

1.1
การเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการ
1.2
โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์สาขารัชโยธิน

สารนิพนธ์

ของ

นางสาว ลดาวัลย์ เฟื่องฟูง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2547
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

791.430688

ล 118ก

ร.3

๑ การเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการ
โรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์สาขารัชโยธิน

บทคัดย่อ

ร.ภ.โพธิ์...

ของ

นางสาว ลดาวัลย์ เฟื่องฟูง
๒

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มีนาคม 2547

h 249869

สดาวัลย์ เฟื่องฟูง (2546) การเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเมเจอร์
ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน, สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิมไทย

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวัง และสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการใน
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านความเชื่อมั่น
ต่อการบริการ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ให้บริการ โรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดย
จำแนกตามตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการ
และสิ่งที่รับรู้ได้จากการใช้บริการของโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน
จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows
Version 10 ในการวิเคราะห์ค่าทางสถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตก
ต่างใช้การทดสอบค่าที-เทสต์ (t-test) และการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมากและผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับ
รู้ได้ในการใช้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้และด้าน
ความเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมาก นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

2. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการจากโรงพยาบาลเมเจอร์ซิ
เนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์
สาขารัชโยธิน โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการตอบสนอง
ต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน
โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่สามารถจับ
ต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

5. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์
สาขารัชโยธิน โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความเชื่อถือได้
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์
สาขารัชโยธิน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่
สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ แตกต่าง
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

7. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขา รัชโยธิน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

8. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขา รัชโยธิน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

9. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขา รัชโยธิน โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

10. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขา รัชโยธิน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

COMPARISON OF EXPECTED SERVICE AND PERCEIVED SERVICES OF THE
CUSTOMERS TOWARDS MAJOR CINEPLEX OF RATCHAYOTHIN BRANCH

AN ABSTRACT

BY

MS.LADAWAN FEANGFUNG

Presented in Partial fulfillment of the requirement
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University

March 2004

Ladawan Feangfung. (2003). *Comparison between Expected Services and Perceived Services of the customers at Major Cineplex cinema of Ratchayothin branch*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Assist. Prof. Supee Limthai

The purposes of research were to study and comparison between the expected services and perceived services of the customers at Major Cineplex cinema of Ratchayothin branch in five aspects : tangibility, assurance, responsiveness, reliability and empathy and classified by gender, age, educational level, career and monthly income in order to compare between before and after using service at Major Cineplex Ratchayothin's customers

The sampling group were 400 of Major Cineplex Cinema of Ratchayothin branch's customers. The questionnaires were used as a tool to collect data. The statistic figures were evaluated by percentage, mean, standard deviation, t-test, One way Analysis of Variance (ANOVA) with SPSS for Windows Version 10 computer program.

The research revealed that :

1. The expected service of customers in overall and each aspect were at high level and the perceived service of customers in overall aspect was at high level except the service of responsiveness, assurance and empathy were at moderate level.
2. There was no statistical significant difference in both overall and each aspect for the expected and perceived services from the customers with different gender.
3. There was no statistical significant difference in overall aspect but there was statistical significant difference at level 0.05 for the expected aspect of responsiveness from the customers with different age.
4. There was statistical significant difference in overall aspects at level 0.01 and there was statistical significant difference at level 0.01 for the perceived aspect of tangibility, assurance, responsiveness, reliability and empathy from the customers with different age.
5. There was no statistical significant difference in overall aspects but there was statistical significant difference at level 0.01 for the expected aspect of reliability from the customers with different education.
6. There was statistical significant difference in overall aspects at level 0.01 and there was statistical significant difference at level 0.01 for the perceived aspect of tangibility, assurance, reliability and empathy from the customers with different education.

7. There was statistical significant difference in overall aspects at level 0.01 and there was statistical significant difference at level 0.01 for the expected aspect of tangibility, responsiveness, reliability and empathy from the customers with different occupation.

8. There was statistical significant difference in overall aspects at level 0.01 and there was statistical significant difference at level 0.01 for the perceived aspect of tangibility, assurance, responsiveness, reliability and empathy from the customers with different occupation.

9. There was no statistical significant difference in overall and each aspect for the expected service from the customers with different monthly income.

10. There was statistical significant difference in overall aspects at level 0.01 and there was statistical significant difference at level 0.01 for the perceived service of tangibility, reliability and empathy from the customers with different monthly income.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผจงศักดิ์ หมวดสง)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ญัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)
วันที่ ๑๔ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๔๗

ประกาศคุณูปการ

การจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงลงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความตั้งใจ ซึ่งอาศัยความเพียรพยายาม และด้วยความช่วยเหลือของท่านเหล่านี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลี้มไทย ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ได้เสียสละเวลาในการให้คำแนะนำ คำปรึกษา และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ กรุณาตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งมาโดยตลอดตั้งแต่ต้นจนสารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และ อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ และให้คำแนะนำการวิจัยครั้งนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลี้มไทย อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และอาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง ที่ เป็นคณะกรรมการสอบปากเปล่า

คณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้คำแนะนำและสั่งสอน แก่ผู้วิจัย

เจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่านที่ช่วยประสานงานต่างๆ ในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

เพื่อน ๆ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นเพื่อนที่ดีตลอดมาทุกท่าน จนทุกอย่างสามารถดำเนินมาถึงจุดหมายที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือ และเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ทำให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดามารดา และบูรพคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาอบรมสั่งสอนข้าพเจ้าจนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้

ลดาวัลย์ เฟื่องฟูง

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
	ความสำคัญของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตของการวิจัย.....	3
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
	กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	8
	สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย.....	8
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับงานวิจัย.....	9
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	29
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	81
ความมุ่งหมายของวิจัย.....	81
สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย.....	81
วิธีดำเนินการวิจัย.....	83
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	83
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
การอภิปรายผล.....	85
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	87
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	89
บรรณานุกรม.....	90
ภาคผนวก.....	93
ภาคผนวก ก.....	94
ภาคผนวก ข.....	100
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	103

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน.....	32
2 จำนวนและ ร้อยละข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้.....	37
3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมของ ผู้ให้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์สาขารัชโยธิน.....	39
4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ของผู้ให้บริการโรงพยาบาล เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	40
5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ ด้านความเชื่อถือได้ ของผู้ให้บริการโรงพยาบาล เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	41
6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ของผู้ให้บริการโรงพยาบาล เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	42
7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ ของผู้ให้บริการโรงพยาบาล เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	43
8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ ของผู้ให้บริการโรงพยาบาล เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	44
9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน.....	45
10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน.....	45
11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาล เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมและรายด้านที่มีอายุแตกต่างกัน	46
12 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินจำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน.....	47

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
13	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน.....	48
14	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมและรายด้านที่มีอายุแตกต่างกัน	49
15	ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินจำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน.....	50
16	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ที่แตกต่างกัน.....	51
16	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินด้านความเชื่อถือได้ที่แตกต่างกัน.....	49
17	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินด้านความเชื่อถือได้ที่แตกต่างกัน.....	52
18	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน.....	53
19	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการที่แตกต่างกัน.....	53
20	วิเคราะห์ความแปรปรวนสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการของผู้ใช้บริการรายด้านจำแนกตามรายได้	54
21	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมและรายด้านที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน.....	55
22	ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินจำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน.....	56
23	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินด้านความเชื่อถือได้ที่แตกต่างกัน.....	57

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
24	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมและรายด้าน ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน.....	58
25	ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่รับรู้โดยรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน.....	59
26	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ที่แตกต่างกัน.....	60
27	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อถือได้ที่แตกต่างกัน.....	60
28	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการที่แตกต่างกัน.....	61
29	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการที่แตกต่างกัน.....	62
30	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมและรายด้าน ที่มีอาชีพแตกต่างกัน.....	63
31	ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามอาชีพที่แตกต่างกัน.....	64
32	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ที่แตกต่างกัน.....	65
34	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ที่แตกต่างกัน.....	66

ប័ណ្ណវិចារាង(ត្រង់)[illegible]

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
48	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน.....	80

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โรงภาพยนตร์นับเป็นสิ่งจำเป็นที่อยู่คู่กับการฉายภาพยนตร์มาเกือบศตวรรษแล้ว เป็นที่น่าสังเกตว่า พัฒนาการของโรงภาพยนตร์มีมาตามลำดับ จากที่เป็นพื้นที่ว่างล้อมรั้ว เป็นโรงภาพยนตร์มาเป็นโรงภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นอย่างถาวร ทั้งในลักษณะโรงเดี่ยวที่มีขนาดใหญ่ โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์สามมิติ และเมืองภาพยนตร์ที่มีการนำเอาสิ่งบันเทิงหลากหลายรูปแบบรวมไว้ในที่เดียวกันเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน และสร้างรายได้เป็นอย่างดีเป็นส่วนใหญ่จะเป็นโรงภาพยนตร์ที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งจะเน้นพัฒนาตัวโรงและระบบเสียงที่โอท็อปเป็นจุดขายสำคัญ นอกจากนี้ภาพยนตร์ที่เข้าฉายก็จะเน้นคุณภาพมากขึ้นโดยเฉพาะภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่ที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด จากการสำรวจพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของคนกรุงเทพฯ และปริมณฑลระหว่างวันที่ 29 เมษายน 2542 - 21 พฤษภาคม 2542 จากกลุ่มตัวอย่าง 1,432 ราย พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่นิยมชมภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้าคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 73.1 ในขณะที่เลือกชมภาพยนตร์ในโรงเดี่ยวเพียงร้อยละ 26.9 โดยโรงภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้าจะได้รับความนิยมจากผู้ชมเป็นจำนวนมากนั้น เพราะในช่วงระหว่างที่รอชมภาพยนตร์นั้น ผู้ชมยังสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ได้ จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงที่รอชมภาพยนตร์นั้น ส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 57.6 รองลงมาเป็นการเดินช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้าอุปโภค - บริโภค ร้อยละ 36 เล่นสวสนุก ร้อยละ 2.3 ดัดผมเสริมความงามร้อยละ 1.5 ออกกำลังกาย ร้อยละ 0.7 และอื่นๆ อีก ร้อยละ 1.9 เป็นที่น่าสังเกตว่าภาพยนตร์ในเครือห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล เช่น ที่สาขापิ่นเกล้า ลาดพร้าว และ พระราม 3 เป็นต้น จากนี้ยังมีโรงภาพยนตร์ในห้างอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมในลำดับรองลงมาคือ เวิลด์เทรด พิวเจอร์ปาร์ค รังสิต ส่วนโรงภาพยนตร์เดี่ยว (Stand Alone) ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างมาก ได้แก่ โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขาเซ็นทรัลปิ่นเกล้า โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขาสุขุมวิท โดยเฉพาะโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน และสาขาสุขุมวิท เป็นเมืองภาพยนตร์ที่มีการรวบรวมเอาความบันเทิงหลากหลายรูปแบบไว้ในที่แห่งเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็น โบว์ลิง ร้านอาหาร หนังสือ กีฬา และเสื้อผ้า เป็นต้น (ธุรกิจโรงภาพยนตร์ ของศูนย์วิจัยกสิกรไทยฉบับที่ 584 วันที่ 18 มิถุนายน 2542)

ในปี 2545 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างมาก ทั้งในด้านมูลค่ารวมของอุตสาหกรรม ปริมาณโรงภาพยนตร์ และความหลากหลายของภาพยนตร์ โดยมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์อยู่ที่ประมาณ 3,400 ล้านบาท ซึ่งขยายตัวสูงถึง 15% จากปีก่อน อันเนื่องมาจากจำนวนโรงภาพยนตร์ที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ซึ่งเพิ่มมากถึง 60 โรง จากโรงภาพยนตร์ทั้งหมด 69 โรง ที่ขยายเพิ่มขึ้นในปี 2545 ประกอบกับการขยายตัวของจำนวนภาพยนตร์ ซึ่งในส่วนของภาพยนตร์ไทยได้มีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 13 เรื่อง ในปี 2544 เป็น 24 เรื่อง ในปี 2545 ในขณะที่จำนวนภาพยนตร์จากต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 154 เรื่อง เป็น 229 เรื่อง ซึ่งสัดส่วนภาพยนตร์นำเข้าจากต่างประเทศนอกเหนือจากสหรัฐอเมริกา เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

นอกจากนี้ รัฐบาลยังให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศเป็นอย่างมาก จากการที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติจัดงาน Bangkok International Film Festival ครั้งที่ 1 ขึ้นที่กรุงเทพฯ นับเป็นเทศกาลภาพยนตร์ระดับโลกของประเทศไทยที่รวมภาพยนตร์ชั้นดีจากทุกมุมโลก มาเปิดฉายที่โรงภาพยนตร์ชั้นนำของประเทศ ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก และได้รับการตอบสนอง เป็นอย่างดีจากทุกฝ่าย ได้ขยายกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ออกไปในวงกว้าง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้ วางแผนจัดให้มีเทศกาลดังกล่าวขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยให้ ทดเทียมระดับสากล รวมทั้งยังส่งเสริมให้ประเทศเป็น Hollywood of Asia ด้วยการสนับสนุนให้เป็นแหล่ง ผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ และครบวงจรด้วยความพร้อมในทุกๆ ด้าน สถานที่ถ่ายทำ บุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบครัน

ส่วนธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย ยังอยู่ในภาวะที่จำนวนโรงภาพยนตร์มีน้อยกว่าจำนวน ภาพยนตร์ที่จะเข้าฉายในแต่ละปี (Under screen) ถึงแม้ว่าจำนวนโรงภาพยนตร์รวมทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 272 โรง เป็น 341 โรง ปี 2545 ซึ่งถือได้ว่ามีสัดส่วนการขยายตัวถึง 25 % แล้วก็ตามส่งผลให้ภาพยนตร์แต่ละเรื่องมีระยะเวลาการฉายค่อนข้างสั้นเฉลี่ยเพียง 1 - 2 สัปดาห์เท่านั้น ในขณะที่ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์แต่ละเรื่องประมาณ 6 - 8 สัปดาห์ นอกจากนี้สัดส่วน ของประชากรต่อโรงภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีมากกว่า 50,000 คนต่อโรง เมื่อเปรียบเทียบกับ สหรัฐอเมริกาที่มีจำนวนประชากรต่อโรง ประมาณ 7,000 คนเท่านั้น จะเห็นได้ว่าธุรกิจโรงภาพยนตร์ใน ประเทศไทยยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมากในอนาคต (รายงานประจำปี 2545 ของ บริษัท เมเจอร์ ซิเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน))

จากโพลล์เศรษฐกิจ ฉบับที่ 974 ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย วันที่ 7 ธันวาคม 2544 ซึ่งได้ทำการ สสำรวจธุรกิจโรงภาพยนตร์กระเบื้อง : รับกระแสหนังดังทั้งไทย-เทศ ซึ่งให้เห็นว่า แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจจะไม่เอื้อ อำนวยมากนัก แต่ธุรกิจโรงภาพยนตร์กลับมีแนวโน้มของการขยายตัวได้ดี ทั้งนี้ องค์ประกอบที่สำคัญนั้นมา จากภาพยนตร์ที่เข้าฉายเป็นหลัก ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการ ปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันอยู่ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองกับความต้องการของตลาด โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและวัย ทำงานเป็นเป้าหมายสำคัญเนื่องจากมีแนวโน้มในการชมภาพยนตร์สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ การเลือกภาพยนตร์ การ เลือกวัน เวลาการฉาย เป็นตัวแปรสำคัญของรายได้ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ นอกจากจะเน้นการเลือกภาพยนตร์ที่เข้า ฉายแล้ว การให้ความสำคัญกับระบบแสง สี เสียง การตกแต่งโรงภาพยนตร์ การปรับปรุงการให้บริการ ความ ปลอดภัยของผู้ชม และการเลือกทำเลที่ตั้ง เพื่อสร้างความแตกต่าง และการเข้าถึงผู้ชมก็เป็นแนวทางที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในยุคของการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงอยู่ในขณะนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์ต้องนำกล ยุทธ์ต่างๆ มาใช้เพื่อดึงดูดให้ผู้ให้บริการเข้าไปใช้บริการเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ การบริการคุณภาพใน การบริการจึงถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจที่ให้บริการทุกประเภท เพราะการบริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้เกิด การซื้อซ้ำ หรือซื้ออย่างต่อเนื่อง แม้ว่าลักษณะสำคัญประการหนึ่งของการบริการคือการบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ซึ่งแตกต่างจากสินค้า แต่การวัดคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งที่สามารถทำได้โดยการ เปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังจากการบริการ และสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน หากผลการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับมีสูงกว่าสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการก่อนการเข้ารับบริการ ย่อมกล่าวได้ว่าธุรกิจนั้นมีคุณภาพในการบริหารการบริการและนั่นย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการได้รับ จากการใช้บริการ ธุรกิจบริการใดก็ตามที่สามารถทำได้เช่นนี้จะสามารถสร้างผลกำไรที่ดี และสามารถกำหนด เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจได้ สิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการแต่ละคนย่อมมี

ความแตกต่างกัน โดยปัจจัยที่มีผลต่อสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการประกอบไปด้วย การพูดปากต่อปาก, ความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการแต่ละคน, ประสบการณ์ในอดีตของผู้ใช้บริการ และการติดต่อสื่อสารของธุรกิจต่อผู้ให้บริการ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ฯ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยทำการศึกษการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่ได้รับของผู้ใช้บริการที่ผู้ให้บริการรับรู้ได้ และนำมาปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการต่อไป

2. ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ให้บริการในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ให้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน
2. เพื่อเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการ และสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ให้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ใน 5 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

3. ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อใช้ผลของการวิจัยนำไปปรับปรุง และวางแผนในการบริหารคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4. ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวัง และสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

5. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ให้บริการที่มาใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับศึกษาค่าเฉลี่ยของประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % (ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ. 2537 : 106) และเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

๔.๓ ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ จำแนกได้ดังนี้

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 ไม่เกิน 20 ปี

1.2.2 21 – 30 ปี

1.2.3 31 – 40 ปี

1.2.4 มากกว่า 40 ปี

1.3 ระดับการศึกษา

1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.3.2 ปริญญาตรี

1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

1.4.1 นักเรียนนักศึกษา

1.4.2 พนักงานบริษัท

1.4.3 นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ

1.4.4 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.5.1 ไม่เกิน 10,000 บาท

1.5.2 10,001 - 20,000 บาท

1.5.3 20,001 - 30,000 บาท

1.5.4 30,000 บาท ขึ้นไป

2. ตัวแปรตาม จำแนกได้ดังนี้

สิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการ จำแนกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้

2.2 ด้านความเชื่อถือได้

2.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ

2.4 ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ

2.5 ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาครั้งนี้ได้นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้เป็นตัวแปรในการวิจัย เพื่อกำหนดความหมายในการทำ ความเข้าใจร่วมกันดังนี้

1. โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ หมายถึง โรงฉายภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ที่มีการฉายภาพยนตร์ประเภทให้ความบันเทิงเป็นหลัก โดยดำเนินการในรูปแบบธุรกิจ มีการขายตั๋วเพื่อให้ผู้รับบริการเข้าชมภาพยนตร์เป็นรอบๆ

2. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้รับบริการในโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยจ่ายเงินซื้อตั๋วภาพยนตร์เป็นรอบๆ ในการชมภาพยนตร์เพื่อรับความบันเทิงจากภาพยนตร์

3. สิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการ หมายถึง การคาดการณ์หรือการตั้งความหวังไว้ล่วงหน้าของผู้ใช้บริการที่เข้ารับบริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกเป็น 5 ด้านได้แก่

3.1 ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibility) หมายถึง

3.1.1 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องจำนวนรอบการฉายภาพยนตร์มีความเหมาะสม

3.1.2 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องคุณภาพของภาพและ เสียงในโรงภาพยนตร์

3.1.3 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องคุณภาพที่นั่งชมภาพยนตร์มีความสบาย

3.1.4 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องเคาน์เตอร์ขายตั๋วชมภาพยนตร์มีความสะดวกสบาย

3.1.5 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องอากาศในโรงภาพยนตร์มีความสะอาดเพียงพอ

3.1.6 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องความสะดวกในการเดินทางมาชมภาพยนตร์

3.1.7 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องความสะดวกของที่จอดรถในโรงภาพยนตร์

3.1.8 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องความสะอาดในโรงภาพยนตร์

3.2 ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง

3.2.1 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องการจำหน่ายตั๋วชมภาพยนตร์มีความถูกต้อง

3.2.2 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องการให้ข้อมูลของพนักงานขายตั๋วเรื่องประเภทของภาพยนตร์มีความถูกต้อง

3.2.3 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องการให้ข้อมูลของพนักงานขายตั๋วเรื่องรอบฉายภาพยนตร์มีความถูกต้อง

3.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) หมายถึง

3.3.1 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องความรวดเร็วในการขายตั๋วชมภาพยนตร์

3.3.2 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาการใช้บริการโรงภาพยนตร์

3.3.3 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องความรวดเร็วในการให้ข้อมูลเรื่องภาพยนตร์

3.4 ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ (Assurance) หมายถึง

3.4.1 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังกับพนักงานขายตั๋วสามารถให้คำแนะนำต่อผู้บริการด้วยความชำนาญ

3.4.2 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังกับพนักงานขายตั๋วที่สามารถแก้ไขปัญหาจากการขายตั๋วชมภาพยนตร์

3.4.3 สิ่ง que ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องพนักงานขายตั๋วที่มีสามารถตอบคำถามต่อผู้บริการด้วยความชำนาญ

- 3.4.4 สิ่งที่ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องระบบป้องกันความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์
- 3.4.5 สิ่งที่ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องสภาพที่ตั้งของโรงภาพยนตร์มีความมั่นคงแข็งแรง
- 3.4.6 สิ่งที่ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องพนักงานขายตัวมีความเต็มใจและให้บริการด้วย

ความสุภาพ

3.4.7 สิ่งที่ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องพนักงานตรวจตั๋วมีความกระตือรือร้นในการบริการหาที่นั่งด้วยความสุภาพ

3.5 ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ (Empathy) หมายถึง

3.5.1 สิ่งที่ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องความสามารถของพนักงานขายตัวในการอธิบายรายละเอียดของค่าบริการต่างๆ ของการใช้บริการโรงภาพยนตร์

3.5.2 สิ่งที่ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องอัตราค่าบริการมีความเหมาะสมต่อการบริการที่ได้รับ

3.5.3 สิ่งที่ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องการส่งเสริมการขายโดยจัดให้มีบัตรส่วนลดมีความเหมาะสมต่อค่าใช้บริการ

3.5.4 สิ่งที่ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องความสามารถของพนักงานขายตัวในการสื่อสารและการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายต่อผู้ใช้บริการ

4. สิ่งที่ได้รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการได้พบหรือได้รับการปฏิบัติจริงจากการใช้บริการของโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซิกเนลเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกเป็น 5 ด้านได้แก่

