

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในเครือวิสด้า จังหวัดเชียงใหม่” ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนนี้จะพิจารณาข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการของโรงภาพยนตร์

ประกอบไปด้วย ความถี่ในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ วันที่ใช้บริการ การเลือกที่นั่งชม ภาพยนตร์ เวลาที่เข้าชมภาพยนตร์ ประเภทของภาพยนตร์ สื่อที่ทำให้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์ ประเภทของภาพยนตร์ที่ชอบ

#### ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อบริการของโรงภาพยนตร์

ประกอบไปด้วย ความพึงพอใจต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

#### ส่วนที่ 4 การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อบริการของโรงภาพยนตร์จำแนกตาม

เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประกอบไปด้วย การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อบริการของโรงภาพยนตร์จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการโรงภาพยนตร์

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ**

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	90	45.0
หญิง	110	55.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นหญิง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และเป็นชาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0

**ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ**

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 18 ปี	75	37.5
18 - 24 ปี	90	45.0
25 - 34 ปี	25	12.5
35 - 44 ปี	8	4.0
45 ปี ขึ้นไป	2	1.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 18-24 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และอายุ 25-34 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพครอบครัว

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	174	87.0
สมรส	21	10.5
แยกกันอยู่	-	-
หย่า	5	2.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมาคือ สมรสแล้ว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และหย่า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	28	14.0
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	102	51.0
อนุปริญญา ปวส. หรือ เทียบเท่า	28	14.0
ปริญญาตรี	37	18.5
สูงกว่าปริญญาตรี	5	2.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า และอนุปริญญา ปวส. หรือ เทียบเท่า จำนวน 28 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	132	66.0
5,001 - 10,000 บาท	45	22.5
10,001 - 15,000 บาท	9	4.5
15,001 - 20,000 บาท	1	0.5
20,001 บาท ขึ้นไป	13	6.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	158	79.0
ธุรกิจส่วนตัว	21	10.5
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	1.5
พนักงานบริษัทเอกชน	15	7.5
อื่น ๆ	3	1.5
รวม	200	100.0

หมายเหตุ อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 รองลงมา ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการของโรงพยาบาลนคร

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ครั้ง	157	78.5
4-6 ครั้ง	32	16.0
7-9 ครั้ง	7	3.5
10 ครั้ง ขึ้นไป	4	2.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการโรงพยาบาลนคร 1-3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมาใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ 7-9 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่ใช้บริการ

วันที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ - วันศุกร์	54	27.0
วันเสาร์และวันอาทิตย์	119	59.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	7	3.5
อื่น ๆ	20	10.0
รวม	200	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ วันที่สะดวกหรือวันที่อยากพักผ่อน

จากตารางที่ 8 พบว่า โดยปกติกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการโรงพยาบาลนครในวันเสาร์และวันอาทิตย์ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ วันจันทร์ - วันศุกร์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และวันอื่น ๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกที่นั่งชมภาพยนตร์

แบบที่นั่งชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
แบบธรรมดา	181	90.5
แบบ Honeymoon Seat	19	9.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่นั่งชมภาพยนตร์แบบธรรมดา จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 90.5 รองลงมาคือ แบบ Honeymoon Seat จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาที่เข้าชมภาพยนตร์

เวลาที่เข้าชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
11.00 – 12.59 น.	34	17.0
13.00 – 14.59 น.	112	56.0
15.00 – 16.59 น.	27	13.5
17.00 – 18.59 น.	2	1.0
19.00 – 20.59 น.	16	8.0
21.00 น. ขึ้นไป	9	4.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าชมภาพยนตร์เวลา 13.00 – 14.59 น. จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ เวลา 11.00 – 12.59 น. จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และเวลา 15.00 – 16.59 น. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศของภาพยนตร์

ประเทศของภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	53	26.5
จีน	4	2.0
ญี่ปุ่น	6	3.0
ฝรั่ง (สหรัฐอเมริกา/อังกฤษ)	137	68.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบภาพยนตร์จากฝรั่ง (สหรัฐอเมริกาหรืออังกฤษ) จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือ จากประเทศไทย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และญี่ปุ่น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่อที่ทำให้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	62	31.0
หนังสือพิมพ์	55	27.5
โปสเตอร์	62	31.0
อินเทอร์เน็ต	6	3.0
แผ่นพับ/โบรชัวร์	5	2.5
อื่นๆ	10	5.0
รวม	200	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เพื่อน

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าสื่อวิทยุและโปสเตอร์มีผลทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์มากที่สุด จำนวน 62 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมา หนังสือพิมพ์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และเพื่อน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของภาพยนตร์

ประเภทของภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
การ์ตูน (Animation)	3	1.5
ตลกขบขัน (Comedy)	45	22.5
ตื่นเต้น สยองขวัญ (Psycho)	46	23.0
บู๊ คู้เคียด สงคราม (Action)	72	36.0
วิทยาศาสตร์ ผจญภัย (Science Fiction)	19	9.5
ประวัติศาสตร์ (History)	1	0.5
โรแมนติก (Romantic)	14	7.0
แนวชีวิต (Drama)	-	-
แนวเพลง (Music)	-	-
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบภาพยนตร์ประเภทบู๊ คู้เคียด สงคราม (Action) จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา ประเภทตื่นเต้น สยองขวัญ (Psycho) จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และตลกขบขัน (Comedy) จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ



ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อบริการของโรงพยาบาลนคร

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครด้านผลิตภัณฑ์

การใช้บริการ ของโรงพยาบาลนคร	จำนวนและร้อยละในแต่ละระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ภาพยนตร์	33	90	66	11	-	3.60
1.1 ชื่อภาพยนตร์	(16.5)	(45.0)	(33.0)	(5.5)	-	มาก
1.2 ชื่อผู้ผลิตภาพยนตร์	17	72	101	10	-	3.48
	(8.5)	(36.0)	(50.5)	(5.0)	-	มาก
1.3 ผู้กำกับภาพยนตร์	19	89	86	6	-	3.61
	(9.5)	(44.5)	(43.0)	(3.0)	-	มาก
1.4 นักแสดงภาพยนตร์	52	116	30	2	-	4.09
	(26.0)	(58.0)	(15.0)	(1.0)	-	มาก
1.5 เทคนิคการถ่ายทำ	53	80	46	21	-	3.83
	(26.5)	(40.0)	(23.0)	(10.5)	-	มาก
1.6 จำนวนรอบมีมาก	13	73	74	33	7	3.26
	(6.5)	(36.5)	(37.0)	(16.5)	(3.5)	ปานกลาง
1.7 มีภาพยนตร์ให้เลือกมาก	13	84	95	4	4	3.49
	(6.5)	(42.0)	(47.5)	(2.0)	(2.0)	มาก
รวม						3.64 มาก
2. ขนบ, เครื่องดื่ม ที่รับ	11	55	99	31	4	3.19
2.1 น้ำเปล่า, น้ำอัดลม	(5.5)	(27.5)	(49.5)	(15.5)	(2.0)	ปานกลาง
2.2 ขนบขบเคี้ยว	9	36	124	27	4	3.10
	(4.5)	(18)	(62.0)	(13.5)	(2.0)	ปานกลาง
รวม						3.14 ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ในด้าน  
ผลิตภัณฑ์ภาพยนตร์โดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.64 โดยมีความพึงพอใจใน  
ระดับมากกับนักแสดงภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ เทคนิคการถ่ายทำ ด้วย  
คะแนนเฉลี่ย 3.83 และผู้กำกับภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.61 ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ขนม  
เครื่องดื่มที่รับประทานขณะชมภาพยนตร์พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อขนม  
เครื่องดื่ม ที่รับประทานขณะชมภาพยนตร์ในระดับปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.14 โดยมีความ  
พึงพอใจในระดับปานกลางกับน้ำปลา น้ำอัดลม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.19 และขนมขบเคี้ยว ด้วย  
คะแนนเฉลี่ย 3.10

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครด้านราคา

การใช้บริการ ของโรงพยาบาลนคร	จำนวนและร้อยละในแต่ละระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ราคาบัตรชมภาพยนตร์	8 (4.0)	18 (9.0)	101 (50.5)	18 (9.0)	8 (4.0)	3.34 ปานกลาง
2. ราคาถูกกว่าโรงพยาบาล อื่น	16 (8.0)	57 (28.5)	99 (49.5)	21 (10.5)	7 (3.5)	3.27 ปานกลาง
3. ราคาขนมหน้าโรง ภาพยนตร์	12 (6.0)	48 (24.0)	81 (40.5)	50 (25.0)	9 (4.5)	3.02 ปานกลาง
4. ราคาเครื่องดื่มหน้าโรง ภาพยนตร์	15 (7.5)	28 (14.0)	95 (47.5)	52 (26.0)	10 (5.0)	2.93 ปานกลาง
รวม						3.14 ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครในด้านราคาโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.14 โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับราคาบัตรชมภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.34 รองลงมาคือ ราคาที่ถูกกว่าโรงพยาบาลอื่น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.27 และราคาขนมที่หน้าโรงภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.02

