

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาพยนต์เป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก เพราะเป็นสื่อให้ความบันเทิงที่สามารถนำพาผู้คนไปสู่โลกแห่งจินตนาการ ซึ่งมีความสมจริงทั้งภาพและเสียง จนทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนว่าอยู่ในเหตุการณ์ นอกจากจะสร้างความบันเทิงผ่อนคลายความเครียดแล้ว การชมภาพยนต์ยังให้สาระความรู้ โดยผู้ชมสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการชมภาพยนต์มาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ โดยภาพยนต์ถือกำเนิดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2398 โดยชาวอังกฤษชื่อ Alexander Parked ได้ประดิษฐ์ฟิล์มภาพยนต์ขึ้นมา ก่อนที่จะมีกล้องถ่ายภาพยนต์ที่ชาวฝรั่งเศสชื่อ Marey ผลิตขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2432 และต่อมา Thomas Edison ได้ผลิตเครื่องฉายภาพยนต์ขึ้น ทำให้ภาพยนต์ได้ถูกถ่ายทำและมีการนำออกเผยแพร่เมื่อ พ.ศ. 2435 ต่อมาได้มีวิวัฒนาการฟิล์มภาพยนต์ กล้องถ่ายภาพยนต์ และเครื่องฉายภาพยนต์ขึ้น ในยุคแรกเป็นภาพยนต์-เรื่องสั้น โดยมีเนื้อเรื่องของการเดินรำในรูปแบบต่าง ๆ จนกระทั่ง พ.ศ. 2446 Edwin Porter ได้สร้างภาพยนต์เรื่องยาวขึ้นเป็นครั้งแรก และปรากฏว่าได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ภาพยนต์มีวิวัฒนาการจากการจากภาพยนต์เรียบขาวดามาเป็นภาพยนต์สีและเสียงดังในปัจจุบัน (สนั่น ปัทมะทิน, 2506, หน้า 25, ข้างถึงใน ชาญณี เจริญรถ, 2556, หน้า 1)

สำหรับประเทศไทย ภาพยนต์ได้เริ่มเข้ามาเผยแพร่ครั้งแรกเมื่อ 100 ปีที่ผ่านมา ในช่วงปลายรัชกาลที่ 5 ได้รับความนิยมจากประชาชนชาวไทยในขณะนั้นเป็นอย่างมาก และได้มีการถ่ายทำภาพยนต์บันเทิงขึ้นเป็นเรื่องแรกคือ "นางสาวสุวรรณ" โดยบริษัทยูนิเวอร์แซลพิกเจอร์แห่งมลรัฐอเมริกา หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2470 คนไทยจึงได้สร้างภาพยนต์ขึ้นเป็นเรื่องแรกคือ เรื่อง "โชคสองขั้น" จากนั้น ภาพยนต์ไทยที่สร้างโดยคนไทยได้มีการสร้างเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และมีการพัฒนามากจนถึงปัจจุบัน (สนั่น ปัทมะทิน, 2506, หน้า 26-27 ข้างถึงใน ประจักษ์ ศิริพรหมโชค, 2550, หน้า 1)

ภาพยนต์ ประกอบด้วย ภาพ เสียง และการเคลื่อนไหว องค์ประกอบเหล่านี้ทำให้สิ่งต่าง ๆ ที่นำเสนอผ่านภาพยนต์เกิดความน่าสนใจ และสร้างความประทับใจและจดจำแก่ผู้ชม งานภาพยนต์จำเป็นอย่างยิ่งที่สามารถเร้าและรักษาความสนใจของผู้ชมได้ตลอดระยะเวลาที่ฉาย ด้วยการลำดับเหตุการณ์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและเป็นระเบียบ โดยเฉพาะปัจจุบัน ภาพยนต์

มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้สามารถสร้างสรรค์งานอย่างมีคุณภาพยิ่งขึ้น (นราธิป จุยจิตต์, 2551, หน้า 11, อ้างถึงใน จารุณี เจริญรส, 2556, หน้า 1)

สื่อภาพยนตร์แม้ว่าจะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก แต่ก็พบว่ามีภาพยนตร์บางเรื่องที่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร อาจเกิดจากปัจจัยหลายประการ เช่น ขาดการ-โฆษณา เนื้อหาของภาพยนตร์ไม่น่าสนใจ ความแตกต่างของลักษณะประชากรของผู้ชมและช่องทางในการเลือกชมภาพยนตร์

