บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในเครือวิสต้า จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในเครือวิสต้าจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของของลูกค้าต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในเครือวิสต้าจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนข้อมูลพื้นฐาน เพื่อจะนำผลการศึกษาไปใช้ปรับปรุงงานด้านการให้บริการให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มาใช้บริการโรงภาพยนตร์วิสต้าที่ศูนย์การค้า 12 ห้วยแก้ว และโรงภาพยนตร์วิสต้าที่ศูนย์การค้าดาดสวนแก้ว ศูนย์การค้าละ 100 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์โดยใช้คอมพิวเตอร์จากโปรแกรม SPSS for Windows โดยใช้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) และค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปของตาราง สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างเป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.0 มีอายุ 18 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีสถานภาพเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 87.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 51.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.0 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 79.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการของโรงภาพยนตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการโรงภาพยนตร์ 1 – 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 78.5 และใช้บริการโรงภาพยนตร์ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 59.5 โดยเลือกที่นั่งชมภาพยนตร์แบบธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 90.5 เข้าชมภาพยนตร์เวลา 13.00 – 14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 56.0 แนวภาพยนตร์ที่ชอบเป็นแนวฝรั่ง (สหรัฐอเมริกาหรืออังกฤษ) คิดเป็นร้อยละ 68.5

สื่อวิทยุและโปสเตอร์มีผลทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์มากที่สุด และประเภทภาพยนตร์ชอบมากที่สุดคือ ภาพยนตร์ประเภทบู๊ ดุเดือด สงคราม (Action) คิดเป็นร้อยละ 36.0

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อบริการของโรงภาพยนตร์

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากในปัจจัยต่าง ๆ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านสถานที่และองค์ประกอบทางด้านกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา

ในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อภาพยนตร์ในระดับมากกับนักแสดงภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.09 ส่วนในด้านขนม เครื่องดื่ม ที่รับประทานขณะชมภาพยนตร์ พบว่า มีความพึงพอใจต่อขนม เครื่องดื่มที่รับประทานขณะชมภาพยนตร์ในระดับปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.14

ในด้านราคา พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อราคาในระดับปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.14 โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับราคาบัตรชมภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.34

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.50 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับระบบสั่งจองและซื้อตั๋วล่วงหน้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.60

ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อในด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.32 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.50 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับการโฆษณาทางแผ่นพับหรือโบรชัวร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.36

ในด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพนักงานจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.66 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับรับเงิน คืนเงินทอนถูกต้อง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.81 ส่วนในด้านพนักงานเดินบัตรที่นั่งพบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพนักงานเดินบัตรที่นั่งในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.62 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับมีมนุษย์สัมพันธ์ดี และอัธยาศัยดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.66

ในด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อในด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.65 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับความสะอาดของโรงภาพยนตร์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.01

ในด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อในด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.64 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับความถูกต้องและรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วจองทางโทรศัพท์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.49

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าทางโรงภาพยนตร์ในเครือวิสต้าควรจะปรับปรุงด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ด้านคุณภาพการให้บริการและด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในเครือวิสต้า จังหวัดเชียงใหม่ ได้สอดคล้องกับแนวความคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจการบริการ (Market Mix) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, 337 – 339) พบว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 7 ขั้นตอน คือธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 7Ps)

ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งในด้านธุรกิจโรงภาพยนตร์นั้นถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของบริการ (Service Product) การที่จะสร้างความมั่นใจและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้น ธุรกิจจะต้องสร้างและนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรมเพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อภาพยนตร์ในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.64 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับนักแสดงภาพยนตร์ รองลงมาคือ เทคนิคการถ่ายทำ และผู้กำกับภาพยนตร์ และผลการศึกษาได้สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ทัศนคติของวัยรุ่นต่อภาพยนตร์โฆษณาในโรงภาพยนตร์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของสมชาย เจิดกานต์ ที่พบว่า ในการเลือกโรงภาพยนตร์ที่จะชมเลือกจากภาพยนตร์ที่ฉายเป็นอันดับแรก และผลการศึกษาได้สอดคล้องกับการศึกษาของบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ที่ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการดูภาพยนตร์และความคิดเห็นในเรื่องความปลอดภัยในการดูภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของคนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ระหว่างวันที่ 18 – 23 กรกฎาคม 2540 พบว่า การเลือกชมภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้าหรือที่เป็นโรงเดี่ยว ส่วนใหญ่คำนึงถึงโปรแกรมหนังคิดเป็นสัดส่วนสูงร้อยละ 29.4