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การใช้บริการ ของโรงพยาบาลนคร	จำนวนและร้อยละในแต่ละระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. จำนวนช่องจำหน่ายตัว	28 (14.0)	72 (36.0)	88 (44.0)	12 (6.0)	-	3.58 มาก
2. ระบบสั่งจองและซื้อตัว ล่วงหน้า	51 (10.5)	83 (41.5)	91 (45.5)	5 (2.5)	-	3.60 มาก
3. ที่ตั้งโรงพยาบาลนครใกล้ที่ ทำงานและที่อาศัย	16 (8.0)	59 (29.5)	99 (49.5)	26 (13.0)	-	3.33 ปานกลาง
รวม						3.50 มาก

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.50 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับระบบสั่งจองและซื้อตัวล่วงหน้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.60 และจำนวนช่องจำหน่ายตัวด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.58 ส่วนที่ตั้งโรงพยาบาลนครใกล้ที่ทำงานและที่อาศัยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.02

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครด้านการส่งเสริมการตลาด

การใช้บริการ ของโรงพยาบาลนคร	จำนวนและร้อยละในแต่ละระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. การโฆษณาทางวิทยุ	15 (7.5)	64 (32.0)	87 (43.5)	33 (16.5)	1 (0.5)	3.29 ปานกลาง
2. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	18 (9.0)	89 (44.5)	69 (34.5)	23 (11.5)	1 (0.5)	3.50 มาก
3. การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	16 (8.0)	41 (20.5)	101 (50.5)	34 (17.0)	8 (4.0)	3.12 ปานกลาง
4. การโฆษณาทางแผ่นพับ/โบรชัวร์	16 (8.0)	66 (33.0)	95 (47.5)	20 (10.0)	3 (1.5)	3.36 ปานกลาง
5. การสะสมแต้มเพื่อแลกบัตรฟรีและของที่ระลึก	23 (11.5)	59 (29.5)	95 (47.5)	22 (11.0)	1 (0.5)	3.41 มาก
6. การจัดกิจกรรมชมรมคนรักหนัง	11 (5.5)	54 (27.0)	84 (42.0)	49 (24.5)	2 (1.0)	3.11 ปานกลาง
7. การโฆษณาทางป้ายหน้าโรงพยาบาลนคร	23 (11.5)	57 (28.5)	105 (52.5)	14 (7.0)	1 (0.5)	3.44 มาก
รวม						3.32 ปานกลาง

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.32 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.50 รองลงมาคือ การโฆษณาทางป้ายหน้าโรงพยาบาลนคร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.44 และการสะสมแต้มเพื่อแลกบัตรฟรีและของที่ระลึก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.41 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับการโฆษณาทางแผ่นพับหรือโบรชัวร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.36 รองลงมาคือ การโฆษณาทางวิทยุ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.29 และการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.12

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อ  
การใช้บริการโรงพยาบาลนครด้านคุณภาพการให้บริการ

การใช้บริการ ของโรงพยาบาลนคร	จำนวนและร้อยละในแต่ละระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
<b>1. พนักงานจำหน่ายบัตรชม</b>	44	42	105	8	1	3.60
1.1 กิริยามารยาทสุภาพ	(22.0)	(21.0)	(52.5)	(4.0)	(0.5)	มาก
1.2 มีมนุษยสัมพันธ์ดี และ อัธยาศัยดี	36	45	110	8	1	3.53
	(18.0)	(22.5)	(55.0)	(4.0)	(0.5)	มาก
1.3 ความรู้ความชำนาญใน การให้บริการ	38	87	71	4	-	3.79
	(19.0)	(43.5)	(35.5)	(2.0)		มาก
1.4 รับเงิน คืนเงินทอนถูก ต้อง	28	108	62	2	-	3.81
	(14.0)	(54.0)	(31.0)	(1.0)		มาก
1.5 แนะนำขั้นตอนการให้ บริการ	30	80	63	26	1	3.56
	(15.0)	(40.0)	(31.5)	(13.0)	(0.5)	มาก
รวม						3.66 มาก
<b>2. พนักงานเดินบัตรที่นั่ง</b>	36	52	104	8	-	3.58
2.1 กิริยามารยาทสุภาพ	(18.0)	(26.0)	(52.0)	(4.0)		มาก
2.2 มีมนุษยสัมพันธ์ดี และ อัธยาศัยดี	24	93	74	9	-	3.66
	(12.0)	(46.5)	(37.0)	(4.5)		มาก
2.3 ความรู้ความชำนาญใน การให้บริการ	29	72	94	5	-	3.63
	(14.5)	(36.0)	(47.0)	(2.5)		มาก
รวม						3.62 มาก

จากตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครในด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงานจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์โดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.66 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับรับเงิน คืนเงินทอนถูกต้อง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.79 และกิจกรรมรยาทสุภาพ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.60 ส่วนในด้านพนักงานเดินบัตรที่นั่งพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพนักงานเดินบัตรที่นั่งในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.62 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับมีมนุษยสัมพันธ์ดี และอธยาศัยดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.66 รองลงมาคือ ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.63 และกิจกรรมรยาทสุภาพ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.58

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อ  
การใช้บริการโรงพยาบาลนครด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ

การใช้บริการ ของโรงพยาบาลนคร	จำนวนและร้อยละในแต่ละระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ความสะอาดของโรง ภาพนคร	52 (26.0)	100 (50.0)	46 (23.0)	2 (1.0)	-	4.01 มาก
2. ความสะอาดของห้องน้ำ	28 (14.0)	63 (31.5)	87 (43.5)	15 (7.5)	7 (3.5)	3.45 มาก
3. การออกแบบตกแต่งนอก โรง	44 (22.0)	90 (45.0)	65 (32.5)	1 (0.5)	-	3.89 มาก
4. การออกแบบตกแต่งภายใน	31 (15.5)	83 (41.5)	75 (37.5)	11 (5.5)	-	3.67 มาก
5. การได้ระดับของจอ ภาพนคร	35 (17.5)	62 (31.0)	95 (47.5)	8 (4.0)	-	3.62 มาก
6. ระบบเสียงทันสมัย	35 (17.5)	64 (32.0)	93 (46.5)	7 (3.5)	1 (0.5)	3.63 มาก
7. ความสบายของเก้าอี้ที่นั่ง	33 (16.5)	59 (29.5)	88 (44.0)	11 (5.5)	9 (4.5)	3.48 มาก
8. ความคมชัดของการฉาย ภาพ	16 (8.0)	98 (49.0)	82 (41.0)	4 (2.0)	-	3.63 มาก
9. พื้นที่ทางเดินเข้าออก ระหว่างแถวที่นั่งสะดวก	23 (11.5)	55 (27.5)	104 (52.0)	15 (7.5)	3 (1.5)	3.40 ปานกลาง
10. อุณหภูมิภายในโรง	25 (12.5)	52 (26.5)	101 (50.5)	22 (11.0)	-	3.40 ปานกลาง
11. กลิ่นและความสดชื่นภายในโรง	17 (8.5)	66 (33.0)	93 (46.5)	24 (12.0)	-	3.38 ปานกลาง
12. ห้องพักคอยก่อนชมภาพ นครเพียงพอ	20 (10.0)	59 (29.5)	86 (43.0)	35 (17.5)	-	3.32 ปานกลาง



ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ

การใช้บริการ ของโรงพยาบาล	จำนวนและร้อยละในแต่ละระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
13. ความสะอาดปลอดภัย ของสถานที่	20 (10.0)	69 (34.5)	83 (41.5)	28 (14.0)	-	3.41 มาก
14. ความเพียงพอของห้องน้ำ	14 (7.0)	54 (27.0)	94 (47.0)	28 (14.0)	10 (5.0)	3.17 ปานกลาง
รวม						3.65 มาก

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลในด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพโดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.65 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับความสะอาดของโรงพยาบาล ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ การออกแบบตกแต่งนอกโรง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.89 และการออกแบบตกแต่งภายใน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.67 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับพื้นที่ทางเดินเข้าออกระหว่างแถวที่นั่งสะดวกและอุณหภูมิภายในโรง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.40 รองลงมาคือ กลิ่นและความสดชื่นภายในโรง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.38 และห้องพักคอยก่อนชมภาพยนตร์เพียงพอ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.32

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อ  
การใช้บริการโรงพยาบาลนครด้านกระบวนการให้บริการ

การใช้บริการ ของโรงพยาบาลนคร	จำนวนและร้อยละในแต่ละระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ความถูกต้องและรวดเร็วใน การจำหน่ายตั๋วหน้าโรง	12 (6.0)	76 (38.0)	94 (47.0)	18 (9.0)	-	3.41 มาก
2. ความถูกต้องและรวดเร็ว ในการจำหน่ายตั๋วช่องทาง โทรศัพท์	12 (6.0)	82 (41.0)	98 (49.0)	8 (4.0)	-	3.49 มาก
3. มีพนักงานแนะนำหน้า ช่องทางจำหน่ายตั๋ว	8 (4.0)	94 (47.0)	79 (39.5)	19 (9.5)	-	3.46 มาก
4. การตรงต่อเวลาในการฉาย ภาพยนตร์แต่ละรอบ	13 (6.5)	79 (39.5)	94 (47.0)	14 (7.0)	-	3.45 มาก
รวม						3.64 มาก

จากตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครในด้าน  
กระบวนการให้บริการโดยภาพรวมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.64 โดยมีความพึงพอใจใน  
ระดับมากกับความถูกต้องและรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วช่องทางโทรศัพท์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.49  
รองลงมาคือ มีพนักงานแนะนำหน้าช่องทางจำหน่ายตั๋ว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.46 และการตรงต่อ  
เวลาในการฉายภาพยนตร์แต่ละรอบ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.45

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นในการปรับปรุง

การปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	22	11.0
ด้านราคา	109	54.5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	36	18.0
ด้านการส่งเสริมการตลาด	45	22.5
ด้านคุณภาพการให้บริการ	52	26.0
ด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ	52	26.0
ด้านกระบวนการให้บริการ	30	15.0

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าทางโรงพยาบาลนครินทร์ในเครือวิสต์้าควรจะปรับปรุงด้านราคา จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ด้านคุณภาพการให้บริการและด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ จำนวน 52 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อบริการของโรงพยาบาล  
 เทศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
 เพศ

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	เพศ	
	ชาย	หญิง
1-3 ครั้ง	73 (81.1)	84 (76.4)
4-6 ครั้ง	16 (17.8)	16 (14.5)
7-9 ครั้ง	-	7 ( 6.4)
10 ครั้ง ขึ้นไป	1 ( 1.1)	3 ( 2.7)
รวม	90 (100.0)	110 (100.0)

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างชายและหญิงส่วนใหญ่ใช้บริการโรงพยาบาล 1-3 ครั้งต่อเดือน ชายจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 81.1 หญิงจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 76.4 รองลงมาทั้งชายและหญิงใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน ชายจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และหญิงจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

วันที่ใช้บริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
วันจันทร์ – วันศุกร์	20 (22.2)	34 (30.9)
วันเสาร์และวันอาทิตย์	61 (67.8)	58 (52.7)
วันหยุดนักขัตฤกษ์	1 ( 1.1)	6 ( 5.5)
อื่นๆ	8 ( 8.9)	12 (10.9)
รวม	90 (100.0)	110 (100.0)

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ วันที่สะดวกหรือวันที่อยากพักผ่อน

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างชายและหญิงส่วนใหญ่ใช้บริการในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ชายจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 หญิงจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาวันจันทร์ – วันศุกร์ ชายจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 หญิงจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกที่นั่งชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

แบบที่นั่งชมภาพยนตร์	เพศ	
	ชาย	หญิง
แบบธรรมดา	78 (86.7)	103 (93.6)
แบบ Honeymoon Seat	12 (13.3)	7 ( 6.4)
รวม	90 (100.0)	110 (100.0)

จากตารางที่ 24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหญิงและชายส่วนใหญ่เลือกที่นั่งชมภาพยนตร์แบบธรรมดา หญิงจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 93.6 ชายจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 86.7 และแบบ Honeymoon Seat หญิงจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และชายจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาที่เข้าชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เวลาที่เข้าชมภาพยนตร์	เพศ	
	ชาย	หญิง
11.00 – 12.59 น.	14 (15.6)	20 (18.2)
13.00 – 14.59 น.	44 (48.9)	68 (61.8)
15.00 – 16.59 น.	11 (12.2)	16 (14.5)
17.00 – 18.59 น.	-	2 ( 1.8)
19.00 – 20.59 น.	15 (16.7)	1 ( 0.9)
21.00 น. ขึ้นไป	6 ( 6.7)	3 ( 2.7)
รวม	90 (100.0)	110 (100.0)

จากตารางที่ 25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างหญิงและชายส่วนใหญ่เข้าชมภาพยนตร์เวลา 13.00 – 14.59 น. หญิงจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 ชายจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมาคือ เวลา 11.00 – 12.59 น. หญิงจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ชายจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของประเทศของภาพยนตร์ในกลุ่มตัวอย่างขอบจำแนกตามเพศ

ประเทศของภาพยนตร์	เพศ	
	ชาย	หญิง
ไทย	20 (22.2)	33 (30.0)
จีน	4 ( 4.4)	-
ญี่ปุ่น	1 ( 1.1)	5 ( 4.5)
ฝรั่ง (สหรัฐอเมริกา/อังกฤษ)	65 (72.2)	72 (65.5)
รวม	90 (100.0)	110 (100.0)

จากตารางที่ 26 พบว่ากลุ่มตัวอย่างหญิงและชายส่วนใหญ่ชอบภาพยนตร์จากฝรั่ง (สหรัฐอเมริกาหรืออังกฤษ) หญิงมีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 ชายมีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมาคือ จากประเทศไทย หญิงจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ชายจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2



ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์จำแนกตามเพศ

สื่อ	เพศ	
	ชาย	หญิง
วิทยุ	41 (45.6)	21 (19.1)
หนังสือพิมพ์	17 (18.9)	38 (34.5)
โปสเตอร์	23 (25.6)	39 (35.5)
อินเทอร์เน็ต	1 ( 1.1)	5 ( 4.5)
แผ่นพับ/โบรชัวร์	1 ( 1.1)	4 ( 3.6)
อื่น ๆ	7 ( 7.8)	3 ( 2.7)
รวม	90 (100.0)	110 (100.0)

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ เพื่อน

จากตารางที่ 27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างหญิงส่วนใหญ่คิดว่าโปสเตอร์เป็นสื่อที่มีผลทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์มากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่คิดว่าวิทยุเป็นสื่อที่มีผลทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์มากที่สุด จำนวน 41 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาคือ โปสเตอร์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของภาพยนตร์ที่กลุ่มตัวอย่างชอบจำแนกตาม

เพศ

ประเภทของภาพยนตร์	เพศ	
	ชาย	หญิง
การ์ตูน (Animation)	3 ( 3.3)	-
ตลกขบขัน (Comedy)	16 (17.8)	29 (26.4)
ตื่นเต้น สยองขวัญ (Psycho)	5 ( 5.6)	41 (37.3)
บู๊ คู้ด็อก สงคราม (Action)	44 (48.9)	28 (25.5)
วิทยาศาสตร์ ผจญภัย (Science Fiction)	18 (20.0)	1 ( 0.9)
ประวัติศาสตร์ (History)	-	1 ( 0.9)
โรแมนติก (Romantic)	4 ( 4.4)	10 ( 9.1)
แนวชีวิต (Drama)	-	-
แนวเพลง (Music)	-	-
รวม	90 (100.0)	110 (100.0)

จากตารางที่ 28 พบว่ากลุ่มตัวอย่างหญิงส่วนใหญ่ชอบภาพยนตร์ประเภทตื่นเต้น ตื่นเต้น สยองขวัญ (Psycho) จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา ประเภทตลกขบขัน (Comedy) จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 และกลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่ชอบภาพยนตร์ประเภทบู๊ คู้ด็อก สงคราม (Action) จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมา ประเภทวิทยาศาสตร์ ผจญภัย (Science Fiction) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศในด้านผลิตภัณฑ์

การใช้บริการโรงภาพยนตร์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ภาพยนตร์				
1.1 ชื่อภาพยนตร์	3.48	มาก	3.71	มาก
1.2 ชื่อผู้ผลิตภาพยนตร์	3.42	มาก	3.53	มาก
1.3 ผู้กำกับภาพยนตร์	3.72	มาก	3.51	มาก
1.4 นักแสดงภาพยนตร์	4.08	มาก	4.10	มาก
1.5 เทคนิคการถ่ายทำ	3.83	มาก	3.82	มาก
1.6 จำนวนรอบมีมาก	3.14	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
1.7 มีภาพยนตร์ให้เลือกมาก	3.54	มาก	3.45	มาก
2. ขนม, เครื่องดื่ม ที่รับประทาน				
2.1 น้ำเปล่า, น้ำอัดลม	3.32	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง
2.2 ขนมขบเคี้ยว	3.19	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง

จากตารางที่ 29 พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ในด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยส่วนของภาพยนตร์กลุ่มตัวอย่างชายมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ นักแสดงภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ เทคนิคการถ่ายทำ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.83 และผู้กำกับภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.72 ส่วนขนม เครื่องดื่มที่รับประทานขณะชมภาพยนตร์กลุ่มตัวอย่างชายมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ น้ำเปล่า น้ำอัดลม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.32 และขนมขบเคี้ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.19

ส่วนความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างหญิงส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยส่วนของภาพยนตร์กลุ่มตัวอย่างหญิงมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ นักแสดงภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ เทคนิคการถ่ายทำ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.82 และชื่อภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.71 ส่วนขนม เครื่องดื่มที่รับประทานขณะชมภาพยนตร์กลุ่มตัวอย่างชายมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ น้ำเปล่า น้ำอัดลม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.08 และขนมขบเคี้ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.02

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของกลุ่ม  
ตัวอย่างจำแนกตามเพศในด้านราคา

การใช้บริการโรงพยาบาล	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ราคาบัตรชมภาพยนตร์	3.27	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง
2. ราคาสูงกว่าโรงพยาบาลอื่น	3.12	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง
3. ราคาขนมหน้าโรงพยาบาล	2.90	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง
4. ราคาเครื่องดื่มหน้าโรงพยาบาล	2.99	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง

จากตารางที่ 30 พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลในด้านราคา กลุ่มตัวอย่างชายมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับราคาบัตรชมภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.27 รองลงมาคือ ราคาสูงกว่าโรงพยาบาลอื่น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.12 และราคาเครื่องดื่มหน้าโรงพยาบาล ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.99

ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับราคาบัตรชมภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.40 รองลงมาคือ ราคาสูงกว่าโรงพยาบาลอื่น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.39 และราคาเครื่องดื่มหน้าโรงพยาบาล ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.12

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การให้บริการโรงพยาบาลนคร	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. จำนวนช่องจำหน่ายตัว	3.37	ปานกลาง	3.75	มาก
2. ระบบสั่งจองและซื้อตัวล่วงหน้า	3.61	มาก	3.59	มาก
3. ที่ตั้งโรงพยาบาลนครใกล้ที่ทำงานและที่อาศัย	3.24	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง

จากตารางที่ 31 พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนครในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างชายมีความพึงพอใจในระดับมากกับระบบสั่งจองและซื้อตัวล่วงหน้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.61 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับจำนวนช่องจำหน่ายตัว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.37 รองลงมาคือ ที่ตั้งโรงพยาบาลนคร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.24

ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากกับจำนวนช่องจำหน่ายตัว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือ ระบบสั่งจองและซื้อตัวล่วงหน้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.59 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับที่ตั้งโรงพยาบาลนคร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.39

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศในด้านการส่งเสริมการตลาด

การให้บริการโรงภาพยนตร์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. การโฆษณาทางวิทยุ	3.09	ปานกลาง	3.46	มาก
2. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3.38	ปานกลาง	3.60	มาก
3. การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	3.16	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง
4. การโฆษณาทางแผ่นพับ/โบรชัวร์	3.43	มาก	3.30	ปานกลาง
5. การสะสมแต้มเพื่อแลกบัตรฟรีและของที่ระลึก	3.30	ปานกลาง	3.49	มาก
6. การจัดกิจกรรมชมรมคนรักหนัง	3.17	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง
7. การโฆษณาทางป้ายหน้าโรงภาพยนตร์	3.44	มาก	3.43	มาก

จากตารางที่ 32 พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ในด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างชายมีความพึงพอใจในระดับมากกับการโฆษณาทางป้ายหน้าโรงภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.44 รองลงมาคือ การโฆษณาทางแผ่นพับหรือโบรชัวร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.43 และการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.38 ส่วนกลุ่มตัวอย่างชายที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับการสะสมแต้มเพื่อแลกบัตรฟรีและของที่ระลึก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.30 รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมชมรมคนรักหนัง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.17 และการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.16

ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากกับการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.60 รองลงมาคือ การสะสมแต้มเพื่อแลกบัตรฟรีและของที่ระลึก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.49 และการโฆษณาทางวิทยุ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.46 ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับการโฆษณาทางแผ่นพับ/โบรชัวร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.30 รองลงมาคือ การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.08 และการจัดกิจกรรมชมรมคนรักหนัง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.07

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศในด้านคุณภาพการให้บริการ

การใช้บริการโรงภาพยนตร์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. พนักงานจำหน่ายบัตรชม				
1.1 กิริยามารยาทสุภาพ	3.48	มาก	3.70	มาก
1.2 มีมนุษยสัมพันธ์ดี และอธยาศัยดี	3.49	มาก	3.57	มาก
1.3 ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ	3.74	มาก	3.84	มาก
1.4 รับเงิน คืนเงินทอนถูกต้อง	3.68	มาก	3.92	มาก
1.5 แนะนำขั้นตอนการให้บริการ	3.29	ปานกลาง	3.78	มาก
2. พนักงานเดินบัตรที่นั่ง				
2.1 กิริยามารยาทสุภาพ	3.40	ปานกลาง	3.73	มาก
2.2 มีมนุษยสัมพันธ์ดี และอธยาศัยดี	3.67	มาก	3.65	มาก
2.3 ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ	3.67	มาก	3.59	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ในด้านคุณภาพการให้บริการ ในส่วนของพนักงานจำหน่ายบัตรชมกลุ่มตัวอย่างชายมีความพึงพอใจในระดับมากกับความู้ความชำนาญในการให้บริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ รับเงิน คืนเงินทอนถูกต้อง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.68 และมีมนุษยสัมพันธ์ดี และอธยาศัยดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.49 ในส่วนพนักงานเดินบัตรที่นั่งกลุ่มตัวอย่างชายมีความพึงพอใจในระดับมากกับความู้ความชำนาญในการให้บริการ มนุษย์สัมพันธ์ และอธยาศัยดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.67 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับกิริยามารยาทที่สุภาพ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.40

ในส่วนของพนักงานจำหน่ายบัตรชมกลุ่มตัวอย่างหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากกับรับเงิน คืนเงินทอนถูกต้อง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.92 รองลงมาคือ ความู้ความชำนาญในการให้บริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.84 และแนะนำขั้นตอนการให้บริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.78 ในส่วนพนักงานเดินบัตรที่นั่งกลุ่มตัวอย่างหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากกับกิริยามารยาทที่สุภาพ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.73 รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และอธยาศัยดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.65 และมีความู้ความชำนาญในการให้บริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.59

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจต่อการให้บริการโรงภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศในด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ

การให้บริการโรงภาพยนตร์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ความสะอาดของโรงภาพยนตร์	3.98	มาก	4.04	มาก
2. ความสะอาดของห้องน้ำ	3.44	มาก	3.45	มาก
3. การออกแบบตกแต่งนอกโรง	4.00	มาก	3.79	มาก
4. การออกแบบตกแต่งภายใน	3.71	มาก	3.64	มาก
5. การได้ระดับของจอภาพยนตร์	3.69	มาก	3.56	มาก
6. ระบบเสียงทันสมัย	3.78	มาก	3.50	มาก
7. ความสบายของเก้าอี้ที่นั่ง	3.34	ปานกลาง	3.59	มาก
8. ความคมชัดของการฉายภาพ	3.57	มาก	3.68	มาก
9. พื้นที่ทางเดินเข้าออกระหว่างแถวที่นั่ง สะดวก	3.39	ปานกลาง	3.41	มาก
10. อุณหภูมิภายในโรง	3.57	มาก	3.26	ปานกลาง
11. กลิ่นและความสดชื่นภายในโรง	3.48	มาก	3.30	ปานกลาง
12. ห้องพักคอยก่อนชมภาพยนตร์เพียง พอ	3.37	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง
13. ความสะดวกปลอดภัยของสถานที่	3.59	มาก	3.25	ปานกลาง
14. ความเพียงพอของห้องน้ำ	3.30	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง

จากตารางที่ 34 พบว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการโรงภาพยนตร์ในด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพขององค์ประกอบทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างชายมีความพึงพอใจในระดับมากกับการออกแบบตกแต่งนอกโรง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ความสะอาดของโรงภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.98 และระบบเสียงที่ทันสมัย ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.78 ส่วนกลุ่มตัวอย่างชายที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับพื้นที่ทางเดินเข้าออกระหว่างแถวที่นั่งสะดวก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.39 รองลงมาคือ ห้องพักคอยก่อนชมภาพยนตร์เพียงพอ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.37 และความสบายของเก้าอี้ที่นั่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.34



ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากกับความสะอาดของโรงพยาบาลด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ การออกแบบตกแต่งนอกรอง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.79 และความคมชัดของการฉายภาพ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.68 ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับกลิ่นและความสดชื่นภายในโรง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.30 รองลงมาคือ ห้องพักคอยก่อนชมภาพยนตร์เพียงพอ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.28 และอุณหภูมิภายในโรง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.26

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศในด้านกระบวนการให้บริการ

การใช้บริการโรงภาพยนตร์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ความถูกต้องและรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วหน้าโรง	3.38	ปานกลาง	3.44	มาก
2. ความถูกต้องและรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วช่องทางโทรศัพท์	3.44	มาก	3.53	มาก
3. มีพนักงานแนะนำหน้าช่องทางจำหน่ายตั๋ว	3.53	มาก	3.39	ปานกลาง
4. การตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์แต่ละรอบ	3.44	มาก	3.46	มาก

จากตารางที่ 35 พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ในด้านกระบวนการให้บริการกระบวนการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างชายมีความพึงพอใจในระดับมากกับมีพนักงานแนะนำหน้าช่องทางจำหน่ายตั๋ว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.53 รองลงมาคือ ความถูกต้องและรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วช่องทางโทรศัพท์ และการตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์แต่ละรอบ ด้วยคะแนนเฉลี่ยที่เท่ากัน เท่ากับ 3.44 ส่วนความถูกต้องและรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วหน้าโรงกลุ่มตัวอย่างชายที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.38

ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากกับความถูกต้องและรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วช่องทางโทรศัพท์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.53 รองลงมาคือ การตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์แต่ละรอบ ด้วยคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.46 และความถูกต้องและรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วหน้าโรง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.44