

บทที่ 4

แผนงานวิจัยตลาด

4.1 ประเด็นปัญหา

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งหมดดังที่ได้กล่าวไปในเนื้อหาบทที่ 2 นั้น พบว่า ปัจจุบัน การขยายตัวของธุรกิจ Home Entertainment ทั้งแบบลิขสิทธิ์ และ ไม่มีลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นโอกาสของผู้ประกอบการใหม่ (New Entrant) นั้นจะต้องมีสินค้าและบริการที่แตกต่างจากธุรกิจคู่แข่งปัจจุบันที่มีอยู่จำนวนมาก ซึ่งให้บริการจำหน่าย หรือให้เช่า ภาพยนตร์ mainstream เป็นหลัก อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ลูกค้าบางกลุ่ม เช่น กลุ่มคนที่นิยมชมภาพยนตร์นอกกระแสหรือกลุ่มคนอินดี้ ยังได้รับการตอบสนองจากตลาดน้อยเนื่องจากภาพยนตร์นอกกระแสเป็นภาพยนตร์ที่หาดูได้ยากจากตลาดทั่วไป (Niche Market) อีกทั้งลูกค้าเป็อกกับการที่จะต้องเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางออกไปยืม-คืน สินค้าที่ร้านเอง

นอกจากนี้ ปัจจุบันธุรกิจ E-commerce ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนไทยมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ จากบทความงานวิจัย Chris Anderson เรื่อง The Long Tail สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ธุรกิจด้าน E-commerce จะได้เปรียบธุรกิจร้านค้าแบบทั่วไป ในเรื่องของความหลากหลายของสินค้า เนื่องจากสามารถแสดงสินค้าได้อย่างไม่จำกัดจึงสามารถมีสินค้าหลากหลายที่ร้านทั่วไปไม่มี และสินค้าหลากหลายชนิดที่หาไม่ได้ทั่วไปนี้ เป็นสินค้าซึ่งทำกำไรให้กับธุรกิจ E-commerce อย่างมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจทางด้านสื่อบันเทิง

ดังนั้น Movie Delivery จึงทำการการสำรวจ และรวบรวมข้อมูลต่างๆเพื่อใช้ในการทำวิจัยตลาดเพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มคนที่มีโอกาสเป็นกลุ่มเป้าหมาย และ ปรับปรุงแผนธุรกิจให้มีความเหมาะสม และมีความเป็นไปได้มากที่สุด

4.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objective)

จากปัญหา และโอกาสที่พบในเบื้องต้น ทางกลุ่มจึงมีความสนใจที่จะจัดทำแผนธุรกิจ Movie Delivery แต่เนื่องจากการจัดทำแผนธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องหาข้อมูลเพื่อ

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อภาพยนตร์ การใช้อินเทอร์เน็ต และการรับรู้ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่อธุรกิจบริการเช่าภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ Movie Delivery
2. ศึกษาความเป็นไปได้ของรูปแบบธุรกิจ และบริการที่กำหนด และปัจจัยที่จะนำมาใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางธุรกิจ และ บริการ ให้มีความสอดคล้องมากยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาประกอบการตัดสินใจในการวางกลยุทธ์องค์กรและแผนงานด้านต่างๆ

- นำมาเป็นข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาด ขนาดตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รูปแบบบริการที่เหมาะสม โดยเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลดังกล่าวข้างต้น คือ การทำวิจัยตลาด

4.3 แนวทางการเก็บข้อมูลและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการกำหนดแนวทางการเก็บข้อมูลและเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้นสามารถแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการเก็บข้อมูลเบื้องต้น และขั้นตอนการวิจัยที่เป็นทางการ โดยในขั้นตอนแรก จะเป็นการค้นหาข้อมูลในเบื้องต้น เพื่อที่จะศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ และรูปแบบธุรกิจ รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะเน้นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจ อุตสาหกรรม และลักษณะบริการ โดยสามารถนำไปใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้มีความเหมาะสมมากขึ้นและใช้ในการจัดทำวิจัยในขั้นตอนต่อไป

การวิจัยเบื้องต้น (Exploratory Research) ประกอบด้วย

1. วิธีวิจัย (Methodology)

สำหรับวิธีวิจัยในขั้นแรกนี้ เพื่อที่จะศึกษาความเป็นไปได้ของรูปแบบธุรกิจที่กำหนดขึ้น ตลอดจนพฤติกรรม และ ความคิดเห็น ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อออกแบบการวิจัยที่เป็นทางการต่อไป และสามารถนำข้อมูลมาช่วยในการปรับปรุงรูปแบบธุรกิจให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ก่อนที่จะมีการนำเสนอรูปแบบธุรกิจดังกล่าวกับผู้บริโภค ดังนั้นทางกลุ่มจึงได้กำหนดและออกแบบวิธีวิจัยในเบื้องต้นดังต่อไปนี้

- ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) จากบทความ งานวิจัย และข่าวที่เกี่ยวข้องโดยจะเน้นไปที่การทบทวนวรรณกรรมในเรื่องที่เกี่ยวกับความเป็นไปได้ของธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ออนไลน์แบบบริการส่ง-รับสินค้าถึงที่

- ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1) Pre-Survey

จากการที่กลุ่มได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Group) เป็นกลุ่มคนทำงานย่านธุรกิจ¹ ดังนั้นเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ ความสนใจในธุรกิจของ Movie Delivery ในเบื้องต้นกลุ่มจะทำ Pre-Survey โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Depth Structure Interview) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำนวน 8 ท่าน

¹ ย่านธุรกิจ หมายถึง บริเวณที่มีอาคารสำนักงานอยู่กันอย่างหนาแน่น อันได้แก่ ย่านสาทร บางรัก (ถนนสีลม สวนลุมพินี สาทร และสวนพลู) ย่านสุขุมวิท เพลินจิต ชิดลม ย่านปทุมวัน (ถนนพญาไท และพลโยธิน) และ ย่านถนนพระราม3 เจริญกรุง เจริญนคร

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบด้วย

2.1) การทำ Pre Survey เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของบริการ Movie Delivery โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Depth Interview) กับกลุ่มคนที่ Movie Delivery สนใจ หรือคาดหวังว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ Movie Delivery ในอนาคตจำนวน 8 ท่าน

2.2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำนวน 11 ท่าน มาวิเคราะห์ ความต้องการ ทักษะคิด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คุณลักษณะของบริการที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบริการของ Movie Delivery

ทั้งนี้ เพื่อออกแบบ และปรับปรุงรูปแบบบริการ Movie Delivery ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด (Customization) เพราะยังมีความต้องการที่แท้จริงจากกลุ่มตัวอย่างบางประการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง โดยมีขอบเขตในการสัมภาษณ์ดังนี้

1. ข้อมูลโดยทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ความถี่ในการชมภาพยนตร์ กิจกรรมยามว่าง ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต แนวภาพยนตร์ที่ชอบ ภาพยนตร์เรื่องที่ชอบ
2. ความคิดเห็นต่อธุรกิจ Movie Delivery เกี่ยวกับความเหมาะสมของบริการ ความเป็นไปได้ในการให้บริการ อัตราค่าบริการ บริการพิเศษ ด้านอื่นๆ ความคิดเห็นเพิ่มเติมอื่นๆ รวมทั้งระดับความสนใจของ กลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการ Movie Delivery
3. ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Movie Delivery อาทิ ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ ความน่าเชื่อถือของตัวระบบการให้บริการ ความสะดวกในการใช้งาน ความเหมาะสมของรูปแบบ การชำระค่าบริการ และอัตราค่าบริการ ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ โปรโมชัน และบริการพิเศษอื่นๆ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

การศึกษาวิจัยเพื่อจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) โดยมีรูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และแนวโน้มการให้บริการของ Movie Delivery พฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อการใช้บริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของ Movie Delivery โดยจะนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการวางแผนกลยุทธ์องค์กรและแผนงานด้านต่างๆ การปรับเปลี่ยนรูปแบบทางธุรกิจให้มีความสอดคล้องมากขึ้นโดยจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่ง

โครงสร้าง (Semi Structure Depth Interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2550

4.4 ผลที่ได้จากการวิจัยเบื้องต้น

ผลที่ได้จากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) จากบทความ งานวิจัย และข่าวที่เกี่ยวข้อง โดยจะเน้นไปที่เรื่องเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของธุรกิจ Movie Delivery จากการค้นคว้าข้อมูล และการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ปัจจุบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจำนวน ผู้ชมและรายได้จากการฉายภาพยนตร์ทั่วโลกลดลง แต่ไม่ได้หมายความว่าคนชอบดูหนังน้อยลง หากแต่เป็นเพราะราคาตั๋วที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งพัฒนาการสื่อบันเทิงอื่น ๆ ภายในบ้าน เช่น วีซีดี (VCD – Video Compact Disc) ดีวีดี (DVD -Digital Video Disc) อินเทอร์เน็ต วิดีโอออนดีมานด์ (Video on Demand: VOD) เคเบิลทีวี ตลอดจนภัยคุกคามจากการละเมิดลิขสิทธิ์ (Piracy) เพราะคนที่ซื้อสิ่งเหล่านี้แล้วจะไม่เสียเงินมาดูซ้ำอีกให้เสียเงิน และการชมภาพยนตร์ที่บ้านทำให้สะดวกไม่ต้องเดินทางมาชมที่โรงภาพยนตร์² การเช่าวีซีดีภาพยนตร์จากร้านเช่าจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ลูกค้านิยมซึ่งส่วนใหญ่มีอายุประมาณ 25 – 33 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 3,500-14,800 บาท โดยจะมาเช่าเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1.93 ครั้ง แต่แต่ละครั้งเช่าประมาณ 3.39 เรื่อง ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของภาพยนตร์ ความหลากหลายของภาพยนตร์ ปริมาณวีซีดีที่มีเพียงพอให้เช่า ความเร็วในการได้รับบริการ การได้รับข้อมูลภาพยนตร์จากโบรชัวร์³ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในธุรกิจร้านเช่าต้องประสบปัญหาเกี่ยวกับแผ่นภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วซึ่งปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้าซื้อ ได้แก่ ราคา คุณสมบัติของแผ่น อาทิ มีแผ่นหนังหรือเพลงให้เลือกตามต้องการ หาซื้อได้ง่าย หรือได้รับคำชักชวนจากเพื่อน หรือญาติให้ซื้อ อย่างไรก็ตามจากการสำรวจทัศนคติของลูกค้าต่อแผ่นละเมิดลิขสิทธิ์ พบว่ายังคงมีทัศนคติเชิงลบต่อการซื้อ การผลิต และการขายแผ่น แต่มีทัศนคติเชิงบวกต่อราคาของแผ่น ดังนั้นจึงควรมีการทำความเข้าใจ และปรับเปลี่ยนทัศนคติลูกค้าให้เห็นถึงความแตกต่างของการซื้อแผ่นลิขสิทธิ์ กับแผ่นละเมิดฯ รวมถึงมาตรการปราบปราม และการออกกฎหมายอย่างจริงจังเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้ดีขึ้น⁴