ราคา (Price) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง การแข่งขัน และปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี

ความพึงพอใจต่อราคาในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับราคาบัตรชมภาพยนตร์ รองลงมาคือ ราคาที่ถูกกว่าโรงภาพยนตร์อื่น และราคาขนมที่หน้าโรงภาพยนตร์

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กระบวนการจัดจำหน่ายของธุรกิจบริการ เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศ สิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า ที่มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและประโยชน์ของการบริการที่นำเสนอ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับระบบสั่งจองและซื้อตั๋วล่วงหน้า รองลงมาคือจำนวนช่องจำหน่ายตั๋ว

การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อ สื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากกับการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ การโฆษณาทางป้ายหน้าโรงภาพยนตร์ และการสะสมแต้มเพื่อแลกบัตรฟรีและของที่ระลึก และผลการศึกษาได้สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของเยาวชนไทย ของ ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ (2531) ที่พบว่า เยาวชนไทยนิยมเข้าชมในโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง โดยมิได้ให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งโรงภาพยนตร์และจะเข้าชมภาพยนตร์เป็นกลุ่ม เหตุผลที่เข้ามชมก็เพื่อความบันเทิงและตัวแปรที่สำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจพบว่าสื่อโฆษณามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสูงสุด

ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อ แสวงหาลูกค้า การเสนอขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพนักงานจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ในระดับมากกับการรับเงิน คืนเงินทอนถูกต้อง รองลงมาคือ ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ และกิริยามารยาทสุภาพ ส่วนในด้านพนักงานเดินบัตรที่นั่งพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพนักงานเดินบัตรที่นั่งในระดับมากกับการมีมนุษย์สัมพันธ์ดีและอัธยาศัยดี รองลงมาคือ ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ และกิริยามารยาทสุภาพ

สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) พยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น ธุรกิจโรงภาพยนตร์ต้องพัฒนาลักษณะทาง กายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer – value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋ว หรือคุณประโยชน์อื่น โดยพิจารณาถึง

ความเหมาะสมกับลูกค้า ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อในด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับความสะอาดของโรงภาพยนตร์ รองลงมาคือ การออกแบบตกแต่งนอกโรงและการออกแบบตกแต่งภายใน และผลการศึกษาได้สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องทัศนคติของวัยรุ่นต่อภาพยนตร์โฆษณาในโรงภาพยนตร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของสมชาย เจิดกานต์ ที่พบว่า ในการเลือกโรงภาพยนตร์ที่ชมจะเลือกโรงภาพยนตร์ที่สะอาดและชอบระบบเสียงที่ทันสมัย และผลการศึกษาได้สอดคล้องกับการศึกษาของบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทยจำกัด ที่ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการชมภาพยนตร์และความคิดเห็นในเรื่องความปลอดภัยในการชมภาพยนตร์ของคนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ระหว่างวันที่ 18 – 23 กรกฎาคม 2540 พบว่า เลือกชมภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้าเพราะโรงภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้าได้มาตรฐานและปลอดภัยดีอยู่แล้ว

กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับลูกค้าเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อในด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับความถูกต้องและรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วจองทางโทรศัพท์ รองลงมาคือ มีพนักงานแนะนำหน้าช่องทางจำหน่ายตั๋ว และการตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์แต่ละรอบ

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในเครือวิสต้า จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

1. ในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างนิยมเข้าใช้บริการโรงภาพยนตร์ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ โดยเลือกที่นั่งชมภาพยนตร์แบบธรรมดา และเข้าชมภาพยนตร์เวลา 13.00 – 14.59 น. และกลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับจำนวนรอบ ราคาขนม และเครื่องดื่มหน้าโรงภาพยนตร์ในระดับปานกลาง

2. ในด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับราคาบัตรชมภาพยนตร์ในระดับปานกลาง

3. ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากกับระบบสั่งจองและซื้อตั๋วล่วงหน้า รองลงมาคือจำนวนช่องจำหน่ายตั๋ว และที่ตั้งโรงภาพยนตร์

4. ในด้านการส่งเสริมการตลาด สื่อวิทยุและโปสเตอร์มีผลทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากกับการโฆษณา

ทางหนังสือพิมพ์ การสะสมแต้มเพื่อแลกบัตรฟรีและของที่ระลึก และการโฆษณาทางป้ายหน้าโรงภาพยนตร์

5. ในด้านคุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากกับพนักงานที่ให้บริการ

6. ในด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับพื้นที่ทางเดินเข้าออกระหว่างแถวที่นั่ง อุณหภูมิภายในโรง กลิ่นและความสดชื่นในโรง ห้องพักคอยก่อนชมภาพยนตร์ และห้องน้ำในระดับปานกลาง

7. ในด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากกับความถูกต้องและรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วจองทางโทรศัพท์ รองลงมาคือ มีพนักงานแนะนำหน้าช่องทางจำหน่ายตั๋ว และการตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์แต่ละรอบ

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม

1. ในด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการเพิ่มจำนวนรอบในการฉายภาพยนตร์ให้มากขึ้นในเวลาที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเข้าใช้บริการโรงภาพยนตร์ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ และควรมีการปรับปรุงราคาขนม และเครื่องดื่มที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์ให้สอดคล้องกับราคาที่ขายร้านทั่วไป

2. ในด้านราคา ควรมีการปรับปรุงราคาบัตรชมภาพยนตร์ ซึ่งลูกค้าพอใจในระดับปานกลาง ควรจะลดราคาลง หรือ ลดราคาที่นั่ง Honeymoon Seat ให้เท่ากับ ราคาที่นั่งธรรมดาในวันธรรมดาบางวัน

3. ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มระบบการสั่งจองและซื้อตั๋วล่วงหน้าทาง E - mail

4. ในด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเพิ่มการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับภาพยนต์หรือร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจอื่น ๆให้มากขึ้น

5. ในด้านคุณภาพการให้บริการ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากกับพนักงานที่ให้บริการ ควรจัดอบรมพนักงานให้ตระหนักในการให้บริการให้เป็นที่ประทับใจกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

6. ในด้านอาคารสถานที่และองค์ประกอบทางกายภาพ อุณหภูมิภายในโรงภาพยนต์ กลิ่นและความสดชื่นในโรง ห้องพักคอยก่อนชมภาพยนตร์ และห้องน้ำให้มีจำนวนเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ

5.4.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การนำผลการวิจัยในครั้งนี้เพื่อนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์หรือเพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยในครั้งต่อไป โดยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งนี้มีระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถาม 1 สัปดาห์ คือเก็บตั้งแต่วันจันทร์ถึง วันอาทิตย์ เวลา 11.00 – 16.00 น. และเวลา 19.00 – 21.00 น. เท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะศึกษาขยายเวลาในการเก็บแบบสอบถามให้มากขึ้น เพื่อทำให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตในการศึกษาเฉพาะความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงภาพยนตร์วิสต้า 12 ห้วยแก้ว และโรงภาพยนตร์วิสต้ากาดสวนแก้วเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาในรายละเอียดของการให้บริการในด้านต่าง ๆ ที่เจาะลึกลงในแต่ละด้าน และในโรงภาพยนตร์หลาย ๆ โรง เพื่อที่จะนำผลที่ได้มาศึกษาระดับความพึงพอใจของการให้บริการในด้านต่าง ๆ แล้วนำผลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น เพื่อทำให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงภาพยนตร์แห่งอื่น ๆ เพื่อที่จะนำผลที่ได้มาศึกษาเปรียบเทียบ และพัฒนาการให้บริการในด้านต่าง ๆ กับผู้มาใช้บริการโรงภาพยนตร์ในเครือวิสต้า