อีกทั้งปัจจุบันสามารถเลือกชมภาพยนตร์ได้หลายช่องทาง ได้แก่ โรงภาพยนตร์แผ่น DVD โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ชมเกิดความสะดวกสบาย สามารถเลือกชมภาพยนตร์เวลาใด หรือที่ได้ก็ได้ ไม่จำเป็นต้องไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ถึงแม้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามายังสร้างความน่าสนใจให้แก่โรงภาพยนตร์มากขึ้น เช่น ภาพยนตร์ 3 มิติ ภาพยนตร์ 4 มิติ หรือระบบเสียงที่สร้างความตื่นเต้นเสมือนอยู่ในเหตุการณ์จริงแต่ก็ต้องแลกกับค่าชมที่แพงกว่าเดิมทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อการผลิตภาพยนตร์มีการลงทุนค่อนข้างสูง

สำหรับ บริษัท เอส เอฟ ซีเนม่า ชีตี้ เริ่มต้นจาก ราชปี พ.ศ. 2512 สมาน ทองรัมโพธิ์ ตัดสินใจลาออกจากราชการที่กรุงเทพฯ ภูมิลำเนาเดิม และพากลับครัวย้ายมาอยู่ จ. ตราด พร้อมกับเริ่มต้นกิจการ "ศรีตรัตน์ราม่า" หน้าตลาดสดขนาดใหญ่ในเมือง ด้วยใจรักโรงหนังชนิดเอาใจใส่องค์ประกอบทุกส่วนในโรงภาพยนตร์ โดยมองว่าหากเริ่มต้นที่นี่ก็จะไม่มีคู่แข่ง ศรีตรัตน์ราม่า จึงเป็นโรงภาพยนตร์ทันสมัยแห่งแรกของตราดอย่างไรก็ตามสมานทำกิจการนี้ได้เพียง 13 ปี ก็ต้องประสบอุบัติเหตุเสียชีวิต ทั้งให้ภรรยาและลูก ๆ 5 คนที่กำลังอยู่ในวัยเรียนดูแลต่อนั้นเองที่ สุวรรณ์ ลูกชายคนโต อายุเพียง 17 ปี (พ.ศ. 2525) ขณะเรียน มศ.5 เลือกรับหน้าที่ดูแลกิจการต่อ ด้วยอยากทำสิ่งที่พ่อรัก ความผูกพันกับโรงหนังที่ตั้งอยู่บนพื้นที่กว่าไร่ครึ่ง เป็นบ้านของครอบครัว และเห็นว่าพนักงานมีกว่า 100 ชีวิตให้ต้องรับผิดชอบด้วยการสนับสนุนจากลูกน้องเก่าและพรรคพาก ทำให้การทำธุรกิจของสุวรรณ์เริ่มต้นอย่างดี และนำพาให้โรงหนังขยายสาขาครอบคลุมทั่วภาคตะวันออก ตั้งแต่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา นครนายก และสระแก้ว พร้อมกับที่กิจการสายหนัง สมานฟิล์มก์ได้เป็นตัวแทนจากค่ายหนังทุกค่าย จวบจนทศวรรษที่ 2530 กิจการโรงหนังฉบับเข้า จนเมื่อปี 2537 การมาของ อีจีวี และ เมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ ทำให้ธุรกิจนี้คึกคักกึ่กครั้ง หลายคนอาจมองว่าคงเป็นเรื่องยากที่จะสู้ได้ แต่สุวรรณ์ไม่คิดอย่างนั้นและทำให้เกิดโรงมัลติเพล็กซ์ SF Cinema (SF ย่อมาจาก สมานฟิล์ม ซึ่งเป็นชื่อคุณพ่อของสุวรรณ์) โดยเริ่มต้นที่ห้องสறพสินค้ามานุษย์ครอง ชั้น 7 (เดิมคือเอ็มบีเค ออลล์) เป็นที่แรกในเดือนเมษายน 2542 ด้วยพื้นที่ 25,000 ตร.ม. ทุ่มทุนกว่า 600 ล้านบาท ภายใต้แนวคิด One Floor Entertainment เพื่อจะ