² แหล่งที่มาบททบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง-ดูรายละเอียดในหน้าบรรณานุกรม

นอกจากภาพยนตร์ในกระแสที่คนนิยมชมเป็นหลักแล้ว ปัจจุบันคนยังให้ความสนใจกับการชมภาพยนตร์นอกกระแสมากขึ้น โดยพัฒนาการของภาพยนตร์ฯ เริ่มต้นจากการเป็นภาพยนตร์สมัครเล่นเพื่อสร้างความบันเทิงในรัชสมัยของรัชกาลที่ 7 เป็นสื่อที่สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในแต่ละยุคสมัย ตลอดจนมุมมอง และเจตนาของผู้ผลิตที่สื่อในการให้ความบันเทิง เครื่องมือทางวัฒนธรรม อุดมการณ์ การเมือง บันเทิงทางประวัติศาสตร์ และงานศิลปะ อีกทั้งหนังสือพิมพ์ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่คนนิยม ทั้งนี้จากการที่องค์การวัฒนธรรมและสารคดีเกาหลี (KOCCA) ต้องการส่งเสริมให้นำเนื้อหาสาระความเป็นชาติเกาหลี หรือ Korea Content สอดแทรกลงไปในเรื่องบันเทิงต่าง ๆ ทั้งภาพยนตร์ เกม ศิลปะ ดนตรี และ แอนิเมชัน โดยมุ่งเน้นการส่งออกสู่ตลาดภายนอก ส่งเสริมเพื่อทดแทนการนำเข้าผลิตผลทางวัฒนธรรมของต่างชาติ เพื่อพัฒนาให้กลายเป็นธุรกิจที่สามารถเลี้ยงประเทศเกาหลีได้ อีกทั้งด้วยเนื้อเรื่องที่เรียบง่าย จึงทำให้กระแสนิยมภาพยนตร์ และละครทีวีของเกาหลีจึงขยายตัวอย่างรวดเร็วในประเทศไทย เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่กำลังเบื่อภาพยนตร์กระแสหลักอย่างฮอลลีวูดและอยากลองชมภาพยนตร์แบบใหม่บ้าง⁵ ประกอบกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทกับชีวิตคนไทยมากขึ้นเรื่อยๆ จากการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี พบว่า ส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำงาน โดยจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน ซึ่งจะคล้ายกับกลุ่ม 40 ปี ขึ้นไป แต่ต่างกันที่จะใช้สัปดาห์ละ 4-5 วัน ทั้งนี้เพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่อพักผ่อน และนันทนาการ เพื่อซื้อสินค้า และบริการ หรือทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต⁶ โดยประเภทสินค้าที่นิยมขาย หรือให้เช่าผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้แก่ สินค้าประเภทแฟชั่น สินค้านำเข้าจากต่างประเทศ สินค้าเพื่อความบันเทิง สินค้าเทคโนโลยีและบริการรับจองทางอินเทอร์เน็ต เหตุผลของการซื้อ หรือใช้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้แก่ สินค้าที่หาซื้อตามร้านทั่วไปได้ยาก การได้รับความสะดวก และคุณภาพสินค้าไม่แตกต่างกันกับซื้อที่ร้าน ตลอดจนประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อย่างไรก็ตามการซื้อ หรือทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ทั้งนี้จากการที่ผู้ใช้บริการไม่สามารถเห็นสินค้าของจริง และไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน ตลอดจนเกรงว่าจะไม่ได้รับสินค้าจากการสั่งซื้อนั้น⁷ ดังนั้นผู้ประกอบการอาจหาทางออกด้วยการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เอง หรือหาวิธีลดความยุ่งยากของขั้นตอนในการซื้อสินค้า และบริการ เช่น การเปิดศูนย์ Delivery อยู่ใกล้บริเวณที่กลุ่มลูกค้าของเราอาศัยอยู่