4.1 ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibility) หมายถึง

- 4.1.1 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องคาดหวังเรื่องจำนวนรอบของภาพยนตร์ที่ให้บริการ
- 4.1.2 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องคุณภาพของระบบภาพและเสียงในโรงภาพยนตร์
- 4.1.3 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่อง ระบบระบายอากาศในโรงภาพยนตร์มีความสะอาดเพียงพอ
- 4.1.4 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องความสะดวกของที่จอดรถในโรงภาพยนตร์
- 4.1.5 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องระบบป้องกันความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์
- 4.1.6 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่อง ความสะอาดในโรงภาพยนตร์
- 4.1.7 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องสภาพที่ตั้งของโรงภาพยนตร์มีความมั่นคงแข็งแรง

4.2 ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง

- 4.2.1 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องการจำหน่ายตั๋วชมภาพยนตร์มีความถูกต้อง
- 4.2.2 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องการให้ข้อมูลของพนักงานขายตัวในเรื่องเนื้อหาของภาพยนตร์มีความถูกต้อง
- 4.2.3 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องการให้ข้อมูลของพนักงานขายตัวในเรื่องระยะเวลาการฉายภาพยนตร์มีความถูกต้อง

4.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) หมายถึง

- 4.3.1 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องความรวดเร็วในการขายตั๋วชมภาพยนตร์
- 4.3.2 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องพนักงานขายตัวที่มีความเต็มใจและให้บริการด้วยความสุภาพ
- 4.3.3 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องพนักงานตรวจตั๋วที่มีความกระตือรือร้นในการบริการหาที่นั่งด้วยความสุภาพ

4.4 ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ (Assurance) หมายถึง

4.4.1 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องพนักงานขายตัวที่สามารถให้คำแนะนำต่อผู้รับบริการด้วยความชำนาญ

4.4.2 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องพนักงานขายตัวที่สามารถแก้ไขปัญหาจากการขายตัวชมภาพยนตร์

4.4.3 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องพนักงานขายตัวที่มีสามารถตอบคำถามต่อผู้ใช้บริการด้วยความชำนาญ

4.5 ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ (Empathy) หมายถึง

4.5.1 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องความสามารถของพนักงานขายตัวในการชี้แจงราคาของตัวชมภาพยนตร์ประเภทต่างๆ

4.5.2 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องอัตราค่าบริการมีความเหมาะสมต่อ การบริการที่ได้รับ

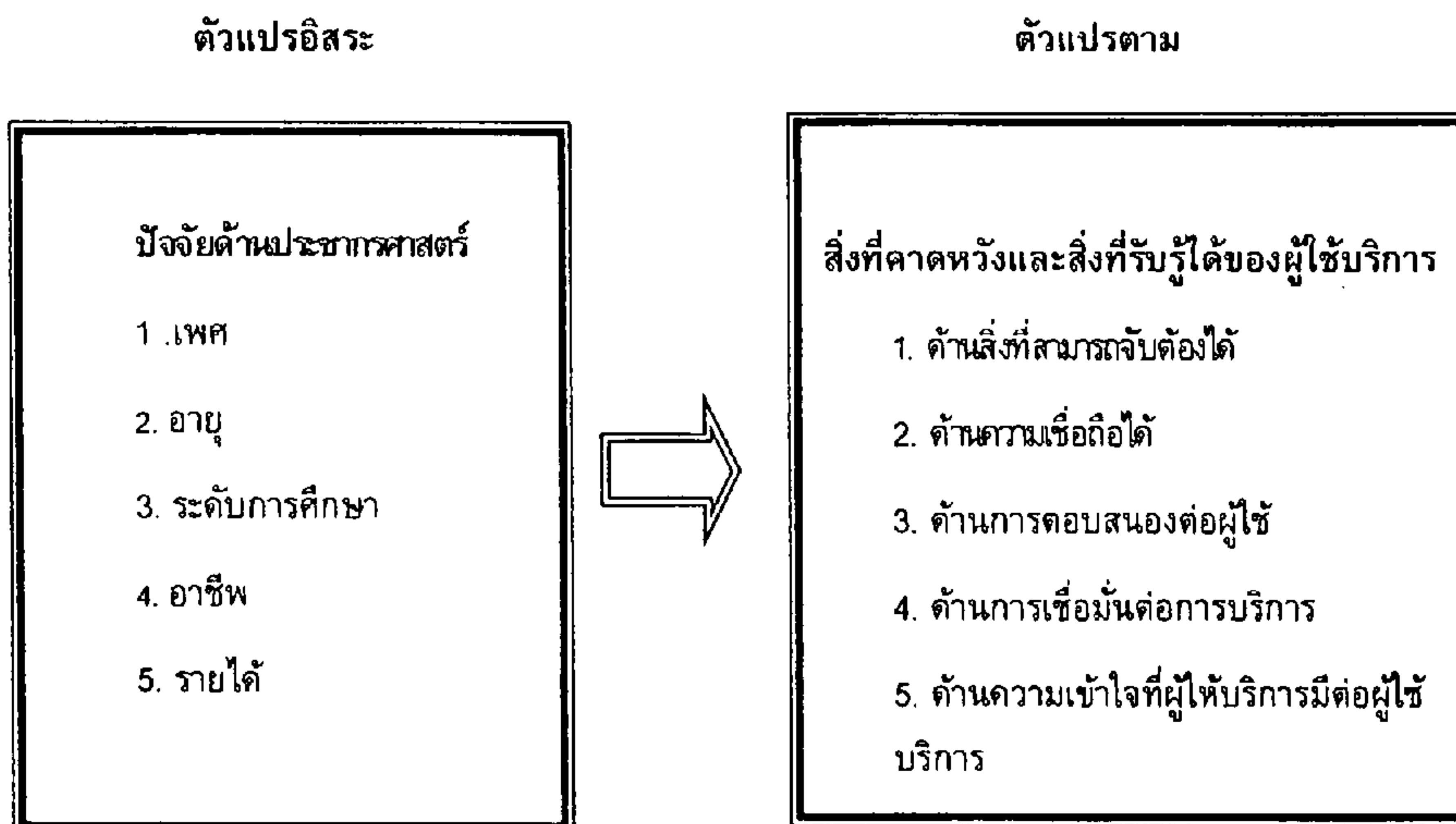
4.5.3 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องการส่งเสริมการขายโดยจัดให้มีบัตรส่วนลดมีความเหมาะสมต่อค่าใช้จ่าย

4.5.4 สิ่งที่ใช้บริการรับรู้ได้เรื่องความสามารถของพนักงานขายตัวในการสื่อสารและการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายต่อผู้ใช้บริการ

5. พนักงานขายตัว หมายถึง พนักงานของโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ที่ทำหน้าที่ขายตัวชมภาพยนตร์เป็นรอบๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการเพื่อการเข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

6. พนักงานตรวจตั๋ว หมายถึง พนักงานของโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ที่ทำหน้าที่ให้บริการโดยการจัดหาที่นั่งให้กับผู้ใช้บริการเพื่อการเข้าชมภาพยนตร์เป็นรอบๆ ในโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่เพศแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่เพศแตกต่างกันมีการรับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขา รัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกันมีการรับรู้ได้ในการใช้บริการ โรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ผู้ใช้บริการระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
7. ผู้ใช้บริการที่อาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
8. ผู้ใช้บริการที่อาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
9. ผู้ใช้บริการที่รายได้แตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
10. ผู้ใช้บริการที่รายได้แตกต่างกันมีการรับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการและคุณภาพการบริการ
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่คาดหวัง
3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
4. ความเป็นมาของการพัฒนาการโรงพยาบาลในในประเทศไทย
5. ความเป็นมาของโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

คำจำกัดความของการบริการ

ซีทอมลและบิทเนอร์ (Zeithaml & Bitner. 1996 : 5) ได้ให้ความหมายของการบริการคือ พฤติกรรม, กระบวนการ, และผลงาน

กรอนรูส (Gronroos. 1990 : 27) ได้อธิบายความหมายของการบริการคือ กิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมซึ่งโดยปกติอาจจะมีสิ่งที่จับต้องได้ (สินค้า) หรือสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้เข้าไปเกี่ยวข้องด้วย และเป็นการกระทำแบบทวิภาคีระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ หรือแหล่งของวัตถุดิบ หรือแหล่งของสินค้า หรือระบบการให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการได้จัดหาขึ้นเพื่อตอบสนองปัญหาหรือความต้องการของผู้ใช้บริการ

ควินน์, บารุช และ พาเควิท (Quinn, Baruch & Paquette. 1987 : 50) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ไม่ใช่ตัวสินค้า, การบริโภคจะเกิดขึ้นทันทีที่มีการบริการ และเป็นการจัดหาให้เกิดรูปแบบของการสร้างมูลค่าเพิ่มเช่น ความสะดวก ความเพลิดเพลิน ความเหมาะสมกับเวลา ความสบาย หรือความมีสุขภาพดี ซึ่งความเป็นสิ่งที่ไม่มิตัวตนเหล่านี้ เป็นสิ่งจำเป็นซึ่งผู้เข้ารับบริการทุกคนตระหนักในครั้งแรกที่ใช้บริการ

แซสเซอร์, ออลเซ็น และ วายค็อฟฟ (Sasser, Olsen & Wyckoff. 1978 : 8) ได้ให้คำจำกัดความของสินค้าและบริการว่า มีการแบ่งแยกกันอย่างชัดเจนบนพื้นฐานของคุณสมบัติของตัวมันเอง สินค้านั้นจะเป็นสิ่งที่มีตัวตน จับต้องได้ สามารถเก็บสะสมไว้และโอนย้ายได้ นอกจากนั้นยังสามารถใช้ภายหลังจากที่มีผลิตขึ้นแล้ว ในขณะที่การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มิตัวตน และยังสามารถสูญสลายได้ การบริการจะต้องเกิดขึ้นในระหว่างที่มีกระบวนการบริการเกิดขึ้นหรือภายในเวลาที่ใกล้เคียงกัน ผู้ใช้บริการไม่สามารถเก็บสะสมการบริการไว้ภายหลังการผลิตได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 334) ได้อธิบายความหมายของบริการ (Services) ว่า เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ผู้ใช้บริการ

ธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อเช่นบริการเครื่องถ่ายเอกสาร
3. เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องเช่นสถาบันลดน้ำหนัก

เรนเดอร์ และไฮเซอร์ (Render & Heizer, 1997 : 11) ได้อธิบายความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ ดังนี้

1. บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ซึ่งต่างจากตัวสินค้าซึ่งมีตัวตนและสามารถจับต้องได้
2. บริการนั้นจะเกิดการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน ดังนั้นการบริการจึงไม่มีสินค้าคงเหลือ เช่น ร้านทำผมได้ตัดผมให้กับผู้ใช้บริการซึ่งผู้ใช้บริการจะได้รับบริการทันทีในขณะนั้น หรือหมอทำการรักษาคนไข้ซึ่งคนไข้จะได้รับการบริการในขณะนั้นเช่นกัน
3. การบริการหลายชนิดจะมีลักษณะเฉพาะตัว เช่น ช่างตัดผมจะมีบริการที่เป็นลักษณะเฉพาะของช่างแต่ละคน หรือหมอที่ทำการรักษาคนไข้ก็จะมีความสามารถและความถนัดเฉพาะทางของแต่ละคน
4. การบริการจะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างสูงจากผู้ใช้บริการผู้เข้ารับบริการ และการบริการนั้นยากที่จะกำหนดมาตรฐานได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการแต่ละคน ดังนั้นผู้ให้บริการต้องสร้างความมั่นใจให้ได้ว่าได้ส่งมอบการบริการได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน
5. การบริการไม่มีคำจำกัดความที่ชัดเจนดังเช่นสินค้า สินค้าจะมีคำจำกัดความที่ชัดเจน เช่น ในกรรมธรรม์ประกันภัยรายละเอียดที่ระบุอยู่ในคือนสิ่งที่ผู้ใช้บริการจะได้รับความคุ้มครองตามนั้น แต่ถ้เป็นการบริการ เช่น การตัดผมคำจำกัดความของการบริการจะไม่แน่นอนจะขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการแต่ละคน และยังขึ้นอยู่กับทรงผมแต่ละแบบถึงแม้จะเป็นผู้ใช้บริการคนเดียวกัน

ลักษณะสำคัญของบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 335-336) ได้อธิบายลักษณะสำคัญ 4 ประการซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น ได้แก่
 - 1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อมีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมทั้งเสียงดนตรีเบา ๆ ประกอบด้วย
 - 1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตา ยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย
 - 1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจ
 - 1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของผู้ใช้บริการ
 - 1.5 สัญลักษณ์ (Symbol) คือชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับการบริการที่เสนอขาย เช่น สถาบันเสริมความงามสเลเดอร์
 - 1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการบริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการผู้ใช้บริการในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ ทำให้การขายอยู่ในวงจำกัดเรื่องเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นกับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการ จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

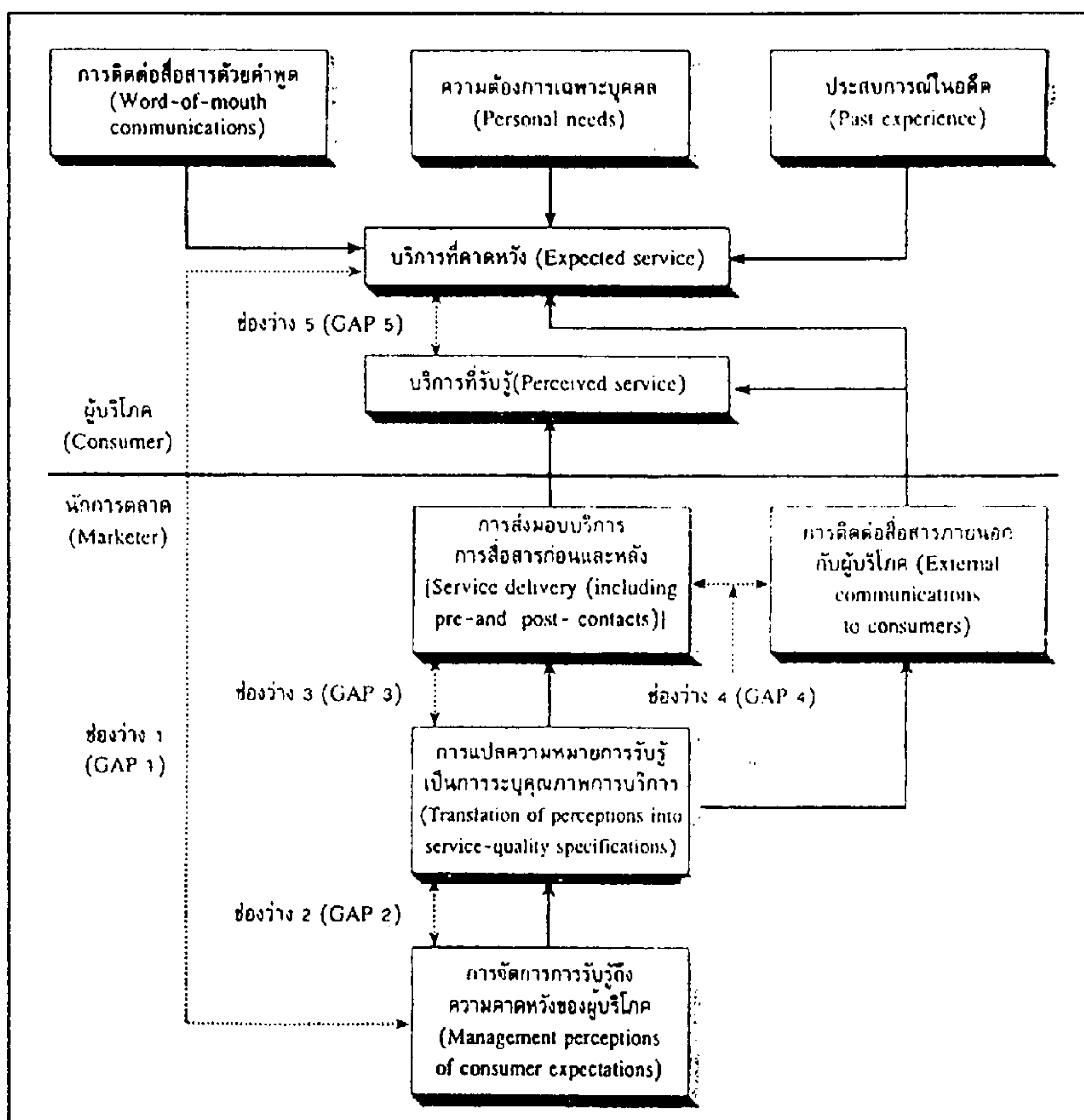
3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการรวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ โดยต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ผู้ใช้บริการ โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ การสำรวจข้อมูลของผู้ใช้บริการ และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้เสมือนสินค้า ความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทัน หรือไม่มีผู้ใช้บริการ

การบริหารคุณภาพการให้บริการ (Managing Service Quality)

คอตเลอร์ (Kotler, 2000 : 438-441) ได้กล่าวไว้ว่า งานสำคัญประการหนึ่งของธุรกิจบริการคือการบริหารคุณภาพการให้บริการ (Managing Service Quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการคือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้นโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ ผู้ใช้บริการจะคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก และจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ หลังจากใช้บริการแล้ว ผู้ใช้บริการจะเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับ หากบริการที่ได้รับต่ำกว่าบริการที่คาดหวัง ผู้ใช้บริการจะไม่ให้ความสนใจในธุรกิจที่ให้บริการอีกต่อไป หากบริการที่ได้รับตรงหรือมากกว่าบริการที่คาดหวังผู้ใช้อบริการก็จะกลับมาใช้บริการของธุรกิจนั้นอีก



ภาพประกอบ 1 โมเดลคุณภาพของการบริการ (Service Quality Model) (Parasuraman, Zeithaml & Berry 1985)

แบบจำลองคุณภาพการให้บริการของ พาราซูราแมน, ซีทออลัม, และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985 : 41-50) ได้กำหนดโมเดลคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเน้นความต้องการที่สำคัญโดยเน้นการส่งมอบคุณภาพการให้บริการที่คาดหวัง ซึ่งเป็นสาเหตุให้การส่งมอบบริการไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งแสดงการเปรียบเทียบ 5 ประการดังนี้

1. การเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ของฝ่ายบริหาร (Gap between consumer expectation and management perception) จะเกิดขึ้นหากฝ่ายบริหารไม่สามารถรับรู้ได้อย่างถูกต้องเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้จากธุรกิจให้บริการนั้น
2. การเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ของฝ่ายบริหารและข้อกำหนดคุณภาพการให้บริการ (Gap between management perception and service-quality specifications) จะเกิดขึ้นได้เมื่อฝ่ายบริหารอาจจะรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ แต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการทำงานที่เฉพาะเจาะจง

3. การเปรียบเทียบระหว่างลักษณะคุณภาพการให้บริการและการส่งมอบบริการ (Gap between service-quality specification and service delivery) จะเกิดขึ้นได้เมื่อพนักงานไม่ได้รับการฝึกอบรม จะไม่สามารถทำงาน ให้สอดคล้องกับมาตรฐาน หรือบางครั้งมีความสับสนในมาตรฐานของงานแต่ละงานได้

4. การเปรียบเทียบระหว่างการส่งมอบบริการและการติดต่อสื่อสารภายนอก (Gap between service delivery and external communications) สิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภคจะเป็นผลมาจากคำพูดของตัวแทนขาย และการโฆษณาของบริษัท การสื่อสารกับภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์จะมีผลกระทบต่อสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการ

5. การเปรียบเทียบระหว่างบริการที่รับรู้และบริการที่คาดหวัง (Gap between perceived service and expected service) ผู้ใช้บริการจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังผู้บริการจะไม่พอใจ ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าบริการที่คาดหวังผู้บริการจะพึงพอใจ และใช้บริการซ้ำอีก

พาราซูราแมน, ซิทฮอล์ม และ แบรี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990 : 5-8) ได้อธิบายลักษณะของผู้นำด้านการบริการ ควรมีลักษณะดังนี้คือ

1. มีวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการบริการ (Service Vision) คือการมองถึงคุณภาพของการบริการว่าเป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้แต่ละองค์กรประสบความสำเร็จในธุรกิจนั้นๆ โดยมองว่าการให้บริการที่มีคุณภาพอยู่ตลอดเวลา จะเป็นกุญแจสำคัญที่จะสร้างกำไรให้แก่องค์กรได้ และผู้นำจะต้องไม่หยุดยั้งในการพัฒนาคุณภาพในการบริการของตนต่อไป

2. มีมาตรฐานสูง (High Standard) คือการสร้างความแตกต่างในการบริการซึ่งไม่ใช่เพียงแค่การมีบริการที่ดีเท่านั้น โดยมองเห็นว่าบางครั้งเพียงจุดเล็กๆ ที่ให้ความสนใจก็จะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริการได้ และมีความกระตือรือร้นที่จะสร้างการบริการที่ประทับใจให้แก่ผู้บริการในครั้งแรกที่ใช้บริการ มีการพัฒนาความน่าเชื่อถือในการบริการให้เกิดแก่ธุรกิจบริการของตนเอง

3. มีแบบอย่างผู้นำสนาม (In-the field leadership style) การเป็นผู้นำในการบริการจำเป็นต้องลงไปสัมผัสกับการบริการจริงๆ ไม่ใช่เพียงแค่การวางแผนสั่งการเท่านั้นซึ่งหมายถึง การใกล้ชิดกับพนักงานผู้ให้บริการ, การให้คำแนะนำ, การยกย่อง, การแก้ไขปัญหา, การสอบถาม, และการรับฟัง เพื่อให้ได้ข้อมูลต่างๆ ในงานบริการที่เกิดขึ้น โดยจะต้องมีการสร้างและบริหารทีมงานบริการที่ดีด้วย

4. มีความซื่อสัตย์ (Integrity) ลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของการเป็นผู้นำในการบริการคือความซื่อสัตย์ โดยจะต้องทำในสิ่งที่ถูกต้องแม้ว่าสิ่งนั้นจะทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น

นักวิชาการกลุ่มนี้ยังได้กำหนดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการว่าจะต้องมีลักษณะ 10 ประการ คือ

1. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) หมายถึงการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ ที่ใช้ในการบริการเพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึงความสม่ำเสมอของมาตรฐานในการบริการและความเชื่อถือได้ นั้นหมายถึงการที่บริษัทได้ส่งมอบการบริการให้แก่ผู้บริการได้อย่างถูกต้องในครั้งแรกที่ได้รับบริการ

3. การตอบสนองต่อผู้บริการ (Responsiveness) หมายถึงความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้บริการ และยังรวมถึงการให้บริการภายในเวลาที่เหมาะสม

4. ความสุภาพ (Courtesy) หมายถึงผู้ให้บริการมีความสุภาพอ่อนโยนต่อการให้บริการให้การเคารพต่อผู้ใช้บริการ ให้ความสนใจและเป็นมิตร และมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย

5. ความสามารถ (Competence) หมายถึงการที่ผู้ให้บริการมีความรู้และมีทักษะที่ดีในการให้บริการ

6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึงความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือที่ผู้ใช้บริการจะได้รับและความซื่อสัตย์ที่ผู้ให้บริการจะมีต่อผู้ใช้บริการ