เห็นโอกาสจากโรงหนังมัลติเพล็กซ์ในขณะนั้นเน้นไปที่ชานเมืองเป็นหลัก แต่ใจกลางกรุงเทพฯ กับบังปะไม่มีโรงหนังทันสมัย และในปี พ.ศ. 2544 ก็เปิดอีกถึง 3 สาขาพร้อมกันคือ เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน, บางแค, และ บางกะปิ และสาขาอื่น ๆ เรื่อยมา (วิกิพีเดีย สารานุกรมไทย(2559), เอส เอฟ ซีเนม่า, เข้าถึงได้จาก :<https://th.wikipedia.org/wiki/>

ปัจจุบัน โรงภาพยนตร์ในเครือเอสเอฟ มีทั้งหมด 47 สาขา จำนวนโรงภาพยนตร์ 316 โรง รวมกว่า 70,000 ที่นั่ง อยู่ในกรุงเทพฯ 17 สาขา 148 โรงภาพยนตร์ และต่างจังหวัดอีก 22 จังหวัด จำนวน 30 สาขา 168 โรงภาพยนตร์ โดยปี 2558 เครือเอสเอฟสามารถทำรายได้รวม 4,000 ล้านบาท ผลกำไร 300 ล้านบาท อัตราเติบโต 10% จากปี 2557 มีรายได้รวม 3,700 ล้านบาท หากเปรียบเทียบกับอาณาจักรของค่ายคู๋แข่ง ซึ่งล่าสุดมุตสาข้าทั้งสิ้น 92 แห่ง 606 โรงภาพยนตร์ 140,584 ที่นั่ง แบ่งเป็นสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร 26 สาขา 253 โรง ต่างจังหวัด 38 จังหวัด 64 สาขา 341 โรง และต่างประเทศ 2 สาขา ที่กัมพูชา 7 โรง และลาว 5 โรง รวม 12 โรง โดยปี 2559 เครือเมเจอร์ฯ ตั้งเป้ารายได้เติบโต 10-15% จากปีก่อนที่มีรายได้รวม 9,200 ล้านบาท และวางแผนขยายโรงภาพยนตร์เพิ่มอีก 90-100 โรง เงินลงทุนรวม 1,000 ล้านบาท ทั้งในเขตกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด รวมทั้งเปิดสาขาเพิ่มที่ สปป.ลาวอีก 1 แห่ง หรือจนถึงสิ้นปีจะมีโรงภาพยนตร์รวม 700 โรง และสิ้นปี 2560 เพิ่มเป็น 800 โรง และครบ 1,000 โรงภายใน 5 ปี (ผู้จัดการรายวัน, ออนไลน์, 2559)

วรรณรี วรรณรัตน์ (2551) ได้เคยศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อการสื่อสารทางการตลาดของโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ซีเนม่า-ซิตี้ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปแล้ว ผู้ชมเปิดข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยรับชมโทรทัศน์ 5-6 ครั้งต่อเดือน รองลงมา คือ สื่อหนังสือพิมพ์ และไปสัมมนา ตามลำดับ ทัศนคติต่อการสื่อสารทางการตลาดของโรงภาพยนตร์โดยรวมมีทัศนคติที่ดี ความพึงพอใจต่อการสื่อสารทางการตลาดของโรงภาพยนตร์โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครในปีปัจจุบัน และเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนของการประชาสัมพันธ์บนสื่อใหม่อย่างเช่น สื่อออนไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้สร้างภาพยนตร์ไทยได้สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษามาพัฒนา ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ชม อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จในผลประกอบการที่ดียิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นส่วน

สำคัญในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดของโรงพยาบาลในเครือ เอส เอฟ ที่จะดำเนินการต่อไป และเพื่อเตรียมการวางแผนกลยุทธ์ให้เห็นอคุ่แข่งขันในธุรกิจโรงพยาบาลต่อไป

## ปัญหานำวิจัย

1. ผู้ชุมภาพนตรีไทยโรงพยาบาลเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพนตรีไทยอย่างไร
2. ผู้ชุมภาพนตรีไทยโรงพยาบาลเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพนตรีไทยอย่างไร

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชาราศาสตร์ของผู้ชุมภาพนตรีไทยในโรงพยาบาลในเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ชุมภาพนตรีไทยในโรงพยาบาลในเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพนตรีไทยของผู้ชุมภาพนตรีไทยในโรงพยาบาลในเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร

## สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชาราศาสตร์ของผู้ชุมภาพนตรีไทยโรงพยาบาลเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพนตรีไทยแตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชาราศาสตร์ของผู้ชุมภาพนตรีไทยโรงพยาบาลเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีต่อภาพนตรีไทยของผู้ชุมภาพนตรีเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพนตรีไทยแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ชุมภาพยนตร์ไทยโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครและศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชุมภาพยนตร์ไทยโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ผู้ชุมภาพยนตร์ไทยโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ เขตกรุงเทพมหานครว่ามีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยอย่างไร เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงให้ผู้สร้างภาพยนตร์ไทย สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษามาพัฒนาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ชุมภาพยนตร์โดยมีขอบเขตการศึกษาประกอบด้วย

## 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติที่มีต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของผู้ชุม  
โรงภาพยนตร์เครื่อง เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร

## 2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ทำการศึกษาคือ ประชาชนที่ชุมภาพยนตร์ไทยโรงภาพยนตร์เครื่อง เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ข้างถึงใน งานนิทรรศ ศิลปจารุ (2557, หน้า 45-46) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

### 3. ขอบเขตด้านตัวแปร

### 3.1 ตัวแปรต้น คือ ลักษณะทางประชากරศาสตร์ ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติที่มีต่อการเลือกซื้อ  
ภาพยนตร์ไทยของผู้ชุมภาพยนตร์ไทยในโรงพยาบาลในเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 4. ขออนุญาตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาการเก็บข้อมูลคือ ระหว่างเดือน พฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2559

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

หน่วยงานที่ดำเนินธุรกิจโรงพยาบาลเครือ เอส เอฟ ซีได้แก่ โรงพยาบาล เอส เอฟ ซีเมือง โรงพยาบาล เอส เอฟ เวลต์ ซีเมือง โรงพยาบาล เอส เอฟ เอ็กซ์ ซีเมือง และโรงพยาบาล เอ็มพริเว ซีคลับ สามารถนำอาชญากรรมที่เป็นข้อมูลในการวางแผนการประชารัฐพัฒนาได้ โดยเฉพาะโรงพยาบาลที่

อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีอยู่จำนวนมาก เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยจากโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**ลักษณะทางประชาธิรัฐศาสตร์** หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้ชุมภาพยนตร์ไทยโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ในกรุงเทพมหานคร

**ภาพยนตร์** หมายถึง ภาพยนตร์ด้วยเครื่องฉายทำให้เห็นภาพเคลื่อนไหว มีทั้งภาพยนตร์บันเทิงและภาพยนตร์สารคดี มีหลายประเภท เช่น ภาพยนตร์บู๊ ชีวิต ตลก สยองขวัญ และผสมภัย ที่แสดงโดยดาวนักแสดงที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความบันเทิงและสอนแทรกความรู้แก่ผู้ชม ซึ่งผู้ชมสามารถเลือกชมด้วยตนเอง

**ภาพยนตร์ไทย** หมายถึง ภาพยนตร์ที่สร้างโดยคนไทย และแสดงโดยคนไทย ถ่ายทำในประเทศไทย และใช้ภาษาไทยทั้งหมด

**พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ** หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ชุมภาพยนตร์ไทยโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ช่วงเวลาที่ชมภาพยนตร์มากที่สุด วันของสปดาห์ที่ชมภาพยนตร์มากที่สุด รอบฉายที่ชมภาพยนตร์มากที่สุด แนวของภาพยนตร์ที่เลือกชม สถานที่ดังของโรงภาพยนตร์ที่เลือกไปชมภาพยนตร์มากที่สุด และเหตุผลในการชมภาพยนตร์