⁷ แหล่งที่มาพบทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง-ดูรายละเอียดในหน้าบรรณานุกรม

ผลที่ได้จากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

1) ผลจากการทำ Pre-Survey

จากการที่ Movie Delivery ได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Group) เป็นกลุ่มคนทำงานย่านธุรกิจ ดังนั้นเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ ความสนใจในธุรกิจของ Movie Delivery ในเบื้องต้นกลุ่มจึงทำ Pre Survey โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Depth Interview) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำนวน 8 ท่าน โดยมีรายละเอียดแสดงไว้ในภาคผนวก ง แล้ว พบว่า

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมักชมภาพยนตร์เป็นกิจกรรมเพื่อความบันเทิงยามว่าง โดยการเช่าแผ่นจากร้านเช่ามาดูที่บ้าน
- กลุ่มลูกค้ามีการใช้อินเตอร์เน็ตเป็นประจำทั้งนี้จากการที่ทำงานของกลุ่มมีการติดตั้งระบบอินเตอร์เน็ตเพื่อใช้ในการติดต่อ และส่งข้อมูลต่างๆ โดยมักใช้ในกิจกรรมส่วนตัวในเวลาก่อนเข้างาน ตอนหลังพักกลางวัน ช่วงว่างระหว่างวัน และหลังเลิกงาน
- แผ่นภาพยนตร์ที่กลุ่มเลือกชมจะเลือกแผ่นลิขสิทธิ์เนื่องจากไม่มั่นใจในคุณภาพของแผ่นละเมิดฯ และไม่ต้องการเสียเวลาไปเคลมแผ่นหากมีปัญหา ซึ่งบางครั้งการเคลมแผ่นไม่ได้ช่วยอะไรเพราะปัญหาที่เกิดขึ้นกับทุกแผ่น อีกทั้งต้องการชมเพื่อความบันเทิงเป็นครั้งคราว ไม่ได้ต้องการเก็บไว้ดูซ้ำ สำหรับการเก็บแผ่นเพื่อสะสมจะเก็บแผ่นลิขสิทธิ์มากกว่า เพราะปัจจุบันราคาแผ่นลิขสิทธิ์มีราคาใกล้เคียงแผ่นละเมิดฯ
- นอกจากภาพยนตร์ในกระแสแล้ว กลุ่มลูกค้ายังมีความต้องการชมภาพยนตร์นอกกระแส ซีรีส์ต่างๆ แต่มีโอกาสได้ชมน้อยเนื่องจากร้านที่ให้บริการไม่มีหนังประเภทที่ต้องการให้เช่า
- กลุ่มลูกค้ามีความสนใจต่อบริการ เนื่องจาก
 - Movie Delivery มีหนังที่กลุ่มลูกค้าต้องการซึ่งหายากในตลาดร้านเช่าปัจจุบัน อาทิ ภาพยนตร์นอกกระแส ซีรีส์ต่างๆ (ซึ่งอาจเป็นเพราะข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานของเฟรนด์ไชส์บริษัทแม่ในการจัดซื้อหนังกับค่ายต่างๆ ที่ร้านเครือข่ายจะต้องปฏิบัติตาม หรือ บริเวณนั้นกลุ่มผู้ใช้บริการมีความสนใจที่จะเช่าน้อย การนำมาให้เช่าอาจไม่คุ้ม)
 - Movie Delivery จัดสรรสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าแน่นอน ดังนั้นลูกค้าจะไม่ต้องหงุดหงิดกับการที่ร้านเช่ามีสินค้าให้บริการไม่เพียงพออีกต่อไป เพราะหากสินค้าไม่เพียงพอในสต็อก Movie Delivery สามารถติดต่อกับพันธมิตรให้จัดส่งสินค้ามาให้ได้ทันที)
 - Movie Delivery ส่งสินค้ารวดเร็ว และตรงเวลา โดยมีบริการรับ-ส่งสินค้าตาม จุดรับ-ส่งสินค้า ถึง 16 จุด ครอบคลุมพื้นที่ย่านธุรกิจ จึงสะดวกต่อกลุ่มลูกค้าในการเดินทางไปรับ-คืน สินค้าด้วยตนเอง เพราะอยู่ไม่ไกลจากที่ทำงาน

- Movie Delivery สะดวกในการชำระเงินแก่กลุ่มลูกค้าโดยผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ (ระบบ Mobile Payment)
 - สมาชิกสามารถทำรายการ อัปเดตข้อมูลภาพยนตร์และซีรีส์ต่างๆ เข้าร่วมกิจกรรมที่ทาง Movie Delivery จัดขึ้น รวมถึงสามารถตรวจสอบภาระ และสถานะของสมาชิก ณ ปัจจุบันผ่านทางหน้าจอได้ด้วยตนเองผ่านทางเว็บไซต์ ได้ตลอดเวลา
- 1) กลุ่มลูกค้ายินดีที่จะชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้า และอัตราค่าเช่าที่สูงกว่าร้านเช่าทั่วไป เพื่อแลกกับการชมภาพยนตร์ที่ต้องการซึ่งบางเรื่องหาเช่าได้ยาก อย่างไรก็ตามอัตราดังกล่าวต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสมด้วย
 - 2) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

Movie Delivery ควรจัดโปรโมชั่นเหมือนกับร้านเช่าทั่วไป การสะสมแต้ม การอัปเดตเทรนด์ของหนังอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด

นอกจากนี้กลุ่มยังได้ทำการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจร้านเช่าที่ประกอบธุรกิจมานานเกือบ 10 ปี เกี่ยวกับเทรนด์ของหนัง และผลกระทบที่ได้รับจากการเพิ่มขึ้นของแผ่นละเมิดลิขสิทธิ์ (รายละเอียดดูในภาคผนวก ก) กล่าวโดยสรุปว่า ปัจจุบันผู้ใช้บริการมีความต้องการชมหนังที่หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งกระแสเกาหลีพีเวอร์กำลังมาแรงทำให้ซีรีส์เกาหลีได้รับความนิยมมากในกลุ่มผู้เช่า โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น และคนทำงานที่เป็นผู้หญิง ส่วนแผ่นละเมิดฯ นั้นยอมรับว่าได้รับผลกระทบมากในช่วงแรก แต่ปัจจุบันมีค่อนข้างน้อย ทั้งนี้จากการที่ ผู้ใช้บริการไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้า และไม่ต้องการเสียเวลาในการเคลมสินค้า ดังนั้นจึงคิดว่ามาเช่าดีกว่า ได้แผ่นจริงดูได้ทันที มีคุณภาพได้มาตรฐาน เพราะจุดประสงค์ต้องการดูเป็นครั้งคราว ไม่ได้ต้องการซื้อเพื่อเก็บไว้ และหากจะซื้อเก็บไว้จะตัดสินใจเลือกแผ่นลิขสิทธิ์มากกว่า เพราะราคาแผ่นลิขสิทธิ์ และแผ่นละเมิดฯ มีราคาแตกต่างกันไม่มากนัก และยังได้สัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์นอกกระแส อีก 2 ท่าน เกี่ยวกับภาพยนตรีนอกกระแส กล่าวโดยสรุปว่า ปัจจุบันมีผู้ชมภาพยนตรีนอกกระแสเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ส่วนมากจะเป็นคนทำงาน วัยรุ่นและนักศึกษา อีกทั้งได้รับการสนับสนุนจากสื่อต่างๆมากขึ้น อาทิ นิตยสารเกี่ยวกับภาพยนตร์เริ่มให้ความสำคัญกับหนังนอกกระแสมากขึ้น

2) ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการที่ Movie Delivery ได้ทำ Pre Survey กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Group) พบว่า กลุ่มลูกค้าดังกล่าวมีความสนใจในบริการ Movie Delivery ดังนั้นกลุ่มจึงดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์ถึงลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ พฤติกรรมและความถี่ในการเช่าแผ่นภาพยนตร์ การใช้งานอินเทอร์เน็ต และการซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ค่าใช้จ่ายในการเช่าต่อเดือน ฯลฯ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และปัญหาที่มักพบจากการเช่าแผ่น โดย

การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 11 ท่าน (โดยมีรายละเอียดดังแสดงในภาคผนวก จ) เพื่อออกแบบรูปแบบการให้บริการของ Movie Delivery ให้สอดคล้อง และตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากที่สุด

จากการสำรวจพบว่า ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) บางส่วนให้ผลเช่นเดียวกับผลจากการทำ Pre Survey ทั้งนี้ กลุ่มจะขอสรุปรวมผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) โดยมีรายละเอียดดังนี้

จากข้อมูลฯ บริษัทจึงทำการแบ่งกลุ่มคนตามระดับรายได้ และค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมต่อเดือน ดังนี้

ลักษณะของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Consumer Insight)