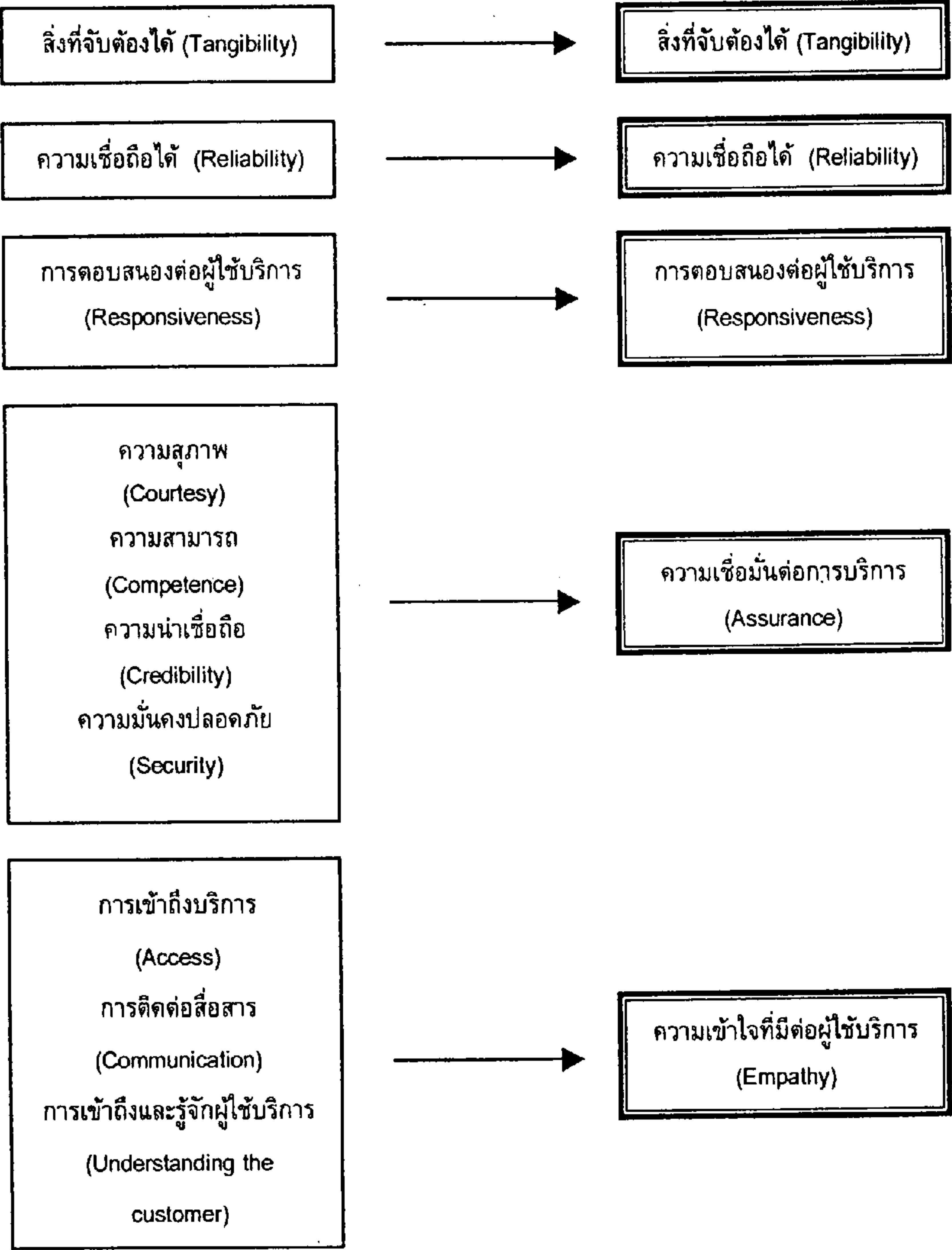
7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึงบริการที่ได้รับจะต้องปราศจากความเสี่ยงสิ่งที่เป็นอันตรายหรือปัญหาต่าง ๆ ต้องให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในชีวิต ทรัพย์สิน และชื่อเสียง

8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึงผู้เข้ารับบริการต้องได้รับความสะดวก ไม่มีขั้นตอนที่ซับซ้อนเกินไป ใช้เวลาในการรอคอยน้อย และผู้ให้บริการอยู่ในสถานที่ที่ติดต่อได้สะดวกเวลาที่เปิดและปิดให้บริการมีความเหมาะสม

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึงการที่ผู้ให้บริการสามารถอธิบายให้ผู้ใช้บริการเข้าใจถึงการบริการได้เป็นอย่างดี และมีความเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ และแจ้งรายละเอียดของค่าบริการให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบ

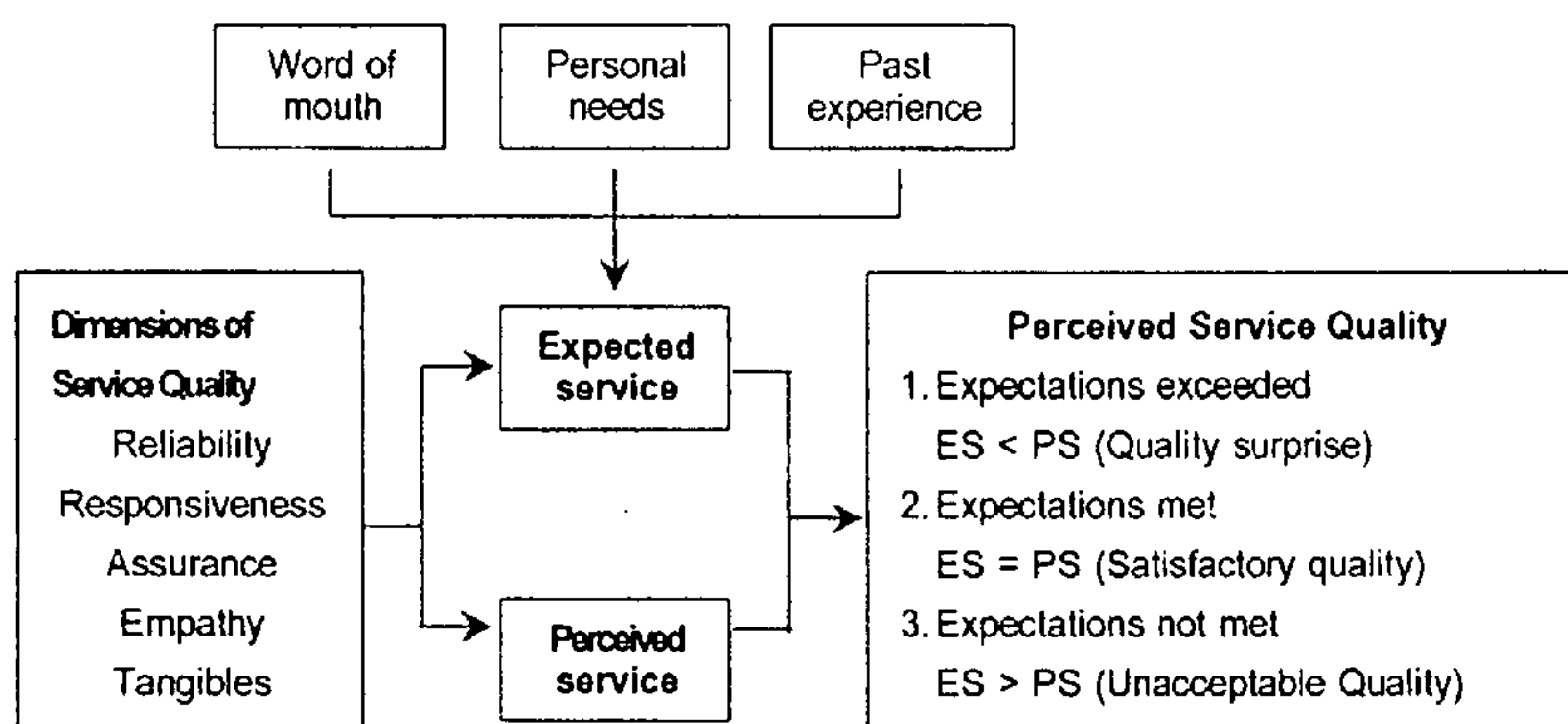
10. การเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ (Understanding the customer) หมายถึงผู้ให้บริการต้องเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ และสนใจที่จะตอบสนองต่อความต้องการนั้นๆ

จากคุณภาพของการบริการทั้ง 10 ประการนักวิจัยกลุ่มนี้ได้ปรับไปสู่คุณภาพการบริการ 5 ประการคือ



ภาพประกอบ 2 มิติของการประเมินคุณภาพการบริการ (Parasuraman, Zeithaml & Berry. 1990)

สำหรับการบริการ การกำหนดคุณภาพจะเกิดขึ้นในระหว่างการส่งมอบการบริการหรือในระหว่างกระบวนการของการบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการบริการจะสามารถกำหนดได้จากการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังจากการบริการและผลการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการ หากสิ่งที่คาดหวังจากการบริการต่ำกว่าผลการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ ผู้ใช้บริการย่อมเกิดความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมาก หากสิ่งที่คาดหวังจากการบริการเท่ากับผลการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ผู้ใช้บริการย่อมเกิดความพึงพอใจในการบริการ แต่หากสิ่งที่คาดหวังจากการบริการสูงกว่าผลการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ผู้ใช้บริการย่อมไม่พึงพอใจ และถือว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพ



ภาพประกอบ 3 ภาพแสดงการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่คาดหวังและบริการที่รับรู้ได้เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Parasuraman, Zeithaml & Berry. 1985)

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการตั้งประเด็นเกี่ยวกับความมุ่งหมายของงานวิจัย หากความสำคัญของงานวิจัย ขอบเขตการวิจัย ตัวแปรของงานวิจัย รวมถึงการออกแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่คาดหวัง

พาราซูราแมน, ซีทออล์ม และแบรี่ (Parasuraman, Zeithaml & Barry. 1990 : 19-20) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการแบบเจาะจงกลุ่ม (Focus Group Interview) มีดังนี้

1. การพูดปากต่อปาก (Word-Of-Mouth Communication) ผู้ใช้บริการผู้ใช้บริการจะได้รับสิ่งที่คาดหวังต่อการบริการใดๆ นั้นมาจากการได้รับคำบอกเล่าจากเพื่อน หรือบุคคลที่รู้จัก
2. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) โดยสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการแต่ละคน จะเริ่มต้นจากลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลหรือสถานการณ์ ที่ทำให้เกิดสิ่งที่คาดหวังที่แตกต่างกันในแต่ละระดับ
3. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) คือประสบการณ์จากการที่ผู้ใช้บริการได้เคยใช้บริการนั้นๆ ในอดีตที่ผ่านมา จะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่คาดหวังในบริการ
4. การติดต่อสื่อสารภายนอก (External Communications) หมายถึงการประชาสัมพันธ์

หรือข่าวสารที่เจ้าของบริการได้มีไปถึงผู้ใช้บริการทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งจะเป็นการยืนยันการบริการที่ให้แก่มผู้ใช้บริการ และในส่วนนี้ยังรวมถึงอัตราค่าบริการซึ่งทั้งหมดจะมีผลต่อสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการ

วรูม (Vroom. 1970 : 91-103) ผู้คิดทฤษฎี Valence, Instrumentality and Expectancy (V.I.E.)

ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

1. V มาจากคำว่า Valence หมายถึงระดับความพึงพอใจ และการให้คุณค่ากับสิ่งที่ได้รับ
2. I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ หรือวิถีทางที่จะนำไปสู่ความ

พึงพอใจ

3. E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง สิ่งที่คาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ บุคคลมีความต้องการและได้รับสิ่งที่คาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังเอาไว้ในบุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และจะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ

ฟินน์ (Finn. 1921 : 15-16) ได้นิยามสิ่งที่คาดหวัง หมายถึง การประเมินค่าบุคคลหรือตนเองด้านจิตวิญญาณ และใช้สิ่งที่คาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลที่ตนคาดหวังหรือต่อตนเองในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้อง

วิชัย พรหมเมศ (2537 : 14) กล่าวว่าสิ่งที่คาดหวัง คือ การคาดการณ์ หรือการตั้งความหวังไว้ล่วงหน้า โดยประสบการณ์ในอดีตจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อสิ่งที่คาดหวังของมนุษย์

เพชร หาลาภ (2538 : 10-11) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งที่คาดหวังของบุคคล เป็นการตั้งขึ้นเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการ ดังนั้นความต้องการและสิ่งที่คาดหวังจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกันแทบจะแยกไม่ออก เพราะถ้ามนุษย์เกิดความต้องการแล้ว สิ่งที่คาดหวังก็จะตามมา อย่างไรก็ตามความต้องการของมนุษย์เมื่อได้รับการตอบสนองในระดับที่ต้องการแล้ว ก็จะมีการคาดหวังในสิ่งที่อยู่สูงขึ้นไปอีกตามลำดับ

เกศสินี กลิ่นบุศร์ (2540 : 16) ได้ให้ความหมายของสิ่งที่คาดหวัง หมายถึงการคาดการณ์หรือสิ่งที่คาดหวังเพื่อตอบสนองต่อความต้องการขึ้นอยู่กับลักษณะของบุคคล ประสบการณ์ที่ผ่านมาและการเห็นคุณค่าของการกระทำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการนั้นๆ ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของบุคคลในการตั้งสิ่งที่คาดหวังนั้นบุคคลจะกำหนดระดับสิ่งที่คาดหวังไว้เป็นแนวทางที่จะสามารถประสบผลสำเร็จได้

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่คาดหวัง ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการตั้งประเด็นเกี่ยวกับความมุ่งหมายของงานวิจัย หาความสำคัญของงานวิจัย ขอบเขตการวิจัย ตัวแปรของงานวิจัย รวมถึงการออกแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

โวลแมน (Wolman. 1975 : 283) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง สภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอึดเอมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

โพเวลล์ (Powell. 1983 : 17-18) ได้นิยามความพึงพอใจ คือ ความสุข จะเกิดขึ้นหากความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองจนเกิดความสมดุล เมื่อบุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดี ดังนั้น ความพึงพอใจคือสภาพอารมณ์ ความรู้สึกด้านบวกของบุคคล

ฮิลล์ (Hill. 1996 : 6) ได้อธิบายความหมายของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction) ฮิลล์ได้กล่าวว่าปัญหาที่ธุรกิจมักประสบอย่างหนึ่ง คือ จำนวนผู้ใช้บริการที่ลดลง เมื่อผู้ใช้บริการเดิมหายไป ธุรกิจก็พยายามทุกวิถีทางที่จะหาผู้ใช้บริการใหม่ ขณะที่ผู้ใช้บริการเก่าไม่กลับไปใช้บริการอีกแต่

กลับไปซื้อสินค้าหรือบริการจากคู่แข่ง โดยทั่วไปธุรกิจจะสูญเสียผู้ใช้บริการไปประมาณร้อยละ 10 - 30 ต่อปี แล้วก็พยายามหาผู้ใช้บริการใหม่ซึ่งก็ไม่ได้ประโยชน์อะไร เพราะผู้ใช้บริการที่หามาได้เมื่อไม่ได้รับความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการก็จะหายไปอีก จึงต้องแก้ไขโดยเร็วด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

พัชรี ศรีสุข.(2542 : 2 อ้างอิงจาก คู่แข่ง. 2541 : 48-49) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ กับสิ่งที่คาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นฟังก์ชันของความแตกต่างระหว่างผลการดำเนินงานที่มองเห็นหรือเข้าใจ และสิ่งที่คาดหวังสามารถแบ่งเป็น 3 ระดับ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับสิ่งที่คาดหวัง ผู้ใช้บริการย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับสิ่งที่คาดหวัง ผู้ใช้บริการย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าสิ่งที่คาดหวังผู้ใช้บริการก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539 ก : 18, 20-21) ได้อธิบายถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีแนวทางดังนี้

1. ระบบการติดตามและให้คำแนะนำ เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท
2. การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จะใช้การวิจัยตลาด เป็นการออกแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยการให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ
3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย เป็นการเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง
4. การวิเคราะห์ถึงผู้ใช้บริการที่สูญเสียไป จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการตั้งประเด็นเกี่ยวกับความมุ่งหมายของงานวิจัย หาความสำคัญของงานวิจัย ขอบเขตการวิจัย ตัวแปรของงานวิจัย รวมถึงการออกแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

4. ความเป็นมาของการพัฒนาการโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย

มนฤดี ธาตุอำนวยชัย (2539) ได้แบ่งพัฒนาการของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยตามบริบทของสังคม ได้เป็น 3 ยุค คือ ยุคโรงเดี่ยว ยุคมินิเธียเตอร์ และยุคมัลติเพล็กซ์

1. ยุคโรงเดี่ยว (Stand Alone) เป็นยุคที่โรงภาพยนตร์มีจุดเด่นตรงที่ตัวโรงภาพยนตร์มีพื้นที่ใช้สอยมาก สามารถจุผู้ชมได้ไม่ต่ำกว่า 800 ที่นั่ง ทั้งนี้เนื่องจากที่ดินในสมัยนั้นราคาถูก และนิยมตั้งอยู่ริมถนนเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ชมที่จะเดินทางมาชมภาพยนตร์ แต่มีข้อจำกัดคือ โรงภาพยนตร์แต่ละแห่งจะตั้งอยู่ห่างกัน ผู้ชมจะต้องทราบโปรแกรมการฉายภาพยนตร์ของแต่ละโรงล่วงหน้าก่อน ธุรกิจโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ซบเซาลงในช่วงปี พ.ศ.2524 - 2529 โดยมีสาเหตุหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นความเก่าของตัวโรงภาพยนตร์เอง ภาพยนตร์ที่นำมาฉายด้อยคุณภาพราคาที่ดินมีราคาแพงขึ้นทำให้การสร้างโรงขนาดใหญ่มีปัญหาในด้านต้นทุนและใช้ระยะเวลาในการคืนทุนค่อนข้างนาน ปัญหาการจราจรติดขัดในเมืองทำให้การเดินทางไม่สะดวก การพัฒนาของโทรทัศน์ทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาของรายการ รวมทั้งสามารถแพร่สัญญาณ

ได้ทั่วประเทศและความนิยมในประติกรรมใหม่ คือ วิดีโอ ซึ่งมีเทปวิดีโอละเมิดลิขสิทธิ์มาแย่งส่วนแบ่งกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์กลุ่มหนึ่งไป เหล่านี้ล้วนทำให้โรงภาพยนตร์แบบนี้ซบเซาลง

2. ยุคมินิเธียเตอร์ (Mini-Theatre) เป็นยุคที่โรงภาพยนตร์มีขนาดเล็ก มีที่นั่งประมาณ 200 - 400 ที่นั่งต่อโรง มีจำนวน 2-3 โรง หรือมากกว่านั้นอยู่ในหนึ่งทำเลที่ตั้ง ซึ่งส่วนมากจะอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าซึ่งกำลังขยายตัวในเขตกรุงเทพฯ ในขณะนั้น โรงประเภทนี้เข้ามาเติมการเปรียบเทียบในช่วงที่โรงเดี่ยวประสบปัญหา โดยมีข้อดีคือค่าลงทุนต่ำกว่า ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า เช่น ค่าไฟฟ้า ใช้นุคลากรน้อยกว่า และมีความสะดวกในเรื่องที่จอดรถเพราะใช้ของศูนย์การค้าได้ โดยโรงแรก ๆ ที่เกิดขึ้น จนเกิดการสร้างโรงขนาดเล็กตามกันออกมา ได้แก่ โรงภาพยนตร์ เอ็มจีเอ็ม 1 และ เอ็มจีเอ็ม 2 ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้าเดอะมอลล์ งามคำแหง เปิดดำเนินการ 24 ธันวาคม พ.ศ.2526 ก่อนที่โรงประเภทนี้จะแพร่หลายในช่วงเศรษฐกิจขาขึ้น ในช่วงพ.ศ.2530 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม โรงภาพยนตร์แบบนี้มีข้อจำกัดด้านคุณภาพและความปลอดภัย เนื่องจากโรงภาพยนตร์ขนาดเล็กส่วนใหญ่จะมาต่อเติมภายหลังในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้า ซึ่งไม่ได้จัดพื้นที่ไว้สำหรับสร้างโรงภาพยนตร์โดยเฉพาะ คุณภาพโรงที่ไม่ได้มาตรฐาน ทั้งการจัดวางที่นั่งที่ไม่เหมาะกับการรับชม ระบบเสียงที่ไม่ได้มาตรฐาน และความคับแคบของโรง ทำให้โรงเหล่านี้เสื่อมความนิยมไปอย่างรวดเร็ว

3. ยุคมัลติเพล็กซ์ (Multiplex) คือการรวมเอาโรงภาพยนตร์ 6-20 โรงมาไว้ในที่เดียวกัน แต่ละโรงมีหลายขนาด ตั้งแต่ 200-1,000 ที่นั่ง ส่วนสำคัญที่สุดของระบบนี้คือการลงทุนในระบบเสียงและระบบโรงที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัยและลงทุนสูง ทำให้ระบบการฉายภาพยนตร์มีคุณภาพดีขึ้น ผู้ชมได้รับอรรถรสจากการชมเพิ่มขึ้น การใช้ระบบการเลื่อนเวลาฉายทำให้ผู้ชมไม่ต้องรอนาน การเลือกใช้ระบบเสียงที่เหมาะสมกับภาพยนตร์แต่ละประเภท นอกจากนี้ยังมีบริการอื่นๆ ที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ชม ได้แก่ การจองบัตรผ่านระบบการสื่อสารต่างๆ การใช้บัตรสมาชิกที่ให้ส่วนลดแก่ผู้ถือบัตร การจัดกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับสินค้าต่างๆ ฯลฯ โรงแบบนี้แห่งแรกในเมืองไทย คือ อีจี้วี่ บางแค 10 ในบริเวณศูนย์การค้าฟิวเจอร์ปาร์ค บางแค จำนวน 10 โรง เมื่อ 17 มิถุนายน พ.ศ.2537 และประสบความสำเร็จมาก จนเกิดการสร้างโรงประเภทนี้ตามกันมากมายจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม โรงภาพยนตร์ลักษณะนี้ยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะในด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ถ้าอยู่ในศูนย์การค้าที่มีการบริหารงานไม่ดี ไม่มีผู้ใช้บริการเข้า ทางโรงจะประสบปัญหาไม่มีคนดูตามไปด้วย เนื่องจากโรงเหล่านี้มักอยู่ชั้นบนสุดของศูนย์การค้า รวมทั้งการเติบโตของโรงที่มากกว่าการสร้างศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่เหมาะสมกับการสร้างโรงแบบนี้ จากภาวะชะลอตัวทางเศรษฐกิจหลังวิกฤตการเงิน ในปี พ.ศ. 2540 ทำให้การหาทำเลที่ตั้งยากยิ่งขึ้น แม้ว่าจะมีการแก้ปัญหาด้วยการสร้างเมืองหนัง คืออาคารศูนย์รวมโรงหลายๆ โรง ที่มีพื้นที่ร้านค้าสำหรับจับจ่ายใช้สอย โบว์ลิง ร้านอาหารและความบันเทิงต่างๆ เป็นส่วนประกอบ ก็เป็นการลงทุนที่สูงกว่า ระยะเวลาจึงมีการดัดแปลงโรงมินิเธียเตอร์ในศูนย์การค้าขนาดใหญ่บางแห่งให้เป็นโรงมัลติเพล็กซ์แทน