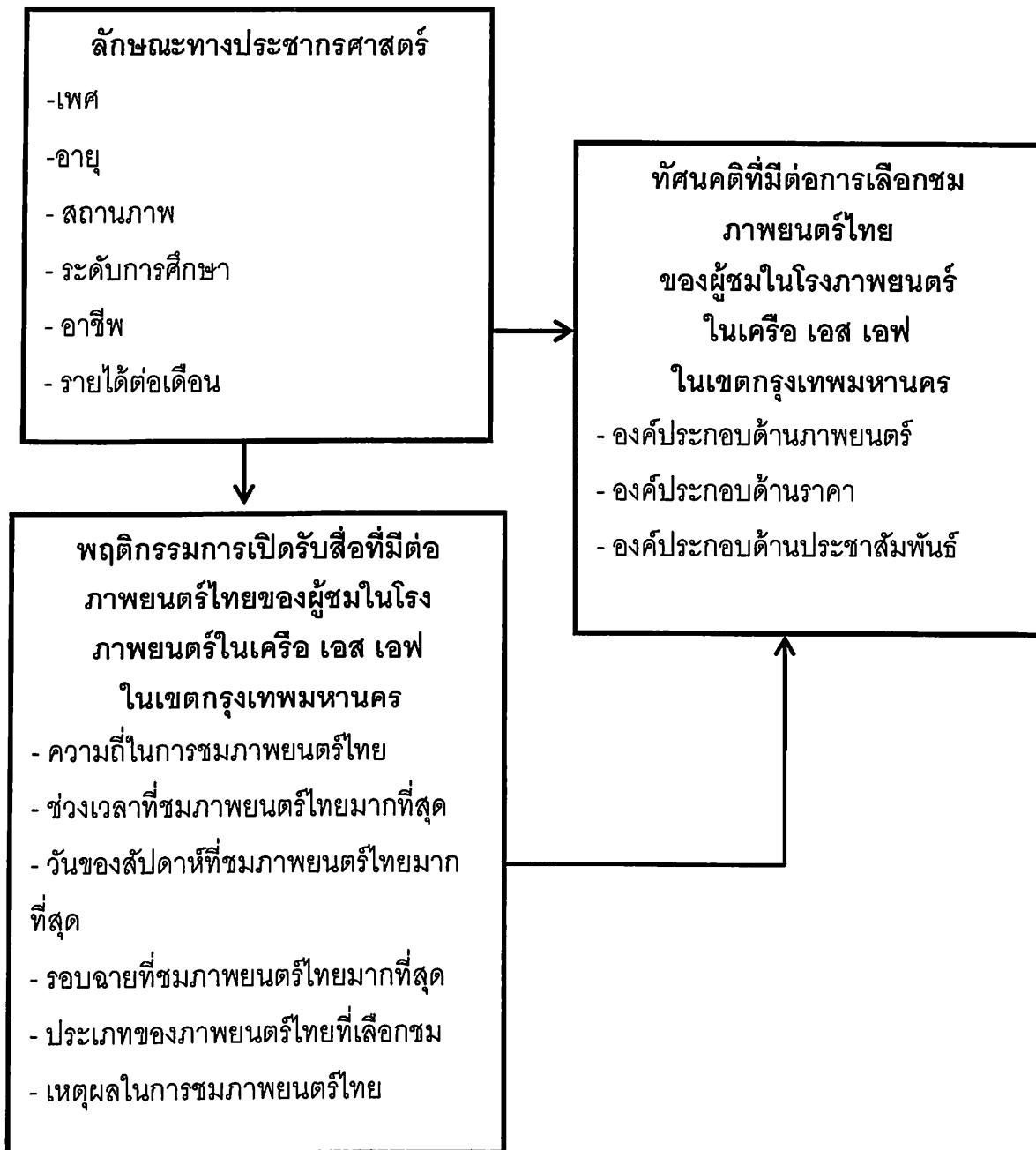
**ทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทย** หมายถึง ความรู้สึกของผู้ชมที่เกิดจากประมาณค่าตามระดับความเชื่อของแต่ละคนที่มีต่อภาพยนตร์ไทยในองค์ประกอบด้านองค์ประกอบภาพยนตร์ องค์ประกอบด้านราคา และองค์ประกอบทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสะท้อนออกมายในลักษณะที่เป็นบวก เห็นความสำคัญ หรือชื่นชม เป็นลบ ไม่เห็นความสำคัญ หรือไม่ชื่นชม เป็นกลาง หรือเฉยๆ ซึ่งเกิดขึ้นจากการประสบการณ์และการเรียนรู้

**โรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ** หมายถึง โรงภาพยนตร์ที่อยู่ภายใต้เครือของ บริษัท เอส เอฟ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ประกอบไปด้วย 4 แบรนด์ ได้แก่ โรงภาพยนตร์ เอส เอฟ ชีเนม่า โรงภาพยนตร์ เอส เอฟ เวิลด์ ชีเนม่า โรงภาพยนตร์ เอส เอฟ เอ็กซ์ ชีเนม่า และโรงภาพยนตร์ เอ็มพีรีโอ ชีเนคลับ

## กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรด้าน

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย