

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงพยาบาลนครินทร์ในเครือ
เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายสุรเชษฐ สุภา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ สิริเกียรติ รัชชชานติ	ประธานกรรมการ
อาจารย์เพชรรัตน์ มีสมบุญพูนสุข	กรรมการ
อาจารย์ ศุภรย์พันธ์ สุวรรณพันธ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงพยาบาลนครินทร์ในเครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงพยาบาลนครินทร์ในเครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บตัวอย่างจากผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครินทร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 322 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา โดยการนำเสนอเป็นตาราง ความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท

ภาพยนตร์ที่ลูกค้าโรงพยาบาลนครินทร์ชอบชมผลิตจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยส่วนใหญ่ชอบชมภาพยนตร์แนวโรแมนติก และมีความพึงพอใจในโรงพยาบาลนครินทร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ โรงพยาบาลนครินทร์วิสต้า จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครินทร์ในเครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ โดยเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง และวันที่ใช้บริการโรงพยาบาลนครินทร์ คือ วันเสาร์และวันอาทิตย์ ช่วงเวลาที่เข้าชมภาพยนตร์ในโรงพยาบาลนครินทร์ในเครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ คือ เวลา 13.01 - 14.30 น. โดยส่วนใหญ่การเลือกที่นั่งชมภาพยนตร์เป็น

แบบธรรมดา ราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์ที่ซื้อคือ 100 บาท สื่อข้อมูลข่าวสารที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์ ส่วนใหญ่ทราบจากหนังสือพิมพ์ และส่วนใหญ่ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกโรงภาพยนตร์ คือ เพื่อน หรือ คู่รัก

ด้านความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการพบว่า ลูกค้าโรงภาพยนตร์มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards the Service of the Major Cineplex Theatre Group in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai

Author Mr. Surachate Supa

M.B.A.

Examining Committee

Assoc. Prof. Sirikiat Ratchusanti	Chairman
Lecturer Phacharat Meesomboonpoonsuk	Member
Lecturer Sujarpin Suwanapan	Member

ABSTRACT

The main objective of the independent study entitled: “The Customer Satisfaction towards Service of Major Cineplex Theater Group in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai” was to study the customer satisfaction towards service of Major Cineplex Theater Group in Muang district, Chiang Mai province. The study was conducted by collecting samples from 322 customers who used services from the theater in the area of Muang district, Chiang Mai province. The questionnaire was distributed as the implement of this study. The statistic for analysis data was descriptive statistic that was presented in form of table, frequency, percent and mean.

The study found out that most respondents were male whose aged between 20 – 30 years old. They marital status were single with education equaling bachelor degree. They were mostly officers in private organizations with salary 5,000 – 10,000 baht per month.

Customer preferred movies produced in the United States of America. Most of them liked the style of romantic film. The most satisfied theater in Chiang Mai was Major Cineplex Theater Group and then Vista Theater, respectively. The frequency of going to Major Cineplex Theater Group was less than 1 time per month and customers went to see movies on Saturday and Sunday at 13.01 – 14.30 p.m. The seat was most selected cost 100 baht for the movie ticket.

Newsletter was the most effective medium where people learned information about the theater. Most of them agreed that the decision of selecting theater was influenced by friend or lover.

In term of satisfaction towards service marketing mix, it was found out that the average customer satisfaction was in a high level towards the following factors: place, people or officer, production or presentation of the physical evidence and process, respectively. The satisfaction towards price and promotion factors were in the moderate mean level.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University