

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) เท่ากันทุกโรงภาพยนตร์ มีจำนวนทั้งสิ้น 4 โรงภาพยนตร์ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยในบทนี้จะกล่าวสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาได้กำหนดผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้บริโภคชายและหญิงที่ใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 16 – 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพหลักเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีรายได้หลักต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท นิยมใช้บริการโรงภาพยนตร์ เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้ง ต่อเดือน นิยมชมภาพยนตร์ประเภทแอ็คชั่น และรับทราบข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์

##### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบ

##### มัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีรายละเอียดดังนี้

##### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกปัจจัย ได้แก่ ชื่อเสียงของโรงภาพยนตร์ คุณภาพระบบเสียงของโรงภาพยนตร์ คุณภาพระบบแสงของโรงภาพยนตร์ จำนวนรอบในการฉายภาพยนตร์ จำนวนโรงภาพยนตร์ที่ให้ บริการ และความสบายของที่นั่งในโรงภาพยนตร์

### **ปัจจัยด้านราคา**

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ราคาของตั๋วชมภาพยนตร์

### **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์

### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ 쿠폰ส่วนลด

### **ปัจจัยด้านกระบวนการ**

ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้ข้อมูล ความรวดเร็วในการบริการซื้อตั๋ว ความรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋ว และการตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์

### **ปัจจัยด้านบุคคล**

ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสุภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋ว และความสุภาพของพนักงานเดินตั๋ว

### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ การตกแต่งโรงภาพยนตร์ อุณหภูมิภายในโรงภาพยนตร์ ความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์ และความสะอาดของโรงภาพยนตร์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลระบบ  
มัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

#### 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างโดยรวม  
อยู่ในระดับมาก โดยความสบายของที่นั่งในโรงพยาบาล มีผลมากต่อการใช้บริการ โรงพยาบาล

##### จำแนกตามเพศ

ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศ  
หญิง โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

##### จำแนกตามอายุ

ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 16  
ปี 16 – 25 ปี อายุ 26 – 35 ปี และ อายุ 36 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

##### จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับ  
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. การศึกษาระดับ ปวส. / อนุปริญญา การศึกษาระดับปริญญาตรี และ  
การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยความสบายของที่นั่งในโรง  
พยาบาลมีผลมากต่อการใช้บริการ โรงพยาบาล

##### จำแนกตามอาชีพหลัก

ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน /  
นักศึกษา อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ร่วมทุน อาชีพพนักงานบริษัท อาชีพข้าราชการ / พนักงาน  
รัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

##### จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน

ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน  
10,000 บาท รายได้ 10,001 – 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000  
บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสบายของที่นั่งในโรงพยาบาล มีผลมากต่อการใช้บริการ  
โรงพยาบาล

#### 2. ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อใช้บริการ โรงพยาบาลของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ใน  
ระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามราคาของตัวชมภาพยนต์ มีผลมากต่อการใช้บริการ โรงพยาบาล

**จำแนกตามเพศ**

ราคามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุปตัวอย่างเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีผลในระดับปานกลาง สำหรับเพศหญิง อย่างไรก็ตามราคาของตัวชมภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุป

**จำแนกตามอายุ**

ราคามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุปตัวอย่างที่มีอายุ น้อยกว่า 16 ปี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาของตัวชมภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุป

ราคามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุปตัวอย่างที่มีอายุ 16 – 25 ปี อายุ 26 – 35 ปี และอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามราคาของตัวชมภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุป

**จำแนกตามระดับการศึกษา**

ราคามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุปของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ราคามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุปตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปวส. / อนุปริญญา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาของตัวชมภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุป

ราคามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุปของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามราคาของตัวชมภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุป

**จำแนกตามอาชีพหลัก**

ราคามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุปของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาของตัวชมภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุป

ราคามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุปของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ร่วมทุน อาชีพพนักงานบริษัท และอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามราคาของตัวชมภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุป

**จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน**

ราคามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุปของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยราคาของตัวชมภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดกรุป

ราคามีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามราคาของตัวชมภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

### 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยสถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

#### จำแนกตามเพศ

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยสถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

#### จำแนกตามอายุ

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 16 ปี อายุ 16 – 25 ปี อายุ 26 – 35 ปี และอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม สถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

#### จำแนกตามระดับการศึกษา

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม สถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปวส. / อนุปริญญา ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม สถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

#### จำแนกตามอาชีพหลัก

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ร่วมทุน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม สถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐราชการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม สถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

#### จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม สถานที่ตั้งของโรงพยาบาลของรัฐมีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ

#### 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม คุปองส่วนลด มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ

#### จำแนกตามเพศ

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม คุปองส่วนลด มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ

#### จำแนกตามอายุ

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 16 ปี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยคุปองส่วนลดมีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 16 – 25 ปี อายุ 26 – 35 ปี และอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม คุปองส่วนลดมีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ

#### จำแนกตามระดับการศึกษา

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปวส. / อนุปริญญา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยคุปองส่วนลด มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม คุปองส่วนลด มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ

#### จำแนกตามอาชีพหลัก

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม คุปองส่วนลด มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ร่วมทุน อาชีพพนักงานบริษัท อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกกลุ่ม

#### **จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน**

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามคูปองส่วนลด มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาล

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกกลุ่ม

#### **5. ปัจจัยด้านกระบวนการ**

ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาล

#### **จำแนกตามเพศ**

กระบวนการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาล

#### **จำแนกตามอายุ**

กระบวนการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 16 ปี อายุ 16 – 25 ปี อายุ 26 – 35 ปี และอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

#### **จำแนกตามระดับการศึกษา**

กระบวนการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับ ปวส. / อนุปริญญา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์ มีผลมากต่อการใช้บริการโรงพยาบาล

กระบวนการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

### จำแนกตามอาชีพหลัก

กระบวนการมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ร่วมทุน อาชีพพนักงานบริษัท อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

### จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน

กระบวนการมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

### 6. ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสุภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋ว และความสุภาพของพนักงานเดินตั๋ว มีผลมากต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์

### จำแนกตามเพศ

บุคคลมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่ม ตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสุภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋ว และความสุภาพของพนักงานเดินตั๋วมีผลมากต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์

### จำแนกตามอายุ

บุคคลมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 16 – 25 ปี อายุ 26 – 35 ปี โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

บุคคลมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 16 ปี และอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามความสุภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋ว และความสุภาพของพนักงานเดินตั๋วมีผลมากต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์

### จำแนกตามระดับการศึกษา

บุคคลมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม ความสุภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋วและความสุภาพของพนักงานเดินตั๋ว มีผลมากต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์

บุคคลมีผลต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. และการศึกษาระดับ ปวส. /อนุปริญญา โดยรวมอยู่ในระดับ



ปานกลาง อย่างไรก็ตามความสุขภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋วและความสุขภาพของพนักงานเดินตั๋ว มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

#### **จำแนกตามอาชีพหลัก**

บุคคลมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา และอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ร่วมทุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามความสุขภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋วและความสุขภาพของพนักงานเดินตั๋วมีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

บุคคลมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามความสุขภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋วและความสุขภาพของพนักงานเดินตั๋วมีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

#### **จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน**

บุคคลมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามความสุขภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋วและความสุขภาพของพนักงานเดินตั๋วมีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

#### **7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์ และความสะอาดของโรงภาพยนตร์มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

#### **จำแนกตามเพศ**

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

#### **จำแนกตามอายุ**

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 16 ปี อายุ 16 – 25 ปี อายุ 26 – 35 ปี และอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

#### **จำแนกตามระดับการศึกษา**

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. และการศึกษาในระดับ ปวศ. / อนุปริญญา โดยรวมอยู่

ในระดับมาก โดยความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์ และความสะอาดของโรงภาพยนตร์มีผลมากต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

#### **จำแนกตามอาชีพหลัก**

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ร่วมทุน อาชีพพนักงานบริษัท อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

#### **จำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน**

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

#### **ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี**

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย ดังรายละเอียดดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณ์ท์ ในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง คือ ไม่มีตัวอย่างภาพยนตร์ ระบบโรงภาพยนตร์ไม่ทันสมัย และโรงภาพยนตร์ไม่มีการปรับปรุง

ปัญหาด้านราคา ในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง คือ ราคาตั๋วชมภาพยนตร์ไม่คุ้มค่ากับบริการ และราคาขนมขบเคี้ยวไม่เหมาะสมกับคุณภาพ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง คือ ทางเดินในโรงภาพยนตร์คับแคบ ที่ตั้งโรงภาพยนตร์ไม่อยู่ในศูนย์การค้า และสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง คือ เวลาในการสะสมคะแนนน้อยเกินไป และมีการเก็บค่าธรรมเนียมบัตรสมาชิก

ปัญหาด้านบุคคล ในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ พนักงานไม่มีความรู้ความสามารถ และเครื่องแบบพนักงานไม่สวยงาม

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง คือ ป้ายบอกรอบภาพยนตร์ไม่ชัดเจน โรงภาพยนตร์อากาศไม่ถ่ายเท และที่นั่งรอบชมภาพยนตร์ไม่เพียงพอ

### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ทั้ง 7 ปัจจัย มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านบุคคล