- กลุ่มลูกค้า มีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ เวลาส่วนใหญ่อยู่ ณ บริเวณที่ทำงานของตน เวลาหลังเลิกงานจึงใช้ในการทำกิจกรรมยามว่างของตนเอง
- กลุ่มลูกค้า มีกิจกรรมยามว่างเป็นการชมภาพยนตร์อยู่ที่บ้านมากกว่าการชมที่โรงภาพยนตร์เหมือนเช่นในอดีต ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจุบันราคาตั๋วหนังมีราคาสูง ประกอบกับการจราจรที่ติดขัด ที่จอดรถมีน้อยและต้องเสียค่าใช้จ่าย จึงไม่สะดวกที่จะเดินทาง
- กลุ่มลูกค้า ไม่สะดวก ยืม-คืน สินค้าที่ร้านประจำ เนื่องจากปัญหาต่างๆ อาทิ การจราจรระหว่างการเดินทางมาที่ร้าน การไม่มีที่จอดรถบริเวณร้านเช่า ฯลฯ
- นอกจากภาพยนตร์ในกระแสแล้ว กลุ่มลูกค้ายังมีความสนใจภาพยนตร์นอกกระแส ซีรีส์ต่างๆ และภาพยนตร์เก่าๆ บางเรื่อง แต่หาชมได้ยากในร้านปัจจุบัน
- กลุ่มลูกค้าจะมีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป และมีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมต่อเดือนตั้งแต่ 90 บาทขึ้นไป โดยค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนคนละประมาณ 200บาท

จากข้อมูลบริษัทฯ จึงทำการแบ่งกลุ่มคนตามระดับรายได้ และค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมต่อเดือน ดังนี้

■ แบ่งตามลักษณะของระดับรายได้

1. กลุ่มผู้มีรายได้ระดับสูง → ผู้มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป
2. กลุ่มผู้มีรายได้ระดับกลาง → ผู้มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 12,000 - 50,000 บาท
3. กลุ่มผู้มีรายได้ระดับต่ำ → ผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 12,000 บาท

■ ความต้องการใช้บริการ

1. ความต้องการใช้บริการในปริมาณสูง (Heavy Users) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนมากกว่า 300 บาทขึ้นไป
2. กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการในปริมาณปานกลาง (Moderate Users) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนตั้งแต่ 200-300 บาท

3. กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการในปริมาณน้อย (Light Users) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนต่ำกว่า 200 บาท
- กลุ่มลูกค้าใช้อินเตอร์เน็ตเป็นประจำ ส่วนใหญ่ใช้ที่ทำงาน เพราะต้องใช้ในการติดต่องาน และพนักงานภายใน และภายนอกองค์กร กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต มักเป็นสินค้าที่หายาก เช่นสินค้าจากต่างประเทศ อาทิ หนังสือ เครื่องสำอาง โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ฯลฯ บางคนเคยซื้อซีดีซีดีเกาหลี่แต่เนื่องจากแผ่นที่ได้บางครั้งมีปัญหา และต้องรอประมาณ 3-5 วัน กว่าจะได้รับสินค้า จึงใช้การเช่าแผ่นจากที่ร้านมาดูแทนเพราะไม่ต้องเสียเวลารอแผ่น และสามารถเปลี่ยนแผ่นได้ทันทีหากแผ่นมีปัญหา เว็บไซต์ที่กลุ่มลูกค้า มักเข้าไปใช้บริการได้แก่
 - <http://www.manager.co.th> เป็น web-site ในเครือสำนักพิมพ์ผู้จัดการ ซึ่ง ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน มักใช้ในการอัปเดตข่าวประจำวัน และค้นหาข้อมูลที่สำคัญในอดีต
 - <http://www.pantip.com> web-site communities ที่เป็นศูนย์รวมของผู้ที่ชื่นชอบภาพยนตร์ทุกประเภทในการแสดงความคิดเห็น หาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ต่างๆ
 - <http://www.thaitle.com/friday/review.html> web-site communities ภาพยนตร์ คล้ายพันธุทิพย์ ห้องเฉลิมไทย
 - <http://www.popcornfor2.com> เว็บไซต์นี้จะเน้นเกี่ยวกับข้อมูลซีดีต่างๆ นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศอีกด้วย อีกทั้งยังมี webboard ให้ผู้เข้าชมได้สอบถามข้อมูล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอีกด้วย
 - <http://www.deknang.com> web-site ในเครือของหนังสือ popcorn ซึ่งมี sister website อีก 3 website คือ jedyuth, popcorn และ BBS ซึ่งเกี่ยวกับภาพยนตร์อินดี้ทั้งไทย และต่างประเทศ
 - กลุ่มลูกค้า มักมีร้านเช่าหนังประจำอยู่แล้ว แต่ปัญหาที่กลุ่มมักพบ และต้องการเสนอแนะความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการดังกล่าว ได้แก่
 - จำนวนสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิก
 - ภาพยนตร์ และซีดี ที่มีในร้านมีน้อย และอยากให้มีการนำภาพยนตร์นอกกระแสมาให้บริการบ้าง
 - ความไม่สะดวกในการเดินทางในการ ยืม-คืน สินค้า จึงมักต้องเสียค่าปรับอยู่เสมอ
 - พนักงานบริการไม่ทั่วถึง การให้บริการช้า
 - ภาวะจำยอมของลูกค้าที่ต้องใช้บริการที่ร้านนั้น แม้ว่าสินค้าจะมีไม่เพียงพอ พนักงานบริการไม่ทั่วถึง แต่เนื่องจากร้านนั้นเป็นร้านเดียวที่ลูกค้าสะดวกในการเดินทาง