คุณสมบัติ	โรงเดี่ยว	มินิเธียเตอร์	มัลติเพล็กซ์
<u>1.จำนวนและขนาดของโรงภาพยนตร์</u>	มีขนาดประมาณ 800 ที่นั่งขึ้นไป	เป็นโรงขนาดเล็ก มีขนาดประมาณ200-400 ที่นั่งและจำนวนโรงประมาณ 2-3 โรงในพื้นที่เดียวกัน	มีจำนวนโรงประมาณ 6 โรงขึ้นไป และมีหลากหลายขนาดตั้งแต่ 200-1,000 ที่นั่งในพื้นที่เดียวกัน
<u>2.ที่ตั้ง</u>	ริมถนน ในย่านการค้าหรือย่านใจกลางชุมชน ซึ่งมักมีปัญหาในด้านการเดินทาง เพราะอยู่ในย่านที่การจราจรแออัดและมักมีรวมทั้งปัญหาเรื่องที่จอดรถมุมใดมุมหนึ่งของห้างหรือศูนย์การค้า มักจะอยู่ชั้นบนสุดส่วนใหญ่จะตัดแปลงพื้นที่บางส่วนซึ่งไม่ได้ออกแบบมาเพื่อสร้างเป็นโรงภาพยนตร์โดยเฉพาะทำให้ผู้ชมไม่ค่อยได้รับความสะดวกสบายในการเข้าชมนัก เพราะโรงมักแทรกตัวอยู่ในส่วนหนึ่งของห้าง และเมื่อพื้นที่จำกัด ทำให้ไม่สามารถตกแต่งเพื่อดึงดูดผู้ชมได้	ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าขนาดใหญ่ และตั้งอยู่ชั้นบนสุดโดยการเข้าพื้นที่ทั้งชั้น ทำให้ผู้ชมได้รับการบริการที่สะดวกสบาย และไม่มีปัญหาเรื่องที่จอดรถ เพราะตั้งอยู่ในโครงการระดับยักษ์ทั้งสิ้น	ผู้สร้างสามารถกำหนดแนวคิดในการออกแบบตกแต่งได้ทั้งชั้น เพื่อสร้างบรรยากาศในการเข้าชมทั้งนอกและในโรงให้เป็นแนวคิดเดียวกัน ทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจและอยากกลับมาชมอีก
<u>3.ระบบการฉาย</u>	มีภาพยนตร์ฉายแค่เรื่องเดียวใช้ คนควบคุมซึ่งคุณภาพการฉายไม่สม่ำเสมอภาพอาจขาดกระตุกช่วงเวลาเปลี่ยนฟิล์มอาจทำให้การฉายหยุดชะงักที่นิ่งไม่บังกันเพราะออกแบบเพื่อเป็นโรงภาพยนตร์ตั้งแต่แรกมีการจัดระนาบจอใหญ่เพดานสูง		มีภาพยนตร์ให้เลือกอย่างหลากหลายภาพคมชัด สม่ำเสมอแสงไม่มีตก หรือขาดแต่อย่างใดเพราะควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ทั้งหมดมีระบบ OneRoomProject คือใช้ห้องฉายห้องเดียวสามารถฉายหนังด้วยคนคนเดียว คุมคอมพิวเตอร์ทั้งหมดที่นิ่งไม่บังกันได้มาตรฐาน เพดานสูง
<u>4.ระบบเสียง-ภาพ</u>	ชูจุดเด่นด้านระบบภาพ เพราะมีจอขนาดใหญ่ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาระบบเสียง	ระบบเสียงไม่คมชัดเพราะโครงสร้างของโรงไม่ส่งเสริมระบบเสียงที่ดีและอาจได้	มีการวางระบบโครงสร้างโรงภาพยนตร์ที่เตรียมพร้อมสำหรับระบบเสียงและระบบ

ภาพประกอบ 4 ตารางแสดงคุณสมบัติของโรงภาพยนตร์ในแต่ละยุค

คุณสมบัติ	โรงเดี่ยว	มินิเธียเตอร์	มัลติเพล็กซ์
	เป็นสเตริโอ (ลำโพงแยกซ้ายขวา) และระบบอื่นๆ ในเวลาต่อมา ด้วยโครงสร้างโรงขนาดใหญ่ทำให้ไม่สามารถพัฒนาระบบเสียงได้เต็มที่เหมือนโรงใหม่ๆ เพราะต้องลงทุนสูง	ยินเสียงรบกวนจากภายนอกโรงเข้ามา เพราะไม่มีระบบดูดซับเสียงที่เหมาะสมส่วนระบบจอภาพที่ไม่ได้มาตรฐานมีส่วนทำให้ภาพที่ปรากฏไม่สมบูรณ์	ภาพที่มีคุณภาพ ทำให้มีระบบใหม่ๆ เข้ามาบริการผู้ชมเสมอทำให้ผู้ชมได้รับอรรถรสในการชมเต็มที่
5.การบริการและการบริหารโปรแกรม	ผู้ชมที่มาไม่ทันต้องรอชมรอบต่อไปฉายภาพยนตร์เรื่องเดียวทำให้ฉายได้ในระยะเวลาไม่นานเมื่อมีเรื่องใหม่เข้ามาก็ต้องถอดโปรแกรมออก	ผู้ชมที่มาไม่ทัน อาจชมโรงอื่นๆ ซึ่งอยู่ใกล้เคียง แต่มีทางเลือกแต่ไม่กี่เรื่องฉายภาพยนตร์ได้ 1 เรื่องต่อหนึ่งโรง ทำให้ฉายได้ระยะเวลาไม่นานเช่นเดียวกันถ้ามีภาพยนตร์ใหม่ๆ เข้ามาเพราะมีโรงให้บริการน้อย	ผู้ชมที่มาไม่ทันสามารถรอชมรอบต่อไปในโรงต่อไปได้ภายใน 20 นาที เพราะมีการจัดฉายเหลื่อมเวลาภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมมากๆ สามารถจัดฉายได้ทีละหลายๆ โรง ทำให้ผู้ชมไม่ต้องรอนานหรือผู้ชมอาจชมเรื่องอื่นที่มีอีกหลายเรื่องให้เลือกภาพยนตร์เรื่องหนึ่งฉายได้นานหลายสัปดาห์ เพราะมีระบบการจัดวางโปรแกรมที่ทำให้ทุกเรื่องเวียนฉายได้อย่างเหมาะสมตามจำนวนที่นั่งแต่ละโรงและความนิยมของผู้ชม ทำให้ฉายได้นานกว่าที่อื่น
6.ความปลอดภัย	มีความปลอดภัยสูงเพราะเป็นโรงขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ริมถนนมีทางออกหลายทาง	โรงคับแคบ ทางออกทางเข้าไม่กว้างพอ ที่นั่งกว้างไม่พอทำให้เดินเข้าออกลำบากความปลอดภัยจึงต่ำและส่วนใหญ่ก็ผิดกฎหมาย	มีการออกแบบที่เน้นความปลอดภัยตั้งแต่แรกสร้างเป็นส่วนใหญ่ ทั้งทางเดินรอบโรงช่วงระยะห่างระหว่างที่นั่งที่ได้มาตรฐานตามกฎหมาย แต่การตั้งอยู่ชั้นบนสุดของห้างสรรพสินค้า ทำให้ผู้ชมมีความเสี่ยงมากกว่าการชมในโรงเดี่ยว
7.การส่งเสริมการตลาด	ไม่เน้นการส่งเสริมการตลาด	ทำบัตรลดราคา	มีทั้งบัตรลดราคาการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับภาพยนตร์ในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น เทศกาลภาพยนตร์แห่งความรัก ฯลฯ จัดกิจกรรมร่วมกับ

ภาพประกอบ 4 ตารางแสดงคุณสมบัติของโรงภาพยนตร์ในแต่ละยุค (ต่อ)

คุณสมบัติ	โรงเดี่ยว	มินิเธียเตอร์	มัลติเพล็กซ์
8.องค์ประกอบ อื่นๆ	มีช่องขายตั๋ว 2-3 ช่อง ซึ่งถ้ามีคนมากทำให้เสียเวลารอนานมีระบบจองตั๋วผ่านทางโทรศัพท์มีแคนดี้บาร์หรือร้านขายขนมของขบเคี้ยวและน้ำอัดลมซึ่งมีผู้เช่าพื้นที่และขายสินค้าราคาแพงกว่าราคาปกติผู้ที่รอชมรอบต่อไปต้องทนกับอากาศร้อนภายนอกโรงที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ หรือจะใช้บริการร้านอาหารหรือคอฟฟี่ช็อปในโรงซึ่งมีอยู่ไม่เกิน 2 ร้าน หรือออกไปเดินดูสินค้าตามร้านต่างๆ ที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้ๆ โรงซึ่งต้องเผชิญกับอากาศร้อนเช่นกัน	ส่วนใหญ่มีช่องขายตั๋วโรงละช่อง ชื่อโรงไหนต้องต่อคิวโรงนั้น ถ้าเข้าคิวผิดต้องมาต่อใหม่ทำให้เสียเวลามีระบบจองตั๋วผ่านทางโทรศัพท์มีแคนดี้บาร์ ซึ่งผู้ขายเป็นผู้เช่าพื้นที่ห้างหรือศูนย์การค้าและขายสินค้าราคาแพงกว่าปกติผู้ที่รอชมรอบต่อไปไม่ต้องทนกับอากาศร้อนเพราะโรงตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าที่มีเครื่องปรับอากาศ สามารถใช้เวลาทำกิจกรรมและรับบริการอย่างอื่นระหว่างรอ เช่น เลือกซื้อสินค้าต่างๆ รับประทานอาหาร เล่นตู้เกมส์ ฯลฯ	ร้านค้าและสินค้าต่างๆ เช่น การจัดรอบดูฟรีให้กับผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือแจกของที่ระลึก เช่น แอนด์บิลโปสเตอร์ โปสการ์ด แม็กเนตติดตู้เย็น ฯลฯ มีช่องขายตั๋วตั้งแต่ 4-10 ช่องสามารถซื้อได้ทุกช่องขาย เพราะการขายตั๋วควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์สะดวกสบายและรวดเร็วมีระบบจองตั๋วและซื้อตั๋วได้หลายช่องทางสื่อสารที่เชื่อมโยงถึงกันหมดด้วยระบบคอมพิวเตอร์นอกจากระบบจองตั๋วผ่านการสื่อสารทางระบบโทรศัพท์แล้วผู้ชมยังสามารถซื้อตั๋วทางอินเทอร์เน็ต บางเครือข่ายสามารถซื้อทางตู้ขายตั๋วอัตโนมัติหน้าโรงและผู้ชมยังสามารถหาข้อมูลและแสดงความคิดเห็นต่อโรงผ่านระบบสื่อสารเหล่านี้มีแคนดี้บาร์ซึ่งทางโรงบริหารเองโดยออกแบบร้านให้เข้ากับแนวคิดของโรงและยังมีบรรจุภัณฑ์แก้วน้ำอัดลมและที่ใส่ข้าวโพดคั่วที่มีภาพประกอบจากภาพยนตร์ยอดนิยม มีการส่งเสริมการขายโดยถ้าซื้อเป็นชุดจะได้ของแถมอื่นๆ เช่น พวงกุญแจ โปสเตอร์ โปสการ์ด ฯลฯ ผู้ที่รอรอบฉายนอกจากไม่ต้องรอนานเพราะระบบการฉายแบบสลับเวลาแล้วสามารถทำกิจกรรมต่างๆ หรือใช้บริการต่างๆ ภายในศูนย์การค้าโดยไม่ต้องเผชิญกับอากาศร้อน

ภาพประกอบ 4 ตารางแสดงคุณสมบัติของโรงภาพยนตร์ในแต่ละยุค (ต่อ)

5. ความเป็นมาของโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์

โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ เป็นธุรกิจบริการบันเทิงหลักของ กลุ่มเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจโรงภาพยนตร์ในแนวเอ็นเตอร์เทนเมนต์ คอมเพล็กซ์ (Entertainment Complex) ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างโรงภาพยนตร์ (Cinema) เข้ากับธุรกิจบันเทิงและกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน เกิดเป็น ศูนย์บันเทิง เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ (Major Cineplex) เป็นศูนย์บันเทิงที่รวมเอาความบันเทิงหลากหลายรูปแบบไว้ในที่เดียว โดยมีโรงภาพยนตร์ เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ เป็นบริการหลักด้านบันเทิง และ ธุรกิจโบว์ลิง

เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ เป็นธุรกิจรอง พร้อมเสริมด้วยบริการบันเทิงอื่นหลากหลายประเภทเพื่อให้เกิดความสะดวกและครบวงจรในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการที่เข้าใช้บริการชมภาพยนตร์เช่น ร้านอาหาร ร้านหนังสือ ร้านจำหน่ายเทปเพลง วีดีโอ ร้านขายของที่ระลึก บริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บริการของ โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สามารถเลือกหาความบันเทิงได้อย่างเต็มที่

ธุรกิจโรงภาพยนตร์ (Theatre Business)

โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ เป็นโรงภาพยนตร์ในระบบมัลติเพล็กซ์ (Multiplex) โดยในแต่ละสาขาที่เปิดให้บริการจะถูกกำหนดให้มีโรงภาพยนตร์จำนวนตั้งแต่ 6 โรงขึ้นไป ทั้งนี้เพื่อให้สามารถรองรับกับจำนวนภาพยนตร์ที่จะเข้าฉายได้หลายเรื่องในวันและเวลาเดียวกัน เป็นการเพิ่มทางเลือกและความสะดวกในการเลือกชมภาพยนตร์ให้แก่ผู้ใช้บริการ ปัจจุบันโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ เปิดให้บริการทั้งสิ้น 12 สาขา รวม 111 โรง สามารถรองรับผู้ชมได้จำนวนรวมสูงถึง 27,900 ที่นั่ง

ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของ โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ คือ มีการตกแต่งโรงภาพยนตร์ที่สวยงามหรูหราทันสมัยหลากหลายรูปแบบในแต่ละสาขา

นอกจากการบริการฉายภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงให้กับผู้รับบริการแล้ว ทางโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ยังมีบริการจำหน่ายเครื่องดื่มและข้าวโพดคั่วหน้าโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่หารายได้เสริมที่สำคัญและสร้างความครบวงจรในงานบริการให้แก่ธุรกิจโรงภาพยนตร์ โดยมีสินค้าหลักคือ ข้าวโพดคั่ว และเครื่องดื่มและมีสินค้าเสริมเพื่อเพิ่มความหลากหลายและเพิ่มทางเลือกให้ผู้ใช้บริการเป็นขนมขบเคี้ยวทางเล่นจำพวกขนมของนานาชนิด เช่น มันฝรั่งกรอบ ผลไม้อบแห้งและลูกอม

รายได้จากส่วนงานธุรกิจโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ประกอบด้วยรายได้จากการขายตั๋วชมภาพยนตร์ รายได้จากการขายขนมและเครื่องดื่ม รายได้ค่าส่งเสริมการขาย รายได้ค่าบริหารงาน และรายได้ค่าบัตรสมาชิก

มูลค่าตลาดภาพยนตร์ในปี 2545 ที่ผ่านมา รวมทั้งสิ้นประมาณ 3,400 ล้านบาท เป็นส่วนของมูลค่าตลาดภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานครและใช้ระบบส่วนแบ่งจากค่าขายตั๋วหนัง ประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่ารวม ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 20 เป็นมูลค่าตลาดภาพยนตร์ที่จำหน่ายผ่านระบบสายหนังในต่างจังหวัด

มูลค่าตลาดภาพยนตร์ปี 2545 เติบโตจากปีก่อนสูงถึงประมาณร้อยละ 19.25 ทั้งนี้เนื่องมาจากการขยายตัวอย่างมากของภาพยนตร์ไทย โดยมียอดตั๋วสูงถึง 819.63 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 24.14 ของมูลค่าตลาดภาพยนตร์ทั้งปี และคาดการณ์มูลค่าตลาดภาพยนตร์ในปี 2546 ประมาณ 3,900 ล้านบาท เติบโตจากปี 2545 ในอัตราประมาณร้อยละ 19 โดยเป็นผลมาจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจภาพยนตร์จากฮอลลีวูด (Hollywood) ที่มีจำนวนภาพยนตร์รอเข้าฉายในปีนี้นับจำนวน 280 เรื่อง เป็นหนังระดับ blockbuster จำนวน 20-25 เรื่อง และเสริมความคึกคักของตลาดด้วยภาพยนตร์ไทย ที่มีการประกาศเดินกล้องถ่ายทำไม่ต่ำกว่า 40 เรื่อง โอกาสเติบโตของธุรกิจโรงภาพยนตร์สามารถประเมินได้จากตัวชี้ (Indicator) ทางธุรกิจ ได้แก่ จำนวนประชากรต่อโรง (Population Per Screen) โดยบริษัทคาดว่าประชากรในกรุงเทพและปริมณฑลต่อโรง

อยู่ที่ระดับประมาณ 50,000-60,000 คน ซึ่งสูงมากเมื่อเทียบกับตัวเลขของประเทศสหรัฐในปี 2544 ที่มีจำนวนประชากรต่อโรงอยู่ที่ระดับเพียง 7,230 คน และประเทศไทยมีระดับราคาตั๋วเฉลี่ยเท่ากับประมาณ 2.0 ดอลลาร์สหรัฐ เพื่อเทียบกับ 5.62 ดอลลาร์สหรัฐ ของประเทศสหรัฐอเมริกา อัตราเข้าชมภาพยนตร์ของประเทศไทยอยู่ที่ระดับ 2 เรื่องต่อคนต่อปี เปรียบเทียบกับประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศออสเตรเลีย ที่มีอัตราเข้าชมภาพยนตร์อยู่ที่ 5.45 และ 4.71 เรื่องต่อคนต่อปี ประกอบกับในปัจจุบันธุรกิจโรงภาพยนตร์อยู่ในภาวะที่เรียกว่า Under screen คือ มีจำนวนภาพยนตร์ (Software) ที่ผลิตออกมาและรอจะเข้าโรงฉายในโรงภาพยนตร์รอบแรกมากกว่าจำนวนโรงภาพยนตร์ (Hardware) ที่รองรับ ทำให้ภาพยนตร์แต่ละเรื่องมีระยะเวลาการเข้าฉายและจำนวนรอบที่ฉายในโรงภาพยนตร์ได้ระยะเวลาจำกัดโดยเฉลี่ยประมาณ 1 - 4 สัปดาห์ ระยะเวลาการฉายและจำนวนรอบฉายจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง ขึ้นอยู่กับความนิยมของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ เปรียบเทียบกับความนิยมของหนังเรื่องอื่นที่มีกำหนดการเข้าฉายในช่วงเดียวกันเป็นปัจจัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจำนวนภาพยนตร์ที่ผลิตในต่างประเทศ โดยเฉพาะภาพยนตร์จากฮอลลีวูดที่มีจำนวนสูงถึงปีละ 400 เรื่อง กับจำนวนภาพยนตร์ที่นำเข้ามาฉายในประเทศ จำนวนปีละไม่น้อยกว่า 190 เรื่อง

สำหรับในภาคเอกชน หลายๆ บริษัทได้เพิ่มการลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์มากขึ้น ทั้งในส่วนของจำนวนภาพยนตร์ไทยที่เพิ่มขึ้นจากหลายๆค่าย เช่น RS, Grammy, ไท เอนเทอร์เทนเมนต์, สหมงคลฟิล์ม คาดว่าปี 2546 จะเป็นปีทองของภาพยนตร์ไทย โดยจะมีภาพยนตร์ไทยที่จะเข้าฉายมากถึง 40 เรื่อง และในส่วนของสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ที่มีขนาดใหญ่ และได้มาตรฐานสูงขึ้นเทียบชั้นได้กับ Hollywood ในสหรัฐอเมริกา จากกลุ่มของกันตนา หรือ Matching Studio ที่นอกจากจะเตรียมลงทุนสร้างและพัฒนาสถานที่ถ่ายทำให้ได้มาตรฐานแล้ว ยังพัฒนาให้เป็น Movie Town Theme Park สำหรับการท่องเที่ยวอีกด้วย

นอกจากนี้รัฐบาลยังให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศเป็นอำนงมากจากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติจัดงาน Bangkok International Film Festival ครั้งที่หนึ่งขึ้นที่กรุงเทพฯ ระหว่างวันที่ 10 - 21 มกราคม 2546 นี้ นับเป็นเทศกาลภาพยนตร์ระดับโลกของประเทศไทยที่รวมภาพยนตร์ชั้นดีจากทุกมุมโลกมาเปิดฉายที่โรงภาพยนตร์ชั้นนำของประเทศ ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก และได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีจากทุกฝ่าย ได้ขยายกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ออกไปในวงกว้าง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้วางแผนจัดให้มีเทศกาลดังกล่าวขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยให้ทัดเทียมระดับโลก รวมทั้งยังส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Hollywood of Asia ด้วยการสนับสนุนให้เป็นแหล่งผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ และครบวงจรด้วยความพร้อมทุกๆ ด้าน ทั้งสถานที่ถ่ายทำ บุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างครบครัน รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้สร้างภาพยนตร์ต่างชาติเข้ามาลงทุนใช้ประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ซึ่งสัญญาณต่างๆ เหล่านี้จำเป็นจะเป็นผลดีต่อธุรกิจโดยตรง และในระยะยาวต่อไป

ผู้ประกอบการในธุรกิจภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ (Multiplex) ในปัจจุบันเฉพาะรายที่มีสาขามากกว่า 2 สาขา มีอยู่เพียง 3 ราย ดังนี้

ชื่อโรงภาพยนตร์	จำนวนสาขา	จำนวนโรงภาพยนตร์
1. เมเจอร์ ซิเนเพล็กซ์	12	111
2. อีจีวี	10	85
3. เอส เอฟ ซิเนม่า	6	44

ที่มา: บริษัทตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์

*จำนวนโรงภาพยนตร์ของแต่ละผู้ประกอบการ รวมสาขานอกเขตกรุงเทพและปริมณฑล

หมายเหตุ : ปัจจุบันจำนวนโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลมีทั้งหมดประมาณ 243 โรง โดยเป็นโรงภาพยนตร์ของผู้ประกอบการ 3 ราย ข้างต้นคิดเป็นประมาณร้อยละ 72 ของทั้งหมด และจัดได้ว่า มีผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ (Active)

เนื่องด้วยลักษณะเฉพาะของการประกอบธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่ต้องอาศัยประสบการณ์ในธุรกิจ เป็นสำคัญ อีกทั้งขนาดของเงินลงทุนจำนวนมากและทำเลที่ตั้งสาขาที่เหมาะสมทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างจำกัด ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจล้วนเป็นรายเดิมที่มีอยู่ในวงการเท่านั้นและเป็นการยากสำหรับรายใหม่ที่จะเข้ามาเริ่มธุรกิจ

บริษัทฯ ประเมินภาวะการแข่งขันในธุรกิจโรงภาพยนตร์ในระบบมัลติเพล็กซ์ ซึ่งเป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการผู้ชมภาพยนตร์ในปัจจุบัน โดยรูปแบบการแข่งขันจะเป็นการพัฒนาระบบเทคโนโลยีภาพและเสียง(ซึ่งในขณะนี้ทางบริษัทฯเป็นผู้ประกอบการรายเดียวที่เป็นผู้บุกเบิกระบบ Digital Projector ซึ่งให้ภาพและเสียงที่คมชัด โดยระบบนี้ไม่ต้องใช้ฟิล์ม ดังนั้นการฉายด้วยระบบDigital Projector จึงคงคุณภาพของภาพได้ยาวนานกว่าการใช้ฟิล์ม โดยคาดว่าในปีนั้นจะมีความเคลื่อนไหวในการลงทุนมากขึ้น) รวมทั้งการปรับปรุงตกแต่งสถานที่บริการให้ทันสมัยสอดคล้องกับความนิยมที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วของผู้ใช้บริการ การอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ รวมถึงการขยายสาขาเข้าสู่พื้นที่ทำเลในเขตกรุงเทพฯรอบนอกมากขึ้น

