณภาพความหลากหลายและรวดเร็ว รวมทั้งความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอยซึ่งเป็นที่มาของแนวคิด เรื่อง One Stop Shopping หรือศูนย์การค้าครบวงจร

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า วิธีการส่งเสริมการตลาดนั้นมีส่วนอย่างยิ่งในการทำให้ผู้ชมยอมรับโรงพยาบาลนอร์ระบบมัลติเพล็กซ์เร็วขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องเลือกใช้วิธีการที่ดีและดึงดูดใจผู้ชมด้วย วิธีการที่ผู้ประกอบการนำมาใช้นั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดซึ่งวัตถุประสงค์โดยทั่วไปของการทำการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคนั้นก็คือ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้สินค้าซ้ำ เพื่อส่งเสริมให้มีการซื้อสินค้าบ่อยขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ซื้อสินค้าในจำนวนมากขึ้น เพื่อรักษาลูกค้าโดยคืนกำไรให้ โดยวัตถุประสงค์เหล่านี้สามารถบรรลุได้โดยใช้กลยุทธ์การใช้ราคา กลยุทธ์การแจกของแถม และกลยุทธ์การสร้างเหตุการณ์ จากการใช้วิธีการเหล่านี้ผู้ประกอบการโรงพยาบาลนอร์ต่างก็เห็นว่าสามารถทำให้ผู้ชมยอมรับโรงพยาบาลนอร์เร็วขึ้นและได้รับผลตอบกลับจากผู้ชมเป็นที่น่าพอใจ วิธีการส่งเสริมการตลาดจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจโรงพยาบาลนอร์ระบบมัลติเพล็กซ์

ในส่วนของผลที่ได้รับจากผู้ชมภาพยนตรีนั้น ชื่อน่าสังเกตคือ เรื่องแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมซึ่งผู้ชมได้รับมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นเรื่องไม่แปลกนักเพราะโดยปกติผู้ที่ชมภาพยนตรีนั้นก็มักจะเปิดหนังสือพิมพ์เพื่อดูข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตรและโรงที่ฉาย ดังนั้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดผ่านหนังสือพิมพ์จึงน่าจะเป็นวิธีการสื่อสารที่ดีที่สุด



ข้อนำสังเกตอีกประการเกี่ยวกับสาเหตุที่ผู้ชมเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโรงเรียนจัดขึ้นนั้นสาเหตุของทีกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบน้อยที่สุดคือ เรื่องของผลประโยชน์ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในการเข้าร่วมกิจกรรมนั้นไม่ว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจะคุ้มค่าหรือไม่ก็ตามไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ชมตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของโรงพยาบาลนตรีระบบัลติเพล็กซ์นั้นกลุ่มที่เข้าร่วมโดยมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 16 - 20 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และเป็นผู้ที่ชมภาพยนตร์บ่อย ซึ่งเมื่อพิจารณาร่วมกับหลักความเป็นจริงแล้วก็น่าจะเป็นเช่นนั้น เนื่องจากโดยมากแล้วผู้ที่ชมภาพยนตร์บ่อยนั้นมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ที่ชมภาพยนตร์ไม่บ่อยและผู้ที่ชมภาพยนตร์บ่อยโดยมากมักจะเป็นผู้ที่มิช่วงอายุ 16 - 20 ปี ซึ่งกำลังเป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรีและนักศึกษาเหล่านี้ยังไม่มีรายได้เป็นหลักแหล่งส่วนใหญ่จะมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ผู้ที่ชมภาพยนตร์ในโรงพยาบาลนตรีเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมากกว่าอีก 2 โรงที่เหลือ ทั้งนี้เนื่องจากเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์นั้นให้ความสำคัญกับการตลาดมากและมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดค่อนข้างบ่อยครั้ง สำหรับสยามสแควร์มัลติเพล็กซ์เป็นโรงที่ให้ความสำคัญกับการตลาดน้อยมาก ทั้งนี้สังเกตได้จากจำนวนการจัดกิจกรรมซึ่งมีจำนวนน้อยมากและกิจกรรมส่วนใหญ่ที่จัดมักจะเป็นในรูปของการจัดรอบภาพยนตร์พิเศษ

ผู้ที่ชมภาพยนตร์ในโรงพยาบาลนตรีเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์นั้นเข้าร่วมกิจกรรมทุกประเภทมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ชมในโรงภาพยนตร์ซีคอน 14 และน้อยที่สุดคือ สยามสแควร์มัลติเพล็กซ์ 5