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเสนอสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า (Value) และสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจให้เกิดขึ้น จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของโรงภาพยนตร์ คุณภาพระบบเสียงของโรงภาพยนตร์ คุณภาพระบบแสงของโรงภาพยนตร์ จำนวนรอบในการฉายภาพยนตร์ จำนวนโรงภาพยนตร์ที่ให้บริการ และความสบายของที่นั่งในโรงภาพยนตร์ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของศรีพรหม มุลรัตน์ (2545) ซึ่งได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในเครือวิสต้า จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก

**ปัจจัยด้านราคา** หมายถึง ต้นทุนของสินค้าที่ลูกค้าต้องการสินค้าต้องจ่ายแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาตั๋วชมภาพยนตร์ ราคาของขนมขบเคี้ยว และราคาของเครื่องดื่ม แต่ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ราคาของตั๋วชมภาพยนตร์ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2542) ซึ่งได้ศึกษา พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาตั๋วชมภาพยนตร์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ามีราคาแพงเกินไป

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่าง ๆ และทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงลูกค้าได้ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่

สถานที่ตั้งโรงภาพยนตร์ สถานที่จอครด จำนวนช่องจำหน่ายตั๋วที่ให้บริการ การจองตั๋วทางอินเทอร์เน็ต การจองตั๋วทางโทรศัพท์ การซื้อตั๋วทางอินเทอร์เน็ต และการซื้อตั๋วทางโทรศัพท์ แต่มีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่ตั้งโรงภาพยนตร์ และสถานที่จอครด ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ศูนย์วิจัยกสิกร ไทย (2542) ซึ่งได้ศึกษา พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะชมภาพยนตร์จากโรงภาพยนตร์ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า โดยให้เหตุผลว่า ระหว่างรอชมภาพยนตร์สามารถจะทำกิจกรรมอื่น ๆ ได้

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง กิจกรรมสนับสนุนให้กระบวนการสื่อสารทางการตลาดให้แน่ใจว่า ตลาดและผู้บริโภคเข้าใจและให้คุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอ โดยมีเครื่องมือที่สำคัญ 4 ชนิด คือ การขายโดยใช้พนักงานขาย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ คุปองส่วนลด คุปองชิงรางวัล บัตรสมาชิก ของที่ระลึกจากภาพยนตร์ และตั๋วราคาพิเศษเฉพาะรอบ แต่ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ คุปองส่วนลด ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีพรหม มุลรัตน์ (2545) ซึ่งได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในเครือวิสด้า จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ซึ่งจะต้องถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกรู้สึกของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้ข้อมูล ความรวดเร็วในการบริการซื้อตั๋ว ความรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋ว และการตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์

**ปัจจัยด้านบุคคล** หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งหมายรวมถึงทั้งลูกค้า บุคลากรที่จำหน่าย และบุคคลที่ให้บริการหลังการขาย จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ บุคลิกภาพของพนักงานประชาสัมพันธ์ ความสุภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋ว ความสุภาพของพนักงานเดินตั๋ว และจำนวนพนักงานที่ให้บริการ แต่มีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ความสุภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋ว และความสุภาพของพนักงานเดินตั๋ว

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์กร การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการ

ให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภครวมตัวอย่างให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์ และความสะอาดของโรงภาพยนตร์ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2542) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมชมภาพยนตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าผู้ชมภาพยนตร์ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากต่อความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์

ส่วนปัญหาที่ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างพบในการใช้บริการโรงภาพยนตร์มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ราคาตั๋วชมภาพยนตร์ไม่คุ้มค่ากับบริการ ที่ตั้งโรงภาพยนตร์ไม่อยู่ในศูนย์การค้า และที่นั่งรอรอบชมภาพยนตร์ไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์อยู่ในเกณฑ์มาก ได้แก่ ความสบายของที่นั่งในโรงภาพยนตร์ ราคาของตั๋วชมภาพยนตร์ และความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์

#### ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

##### ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ความสบายของที่นั่งในโรงภาพยนตร์สูงที่สุด ดังนั้น ทางโรงภาพยนตร์ จึงต้องมีการปรับปรุง ดูแลที่นั่งชมภาพยนตร์ให้มีความสบายในการชมภาพยนตร์อยู่เสมอ เนื่องจาก ผู้บริโภคเมื่อมาหาความบันเทิง ย่อมต้องการสถานที่บันเทิงที่มีความสะอาดสบายอย่างแน่นอน และ โดยเฉพาะ โรงภาพยนตร์ ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่ให้ความบันเทิงให้กับผู้บริโภคที่มาผ่อนคลายความเครียด จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่องของความสบายมาเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังต้องการความมีคุณภาพระบบเสียงของโรงภาพยนตร์ จะทำให้มีผู้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

##### ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ราคาของตั๋วชมภาพยนตร์สูงที่สุด ดังนั้น การคิดราคาค่าตั๋วชมภาพยนตร์ ควรคิดให้มีความเหมาะสมกับความเป็นจริง เหมาะสมกับการให้บริการ ไม่คิดราคาสูงเกินความเป็นจริง ดังนั้นทางผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ ควรใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อช่องทางการจัดจำหน่ายทางโรงภาพยนตร์ควรให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ ดังนั้น ท่าเลที่ตั้งควรอยู่ในจุดหรือบริเวณที่สามารถเดินทางได้สะดวก และควรตั้งอยู่ในศูนย์การค้า เนื่องจากผู้บริโภคยังได้รับสิ่งบันเทิงในด้านอื่น ๆ ด้วยนอกเหนือจากการชมภาพยนตร์ จะทำให้มีผู้บริโภคเข้าใช้บริการทางโรงภาพยนตร์มากยิ่งขึ้น

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ งบประมาณสูงสุด ดังนั้น ทางโรงภาพยนตร์ควรมีการส่งเสริมการตลาดให้กับผู้บริโภค ที่เข้ามาใช้บริการของโรงภาพยนตร์ นอกจากนี้ทางโรงภาพยนตร์ควรจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภค เพื่อสร้างความประทับใจ

### ด้านกระบวนการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ การตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์สูงสุด ดังนั้นการฉายภาพยนตร์ในแต่ละรอบนั้นควรตรงเวลาตามรอบภาพยนตร์ เนื่องจากจะต้องรักษาเวลาให้ตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ เพราะอาจจะทำให้ผู้บริโภคที่จะรอบภาพยนตร์ถัดไปเสียเวลาได้ ดังนั้นเพื่อเป็นการตอบสนองของผู้บริโภคซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นบุคคลสำคัญทางโรงภาพยนตร์จึงควรให้ความสำคัญต่อการตรงต่อเวลาในการฉายภาพยนตร์

### ด้านบุคคล

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ความสุภาพของพนักงานจำหน่ายตั๋ว และความสุขของพนักงานเดินตั๋ว ดังนั้น ทางโรงภาพยนตร์จึงควรที่จะมีการคัดเลือกฝึกอบรมพนักงานในเรื่องเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์ ความอ่อนน้อมถ่อมตน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความภาคภูมิใจ ฟังพอใจในการที่จะใช้บริการโรงภาพยนตร์

### ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์ และความสะอาดของโรงภาพยนตร์ สูงที่สุด ดังนั้น ทางโรงภาพยนตร์จึงต้องคอยดูแล ตรวจสอบสภาพระบบความปลอดภัยในทุกประเภทให้อยู่ในสภาพที่ดี และสามารถใช้งานได้ทันทีเสมอ นอกจากนี้ยังต้องดูแลเรื่องความสะอาดทั้งภายในโรงภาพยนตร์ และบริเวณรอบโรงภาพยนตร์อย่างสม่ำเสมอ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. จากการศึกษา ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโรงพยาบาลนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจคือ ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด จากปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7 ปัจจัย ผู้ศึกษาจึงเสนอให้ควรทำการศึกษาต่อในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ศึกษาเฉพาะด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนตร์ โดยทำการศึกษาด้านลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญหรือที่ต้องการโดยละเอียด การศึกษาดังกล่าว จะทำให้ทราบความต้องการของผู้บริโภคได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด และทำให้ทางโรงพยาบาลนตร์สามารถสร้างความแตกต่าง ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด
2. จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี นั้น พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการใช้บริการน้อยที่สุด ซึ่งปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย น่าจะมีความสำคัญและมีความจำเป็นสำหรับธุรกิจโรงพยาบาลนตร์ เนื่องจากเป็นธุรกิจด้านบริการ ผู้ศึกษาจึงเสนอให้ควรทำการศึกษาต่อในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ศึกษาเฉพาะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนตร์ โดยการศึกษาดังกล่าว ทำให้ทางโรงพยาบาลนตร์สามารถมีทางเลือกในการซื้อหรือจองตัวชมภาพยนตร์ได้ เพื่อเป็นการประหยัดเวลาสำหรับผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนของทางโรงพยาบาลนตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างโรงพยาบาลนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ กับโรงพยาบาลนตร์ที่อยู่ในสถานที่ใกล้เคียง อาทิเช่น โรงพยาบาลนตร์นครนนท์ ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร และมีปัจจัยอะไร บ้างที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ
4. ควรศึกษาถึงปัจจัย หรือกิจกรรมเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่เข้ามาฉายใหม่ หรือกิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ และสามารถดึงดูดผู้บริโภคให้มาใช้บริการกับทางโรงพยาบาลนตร์ในครั้งต่อไป