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์

กลุ่ม เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ มีเป้าหมายหลักในการเป็นผู้นำในธุรกิจโรงภาพยนตร์ และครองส่วนแบ่งการตลาดให้ได้ร้อยละ 50 ในปี 2546 และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ บริษัทฯ ได้วางแผนการเพิ่มยอดขาย โดยการลงทุนขยายสาขาและเพิ่มจำนวนโรงภาพยนตร์ให้มากขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั้งหมด กรุงเทพมหานครและปริมณฑลรวมถึงต่างจังหวัดที่มีศักยภาพเพียงพอและคุ้มค่ากับการลงทุน และนอกเหนือจากการลงทุนขยายสาขาเพิ่ม ทางบริษัทก็ยังมียุทธศาสตร์ที่จะเพิ่มความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการในการซื้อบัตรชมภาพยนตร์โดยนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก เช่น การร่วมมือกับธนาคารในการจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ซึ่งได้เปิดให้บริการไปแล้วเมื่อเดือนธันวาคม 2545 และจะเพิ่มพันธมิตรในการให้บริการในลักษณะนี้กับธนาคารอื่นๆ เพิ่มขึ้นในปี 2546 นี้ สำหรับช่องทางอื่นๆ ที่จะอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ในปี 2546 นี้ก็จะมีออกมาเพิ่มนอกเหนือจากที่มีแล้วสำหรับเทคโนโลยีที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการให้บริการแล้วในปัจจุบันมีดังนี้

1. ระบบ Call Center ที่ให้บริการผู้ใช้บริการด้วยการโทรเบอร์เดียว 0 2511 5555 จองบัตรได้ทุกสาขา
2. ระบบการจำหน่ายบัตรผ่านทาง Internet โดยผ่าน Web Site/www.majorcineplex.com
3. ระบบ Self Service โดยผู้ใช้บริการสามารถซื้อบัตรชมภาพยนตร์ด้วยตัวเองที่ตู้จำหน่ายบัตรอัตโนมัติ (ETM : Electronic Ticketing Machine)
4. ระบบการซื้อบัตรชมภาพยนตร์ผ่านระบบมือถือ
5. ระบบการซื้อบัตรชมภาพยนตร์ผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารไทยพาณิชย์

นอกจากเป้าหมายการขยายธุรกิจโรงภาพยนตร์แล้ว บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและเพิ่มยอดขายจากธุรกิจโบว์ลิง และการให้บริการห้องคาราโอเกะ ควบคู่ไปกับธุรกิจโบว์ลิง โดยกำหนดนโยบายการลงทุนและการตลาดที่จะมีบริการโบว์ลิง ควบคู่ไปกับโรงภาพยนตร์ในสาขาของเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของโครงการเป็นหลัก นอกจากแผนงานขยายงานธุรกิจโรงภาพยนตร์และโบว์ลิงซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลัก บริษัทฯ ได้เปิดกว้างที่จะขยายบริการบันเทิงในรูปแบบอื่นๆ ที่สอดคล้องและ

เกี่ยวเนื่องกับบริการบันเทิงที่มีอยู่ โดยมีวัตถุประสงค์เพิ่มความหลากหลายของบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้วยผลความสำเร็จในการขยายออกสู่ต่างจังหวัด เริ่มที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยบริษัทฯ ได้มองหาโอกาสการขยายสาขาในจังหวัดที่มีกำลังซื้อ และความเป็นไปได้ของโครงการสูง

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 จันทนา มีไมตรีจิตต์ (2540) ศึกษาเรื่อง " ปัจจัยในการสื่อสารที่ทำให้เยาวชนหันมานิยมโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ " พบว่าเยาวชนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์จากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด และสื่อโฆษณาจากหนังสือพิมพ์ก็มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์มากที่สุด แต่สื่อที่มีความถี่สูงที่สุดที่เยาวชนเปิดรับคือสื่อโทรทัศน์ ปัจจัยที่ทำให้เยาวชนหันมานิยมโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์มากที่สุด คือมีโรงภาพยนตร์ให้เลือกมากมาย การจัดรอบที่มีตรงกัน และให้อารมณ์ในการชมได้มากกว่าโรงภาพยนตร์แบบเก่า เยาวชนส่วนใหญ่จะชมภาพยนตร์จากโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ 2-3 ครั้งต่อเดือน และมีเหตุผลในการเลือกโรงมัลติเพล็กซ์ เพราะมีความทันสมัยมากที่สุด

6.2 ไพบูรณ์ กระเชนทรพรรค์ (2531) ศึกษาเรื่อง " ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของเยาวชนไทย " ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของเยาวชนไทย นิยมเข้าชมในโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง โดยไม่ให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งโรงภาพยนตร์ และเข้าชมภาพยนตร์เป็นกลุ่ม เหตุผลในการเข้าชมก็เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก ภาพยนตร์ที่เลือกชมมากที่สุดได้แก่ ภาพยนตร์ประเภท ตื่นเต้น สยองขวัญ หรือผจญภัย และเนื้อหาสาระในภาพยนตร์เป็นปัจจัยองค์ประกอบของตัวภาพยนตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์มากที่สุด

6.3 แก้วดา จันทรรามา (2527) ศึกษาเรื่อง " สิ่งที่คาดหวังที่มีต่อการจ่าย-รับของผู้ใช้บริการหอสมุดกลาง สถาบันวิทยุบริการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย " ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อการจ่าย-รับส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางและระดับน้อย และได้รับสิ่งที่คาดหวังในเรื่องดังกล่าวส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากและในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจและสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้ทุกประเภทปรากฏว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแทบทั้งหมด โดยมีระดับสิ่งที่คาดหวังสูงกว่าระดับความพึงพอใจเป็นส่วนใหญ่ ทั้งในด้านอาคารสถานที่และห้องอ่านหนังสือ ด้านการจัดชั้นและสภาพหนังสือ ด้านบริการยืมระหว่างห้องสมุด ด้านบริการช่วยเหลือผู้ใช้ และด้านบุคลากรบริการจ่าย-รับ ส่วนด้านบริการจ่าย-รับประเภทอื่นๆ ซึ่งได้แก่ บริการทำบัตรสมาชิก บริการให้ยืมและคืนหนังสือ ตลอดจนด้านระเบียบและกฎเกณฑ์ของหอสมุดกลางที่เกี่ยวข้องกับการจ่าย-รับ จะปรากฏความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบางเรื่องหรือในผู้ใช้บางประเภทเท่านั้น

6.4 วิสัย อัคริษา (2534) ศึกษาเรื่อง " ความพึงพอใจและสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อการยืม-คืนของหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง " ผลการวิจัยพบว่า อาจารย์มีความพึงพอใจในด้านอาคารสถานที่ ห้องอ่านหนังสือ สภาพหนังสือ การจัดชั้นหนังสือ บริการต่างๆ ในความรับผิดชอบและที่เกี่ยวข้องกับการยืม-คืน รวมทั้งระเบียบและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการยืม-คืนอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นบุคลากรบริการยืม-คืน ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่เดียวกันอาจารย์ได้รับสิ่งที่คาดหวังทุกด้านในระดับมากที่สุด ส่วนข้าราชการและนักศึกษามีความพึงพอใจทุกด้านในระดับปานกลาง และได้รับสิ่งที่คาดหวังทุกด้านในระดับมาก อาจารย์ ข้าราชการ และนักศึกษามีความพึงพอใจและสิ่งที่คาดหวังต่อการยืม-คืน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6.5 อุไรวรรณ พะมณี (2535) ศึกษาเรื่อง " ความพึงพอใจและความต้องการของอาจารย์และ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในการใช้บริการห้องสมุดคณะ " ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการ ทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อบริการยืม-คืน และบุคลากรยืม-คืน สูงกว่าบริการอื่นๆ นอกจากนี้ผู้ใช้ทุกกลุ่มมีความ ต้องการบริการสืบค้นฐานข้อมูลต่างๆ บริการข่าวสารการศึกษา รวมทั้งฐานข้อมูลซีดี-รอม (CD-ROM) บริการ อื่นๆ ที่ผู้ใช้ต้องการให้ห้องสมุดจัดบริการ คือ บริการหมุนเวียนวารสารให้อาจารย์ในภาควิชา บริการรวบรวม บรรณานุกรมเฉพาะเรื่อง บริการพิมพ์รายชื่อวิทยานิพนธ์ และการขยายเวลาเปิดบริการถึง เวลา 21.00 น.

6.6 รจนา ตีภา (2541) ศึกษาเรื่อง " ความพึงพอใจและสิ่งที่คาดหวังต่อบริการสารนิเทศของ นักศึกษาที่สาขาวิทยบริการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง " ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาจาก 3 สาขาวิทยบริการมี ความพึงพอใจต่อบริการสารนิเทศแตกต่างกัน และได้รับสิ่งที่คาดหวังต่อบริการสารนิเทศแตกต่างกัน 4 ด้าน คือ บริการสารนิเทศด้านวิชาการ บริการสารนิเทศด้านสวัสดิการ บริการสารนิเทศด้านการติดต่อกับ มหาวิทยาลัย และบริการสารนิเทศด้านการจัดสอบและประเมินผล ยกเว้นด้านสื่อการเรียนการสอนไม่แตกต่าง นอกจากนี้ยังพบว่า ความพึงพอใจและสิ่งที่คาดหวังต่อบริการสารนิเทศทั้ง 5 ด้านของนักศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.7 เบญจภรณ์ สมุดอินแก้ว (2543) ศึกษาเรื่อง " ความพึงพอใจและสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้ในการใช้ บริการหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ " ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชาวไทยและ กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี (2) ผู้ใช้มีความพึงพอใจในการใช้บริการหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับมาก ในขณะที่ได้รับสิ่งที่คาดหวัง โดยรวมอยู่ในระดับมาก และได้รับสิ่งที่คาดหวังรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน (3) อาจารย์ และนัก ศึกษามีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน 3 ด้าน ยกเว้นด้านบริการสิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษ และ บริการอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน และได้รับสิ่งที่คาดหวังในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน (4) ชาวไทยและชาวต่างชาติมี ความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน และได้รับสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการแตกต่างกัน 4 ด้าน ยกเว้นด้าน บริการอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน (5) ผู้ใช้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก มีความพึงพอใจ ในการใช้บริการแตกต่างกัน 4 ด้าน ยกเว้นด้านบริการตอบคำถามเพื่อช่วยในการค้นคว้าไม่แตกต่างกัน และ ได้รับสิ่งที่คาดหวังทุกด้านแตกต่างกัน (6) ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการปรับปรุงเรื่องกฎระเบียบ การใช้บริการห้องสมุด ควรนำระบบห้องสมุดอัตโนมัติเข้ามาใช้ในห้องสมุด ผู้ใช้ไม่เห็นด้วยที่จะจัดบริเวณรับฝาก ของไว้ภายในห้องสมุด โดยเฉพาะบริเวณทางเข้า-ออก ควรขยายพื้นที่อ่านหนังสือพิมพ์ให้กว้างขึ้น และควรมี ห้องสำหรับการอ่านให้มากขึ้นเป็นต้น

6.8 มาตา แสงนันทนวล (2543) ศึกษาเรื่อง " การรับรู้ สิ่งที่คาดหวัง และความพึงพอใจต่อการ ดำเนินโครงการของกรุงเทพมหานคร ในปี 2539-2543 " พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารระดับปานกลาง มีการ รับรู้การดำเนินโครงการในระดับต่ำ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง และได้รับสิ่งที่คาดหวังต่อโครงการในระดับ สูงเช่นกัน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า (1) ประชาชนที่มีอายุ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่แตกต่างกัน (2) ประชาชนที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตก ต่างกัน จะมีการรับรู้ข่าวสารโครงการไม่แตกต่างกัน (3) ประชาชนที่สมรสแล้ว มีระดับความพึงพอใจต่อโครงการ มากกว่าประชาชนที่เป็นโสด ส่วนประชาชนที่มีเพศ, อายุ, อาชีพ, ระดับการศึกษา, รายได้ และลักษณะที่อยู่ อาศัยที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการไม่แตกต่างกัน (4) ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวต่อ เดือนและมีระดับการศึกษาต่างกัน ได้รับสิ่งที่คาดหวังต่อโครงการแตกต่างกัน ประชาชนที่มีเพศ, อายุ, สถาน ภาพการสมรส, อาชีพ, รายได้, และลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน ได้รับสิ่งที่คาดหวังต่อโครงการไม่แตกต่างกัน

(5) การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับความรู้ ความพึงพอใจและสิ่งที่คาดหวังต่อโครงการของทางกรุงเทพมหานคร

6.9 กัลยา ดำรงค์ศักดิ์ (2544) ศึกษาเรื่อง " การศึกษาเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ (กรณีศึกษา : โรงพยาบาลวิภาวดี) " พบว่าสิ่งที่คาดหวังในคุณภาพการบริการของผู้รับบริการ พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงทุกด้าน สอดคล้องกับธรรมชาติของบุคคลที่หวังไข สวัสดิภาพของตนเองโดยเฉพาะเกี่ยวกับความเจ็บป่วย ค่าการรับรู้คุณภาพในการบริการจัดอยู่ในระดับสูงทุกด้านเช่นเดียวกัน ถือได้ว่าการบริการจากทางโรงพยาบาลนับว่าได้มาตรฐานที่แสดงออกได้จากการรับรู้ของผู้รับบริการ ในด้านการจัดลำดับความสำคัญของการบริการ พบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีที่ว่าความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) สำคัญที่สุดในจำนวนด้านต่างๆ ทั้งหมดของการบริการ ส่วนลำดับต่อไปที่มีผลลัพธ์แตกต่างกันคือผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) เป็นความสำคัญรองลงมา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาค่อนข้างมองด้านวัตถุเป็นสำคัญ แตกต่างจากผลที่ได้ตามทฤษฎีซึ่งสรุปว่าความเป็นรูปธรรมของการบริการมีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการพบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่ไม่พอใจในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ซึ่งเป็นด้านที่มีความสำคัญสูงสุดในการบริการ ส่วนการบริการด้านอื่นๆ ได้แก่ความเป็นรูปธรรม (Tangibility) การตอบสนอง (Responsiveness) ศักยภาพของผู้ให้บริการ (Competence) ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) ความน่าเชื่อมั่น (Assurance) การเข้าถึงความรู้สึกของผู้รับบริการ (Empathy) และสุดท้ายคืออัตราค่าใช้จ่าย (Cost) มีผลการศึกษาอยู่ในระดับที่ผู้ใช้บริการพอใจมากและประทับใจ นับเป็นประเด็นที่ต้องรักษาความพอใจไว้ การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเพศพบว่า เพศหญิงมีแนวโน้มเกิดความไม่พอใจได้ง่ายกว่าเพศชาย เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอายุพบว่า กลุ่มที่อายุน้อยมีแนวโน้มเกิดความไม่พอใจได้ง่ายกว่าผลการศึกษาโดยรวมพบว่าโรงพยาบาลวิภาวดีมีความสามารถให้บริการที่มีคุณภาพได้อย่างน้อยตรงกับสิ่งที่คาดหวังของผู้รับบริการ เมื่อพิจารณารายด้านของการบริการพบว่าด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) และความมีเครดิตที่ดีและความปลอดภัย (Credibility and Security) ในความน่าเชื่อมั่น (Assurance) ที่ยังไม่บรรลุผลดังสมมติฐานที่กำหนด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

๑.๕ ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการ โรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับศึกษาค่าเฉลี่ยของประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % (ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ. 2537 : 106) และเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

๒. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีคำถามชนิดเลือกตอบและปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยจำแนกเป็น 2 ส่วน ในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ และการใช้บริการทั่วไป มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 5 ข้อได้แก่

1. เพศ เป็นข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
2. อายุ เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)
3. ระดับการศึกษา เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)
4. อาชีพ เป็นข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Norminal Scale)
5. รายได้ เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการจากการใช้บริการและระดับการบริการที่ผู้ใช้บริการได้พบหรือได้รับการปฏิบัติจริงจากการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยแบ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันตรภาค (Interval Scale) เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวัง

และสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลเมเจอร์พาร์ค รังสิต เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scales) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก ลักษณะคำถามมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibility)

1. รอบที่ฉายภาพยนตร์มีความเหมาะสม
2. เวลาที่จัดฉายภาพยนตร์มีความเหมาะสม
3. เรื่องคุณภาพของภาพและ เสียงในโรงภาพยนตร์
4. คุณภาพที่นั่งชมภาพยนตร์มีความสบาย
5. สถานที่ขายตั๋วชมภาพยนตร์มีความสะดวกสบาย
6. อากาศในโรงภาพยนตร์มีความสะอาดเพียงพอ
7. ความสะดวกในการเดินทางมาชมภาพยนตร์
8. ความสะดวกของที่จอดรถในโรงภาพยนตร์
9. ความสะอาดในโรงภาพยนตร์

ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability)

1. ความถูกต้องจากการขายตั๋วชมภาพยนตร์
2. ความถูกต้องในการให้ข้อมูลค่าครองชีพของภาพยนตร์
3. ความถูกต้องในการแจ้งรอบภาพยนตร์ที่จัดฉาย
4. ความถูกต้องในการแจ้งรอบภาพยนตร์ทางโทรศัพท์
5. ความถูกต้องในการจองซื้อตั๋วชมภาพยนตร์
6. ความเชื่อมั่นในคุณภาพของภาพยนตร์ที่จัดฉาย

ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness)

1. ความรวดเร็วในการขายตั๋วชมภาพยนตร์
2. ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาการใช้บริการโรงภาพยนตร์
3. ความรวดเร็วในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์
4. ความรวดเร็วในการรับจองตั๋วทางโทรศัพท์
5. ความหลากหลายของภาพยนตร์ที่จัดฉาย
6. ความรวดเร็วในการจัดฉายภาพยนตร์ให้ตรงเวลา

ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ (Assurance)

1. พนักงานขายตั๋วสามารถแนะนำผู้บริการด้วยความชำนาญ
2. พนักงานขายตั๋วในการแก้ปัญหาขณะขายตั๋วชมภาพยนตร์
3. พนักงานขายตั๋วในการตอบคำถามผู้ใช้บริการด้วยความชำนาญ
4. พนักงานขายตั๋วที่เต็มใจให้บริการด้วยความสุภาพ
5. พนักงานตรวจตั๋วบริการจัดหาที่นั่งด้วยความสุภาพ
6. ระบบป้องกันความปลอดภัยของโรงภาพยนตร์
7. สถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์มีความแข็งแรง

ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ (Empathy)

- 1. พนักงานขายตัวที่สามารถให้ข้อมูลค่าบริการต่างๆ เพื่อการเลือกชมภาพยนตร์
- 2. ราคาตัวมีความเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ
- 3. การจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยจำหน่ายบัตรส่วนลดให้เหมาะสมต่อค่าใช้บริการ
- 4. ความสามารถของพนักงานขายตัวใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
- 5. การได้ชมภาพยนตร์ที่อยู่ในความสนใจ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

- 1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่คาดหวัง ความพึงพอใจ การรับรู้ได้ การบริการลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- 2. สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 2 ส่วน คือ
 - ส่วนที่ 1. แบบสอบถามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ แบ่งเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)
 - ส่วนที่ 2. แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการจากการใช้บริการและระดับการบริการที่ผู้ใช้บริการได้พบหรือได้รับการปฏิบัติจริงจากการใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบคำตอบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Likert Scale Question) โดยมีคำตอบให้เลือกตามระดับ 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้ค่าระดับคะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2543 : 10)

ระดับคะแนนสิ่งที่คาดหวังจากการรับบริการ

คะแนน 1	หมายถึง ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการบริการน้อยที่สุด
คะแนน 2	หมายถึง ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการบริการน้อย
คะแนน 3	หมายถึง ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการบริการปานกลาง
คะแนน 4	หมายถึง ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการบริการมาก
คะแนน 5	หมายถึง ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการบริการมากที่สุด

ระดับคะแนนสิ่งที่รับรู้ได้ได้จากการบริการ

คะแนน 1	หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการน้อยที่สุด
คะแนน 2	หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการน้อย
คะแนน 3	หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการปานกลาง
คะแนน 4	หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการมาก
คะแนน 5	หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการมากที่สุด

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ อาจารย์ ณัฏยา ประดิษฐ์สุวรรณ และ อาจารย์ สิทธิจักร ชูทรัพย์ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) และแนะนำข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปหาคุณภาพ โดยไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546) ได้ค่า = 0.9798

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการให้ผู้ให้บริการตอบแบบสอบถามหลังจากผู้ให้บริการเข้าชมภาพยนตร์โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำนวน 400 ชุด

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม แล้วลงรหัส (Coding) เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS/PC ในการคำนวณค่าสถิติ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. นำข้อมูลของคำถามในส่วนที่ 1 ของแบบสอบถาม ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ และร้อยละ ข้อคำถามในส่วนที่ 2 ในเรื่องระดับสิ่งที่คาดหวังจากการใช้บริการและระดับการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับ มาวิเคราะห์ด้วยค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายข้อและเป็นผลรวม

3. การทดสอบสมมุติฐานที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อสิ่งที่คาดหวังจากการใช้บริการและมีผลต่อผลบริการที่รับรู้ได้ที่แตกต่างกัน วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมานโดยใช้สถิติ Independent Sample t-test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ในเรื่องของเพศ และใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมาน ความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance) ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ในเรื่องของอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

4. นำข้อมูลด้านสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ได้จากการบริการ มาทำการอภิปรายผลการวิจัยตามลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และมีมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) โดยจำแนกระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับคือ

ตารางที่ 1 เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับสิ่งที่คาดหวังจากการบริการ	ระดับสิ่งที่รับรู้ได้จากการบริการ
4.50 – 5.00	มากที่สุด	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด

๓.๔ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2540:117-115)
 - 1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน คะแนนค่าเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

- 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

$$S = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ หาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum s_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
	s^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มตามตัวแปรเพศ โดยใช้สถิติ t-test ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาเปรียบเทียบค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ t เพื่อทราบความมีนัยสำคัญ

$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
s_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
s_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มตามตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 145)

$$F = \frac{MStr}{MSE}$$

โดยที่ $df_1 = k - 1$
 $df_2 = n - k$

เมื่อ	F	แทน	ค่าการแจกแจงของ F
	$MSTrt$	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MSE	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	df_1	แทน	องศาอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	df_2	แทน	องศาอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	p	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

3.3 กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ในระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อ เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 161)