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงกิจกรรมส่งเสริมการตลาด คือ ทางโรงพยาบาลนตรีควรกระจายข่าวสารให้มากขึ้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารการจัดกิจกรรม ทั้งนี้ สื่อที่ควรลงโฆษณาให้มากคือ หนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นแหล่งที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ฉายในโรงภาพยนตร์มากกว่าสื่ออื่นๆ

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังเสนอให้โรงภาพยนตร์ปรับปรุงและอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพราะพนักงานในปัจจุบันไม่มีความรู้เท่าที่ควร รวมทั้งระยะเวลาที่จัดกิจกรรมแต่ละอย่างนั้นค่อนข้างสั้นเกินไป ควรจัดกิจกรรมให้มีระยะเวลาเข้าร่วมนานขึ้น และควรจัดกิจกรรมที่น่าสนใจให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการบริการของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ควรเพิ่มการให้บริการภาพยนตร์เชิงศิลปะ (Art Film) เก่าๆ ที่หายากมาคั่นโปรแกรมบ้างและควรมีทั้งภาพยนตร์ที่พากย์ไทยและเสียงอังกฤษ รวมทั้งการปรับปรุงเรื่องความคมชัดของภาพและเสียงและบรรยากาศของโรงภาพยนตร์โดยเพิ่มเก้าอี้หนังบริเวณหน้าโรงภาพยนตร์รวมถึงการปรับปรุงทางเข้าและออกให้มีความสะดวกมากขึ้น

โรงภาพยนตร์ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับรอบและเวลาฉายรวมทั้งภาพยนตร์ที่ฉายให้มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มาชมภาพยนตร์

ข้อจำกัดในงานวิจัย

1. งานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์เพียงจำนวนไม่กี่ท่านเท่านั้นเนื่องจากผู้ประกอบการบางท่านมีงานรัดตัวไม่สามารถปลีกเวลามาให้สัมภาษณ์ได้ ทำให้ข้อมูลที่ได้รับไม่ครบถ้วนนัก อย่างไรก็ตามก็ตีข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้สามารถใช้เป็นข้อมูลได้ในระดับหนึ่ง แต่อาจจะไม่สามารถครอบคลุมได้ทั้งหมด

2. การสำรวจพฤติกรรมผู้ชมภาพยนตร์ในครั้งนี้ เน้นให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของผู้ชมภาพยนตร์ โดยเป็นการสำรวจเพียงผิวเผินเพื่อยืนยันผลที่ได้รับจากผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์เท่านั้นซึ่งหากจะนำข้อมูลนี้ไปประยุกต์ใช้อาจจะไม่ถือเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรผู้ไปชมภาพยนตร์ตามโรงมัลติเพล็กซ์เท่าใดนัก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

งานวิจัยครั้งนี้นับมุ่งศึกษาถึง พัฒนาการและการใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของ โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ซึ่งนอกจากประเด็นในเรื่องพัฒนาการและกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดแล้วยังมีประเด็นอื่นๆ ที่ผู้สนใจสามารถทำการศึกษาได้คือ

1) กระบวนการคัดเลือกและวางโปรแกรมภาพยนตร์ของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ภาพยนตร์มีความสำคัญมากสำหรับโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์และเป็นที่ยอมรับแล้วว่า โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์นั้นมีจำนวนโรงมาก จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาว่า หากภาพยนตร์ มีจำนวนน้อยกว่าจำนวนโรงหรือจำนวนโรงน้อยกว่า ภาพยนตร์ที่ฉายผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ ระบบมัลติเพล็กซ์จะวางแผนจัดการอย่างไร

2) พฤติกรรมของผู้ชมภาพยนตร์ซึ่งชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ใน การศึกษาครั้งนี้แม้ว่า จะได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการชมภาพยนตร์และการเข้าร่วมกิจกรรม การส่งเสริมการตลาดในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้ชมภาพยนตร์ หากแต่ได้ข้อมูล จากการสำรวจเพียงเล็กน้อยเพื่อนำมาประกอบผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (Depth Interview) เท่านั้น ผู้สนใจจึงอาจพัฒนาการวิจัยเชิงสำรวจขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ชม ภาพยนตร์ให้ละเอียดยิ่งขึ้น