- อยากให้มีการจัดโปรโมชั่นลดราคาสำหรับการเช่าแผ่นมากกว่าการสะสมแต้ม อีกทั้งการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับหนัง และซีรีส์ต่างๆ ตลอดจนกิจกรรมให้สมาชิกได้ร่วมสนุก ฯลฯ

4.5 แผนการดำเนินงาน

➤ การรับ-ส่งสินค้า ตามจุด จุด รับ-ส่ง สินค้า ต่างๆ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) แม้ว่ากลุ่มลูกค้า จะมีร้านประจำเช่าอยู่ แต่ยังคงสนใจที่จะใช้บริการของ Movie Delivery เนื่องจากปัญหาบางประการที่กลุ่มลูกค้า ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ อาทิ การจราจรที่ติดขัดระหว่างการเดินทางมาที่ร้าน การไม่มีที่จอดรถบริเวณร้านเช่า ฯลฯ ทำให้ไม่สะดวกนักที่จะ ยืม-คืน สินค้าที่ร้านประจำแต่ละครั้ง ประกอบกับกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตอยู่ที่ทำงานซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่ย่านธุรกิจ ดังนั้น Movie Delivery จึงอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกในการส่ง และรับสินค้า ตาม จุด รับ-ส่ง สินค้า ที่ Movie Delivery กำหนดซึ่งในแต่ละ พื้นที่ย่านธุรกิจ จะมี จุด รับ-ส่ง สินค้า แห่งละ 2 ที่ รวมจำนวน 16 จุด โดยมักตั้งอยู่บริเวณร้านหนังสือ (ซึ่งมักอยู่ชั้นล่างสุดของอาคาร) ของอาคารที่มีคนเดินพลุกพล่าน และสมาชิกสะดวกที่จะไป ส่ง-รับ สินค้า ได้ตลอดเวลา อาทิ อาคาร ซี-พี ทาวเวอร์ อาคารเมืองไทยภัทร คอมเพล็กซ์ เป็นต้น

➤ ระบบการชำระเงินผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ

จากข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีวิถีชีวิตมีเวลาว่างค่อนข้างน้อย ประกอบกับปัจจุบันโทรศัพท์มือถือจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่ 5 ที่คนไทยโดยเฉพาะคนในกรุงเทพจะต้องมี ดังนั้น Movie Delivery จึงอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกในการชำระเงินผ่านระบบ ผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ Movie Delivery จึงทำการติดต่อ และเสนอเรื่องไปยังค่ายโทรศัพท์มือถือ 3 ค่ายหลัก ได้แก่ AIS, DTAC และ Truemove ซึ่งทาง Movie Delivery ได้มีโอกาสเข้าพบ คุณคมกฤต เกียรตินิติมิตร, Associate Director of Auditing ของ Truemove เพื่อเจรจา และสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับระบบ ผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ กล่าวว่า ปัจจุบันบริษัทเป็นตัวแทนในการรับชำระค่าบริการต่างๆ อาทิ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าบัตรเครดิต ฯลฯ โดยบริษัทจะคิดค่า Service Charge ในอัตรา 15-20 บาทต่อครั้ง โดยลูกค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายส่วนนี้เอง แต่จากการที่ Movie Delivery มีกลุ่มลูกค้า และมีปริมาณ ของค่าใช้จ่ายต่อครั้ง (Volume) น้อยกว่า ดังนั้นอัตราค่าธรรมเนียมการใช้บริการ (Service Charge) ตามอัตราข้างต้นจัดได้ว่าอยู่ในระดับสูง สมาชิกอาจไม่ยอมรับ Movie Delivery จึงเสนอให้ทาง Truemove คิดค่าธรรมเนียมการใช้บริการ Service Charge ตามอัตราเช่นเดียวกับที่บัตรเครดิตทั่วไปคิดกับร้านอาหาร ร้านขายสินค้า บริษัทต่างๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายประเภทสินค้าอุปโภค บริโภค เหมือนกัน และมีปริมาณ

ของค่าใช้จ่ายต่อครั้ง (Volume) ที่ใกล้เคียงกว่า หรือในอัตรา 3 % ของค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง ซึ่งคุณคมกฤต ตัวแทนจาก Truemove จะเสนอเรื่องนี้ให้กับที่ประชุมพิจารณาต่อไป

➤ ความสนใจในบริการ และอัตราค่าบริการที่กลุ่มลูกค้ายินดีที่จะจ่าย

กลุ่มลูกค้า สนใจ และต้องการใช้บริการของ Movie Delivery แม้ว่า Movie Delivery มีการเก็บค่าสมาชิกแรกเข้า และอัตราค่าเช่าที่สูงกว่าคู่แข่งในตลาดก็ตาม จากการสอบถามถึงอัตราค่าสมาชิกแรกเข้า และอัตราค่าเช่า สำหรับอัตราค่าบริการที่กลุ่มลูกค้ายินดีที่จะจ่ายจะอยู่ในช่วง 99-189 บาท และ 30-50 บาท ตามลำดับ