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$
 $r = n - k$

เมื่อ

LSD	=	ค่าผลต่อนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม i และ j
MSE	=	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
k	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
n	=	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
α	=	ระดับความเชื่อมั่น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการบริการที่คาดหวัง และการบริการที่รับรู้ได้เพื่อประเมินการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนผู้ให้บริการกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
SD	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SE	แทน	สิ่งที่คาดเคลื่อนของความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation Error)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
F-Prob., P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ในการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลในด้านสิ่งที่คาดหวังจากการใช้บริการและสิ่งที่รับรู้ได้จากการบริการของผู้ใช้บริการทั้ง 5 ด้าน คือ

1. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibility)
2. ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability)
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้ (Responsiveness)

- 4. ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ (Assurance)
- 5. ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้ (Empathy)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	133	33.2
หญิง	267	68.8
รวม	400	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	11	2.8
21 - 30 ปี	224	56.0
31 - 40 ปี	155	38.8
มากกว่า40 ปี	10	2.5
รวม	400	100.0
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	46	11.5
ปริญญาตรี	211	52.8
มากกว่าปริญญาตรี	143	35.8
รวม	400	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	27	6.8
นักเรียน/นักศึกษา	335	83.8
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	20	5.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	3.8
อื่นๆ	3	0.8
รวม	400	100.0
5. รายได้		
ไม่เกิน 10,000 บาท	81	20.3
10,001-20,000 บาท	93	23.3
20,001-30,000 บาท	84	21.0
30,000 บาท ขึ้นไป	142	35.5
รวม	400	100.0

* ไม่นำมาวิเคราะห์

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 21-30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้30,000 บาทขึ้นไป ขึ้นไป อาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน

ตอนที่2 การวิเคราะห์ข้อมูลในด้านสิ่งที่คาดหวังจากการใช้บริการและสิ่งที่ได้รับการบริการของผู้ใช้บริการทั้ง 5 ด้าน คือ

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับสิ่งที่คาดหวังในการบริการ และสิ่งที่รับรู้ได้จากการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ ในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้ ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้ โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมของผู้ใช้บริการ
โรงพยาบาลนอร์ทเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

ปัจจัยด้านการบริการ	ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่รับรู้ได้	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1.ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้	3.90	0.58	3.39	0.50
2.ด้านความเชื่อถือได้	3.90	0.63	3.38	0.70
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	3.86	0.57	3.86	0.57
4.ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	3.96	0.61	3.94	0.67
5.ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ	3.98	0.63	3.15	0.75
รวม	3.92	0.43	3.54	0.47

จากตาราง 3 พบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ทเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมและรายด้านในระดับมาก และมีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมระดับปานกลาง

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ของผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

ปัจจัยด้านการบริการรายด้าน	ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่รับรู้ได้	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้				
1. รอบที่ฉายภาพยนตร์มีความเหมาะสม	3.66	0.78	3.29	0.72
2. เวลาที่จัดฉายภาพยนตร์มีความเหมาะสม	3.69	0.75	3.32	0.69
3. คุณภาพของภาพและเสียงในโรงภาพยนตร์	3.87	0.81	3.60	0.75
4. คุณภาพที่นั่งชมภาพยนตร์มีมาตรฐาน	3.93	0.79	3.44	0.73
5. สถานที่ขายตั๋วชมภาพยนตร์มีความสะดวกสบาย	3.97	0.75	3.49	0.79
6. อากาศในโรงภาพยนตร์มีความสะอาดเพียงพอ	3.93	0.81	3.50	0.74
7. ความสะดวกในการเดินทางมาชมภาพยนตร์	3.94	0.82	3.35	0.84
8. ความสะดวกของที่จอดรถในโรงภาพยนตร์	4.00	0.89	3.16	0.91
9. ความสะอาดในโรงภาพยนตร์	4.11	0.87	3.46	0.75
รวม	3.90	0.58	3.39	0.50

จากตาราง 4 พบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้โดยรวมและรายข้อในระดับมาก และผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายข้อในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อคุณภาพของภาพและเสียงมีคุณภาพ และข้ออากาศในโรงภาพยนตร์มีความสะอาดเพียงพอมีสิ่งที่รับรู้ได้ระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ด้านความเชื่อถือได้ของ
ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

ปัจจัยด้านการบริการราย			ระดับสิ่งที่		ระดับสิ่งที่รับรู้	
ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	คาดหวัง	$\bar{X}$	S.D.	ได้
ด้านความเชื่อถือได้						
10. ความถูกต้องจากการขาย ตั๋วชมภาพยนตร์	3.94	0.83	มาก	3.43	0.90	ปานกลาง
11. ความถูกต้องในการให้ข้อ มูลเค้าโครงย่อของภาพยนตร์	3.82	0.80	มาก	3.29	0.85	ปานกลาง
12. ความถูกต้องในการแจ้ง รอบภาพยนตร์ที่จัดฉาย	3.89	0.80	มาก	3.39	0.84	ปานกลาง
13. ความถูกต้องในการจองซื้อ ตั๋วชมภาพยนตร์ทางโทรศัพท์	3.84	0.82	มาก	3.29	0.85	ปานกลาง
14. ความถูกต้องในการแจ้ง ราคาตั๋วชมภาพยนตร์	3.92	0.81	มาก	3.40	0.90	ปานกลาง
15. ความเชื่อมั่นในคุณภาพ ของภาพยนตร์ที่จัดฉาย	3.98	0.78	มาก	3.46	0.83	ปานกลาง
รวม	3.90	0.63	มาก	3.38	0.70	ปานกลาง

จากตาราง 5 พบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขา
รัชโยธิน ด้านความเชื่อถือได้โดยรวมและรายข้อในระดับมาก และผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายข้อใน
ระดับปานกลาง

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ด้านการตอบสนองต่อ
ผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

ปัจจัยด้านการบริการราย			ระดับสิ่งที่		ระดับสิ่งที่รับรู้	
ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	คาดหวัง	$\bar{X}$	S.D.	ได้
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ						
16. ความรวดเร็วในการขายตั๋ว ชมภาพยนตร์	3.87	0.75	มาก	3.19	0.70	ปานกลาง
17. ความรวดเร็วในการแก้ ปัญหาการใช้บริการโรงภาพยนตร์	3.81	0.74	มาก	3.23	0.70	ปานกลาง
18. ความรวดเร็วในการให้ข้อ มูลเกี่ยวกับภาพยนตร์	3.77	0.73	มาก	3.29	0.73	ปานกลาง
19. ความรวดเร็วในการรับจอง ตั๋วทางโทรศัพท์	3.87	0.74	มาก	3.18	0.90	ปานกลาง
20. ความหลากหลายของภาพ ยนตร์ที่จัดฉาย	3.93	0.76	มาก	3.47	0.77	ปานกลาง
21. ความรวดเร็วในการจัดฉาย ภาพยนตร์ให้ตรงเวลา	3.92	0.76	มาก	3.55	0.75	มาก
รวม	3.86	0.57	มาก	3.86	0.57	มาก

จากตาราง 6 พบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขา
รัชโยธินด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการโดยรวมและรายข้อในระดับมาก และผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมใน
ระดับมากและรายข้อในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อความรวดเร็วในการจัดฉายภาพยนตร์ให้ตรงเวลา มีสิ่งที่รับรู้ได้
ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ด้านความเชื่อมั่นต่อการ บริการ
โรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

ปัจจัยด้านการบริการราย ด้าน	ระดับสิ่งที่		ระดับสิ่งที่รับรู้			
	$\bar{X}$	S.D.	คาดหวัง	$\bar{X}$	S.D.	ได้
ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ						
22. พนักงานขายตัวสามารถ แนะนำผู้ใช้ ด้วยความชำนาญ	3.85	0.74	มาก	3.28	0.77	ปานกลาง
23. พนักงานขายตัวในการแก้ ปัญหาขณะขายตัวชมภาพยนตร์	3.77	0.78	มาก	3.25	0.74	ปานกลาง
24. พนักงานขายตัวในการตอบ คำถามผู้ใช้บริการด้วยความ ชำนาญ	3.85	0.78	มาก	3.29	0.75	ปานกลาง
25. พนักงานขายตัวที่เต็มใจให้ บริการ ด้วยความสุภาพ	3.99	0.80	มาก	3.41	0.79	ปานกลาง
26. พนักงานตรวจตัวบริการจัด หาที่นั่งด้วยความสุภาพ	4.07	0.80	มาก	3.49	0.81	ปานกลาง
27. ระบบป้องกันความปลอดภัย ภัยของโรงพยาบาล	4.12	0.82	มาก	3.41	0.78	ปานกลาง
28. สถานที่ตั้งของโรงภาพ ยนตร์มีความแข็งแรง	4.09	0.83	มาก	3.55	0.73	มาก
รวม	3.96	0.61	มาก	3.94	0.67	มาก

จากตาราง 7 พบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขา
รัชโยธิน ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการโดยรวมและรายข้อในระดับมาก และผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมใน
ระดับมากและรายข้อในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อสถานที่ตั้งของโรงพยาบาลมีความแข็งแรง มีสิ่งที่รับรู้ได้ใน
ระดับมาก

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ
โรงพยาบาลเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

ปัจจัยด้านการบริการราย			ระดับสิ่งที่		ระดับสิ่งที่รับรู้	
ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	คาดหวัง	$\bar{X}$	S.D.	ได้
ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้						
บริการ						
29. พนักงานขายตัวที่สามารถให้ข้อมูลค่าบริการต่างๆ เพื่อการเลือกชมภาพยนตร์	4.00	0.74	มาก	3.12	0.83	ปานกลาง
30. ราคาตัวมีความเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ	4.02	0.83	มาก	3.00	0.89	ปานกลาง
31. การจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยจำหน่ายบัตรส่วนลดให้เหมาะสมต่อค่าใช้จ่ายบริการ	4.11	0.83	มาก	2.89	1.09	ปานกลาง
32. ความสามารถของพนักงานขายตัวใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.82	0.81	มาก	3.33	0.84	ปานกลาง
33. การได้ชมภาพยนตร์ที่อยู่ในความสนใจ	3.94	0.83	มาก	3.42	0.88	ปานกลาง
รวม	3.98	0.63	มาก	3.15	0.75	ปานกลาง

จากตาราง 8 พบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขา
รัชโยธิน ด้านความเชื่อถือได้โดยรวมและรายข้อในระดับมาก และผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับมาก
และรายข้อในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของโรง
ภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เพื่อ
ทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการ
โรงพยาบาลเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์
ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการบริการ	ชาย			หญิง			t	P
	$\bar{X}$	SD	ระดับสิ่งที่คาดหวัง	$\bar{X}$	SD	ระดับสิ่งที่คาดหวัง		
1.ด้านสิ่งที่จับต้องได้	3.90	0.63	มาก	3.90	0.54	มาก	0.481	0.489
2.ด้านความเชื่อถือได้	3.83	0.66	มาก	3.92	0.61	มาก	0.120	0.729
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	3.78	0.61	มาก	3.89	0.54	มาก	0.093	0.760
4.ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	3.91	0.63	มาก	3.98	0.59	มาก	0.003	0.959
5.ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ	3.92	0.66	มาก	4.00	0.61	มาก	0.004	0.947
รวม	3.87	0.58	มาก	3.94	0.48	มาก	-1.273	0.837

จากตาราง 9 พบว่าผู้ใช้บริการมีเพศที่แตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการจากโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านในการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์
ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการบริการ	ชาย			หญิง			t	P
	$\bar{X}$	SD	ระดับสิ่งที่รับรู้ได้	$\bar{X}$	SD	ระดับสิ่งที่รับรู้ได้		
1.ด้านสิ่งที่จับต้องได้	3.41	0.55	ปานกลาง	3.38	0.47	ปานกลาง	2.480	0.116
2.ด้านความเชื่อถือได้	3.38	0.69	ปานกลาง	3.37	0.70	ปานกลาง	0.474	0.492
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	3.78	0.61	มาก	3.89	0.54	มาก	0.093	0.760
4.ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	3.91	0.67	มาก	3.95	0.66	มาก	0.000	0.989
5.ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ	3.13	0.71	ปานกลาง	3.16	0.76	ปานกลาง	0.197	0.657
รวม	3.53	0.53	มาก	3.55	0.55	มาก	-0.419	0.476

จากตาราง 10 พบว่าผู้ใช้บริการมีเพศแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชินเพล็กซ์ สาขาซอยอินโดย
รวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชินเพล็กซ์ สาขาซอยอินโดยรวมและรายด้านที่มีอายุแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการบริการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี				21- 30 ปี				31- 40 ปี				มากกว่า40 ปี			
	ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1.ด้านสิ่งที่จับต้องได้	4.12	.47	มาก		3.89	.57	มาก		3.88	.55	มาก		4.13	.60	มาก	
2.ด้านความเชื่อถือได้	4.29	.58	มาก		3.91	.64	มาก		3.84	.62	มาก		3.92	.61	มาก	
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ	4.11	.37	มาก		3.90	.58	มาก		3.77	.55	มาก		4.10	.27	มาก	
4.ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	4.20	.44	มาก		3.97	.62	มาก		3.91	.59	มาก		4.21	.79	มาก	
5.ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ	4.40	.40	มาก		3.99	.65	มาก		3.92	.61	มาก		4.18	.32	มาก	
รวม	4.22	.31	มาก		3.93	.54	มาก		3.87	.49	มาก		4.11	.40	มาก	

จากตาราง 11 พบว่าผู้ให้บริการในแต่ละกลุ่มอายุมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการดังนี้ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีสิ่งทีคาดหวังโดย
รวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 21 - 30 ปี มีสิ่งทีคาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 31 - 40 ปี มีสิ่งทีคาดหวังโดย
รวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปี สิ่งทีคาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์
เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
1.ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้						
	ระหว่างกลุ่ม	3	1.137	0.379	1.140	0.333
	ภายในกลุ่ม	396	131.586	0.332		
	รวม	399	118.906			
2.ด้านความเชื่อถือได้						
	ระหว่างกลุ่ม	3	2.358	0.786	1.985	0.116
	ภายในกลุ่ม	396	156.822	0.396		
	รวม	399	159.180			
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	2.720	0.907	2.830*	0.038
	ภายในกลุ่ม	396	126.885	0.320		
	รวม	399	129.605			
4.ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	1.617	0.539	1.449	0.228
	ภายในกลุ่ม	396	147.254	0.372		
	รวม	399	148.870			
5.ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	2.924	0.975	2.494	0.060
	ภายในกลุ่ม	396	154.766	0.391		
	รวม	399	157.690			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.878	0.626	2.336	0.073
	ภายในกลุ่ม	396	106.114	0.268		
	รวม	399	107.992			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 12 พบว่าผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ให้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าผู้ให้บริการที่มีช่วงอายุต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 13

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้
บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน

อายุ (ปี)	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่า กับ 20ปี	21-30 ปี 3.90	31-40 ปี 3.77	มากกว่า40ปี 4.10
ต่ำกว่าหรือเท่า กับ 20ปี	4.11		0.207	0.331	0.006
21-30 ปี	3.90			-0.124*	-0.201
31-40 ปี	3.77				-0.325
มากกว่า40ปี	4.10				

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 21-30 ปี มีสิ่งที่คาดหวังมากกว่าผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมและรายด้านที่มีอายุต่างกัน

ปัจจัยด้านการบริการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี			21- 30 ปี			31- 40 ปี			มากกว่า40 ปี		
	ระดับสิ่งที่รับรู้ได้			ระดับสิ่งที่รับรู้ได้			ระดับสิ่งที่รับรู้ได้			ระดับสิ่งที่รับรู้ได้		
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1.ด้านสิ่งที่จำเป็นต้องได้	3.95	.69	มาก	3.41	.47	ปานกลาง	3.30	.48	ปานกลาง	3.76	.79	มาก
2.ด้านความเชื่อถือได้	4.12	.63	มาก	3.42	.70	ปานกลาง	3.21	.64	ปานกลาง	3.97	.67	มาก
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	4.11	.37	มาก	3.89	.59	มาก	3.77	.56	มาก	4.10	.27	มาก
4.ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	4.56	.93	มาก	3.94	.63	มาก	3.84	.64	มาก	4.78	.73	มาก
5.ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ	3.95	.69	มาก	3.19	.76	ปานกลาง	2.99	.64	ปานกลาง	4.00	.61	มาก
รวม	4.13	.49	มาก	3.57	.47	มาก	3.43	.45	มาก	4.12	.53	มาก

จากตาราง 14 พบว่าผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มอายุมีสิ่งที่รับรู้ได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 21 - 30 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่จำเป็นต้องได้ในระดับปานกลาง นอกเหนือในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 31 - 40 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการในระดับปานกลาง นอกเหนือในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านในระดับมาก

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านในการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้						
	ระหว่างกลุ่ม	3	5.951	1.984	8.323**	0.000
	ภายในกลุ่ม	394	93.907	0.238		
	รวม	397	99.858			
ด้านความเชื่อถือได้						
	ระหว่างกลุ่ม	3	13.993	4.664	10.267**	0.000
	ภายในกลุ่ม	396	179.896	0.454		
	รวม	399	193.889			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	2.720	0.907	2.830*	0.038
	ภายในกลุ่ม	396	126.885	0.320		
	รวม	399	129.605			
ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	12.646	4.215	9.991**	0.000
	ภายในกลุ่ม	396	167.078	0.422		
	รวม	399	179.724			
ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	18.562	6.187	11.911**	0.000
	ภายในกลุ่ม	396	205.716	0.519		
	รวม	399	224.278			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	9.504	3.168	14.423**	0.000
	ภายในกลุ่ม	394	86.535	0.220		
	รวม	397	96.039			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 15 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการแตกต่างกันในรายฤดูใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายฤดูโดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 16

ตาราง16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายฤดูของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ดเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์สาขารัชโยธินด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้แตกต่างกัน

อายุ (ปี)	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี			
	$\bar{X}$	3.95	3.41	3.30
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี	3.95		0.537**	0.642**
21-30 ปี	3.41			0.105*
31-40 ปี	3.30			-0.448**
มากกว่า40ปี	3.76			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มากกว่าผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี และ ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ21-30 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มากกว่าผู้ที่มีอายุ31-40 ปี และน้อยกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า40ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ31-40 ปีมีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้น้อยกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า40ปี อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายกลุ่มของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้
บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อถือได้ แตกต่างกัน

อายุ (ปี)	ต่ำกว่าหรือ				
	เท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า40ปี	
	$\bar{X}$	4.12	3.42	3.21	3.97
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี	4.12		0.698**	0.904**	0.154
21-30 ปี	3.42			0.205**	-0.544*
31-40 ปี	3.21				-0.749**
มากกว่า40ปี	3.97				

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการด้านความ
เชื่อถือได้มากกว่าผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี และ ผู้ที่มีอายุ31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มี
อายุ21-30 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านความเชื่อถือได้มากกว่าผู้ที่มีอายุ31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
และมีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านความเชื่อถือได้น้อยกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า40ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้
บริการที่มีอายุ31-40 ปีมีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้น้อยกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า40ปี อย่างมีนัยสำคัญ
ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้
บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการแตกต่างกัน

อายุ (ปี)	ต่ำกว่าหรือ				
	เท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า40ปี	
	$\bar{X}$	4.11	3.89	3.77	4.10
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี	4.11		0.207	0.331	0.006
21-30 ปี	3.89			0.124*	-0.201
31-40 ปี	3.77				-0.325
40 ปี	4.10				

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 18 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ21-30 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้
บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการแตกต่างกัน

อายุ (ปี)	ต่ำกว่าหรือ				
	เท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า40ปี	
	$\bar{X}$	4.56	3.94	3.84	4.78
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี	4.56		0.620**	0.712**	-0.222
21-30 ปี	3.94			0.092	-0.842**
31-40 ปี	3.84				-0.934**
มากกว่า40ปี	4.78				

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการมากกว่าผู้ที่มีอายุ 21-30 ปีและผู้ที่มีอายุ31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ21-30 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ มากกว่า40ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ31-40 ปีมีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการน้อยกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า40ปี อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการแตกต่างกัน

อายุ (ปี)	ต่ำกว่าหรือ			
	เท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า40ปี
$\bar{X}$	3.95	3.19	2.99	4.00
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี	3.95	0.757**	0.957**	-0.054
21-30 ปี	3.19		0.200**	0.811**
31-40 ปี	2.99			-1.011**
มากกว่า40ปี	4.00			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านความเข้าใจมากกว่าผู้ที่มีอายุ 21-30 ปีและผู้ที่มีอายุ31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ21-30 ปี มีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ มากกว่า40ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ31-40ปีมีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการน้อยกว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า40ปี อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์
สาขาวิชโยธินโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขาวิชโยธินโดยรวมและรายด้านที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการบริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับสิ่งที่คาดหวัง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับสิ่งที่คาดหวัง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับสิ่งที่คาดหวัง
			หวั่ง			หวั่ง			หวั่ง
1.ด้านสิ่งที่จับต้องได้	3.96	.65	มาก	3.86	.63	มาก	3.96	.46	มาก
2.ด้านความเชื่อถือได้	4.15	.64	มาก	3.88	.66	มาก	3.84	.57	มาก
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ	4.00	.61	มาก	3.87	.64	มาก	3.80	.43	มาก
4.ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	4.06	.65	มาก	3.92	.66	มาก	3.99	.52	มาก
5.ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ	4.12	.70	มาก	3.91	.68	มาก	4.03	.50	มาก
รวม	4.06	.55	มาก	3.89	.59	มาก	3.92	.37	มาก

จากตาราง 21 พบว่าผู้บริการในแต่ละกลุ่มระดับการศึกษามีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการดังนี้ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์
เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้						
	ระหว่างกลุ่ม	2	1.024	0.512	1.543	0.215
	ภายในกลุ่ม	397	131.699	0.332		
	รวม	399	132.722			
ด้านความเชื่อถือได้						
	ระหว่างกลุ่ม	2	3.688	1.844	4.708	0.010**
	ภายในกลุ่ม	397	155.492	0.392		
	รวม	399	159.180			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	2	1.410	0.705	2.184	0.114
	ภายในกลุ่ม	397	128.195	0.323		
	รวม	399	129.605			
ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	2	0.971	0.485	1.303	0.273
	ภายในกลุ่ม	397	147.899	0.373		
	รวม	399	148.870			
ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	2	2.302	1.151	2.941	0.054
	ภายในกลุ่ม	397	155.387	0.391		
	รวม	399	157.690			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.174	0.587	2.182	0.114
	ภายในกลุ่ม	396	106.818	0.269		
	รวม	399	107.992			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 22 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในด้านความเชื่อถือได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 23

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายกลุ่มของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อถือได้แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	4.15	3.88	3.84
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.15		0.281**	0.317**
ปริญญาตรี	3.88			0.036
สูงกว่าปริญญาตรี	3.84			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีสิ่งที่คาดหวังมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมอร์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขา
รัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมอร์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมและรายด้านที่มีระดับการศึกษา
แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการบริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับสิ่งที่รับรู้ ได้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับสิ่งที่รับรู้ ได้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับสิ่งที่รับรู้ ได้
1. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้	3.62	.60	มาก	3.34	.52	ปานกลาง	3.40	.42	ปานกลาง
2. ด้านความเชื่อถือได้	3.79	.64	มาก	3.36	.73	ปานกลาง	3.27	.61	ปานกลาง
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	4.00	.61	มาก	3.87	.64	มาก	3.80	.43	ปานกลาง
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	4.38	.69	มาก	3.86	.72	มาก	3.93	.52	มาก
5. ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ	3.76	.70	มาก	3.09	.76	ปานกลาง	3.03	.66	ปานกลาง
รวม	3.91	.46	มาก	3.50	.52	มาก	3.49	.41	ปานกลาง

