

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ
ความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พฤติกรรมการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภค

ในจังหวัดเชียงใหม่

โดย

นางสาวกุลวรี ศักดิ์สุริยา

พฤษภาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิธูมา สิทธิชัย

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาถึงปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ และ 3) ศึกษาถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการโรงภาพยนตร์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 350 คน โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) ผลการวิจัยมีดังนี้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์เฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน ที่โรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ 1-7 ในวันเสาร์ โดยเลือกชมภาพยนตร์ต่างประเทศ (ตะวันตก) ประเภทต่อสู้ บู้ คุเค็ค โดยเลือกชมภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และกลุ่มอ้างอิง ซึ่งถ้าเรียงลำดับตามค่าคะแนนเฉลี่ยแล้ว อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางการภาพ รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้บริการโรงภาพยนตร์ โดยรวมแล้วผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่สำคัญได้แก่ ภาพไม่คมชัดเพียงพอ และระบบเสียงไม่สมจริง ด้านราคา ปัญหาที่สำคัญได้แก่ ราคาบัตรชมภาพยนตร์มีราคาสูง ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ปัญหาที่สำคัญคือ สถานที่จอดรถไกล, มีน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาที่สำคัญคือ ภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์มีรายละเอียดไม่เพียงพอ ด้านบุคคล ปัญหาที่สำคัญได้แก่ พนักงานจำหน่ายบัตรไม่เต็มใจให้บริการ และพนักงานรับโทรศัพท์พูดจาไม่เหมาะสม, ไม่ให้ข้อมูลรายละเอียดของภาพยนตร์ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัญหาที่สำคัญคือ ระดับอุณหภูมิของโรงภาพยนตร์ไม่เหมาะสม ด้านกระบวนการ ปัญหาที่สำคัญได้แก่ ระยะเวลาในการรอคิวซื้อบัตรนาน และถ้าให้ความสำคัญกับปัญหาตามค่าคะแนนเฉลี่ย ปัญหาที่มีความสำคัญอันดับแรกคือ ปัญหาด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ตามลำดับ

The objectives of this research were to investigate : 1) consumer behavior of using movie theatres in Chiang Mai province; 2) factors affecting the consumers' decision on using movie theatres in Chiang Mai province; and 3) problems which related about using movie theatres in Chiang Mai province. The data was collected by means of questionnaires from 350 samples of consumer that used movie theatres in Chiang Mai province, and analyzed by using of the SPSS for Windows. The research findings were as follows:

Most of the consumers were male, aged 21-40 years, were students, held a bachelor degree, had a personal-income less than 5,000 Baht per month and had a family-income more than 20,000 Baht.

Most of the consumers watched the movies at the theatres average 1-2 times per month at Major Cineplex 1-7 on Saturday and chose to watch the movies from aboard (Europe and America) which were fighting movies with original soundtrack.

The factors affecting the consumers' decision on using movie theatres in Chiang Mai province at a high level, which were product, price, place, promotion, people, physical evidence and presentation, process and reference group. If they were arranged in order by average score, the first would be the physical, the product and the place consecutively.

The consumers' overall problems were found to be at a moderate level. The problems were as follows: the pictures were not clear enough and the sound system was not reality; the prices of the tickets were too expensive; the movie theatres did not have enough parking lot and were too far; the sample-movie in the theatres did not have enough details. The ticket-seller did not want to service and the operators spoke inappropriately and did not give enough information; the temperature in the theatres was not appropriate and the time-in-queue to buy the tickets was too long. And if they were arranged in order by the average score the first would be the price problem, the product problem and the place problem consecutively.