

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เชียงใหม่
จัดทำโดย	นางสาววรรรัตน์ เสงขชัยยง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติ	กันยายน 2548
จำนวนหน้า	57 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เชียงใหม่ วิธีการศึกษาใช้แบบสอบถาม โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เชียงใหม่ จำนวน 300 ชุด ไม่อาศัยความน่าจะเป็น สุ่มตัวอย่างตามสะดวก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 – 20 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียนนักศึกษา รายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน

การศึกษานักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เชียงใหม่ วิธีการศึกษาใช้แบบสอบถาม โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เชียงใหม่ จำนวน 300 ชุด ไม่อาศัยความน่าจะเป็น สุ่มตัวอย่างตามสะดวก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 – 20 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียนนักศึกษา รายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน

การศึกษานักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ เชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน และมาใช้บริการในวันเสาร์บ่อยที่สุด มีการระบุเรื่องที่จะดูก่อนมาชมภาพยนตร์ และตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์จากรอบการฉายภาพยนตร์มากกว่าการเลือกขนาดของโรงภาพยนตร์ โดยมักเลือกชมภาพยนตร์รอบบ่ายและรอบค่ำ - ดึก ชอบภาพยนตร์ฝรั่งมากที่สุด โดยเฉพาะแนวแอ็คชั่น/บู๊ หากเป็นภาพยนตร์ไทยชอบแนวตลก ส่วนภาพยนตร์จีนชอบแนวแอ็คชั่น/บู๊ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะซื้อตั๋วที่ช่องจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ และเลือกที่นั่งแบบธรรมดา มักซื้อของว่างเข้าไปรับประทานขณะนั่งชมภาพยนตร์ด้วย กลุ่มอายุ 15 – 20 ปี และ 20 – 25 ปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของว่างเข้าไปรับประทาน 35 – 70 บาทต่อครั้ง ขณะที่กลุ่มอายุ 26 – 30 ปี และ 31 ปีขึ้นไป จะมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่า 70 บาท เมื่อมีภาพยนตร์

เข้าใหม่ ผู้ใช้บริการจะมาชมภายในสัปดาห์แรกและหลังจากเข้าฉายไปแล้ว 1 สัปดาห์ ทราบรอบการฉายภาพยนตร์จากหนังสือพิมพ์และตัดสินใจเลือกชมด้วยตนเอง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าเว็บไซต์ของโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์

การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ เชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากที่สุด ทั้งคุณภาพของเสียงและความคมชัดของภาพ มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ประเภทของภาพยนตร์มีให้เลือกหลากหลาย และชื่อเสียงของโรงภาพยนตร์ ปัจจัยด้านกายภาพมีความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความปลอดภัยภายในโรงภาพยนตร์ มีความสำคัญระดับมาก ในเรื่องเก้าอี้นั่งสบาย ความหรูหราของโรงภาพยนตร์ ความใหม่ของโรงภาพยนตร์ สถานที่จอดรถสะดวกสบายและความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาสำหรับเด็กและผู้สูงอายุ ราคาสำหรับนักเรียน และราคาสำหรับสมาชิก ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมาก ทั้งช่องจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ บริการจองที่นั่งล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และบริการซื้อตั๋วทางอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากในการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ การโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ (Banner) การโฆษณาทางวิทยุ การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ บัตรส่วนลด ของแถม เช่น ใบปิดหนังสือ แอนด์บิล และการสะสมยอดการซื้อตั๋วเพื่อแลกของสมนาคุณ ปัจจัยด้านบริการและบุคลากรมีความสำคัญระดับมาก ในการให้บริการที่รวดเร็ว พนักงานมีความชำนาญในงานที่ทำ พนักงานมีความสุภาพให้เกียรติลูกค้า แต่งกายสุภาพเรียบร้อย และความมีอัธยาศัยไมตรีของพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการมีความสำคัญระดับมาก ในเรื่องความสะดวกในการซื้อและชำระเงิน และระบบการเช็คตั๋วก่อนเข้าชมภาพยนตร์

อีกทั้งการศึกษาครั้งนี้ ได้มีข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการนำไปปรับปรุง พัฒนาการจัดการธุรกิจของโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ เชียงใหม่ ต่อไป