จากตาราง 24 พบว่าผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาที่มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการดังนี้ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีสิ่ง
ที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้
บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการในระดับปานกลาง นอกเหนือในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่
มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้
ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ
ในระดับปานกลางนอกเหนือในระดับมาก

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านในการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์
ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้						
	ระหว่างกลุ่ม	2	2.976	1.488	6.067**	0.003
	ภายในกลุ่ม	395	96.882	0.245		
	รวม	397	99.858			
ด้านความเชื่อถือได้						
	ระหว่างกลุ่ม	2	9.814	4.9707	10.583**	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	184.075	0.464		
	รวม	399	193.889			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	2	1.410	0.705	2.184	0.114
	ภายในกลุ่ม	397	128.195	0.323		
	รวม	399	129.605			
ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	2	10.321	5.160	12.094**	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	169.403	0.427		
	รวม	399	179.724			
ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	2	19.589	9.795	18.997**	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	204.689	0.516		
	รวม	399	224.278			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	7.006	3.503	15.542**	0.000
	ภายในกลุ่ม	395	89.033	0.225		
	รวม	397	96.039			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 25 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ ด้านความเชื่อถือได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 25

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.62	3.34	3.40
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.62		0.280**	0.219**
ปริญญาตรี	3.34			-0.607
สูงกว่าปริญญาตรี	3.40			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อถือได้ที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.79	3.36	3.27
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.79		0.434**	0.527**
ปริญญาตรี	3.36			0.937
สูงกว่าปริญญาตรี	3.27			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านความเชื่อได้ที่แตกต่างกันมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งรับรู้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	4.38	3.86	3.93
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.38		0.521**	0.455**
ปริญญาตรี	3.86			-0.660
สูงกว่าปริญญาตรี	3.93			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 28 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งรับรู้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ ที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.76	3.09	3.03
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.76		0.663**	0.724**
ปริญญาตรี	3.09			0.613
สูงกว่าปริญญาตรี	3.03			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 29 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรีมีสิ่งรับรู้ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้ที่มีต่อผู้ใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลแตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในวิชาชีพแตกต่างกัน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 30 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลนรีแพทย์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการบริการ	นักเรียนนักศึกษา		พนักงานบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		อื่น ๆ	
	ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		ระดับสิ่งที่คาดหวัง	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้	4.15	.57	3.85	.57	4.15	.61	4.14	.37	4.18	.97
2. ด้านความเชื่อถือได้	4.40	.50	3.83	.62	4.18	.66	3.94	.59	4.50	.87
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	4.20	.59	3.82	.56	3.97	.55	3.73	.41	4.50	.73
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	4.12	.58	3.93	.61	4.17	.64	4.04	.53	4.47	.91
5. ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ	4.31	.49	3.92	.63	4.20	.66	4.06	.49	4.46	.93
รวม	4.12	.43	3.92	.47	4.17	.46	4.03	.43	4.47	.68

จากตาราง 30 พบว่าผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มอาชีพมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการดังนี้ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก

ตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์
เมเจอร์ ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามอาชีพที่แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้						
	ระหว่างกลุ่ม	4	4.885	1.221	3.774**	0.005
	ภายในกลุ่ม	395	127.837	0.324		
	รวม	399	132.722			
ด้านความเชื่อถือได้						
	ระหว่างกลุ่ม	4	11.242	2.811	7.504**	0.000
	ภายในกลุ่ม	395	147.938	0.375		
	รวม	399	159.180			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	4	5.291	1.323	4.203**	0.002
	ภายในกลุ่ม	395	124.314	0.315		
	รวม	399	129.605			
ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	4	2.873	0.718	1.943	0.103
	ภายในกลุ่ม	395	145.997	0.370		
	รวม	399	148.870			
ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	4	5.680	1.420	3.690**	0.006
	ภายในกลุ่ม	395	152.009	0.385		
	รวม	399	157.690			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	5.260	1.315	5.056**	.001
	ภายในกลุ่ม	395	102.732	0.260		
	รวม	399	107.992			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 31 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 32

ตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ แตกต่างกัน

อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
	$\bar{X}$	4.15	3.85	4.15	4.14	4.18
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้						
นักเรียน/นักศึกษา	4.15	0.297**	-0.003	0.004	-0.032	
พนักงานบริษัทเอกชน	3.85		-0.301*	-0.293	-0.330	
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	4.15			0.007	-0.029	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.14				-0.037	
อื่นๆ	4.18					

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 33 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อถือได้ แตกต่างกัน

	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้า ของกิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
อาชีพ	$\bar{X}$	4.40	3.83	4.18	3.94	4.49
ด้านความเชื่อถือได้						
นักเรียน/นักศึกษา	4.40	0.576**	0.224	0.463*	-0.092	
พนักงานบริษัทเอกชน	3.83		-0.352*	-0.113	-0.668	
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	4.18			0.238	-0.316	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.94				-0.555	
อื่นๆ	4.49					

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 34 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการด้านความเชื่อถือได้ มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการด้านความเชื่อถือได้ มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการด้านความเชื่อถือได้น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้
บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้า ของกิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
	$\bar{X}$	4.20	3.82	3.97	3.73	4.49
ด้านการตอบสนองต่อผู้ ใช้บริการ						
นักเรียน/นักศึกษา	4.20	0.376**	0.228	0.470**	-0.296	
พนักงานบริษัทเอกชน	3.82		-0.148	0.935	-0.673	
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	3.97			0.241	-0.525	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.73				0.766*	
อื่นๆ	4.49					

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 35 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการ ด้านการ
ตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ
มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ
อื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 36 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้
บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้า ของกิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
	$\bar{X}$	4.31	3.92	4.20	4.06	4.46
ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ ใช้บริการ						
นักเรียน/นักศึกษา	4.31	0.383**	0.111	0.244	-0.155	
พนักงานบริษัทเอกชน	3.92		-0.272	-0.139	-0.539	
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	4.20			0.133	-0.266	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.06				-0.400	
อื่นๆ	4.46					

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 36 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการ ด้าน
ความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ธเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์สาขาวิชโยธินโดยรวม และรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 37 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ธเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขาวิชโยธินโดยรวมและรายด้านที่มีอาชีพต่างกัน

ปัจจัยด้านบริการ	นักเรียน/นักศึกษา			พนักงานบริษัทเอกชน			นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ			ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ			อื่น ๆ		
	ระดับสิ่งที่รับรู้ได้			ระดับสิ่งที่รับรู้ได้			ระดับสิ่งที่รับรู้ได้			ระดับสิ่งที่รับรู้ได้			ระดับสิ่งที่รับรู้ได้		
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้	3.75	.67	มาก	3.34	.47	ปานกลาง	4.62	.51	มาก	3.52	.60	มาก	3.48	.64	ปานกลาง
2. ด้านความเชื่อถือได้	3.90	.73	มาก	3.29	.66	ปานกลาง	3.80	.73	มาก	3.58	.65	มาก	4.27	.75	มาก
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	4.20	.58	มาก	3.82	.56	มาก	3.97	.55	มาก	3.73	.41	มาก	4.49	.73	มาก
4. ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	4.27	.76	มาก	3.88	.62	มาก	4.19	.79	มาก	4.38	.81	มาก	3.50	.88	มาก
5. ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ	3.87	.82	มาก	3.05	.70	ปานกลาง	3.54	.68	มาก	3.54	.85	มาก	3.33	.90	ปานกลาง
รวม	4.00	.55	มาก	3.47	.46	ปานกลาง	3.82	.50	มาก	3.76	.54	มาก	3.81	.11	มาก

จากตาราง 37 พบว่าผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มอาชีพมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการดังนี้ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ ในระดับปานกลาง นอกนั้นในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้รายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่นๆ มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมไม่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านในระดับมากด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการในระดับปานกลาง นอกนั้นในระดับมาก

ตาราง 38 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านในการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามอาชีพที่แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้						
	ระหว่างกลุ่ม	4	5.760	1.440	6.014**	0.000
	ภายในกลุ่ม	393	94.098	0.239		
	รวม	397	99.858			
ด้านความเชื่อถือได้						
	ระหว่างกลุ่ม	4	16.610	4.152	9.252**	0.000
	ภายในกลุ่ม	395	177.279	0.449		
	รวม	399	193.889			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	4	5.291	1.323	4.203**	0.002
	ภายในกลุ่ม	395	124.314	0.315		
	รวม	399	129.605			
ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	4	8.958	2.239	5.180**	0.000
	ภายในกลุ่ม	395	170.767	4.432		
	รวม	399	179.724			
ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	4	22.918	5.729	11.239**	0.000
	ภายในกลุ่ม	395	201.351	0.510		
	รวม	399	224.278			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	9.565	2.391	10.868**	0.000
	ภายในกลุ่ม	393	86.473	0.220		
	รวม	397	96.039			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 38 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 39

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์ธเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ที่แตกต่างกัน

อาชีพ		นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ
	$\bar{X}$	3.75	3.34	4.62	3.52	3.48
นักเรียน/นักศึกษา	3.75		0.412**	0.129	0.2313	0.275
พนักงานบริษัทเอกชน	3.34			-0.283*	-0.181	-0.137
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	4.62				0.101	0.146
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.52					0.444
อื่นๆ	3.48					

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 39 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อถือได้ ที่แตกต่างกัน

อาชีพ		นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ
	$\bar{X}$	3.90	3.29	3.80	3.58	4.27
นักเรียน/นักศึกษา	3.90		0.610**	0.101	0.312	0.376
พนักงานบริษัทเอกชน	3.29			-0.509**	-0.298	-0.987
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	3.80				0.211	0.477
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.58					0.688
อื่นๆ	4.27					

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 40 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการด้านความเชื่อถือได้มากกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการด้านความเชื่อถือได้น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งรับรู้ในการใช้
บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน

อาชีพ		นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักธุรกิจ/เจ้า ของกิจการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ
	$\bar{X}$	4.20	3.82	3.97	3.73	4.49
นักเรียน/นักศึกษา	4.20		0.376**	0.228	0.470**	-0.296
พนักงานบริษัทเอกชน	3.82			-0.148	0.930	-0.673*
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	3.97				0.241	-0.525
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.73					-0.766*
อื่นๆ	4.49					

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 41 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีสิ่งรับรู้ได้ในการใช้บริการด้านการ
ตอบสนองต่อผู้ใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสิ่งรับรู้ได้ในการใช้บริการด้านการตอบ
สนองต่อผู้ใช้บริการน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มี
อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีสิ่งรับรู้ได้ในการใช้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มี
อาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเด็เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 42 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเด็เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมและรายด้านที่มีรายได้แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการบริการ	ไม่เกิน10,000บาท						10,001- 20,000บาท						20,001- 30,000บาท						30,000บาท ขึ้นไป					
	$\bar{X}$		S.D.		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		$\bar{X}$		S.D.		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		$\bar{X}$		S.D.		ระดับสิ่งที่คาดหวัง		$\bar{X}$		S.D.		ระดับสิ่งที่คาดหวัง	
1.ด้านสิ่งที่จำเป็นต้องได้	3.86		.66		มาก		3.86		.69		มาก		3.86		.48		มาก		3.96		.48		มาก	
2.ด้านความเชื่อถือได้	4.00		.64		มาก		3.93		.71		มาก		3.83		.59		มาก		3.85		.59		มาก	
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ	3.89		.67		มาก		3.90		.69		มาก		3.87		.51		มาก		3.80		.43		มาก	
4.ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	3.92		.72		มาก		3.93		.75		มาก		3.94		.50		มาก		4.00		.49		มาก	
5.ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ	3.94		.74		มาก		3.96		.74		มาก		3.94		.53		มาก		4.01		.51		มาก	
รวม	3.92		.43		มาก		3.91		.46		มาก		3.88		.43		มาก		3.92		.48		มาก	

จากตาราง 42 พบว่าผู้ให้บริการในแต่ละกลุ่มรายได้มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการดังนี้ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ไม่เกิน10,000บาท มีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000บาทมีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีรายได้20,001- 30,000 บาทมีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมากผู้ใช้บริการที่มีรายได้30,000บาทขึ้นไปมีสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในระดับมาก

ตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังโดยรวมและรายด้านในการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์
เมเจอร์ ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามรายได้ที่แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้						
	ระหว่างกลุ่ม	3	0.973	0.324	0.975	0.404
	ภายในกลุ่ม	396	131.749	0.333		
	รวม	399	132.722			
ด้านความเชื่อถือได้						
	ระหว่างกลุ่ม	3	1.667	0.556	1.397	0.243
	ภายในกลุ่ม	396	157.513	0.398		
	รวม	399	159.180			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	0.764	0.255	0.783	0.504
	ภายในกลุ่ม	396	128.841	0.325		
	รวม	399	129.605			
ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	0.492	0.164	0.438	0.726
	ภายในกลุ่ม	396	148.378	0.375		
	รวม	399	148.870			
ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	0.408	0.136	3.42	0.795
	ภายในกลุ่ม	396	157.282	0.397		
	รวม	399	157.690			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	8.143	2.714	0.100	.096
	ภายในกลุ่ม	396	107.91	0.273		
	รวม	399	107.992			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 43 พบว่าผู้ใช้บริการมีรายได้แตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์มเจอร์ซีย์เนฟลิกซ์ สาขาวิชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 44 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนอร์มเจอร์ซีย์เนฟลิกซ์ สาขาวิชโยธินโดยรวมและรายด้านที่มีรายได้ต่างกัน

ปัจจัยด้านการบริการ	ไม่เกิน10,000บาท				10,001- 20,000บาท				20,001- 30,000บาท				30,000บาท ขึ้นไป			
	S.D.		ระดับสิ่งที่รับรู้ได้		S.D.		ระดับสิ่งที่รับรู้ได้		S.D.		ระดับสิ่งที่รับรู้ได้		S.D.		ระดับสิ่งที่รับรู้ได้	
	$\bar{X}$		$\bar{X}$		$\bar{X}$		$\bar{X}$		$\bar{X}$		$\bar{X}$		$\bar{X}$		$\bar{X}$	
1.ด้านสิ่งที่จำเป็นต้องได้	3.55	.53	มาก		3.30	.56	ปานกลาง		3.28	.44	ปานกลาง		3.42	.44	ปานกลาง	
2.ด้านความเชื่อถือได้	3.67	.65	มาก		3.48	.75	ปานกลาง		3.19	.69	ปานกลาง		3.24	.62	ปานกลาง	
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	3.89	.67	มาก		3.90	.69	มาก		3.87	.51	มาก		3.80	.42	มาก	
4.ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ	4.06	.72	มาก		3.89	.82	มาก		3.87	.57	มาก		3.94	.57	มาก	
5.ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ	3.49	.72	มาก		3.24	.82	ปานกลาง		2.94	.72	ปานกลาง		3.01	.65	ปานกลาง	
รวม	3.74	.94	มาก		3.56	.58	มาก		3.43	.43	ปานกลาง		3.48	.42	ปานกลาง	

จากตาราง44 พบว่าผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มรายได้มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการดังนี้ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ไม่เกิน10,000บาท มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้รายด้านในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีรายได้10,001- 20,000บาท มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ ในระดับปานกลาง นอกนั้นในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีรายได้20,001- 30,000บาท มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ ในระดับมาก ผู้ใช้บริการที่มีรายได้30,000บาทขึ้นไป มีสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการในระดับปานกลางนอกนั้นในระดับมาก

ตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่รับรู้ได้โดยรวมและรายด้านในการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำแนกตามรายได้ที่แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้						
	ระหว่างกลุ่ม	3	3.995	1.332	5.473**	0.001
	ภายในกลุ่ม	394	95.863	0.243		
	รวม	397	99.858			
ด้านความเชื่อถือได้						
	ระหว่างกลุ่ม	3	13.456	4.485	9.844**	0.000
	ภายในกลุ่ม	396	180.433	0.456		
	รวม	399	193.889			
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	0.764	0.255	0.783	0.504
	ภายในกลุ่ม	396	128.841	0.325		
	รวม	399	129.605			
ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	1.835	0.612	1.362	0.254
	ภายในกลุ่ม	396	177.889	0.449		
	รวม	399	179.724			
ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	16.501	5.500	10.483**	0.000
	ภายในกลุ่ม	396	207.777	0.525		
	รวม	399	224.278			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	4.852	1.617	6.989**	.000
	ภายในกลุ่ม	394	91.186	0.231		
	รวม	397	96.039			

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 45 พบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังใน ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 46

ตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ในการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ที่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,000 บาทขึ้นไป
		3.55	3.30	3.28	3.42
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.55		0.253**	0.273**	0.137*
10,001- 20,000	3.30			0.019	-0.116
20,001- 30,000	3.28				-0.136
30,000 บาทขึ้นไป	3.42				

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 46 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท และ ผู้ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ น้อยกว่า 10000 บาท มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีสิ่งรับรู้ในการใช้
บริการโรงพยาบาลศูนย์เมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเชื่อถือได้ที่แตกต่างกัน

		ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,000 บาทขึ้นไป
รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	3.67	3.48	3.19	3.24
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.67		0.185	0.478**	0.426**
10,001- 20,000	3.48			0.293**	0.241**
20,001- 30,000	3.19				-0.051
30,000 บาทขึ้นไป	3.24				

**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 47 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท มีสิ่งรับรู้ได้ในการบริการด้านความเชื่อถือได้มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท มีสิ่งรับรู้ได้ในการบริการด้านความเชื่อถือได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) รายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีสิ่งรับรู้ในการใช้
บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,000 บาทขึ้นไป
		3.49	3.24	2.94	3.01
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.49		0.253*	0.551**	0.478**
10,001- 20,000	3.24			0.297**	0.224*
20,001- 30,000	2.94				-0.730
30,000 บาทขึ้นไป	3.01				

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
**ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 48 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท มีสิ่งรับรู้ได้ในการบริการด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท มีสิ่งรับรู้ได้ในการบริการ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท มีสิ่งรับรู้ได้ในการบริการ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัย ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ผลการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ ด้านความเข้าใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ให้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน
2. เพื่อเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการ และสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ใน 5 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ให้บริการที่มาใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำนวน 400 คน และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่เพศแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่เพศแตกต่างกันมีการรับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขา รัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกันมีการรับรู้ได้ในการใช้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ผู้ใช้บริการระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซิเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

- 7. ผู้ใช้บริการที่อาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 8. ผู้ใช้บริการที่อาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 9. ผู้ใช้บริการที่รายได้แตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 10. ผู้ใช้บริการที่รายได้แตกต่างกันมีการรับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีคำถามชนิดเลือกตอบ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยจำแนกเป็น 2 ส่วน ในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

- 1. เพศ เป็นข้อมูลประเภทสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)
- 2. อายุ เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)
- 3. ระดับการศึกษา เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)
- 4. อาชีพ เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Norminal Scale)
- 5. รายได้ เป็นข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการและระดับสิ่งที่รับรู้ได้จากการใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยแบ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันตรภาค (Interval Scale) เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scales) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก คำถามมีรายละเอียดดังนี้ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ความเชื่อมั่นในการบริการ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ

ระดับคะแนนสิ่งที่คาดหวังจากการรับบริการ

- | | |
|---------|---|
| คะแนน 1 | หมายถึง ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการบริการน้อยที่สุด |
| คะแนน 2 | หมายถึง ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการบริการน้อย |
| คะแนน 3 | หมายถึง ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการบริการปานกลาง |
| คะแนน 4 | หมายถึง ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการบริการมาก |
| คะแนน 5 | หมายถึง ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการบริการมากที่สุด |

ระดับคะแนนสิ่งที่รับรู้ได้จากการบริการ

- | | |
|---------|---|
| คะแนน 1 | หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการน้อยที่สุด |
| คะแนน 2 | หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการน้อย |
| คะแนน 3 | หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการปานกลาง |
| คะแนน 4 | หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการมาก |
| คะแนน 5 | หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการบริการมากที่สุด |

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเก็บข้อมูลจากผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ระหว่างเดือน กันยายน – ตุลาคม 2546

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Sciences/ Personal Computer Plus) For Windows Version 10 โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 1. นำแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนมาลงรหัส เพื่อนำข้อมูลเข้าสู่ระบบการวิเคราะห์
- 2. วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ โดยวิเคราะห์เป็นรายด้าน และโดยรวม จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้
- 3. วิเคราะห์สิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้จากการบริการ โดยการแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายด้านและโดยรวม โดยแบ่งเกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับสิ่งที่คาดหวังจากการบริการ	ระดับสิ่งที่รับรู้ได้จากการบริการ
4.50 – 5.00	มากที่สุด	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด

ทำการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังและมีสิ่งที่รับรู้ได้จากการบริการที่แตกต่างกัน วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมานโดยใช้สถิติ Independent Sample t-test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และระหว่างกลุ่มตัวอย่าง มากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และในกรณีพบความแตกต่างจะเปรียบเทียบค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อในการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน สรุปผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้าน เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ พบว่าผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และ มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

สิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

8. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

9. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์สิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน พบว่าผู้ใช้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับสิ่งที่คาดหวังของบุคคลของ เพชรี หาผล (2538) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งที่คาดหวังของบุคคลเป็นการตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เมื่อได้รับการตอบสนองในระดับที่ต้องการแล้ว ก็จะมีการคาดหวังในสิ่งที่อยู่สูงขึ้นไปอีก ดังนั้น ผู้ให้บริการจำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจให้มากที่สุด การวิเคราะห์สิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากและด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และ ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ อยู่ในระดับมาก โดยที่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อได้ในการบริการ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ให้บริการต้องพยายามมุ่งการให้บริการในด้านที่พบว่าสิ่งที่รับรู้ได้ต่ำกว่าระดับสิ่งที่คาดหวังให้บริการ ยกตัวอย่างเช่น การจัดโปรแกรมชั้น การลดราคาตัว หรือการจัดให้มีการส่งเสริมการขาย โดยทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของพาราซูราแมน, ซีทฮอล์ม และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) กล่าวว่า หากสิ่งที่คาดหวังจากการบริการสูงกว่าผลการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ ผู้ใช้บริการย่อมไม่พึงพอใจ และถือว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพ

2. ผลการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้บริการและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ใน 5 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2.1 ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ที่มีเพศที่แตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน ทั้งโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่าเพศชายหรือเพศหญิงต่างก็คาดหวังและรับรู้ในการบริการเหมือนกัน ดังนั้นผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญในการให้บริการเท่าเทียมกัน โดยไม่มีการคำนึงว่าผู้ใช้บริการจะเป็นเพศใด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแม็ก เวบเบอร์ (Max Weber, 1996) ที่กล่าวว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือการให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล เป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ความชอบพอสนใจเป็นพิเศษ ทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันตามเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการโรงพยาบาล
ยন্ত্রเมเจอร์ซินเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