➤ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Movie Delivery

- **Movie Delivery มีรูปแบบบริการที่ง่ายต่อการใช้งาน และรวดเร็ว** โดยกลุ่มฯ ลูกค้าสามารถสมัครเป็นสมาชิก และทำการ Log In เพื่อทำรายการผ่านทางหน้าจอได้ทันที ตลอด 24 ชม ตลอดจนสามารถตรวจสอบภาระคงค้างทั้งสินค้า และค่าใช้จ่าย ณ ปัจจุบันได้ด้วยตนเอง
- **Movie Delivery เป็นแหล่งข้อมูล** ที่กลุ่มลูกค้า สามารถอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับ หนังสือ และซีรีส์ต่างๆ ตลอดจนมีกิจกรรมต่างๆ ให้กับสมาชิกได้ร่วมสนุก
- **Movie Delivery จัดสรรภาพยนตร์ และซีรีส์ต่างๆ ในทุกความต้องการของลูกค้า** อาทิ กลุ่มลูกค้า บางส่วนต้องการที่จะเช่าภาพยนตร์นอกกระแสที่หาชมได้ยาก และซีรีส์ต่างๆ ซึ่งจำนวนผู้ชมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ กลุ่มลูกค้า ก็สามารถหาเช่าได้ที่นี้ ในขณะที่ร้านประจำที่เช่าอยู่ไม่มีสินค้าเหล่านี้ไว้บริการ
- **Movie Delivery มีจำนวนสินค้าที่เพียงพอกับสมาชิก** ดังนั้นกลุ่มลูกค้า จะไม่ต้องหงุดหงิดใจต่อไปกับการที่ร้านเช่าไม่มีแผนให้บริการ เพราะ Movie Delivery ได้ร่วมมือกับผู้จัดหาสินค้า (Supplier) ต่างๆ ซึ่งเป็นพันธมิตรให้จัดส่งสินค้าให้กับ Movie Delivery ทันที เมื่อ Movie Delivery ต้องการ หรือมีสินค้าในสต็อกไม่เพียงพอ
- **Movie Delivery มีระบบการจัดส่งที่สะดวก รวดเร็ว และตรงเวลา** โดยสมาชิกสามารถเลือก รับ-ส่ง สินค้า แต่ละครั้งตาม จุด รับ-ส่ง สินค้า ต่างๆที่กำหนดทั้ง 16 จุด ใน 8 พื้นที่ย่านธุรกิจ ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) กลุ่มลูกค้าใช้เวลาอยู่ที่ทำงานเป็นส่วนใหญ่ จึงมีเวลาค่อนข้างน้อย ประกอบกับการจราจรที่ติดขัด จึงไม่สะดวกที่จะไปเยี่ยม-คืน สินค้าที่ร้านประจำด้วยตนเอง แต่สำหรับ Movie Delivery กลุ่มลูกค้าสามารถใช้เวลาในช่วงพักกลางวัน ก่อนหรือ หลังเข้าทำงาน ไปรับ-ส่ง สินค้า ได้ ตาม จุดรับ-ส่ง สินค้า ของ Movie Delivery ที่ใกล้ที่สุด

- **Movie Delivery** มีรูปแบบการชำระเงินผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) ซึ่งเป็นระบบสะดวก และปลอดภัยแก่สมาชิก โดยจะหักค่าใช้จ่ายในการใช้บริการจากค่าบริการโทรศัพท์มือถือของสมาชิก พร้อมกับแนบใบแจ้งหนี้ที่ระบุค่าใช้จ่ายในครั้งนั้น ให้สมาชิกเซ็นรับทราบเสมอ

➤ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่มีต่อบริการ Movie Delivery

- Movie Delivery ควรมีการจัดโปรโมชั่นเหมือนกับร้านเช่าทั่วไป การสะสมแต้ม การอัปเดตเทรนด์ของหนังอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด
- Movie Delivery ควรให้ความสำคัญกับระบบการส่งสินค้าที่รวดเร็ว และตรงเวลา
- Movie Delivery ควรมีสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด และมีจำนวนสินค้าเพียงพอ ควรมีเมนูหนังให้สามารถเปรียบเทียบกันได้ และควรให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการเสนอภาพยนตร์ และซีรีส์ต่างๆ เข้ามาให้บริการใน Movie Delivery ด้วย
- Movie Delivery ควรมีเบอร์โทร คล้ายเป็น Call Center ไว้คอยให้บริการตอบคำถาม ซึ่งสมาชิกอาจไม่เข้าใจ เช่นวิธีการสมัครสมาชิก การค้นหาหนัง การตรวจสอบภาระค่าใช้จ่าย กำหนดการชำระเงินด้วยตนเอง ฯลฯ