

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษาในการใช้บริการ โรงภาพยนตร์
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายชัชรัตน์ คุณารัตน์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์ ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา กรรมการ

บทคัดย่อ

จ.ช.

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษาในการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษา ใช้แบบ
สอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย 3 แห่ง ในจังหวัด
เชียงใหม่คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และมหาวิทยาลัยพายัพ จำนวน 330 คน ผลการ
ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง/อายุระหว่าง 21-23 ปี มีรายได้ระหว่าง 3,001 -
6,000 บาทต่อเดือน

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเข้าใช้
บริการของโรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ มีความถี่ในการเข้าชมนาน ๆ ครั้งมากที่สุด และจะเข้าชม
ในช่วงเวลา 17.00 - 20.00 น. วันที่ไปใช้บริการมากที่สุดคือวันเสาร์ โดยจะไปกับเพื่อน ทราบข้อมูล
ข่าวสารมากที่สุดจาก ป้ายหน้าโรงภาพยนตร์ ประเภทของภาพยนตร์ที่นิยมไปชมมากที่สุด คือ
ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด แนวที่ชอบมากที่สุดคือบู๊/แอ็คชั่น ส่วนภาพยนตร์ไทยจะชอบแนวตลกมากที่สุด

ผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม
ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาดบริการ ทุกปัจจัยในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจาก
มากไปหาน้อยได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง
กายภาพ ด้านราคา ด้านสถานที่บริการ ด้านบุคลากรและด้านส่งเสริมการตลาด

Independent Study Title The Marketing Mix Influencing Undergraduate Students in Using
Cinema Services in Mueang District, Chiang Mai Province.

Author Mr. Chairat Kunarat

Degree Master of Business Administration.

Independent Study Advisory Committee

Associate Prof. Orachorn Maneesong Chairperson

Associate Prof. Dr. Patchara Tantiprapha Member

ABSTRACT

The objective of this research is to study the marketing mix which influences the undergraduate students in using cinema services in Mueang District, Chiang Mai Province. The data was gathered by randomly distributing the questionnaires to 330 undergraduate students from 3 universities under the Ministry of University Affair in Chiang Mai namely Chiang Mai University, Mae Joe University, and Payap University. From the study, it was found that most of the respondents are female at the age of 21-23. Most of them are single and have the income of around Bht. 3,001-6,000 per month.

The result of study, most of the respondents prefer seeing movies in Major Cineplex Cinema. Most of them see the movies once in a while and they mostly see the movie during 5.00 – 8.00 p.m. Saturday is the most popular day in seeing the movie for them. Usually, the respondents will see the movie with their friends. They get the information of the cinema from the signboards in front of the cinema. Most of them prefer seeing Hollywood's action movies as for thai movies, they comedies.

The result of study, when considering the marketing factors which have influence on the decision making of the cinema customers, most of the respondents value the importance of all marketing service factors by sequencing the value as average ascending : the product, process, physical evidence and presentation, price, place, people and promotion.