พบว่าผู้ให้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการ โดยรวมแตกต่างกัน
อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเพียงด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการแตกต่าง
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ให้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการ โดย
รวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีสิ่งที่รับรู้ได้แตกต่างกันอย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยกเว้นด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอเดย์ และแอนเดอร์สัน (Aday & Anderson. 1975) ที่ได้กล่าวไว้ว่า “
ความพึงพอใจเป็นความความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้
รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้น ๆ และประสบการณ์นั้น ๆ เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ
ซึ่งความพอใจมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน เนื่องจากอายุของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีอายุ 21-
30 ปี เป็นช่วงของวัยทำงาน และมีความคล่องตัว ทั้งในเรื่องความหลากหลายของภาพยนตร์ที่จัดฉาย ความ
รวดเร็วในการขายตั๋วชมภาพยนตร์ ความรวดเร็วในการรับจองตั๋วทางโทรศัพท์ เป็นต้น

2.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการ
โรงพยาบาลยন্ত্রเมเจอร์ซินเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่าผู้ให้บริการมีสิ่งที่คาด
หวังในการใช้บริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้าน
ความเชื่อถือได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มี
สิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลยন্ত্রเมเจอร์ซินเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้าน
ความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.01 ซึ่งสอดคล้องกับหลักการให้บริการของ กุลธนะ ธารพจน (2530) ที่กล่าวว่า การบริการที่ดีต้องสอด
คล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ มิได้เป็นการจัดขึ้นเพื่อบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอย่างเห็นได้ชัด

2.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการจากโรงภาพ
ยন্ত্রเมเจอร์ซินเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวม แตกต่างกัน พบว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสิ่งที่
คาดหวังในการใช้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
พบว่าด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านความเข้าใจที่มี
ต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้
ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลยন্ত্রเมเจอร์ซินเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธินโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการ
ตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอเดย์ และแอนเดอร์สัน (Aday & Anderson. 1975) ที่
ได้กล่าวไว้ว่า “ ความพึงพอใจเป็นความความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจาก
ประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้น ๆ และประสบการณ์นั้น ๆ เป็นไปตามความคาดหวัง
ของผู้รับบริการ ซึ่งความพอใจมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

2.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ในการบริการจากโรงภาพ
ยন্ত্রเมเจอร์ซินเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่ามีสิ่งที่คาดหวังในการใช้บริการ
โรงพยาบาลยন্ত্রเมเจอร์ซินเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้ให้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีสิ่งที่รับรู้ได้ในการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ให้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการสูงกว่าการที่รับรู้ได้ ทั้งโดยรวมและรายด้าน คือ ในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ และด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ จากทฤษฎีของพาราซูรามัน, ซีทอธัม และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) ได้กล่าวไว้ว่าหากผู้ให้บริการมีสิ่งที่คาดหวังในการบริการสูงกว่าผลการบริการที่รับรู้ได้ย่อมหมายถึงความไม่มีคุณภาพของการบริการซึ่งทำให้ผู้ให้บริการไม่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการ จากผลของการทดสอบสมมติฐานนี้จึงสรุปได้ว่า ผู้ให้บริการไม่ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควรจากการใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษางานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะบางประการดังนี้

1. พบว่าสิ่งที่คาดหวังในการบริการด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของโรงพยาบาลเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน สูงกว่าสิ่งที่รับรู้ได้จากการบริการเป็นส่วนใหญ่แล้วก็ตาม ทางผู้ให้บริการควรจะมีการปรับปรุงการบริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อสำรวจระดับสิ่งที่ผู้ให้บริการรับรู้ได้ให้เท่ากับหรือมากกว่าสิ่งที่ผู้ให้บริการคาดหวัง เพื่อการตอบสนองในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ควรมีการจัดกิจกรรมให้ผู้ให้บริการทุกเพศ ทุกวัย ตามวาระเทศกาลสำคัญ เช่น การจัดโปรแกรมพิเศษให้กับครอบครัว สำหรับภาพยนต์สำหรับเด็กหรือภาพยนต์ที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว ก็ควรมีการปรับเปลี่ยนการให้บริการเพื่อต่อสู้กับสภาพการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลที่นับวันจะมีแต่มากขึ้น มีการพัฒนายิ่งขึ้นไปอีกอย่างต่อเนื่อง เพราะโดยภาพรวมแล้วสิ่งที่คาดหวังยังสูงกว่าสิ่งที่รับรู้ได้จากการบริการ

2. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ จากการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการมีระดับสิ่งที่คาดหวังในรายข้อในระดับมากและมีสิ่งที่รับรู้ได้ส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อ คุณภาพของภาพและเสียงในโรงพยาบาลและอากาศในโรงพยาบาลมีความสะอาดเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องปรับปรุงรายข้อในระดับปานกลางให้ดียิ่งขึ้น เช่น รอบที่ฉายภาพยนต์ให้มีความเหมาะสม เวลาที่จัดฉายภาพยนต์มีความเหมาะสม เนื่องจากบางครั้งพบว่าผู้ให้บริการต้องการดูภาพยนต์เรื่องใดเรื่องหนึ่งแต่จำนวนรอบที่จัดให้ไม่ตรงกับความต้องการดูในเรื่องนั้นๆ ผู้ใช้บริการอาจยกเลิกการดูภาพยนต์แล้วเลือกทำกิจกรรมอื่นๆ แทน และเมื่อพบว่าทางโรงพยาบาลไม่สามารถตอบสนองได้บ่อยครั้งยิ่งขึ้น การเลิกใช้บริการในโรงพยาบาลแห่งนี้ก็จะเกิดขึ้นในที่สุดเนื่องจากการแข่งขันสูงมากในปัจจุบันนี้ ความสะดวกในการเดินทางมาชมภาพยนต์ ความสะดวกของที่จอดรถในโรงพยาบาล ควรจัดให้มีที่จอดรถที่พอเพียง ปลอดภัยและมีพนักงานดูแลให้ความสะดวกขณะจอดรถในโรงพยาบาล เพราะเมื่อผู้ให้บริการต้องการมาชมภาพยนต์แล้วไม่สามารถหาที่จอดรถได้ การเปลี่ยนใจไปดูภาพยนต์ที่อื่น หรือยกเลิกการชมภาพยนต์ย่อมไม่ดีต่อผู้ให้บริการแน่นอน

3. ด้านความเชื่อถือได้ จากการวิจัยพบว่า ผู้ให้บริการมีระดับสิ่งที่คาดหวังในรายข้อระดับมากและมีสิ่งที่รับรู้ได้ระดับปานกลาง เช่น ความถูกต้องในการให้ข้อมูลค่าครองชีพของภาพยนต์ อาจเกิดจากพนักงานขายตัวไม่มีทักษะหรือได้รับการฝึกฝนให้มีความรู้เกี่ยวกับภาพยนต์ที่เข้าฉายในแต่ละเรื่องดีพอ ซึ่งผู้ให้บริการต้องการรับรู้ได้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนต์ที่ต้องการได้ถูกต้องทำให้เกิดความไม่ประทับใจเท่าที่ควร ส่วนเรื่องความถูกต้องในการจองซื้อตั๋วชมภาพยนต์ทางโทรศัพท์ ทางโรงพยาบาลควรนำ

เทคโนโลยีจากระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยมาใช้ในการบันทึกการจองซื้อตั๋วทางโทรศัพท์เพื่อความถูกต้องให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งพนักงานขายตั๋วต้องได้รับการฝึกอบรมขั้นตอนในการรับจองตั๋วและการสื่อสารเพื่อเพิ่มมาตรฐานในการให้บริการ เนื่องจากในปัจจุบันนี้จำนวนการใช้บริการเพื่อจองตั๋วเพื่อชมภาพยนตร์ทางโทรศัพท์ที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้น เพราะมีความสะดวกมากกว่าที่จะต้องเดินทางฝ่าการจราจรที่ค่อนข้างติดขัดเพื่อมาซื้อตั๋วให้ทันในรอบที่ต้องการดูที่เคาน์เตอร์ขายตั๋วแล้ว การเพิ่มศักยภาพเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มช่องทางการจองซื้อตั๋ว เช่น การซื้อตั๋วผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือการซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยการให้ผู้ใช้บริการสามารถ เลือกตำแหน่งที่นั่งด้วยตัวเองตามรอบที่ต้องการ เพื่อความสะดวก รวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นทางเลือกที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมั่นใจว่าจะได้ชมภาพยนตร์เรื่องที่ต้องการแน่นอน

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับสิ่งที่คาดหวังในรายช้อระดับมากและมีสิ่งที่รับรู้ได้ระดับปานกลาง เช่น ความรวดเร็วในการขายตั๋วรับจองตั๋วทางโทรศัพท์ ซึ่งสภาพสังคมในปัจจุบันนี้ผู้ใช้บริการต่างก็ต้องการการตอบสนองที่รวดเร็วภายในเวลาที่จำกัด เพื่อการบริการที่ดียิ่งขึ้นเพื่อส่งผลให้เกิดการใช้บริการบ่อยครั้งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพพจน์ให้กับตัวโรงภาพยนตร์อีกด้วย

4. ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับสิ่งที่คาดหวังในรายช้อระดับมากและผู้ให้บริการต้องการให้ พนักงานขายตั๋วสามารถแก้ปัญหาเฉพาะตัวชมภาพยนตร์ได้ดีกว่านี้ ซึ่งถ้าหากผู้ให้บริการได้นำเทคโนโลยีมาใช้ ปัญหาในการขายตั๋วชมภาพยนตร์น่าจะลดลง ซึ่งเป็นผลให้ผู้ใช้บริการมีการรับรู้มากขึ้น

5. ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ใช้บริการ จากการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการมีระดับสิ่งที่คาดหวังในรายช้อในระดับมากและมีสิ่งที่รับรู้ได้ส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อ ความรวดเร็วในการจัดฉายภาพยนตร์ให้ตรงเวลา อยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องปรับปรุงในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยจำหน่ายบัตรส่วนลดให้เหมาะสมต่อค่าใช้บริการ เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันในตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ค่อนข้างสูง ผู้ให้บริการควรมีการกำหนดกลยุทธ์ทั้งด้านการผลิตในการเลือกภาพยนตร์ที่อยู่ในความต้องการมาฉายและพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดให้หลากหลายรูปแบบ เช่น การลดราคาเพื่อขยายฐานผู้ใช้บริการ หรือการสะสมแต้มเพื่อแลกตั๋วชมภาพยนตร์ อีกทั้งการทำการส่งเสริมการขายร่วมกับร้านค้าในบริเวณใกล้เคียง เพราะผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมาถึงโรงภาพยนตร์ก่อนที่จะถึงรอบฉายภาพยนตร์รอบที่ต้องการชมอยู่แล้ว และมีการใช้เวลาหลังจากที่ชมภาพยนตร์จบแล้วอีกด้วยไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหาร หรือการเดินซื้อสินค้าในร้านค้าบริเวณใกล้เคียง ดังนั้น การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่ผู้ใช้บริการไม่ควรจะมองข้ามซึ่งก็สอดคล้องกับเรื่องราคาตั๋วมีความเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการต้องบริหารงานหนักมากขึ้นเพื่อตอบสนองสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ได้ ขณะเดียวกันก็ต้องขยายฐานกลุ่มผู้ใช้บริการมากขึ้น เพื่อให้รายได้รวมเพิ่มขึ้น ควรมีการจัดกิจกรรมให้ผู้ใช้บริการทุกเพศ ทุกวัย ตามวาระเทศกาลสำคัญ เช่น การจัดโปรแกรมพิเศษให้กับครอบครัว สำหรับภาพยนตร์สำหรับเด็กหรือภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว ก็ควรมีการปรับเปลี่ยนการให้บริการเพื่อต่อสู้กลับสภาพการแข่งขันของธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่นับวันจะมีแต่มากขึ้น มีการพัฒนายิ่งขึ้นไปอีกอย่างต่อเนื่อง เพราะโดยภาพรวมแล้วสิ่งที่คาดหวังยังมากกว่าสิ่งที่รับรู้ได้จากการบริการเป็นส่วนใหญ่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล
ยন্ত্রเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา ดำรงค์ศักดิ์. (2544). การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการเพื่อประเมินระดับความพอใจของผู้รับบริการ (กรณีศึกษา: โรงพยาบาลวิภาวดี). วิทยานิพนธ์ กษ.ม. กรุงเทพฯ. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์.
- เกศสินี กลิ่นบุศย์. (2540). ความคาดหวังของผู้เข้ารับการรักษาพยาบาลต่อการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร. ถ่ายเอกสาร.
- แก้วตา จันทรวราภา. (2527). ความคาดหวังที่มีต่อการจ่าย-รับของผู้ใช้บริการสำนักหอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์. ถ่ายเอกสาร.
- จันทนา มีไมตรีจิตต์. (2540). ปัจจัยการสื่อสารที่ทำให้เยาวชนหันมานิยมโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์ กรุงเทพมหานคร. ถ่ายเอกสาร
- เบญจภรณ์ สมุดอินแก้ว. (2543). ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้ในการใช้บริการหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร. ถ่ายเอกสาร.
- พัชรี ศรีสุข. (2542). ความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร. ถ่ายเอกสาร
- ไพบูรณ์ คะเชนพรรค์. (2531). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของเยาวชนไทย วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพมหานคร. ถ่ายเอกสาร
- เพชรี ทาลาภ. (2538). ความคาดหวังของผู้บังคับบัญชาระดับกลางที่มีบทบาทต่อการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาระดับล่างในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร. ถ่ายเอกสาร.
- มนฤดี ธาดาอำนวยชัย. (2539). พัฒนาการของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยตามบริบทของสังคม. วิทยานิพนธ์ อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์. ถ่ายเอกสาร
- มัลลิกา บุญนาค. (2537). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์.
- มาตา แสงนิมน์วล. (2543). การรับรู้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อการดำเนินโครงการของกรุงเทพมหานคร ในปี 2539-2543. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร. ถ่ายเอกสาร.
- รจนา ดีภา. (2541). ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อการบริการสารสนเทศของนักศึกษาที่สาขาวิทยบริการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- วนิดา จินตนาพันธุ์. (2523). การศึกษาปัญหาการให้บริการห้องสมุดกลางของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

- วิชัย พรหมเมศ. (2537). ความคาดหวังของนักศึกษาสายอาชีพสังกัดกรมอาชีวศึกษาต่อการทำงานภาค
อุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร. ถ่ายเอกสาร.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). คู่มือการวิจัย: การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.
- วิไลย์ อัครคิธยา. (2534). รายงานการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการ
ยืม-คืนของหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร: สำนักหอสมุดกลาง
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรณัฐ ตั้งควิวิช. (2541). ทศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารต่อการสื่อสารทางด้านการตลาดของโรงภาพ
ยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เครือข่ายวี วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539 ก). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- สุภาภรณ์ สังข์ศรี. (2522). การสำรวจการใช้บริการสำนักบรรณสารการพัฒนาของนักศึกษา สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เสาวรส ชัยสวัสดิ์. (2543). การศึกษาการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในจังหวัด
สมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร
- สมชาย เจ็ดกานต์. (2543). ทศนคติของวัยรุ่นต่อภาพยนตร์โฆษณาในโรงภาพยนตร์ในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่ การค้นคว้าแบบอิสระ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร
- อุไรวรรณ พะมณี. (2535). ความพึงพอใจและความต้องการของอาจารย์และนิสิตคณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย ในการใช้บริการห้องสมุดของคณะ. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

- A. Parasuraman, A. Zeithaml, Valarie & Berry , Leonard L. (1985). "WA Conceptual Model of Service
Quality and its Implications for Future Research." Journal of Marketing. Vol.49 (Fall 1985).
- A. Parasuraman, A. Zeithaml, Valarie & Berry, Leonard L. (1990). Delivery Quality Service:
Balancing Customer Perceptions and Expectations. New York: The Free Press.
- Barry Render & Jay Heizer. (1997). Principle of Operations Management. Second Edition.
New Jersey: Prentice Hall.
- Christian Gronroos. (1990). Service Management and Marketing. Lexington: Lexington Books.
- Earl Sasser, R. Paul Olsen, and D. Daryl Wyckoff. (1978). Management of Service Operations.
Boston: Allyn and Bacon.
- Hill, N. (1996). Handbook of Customer Relation Measurement. Hampshire: Grower House.
- James Brian Quinn, Jordan J. Baruch & Penny Cushman Paquette. (1987). Scientific American.
- Powell, Ronald R. (1997). User studies. In International encyclopedia of information and library
science, ed. John Feather and Paul Sturges. London: Routledge.
- Vroom V. (1970). Management and Motivation. New York: McGraw-Hill.
- Wolman , B.B. (1975). Dictionary of Behavior Science. London: Macmillan.

เว็บไซต์

<http://www.majorcineplex.com>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110

กรกฎาคม 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้วยดิฉัน นางสาว ลดาวัลย์ เฟื่องฟูง เป็นนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่องการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านได้กรุณากรอกข้อมูลในแบบสอบถามทุกข้อด้วย

ข้อมูลที่ได้รับในครั้งนี้เป็นประโยชน์ในด้านการศึกษาสารนิพนธ์ของผู้วิจัยเป็นอย่างมากและคำตอบของท่านผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ โดยจะนำเสนอข้อมูลเฉพาะในภาพรวมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการโรงพยาบาลนครเมเจอร์ชีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดกรุณาให้ความร่วมมือและขอขอบคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

ลดาวัลย์ เฟื่องฟูง
นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เลขที่แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง: การเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์พาร์ค รังสิต

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการโรงพยาบาลเมเจอร์พาร์ค รังสิต

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

1.1 ☐ ชาย

1.2 ☐ หญิง
2. อายุ

2.1 ☐ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี

2.2 ☐ 21 – 30 ปี

2.3 ☐ 31 – 40 ปี

2.4 ☐ มากกว่า 40 ปี
3. การศึกษา

3.1 ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

3.2 ☐ ปริญญาตรี

3.3 ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ

4.1 ☐ นักเรียน /นักศึกษา

4.2 ☐ พนักงานบริษัทเอกชน

4.3 ☐ นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ

4.4 ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.5 ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ
5. รายได้ต่อเดือน

5.1 ☐ ไม่เกิน 10,000 บาท

5.2 ☐ 10,001 – 20,000 บาท

5.3 ☐ 20,001 - 30,000 บาท

5.4 ☐ 30,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2. : สิ่งทีคาดหวังและสิ่งทีรับรู้ได้ของผูัใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตรงกับระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งทีรับรู้ได้ของผูัใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์สาขา รัชโยธิน

ระดับคะแนนสิ่งที่คาดหวัง

- คะแนน 1 เท่ากับ น้อยที่สุด
- คะแนน 2 เท่ากับ น้อย
- คะแนน 3 เท่ากับ ปานกลาง
- คะแนน 4 เท่ากับ มาก
- คะแนน 5 เท่ากับ มากที่สุด

ระดับคะแนนสิ่งทีรับรู้ได้

- คะแนน 1 เท่ากับ น้อยที่สุด
- คะแนน 2 เท่ากับ น้อย
- คะแนน 3 เท่ากับ ปานกลาง
- คะแนน 4 เท่ากับ มาก
- คะแนน 5 เท่ากับ มากที่สุด

ระดับคะแนนสิ่งที่ คาดหวัง					ข้อคำถาม	ระดับคะแนนสิ่งทีรับ รู้ได้				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					ด้านสิ่งทีสามารถจับต้องได้ (Tangibility)					
					1. รอบทีฉายภาพยนตร์มีความเหมาะสม					
					2. เวลาทีจัดฉายภาพยนตร์มีความเหมาะสม					
					3. คุณภาพของภาพและ เสียงในโรงภาพยนตร์					
					4. คุณภาพทีนั่งชมภาพยนตร์มีความสบาย					
					5. สถานที่ขายตั๋วชมภาพยนตร์มีความสะดวกสบาย					
					6. อากาศในโรงภาพยนตร์มีความสะอาดเพียงพอ					
					7. ความสะดวกในการเดินทางมาชมภาพยนตร์					
					8. ความสะดวกของทีจอดรถในโรงภาพยนตร์					
					9. ความสะอาดในโรงภาพยนตร์					
					ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability)					
					10. ความถูกต้องจากการขายตั๋วชมภาพยนตร์					
					11. ความถูกต้องในการให้ข้อมูลเค้าโครงย่อของภาพยนตร์					
					12. ความถูกต้องในการแจ้งรอบภาพยนตร์ทีจัดฉาย					
					13. ความถูกต้องในการจองซื้อตั๋วชมภาพยนตร์ทางโทรศัพท์					
					14. ความถูกต้องในการแจ้งราคาตั๋วชมภาพยนตร์					
					15. ความเชื่อมั่นในคุณภาพของภาพยนตร์ทีจัดฉาย					

ส่วนที่ 2. : สิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลมหารอฉินเนพลีคส์สาขาชัยโยธิน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตรงกับระดับสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่รับรู้ได้ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลมหารอฉินเนพลีคส์สาขา ชัยโยธิน

ระดับคะแนนสิ่งที่คาดหวัง

ระดับคะแนนสิ่งที่รับรู้ได้

- คะแนน

1

เท่ากับ

น้อยที่สุด
- คะแนน

2

เท่ากับ

น้อย
- คะแนน

3

เท่ากับ

ปานกลาง
- คะแนน

4

เท่ากับ

มาก
- คะแนน

5

เท่ากับ

มากที่สุด
- คะแนน

1

เท่ากับ

น้อยที่สุด
- คะแนน

2

เท่ากับ

น้อย
- คะแนน

3

เท่ากับ

ปานกลาง
- คะแนน

4

เท่ากับ

มาก
- คะแนน

5

เท่ากับ

มากที่สุด

ระดับคะแนนสิ่งที่คาดหวัง					ข้อคำถาม	ระดับคะแนนสิ่งที่รับรู้ได้				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness)					
					16. ความรวดเร็วในการขายตัวชมภาพยนตร์					
					17. ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาการให้บริการโรงพยาบาล					
					18. ความรวดเร็วในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์					
					19. ความรวดเร็วในการรับจองตั๋วทางโทรศัพท์					
					20. ความหลากหลายของภาพยนตร์ที่จัดฉาย					
					21. ความรวดเร็วในการจัดฉายภาพยนตร์ให้ตรงเวลา					
					ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ (Assurance)					
					22. พนักงานขายตัวสามารถแนะนำผู้บริการด้วยความชำนาญ					
					23. พนักงานขายตัวในการแก้ปัญหาขณะขายตัวชมภาพยนตร์					
					24. พนักงานขายตัวในการตอบคำถามผู้ให้บริการด้วยความชำนาญ					
					25. พนักงานขายตัวที่เต็มใจให้บริการด้วยความสุภาพ					
					26. พนักงานตรวจตั๋วบริการจัดหาที่นั่งด้วยความสุภาพ					
					27. ระบบป้องกันความปลอดภัยของโรงพยาบาล					
					28. สถานที่ตั้งของโรงพยาบาลมีความแข็งแรง					
					ด้านความเข้าใจที่มีต่อผู้ให้บริการ (Empathy)					
					29. พนักงานขายตัวที่สามารถให้ข้อมูลค่าบริการต่างๆเพื่อการเลือกชมภาพยนตร์					
					30. ราคาตัวมีความเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ					
					31. การจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยจำหน่ายบัตรส่วนลดให้เหมาะสมต่อค่าใช้บริการ					
					32. ความสามารถของพนักงานขายตัวใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย					
					33. การได้ชมภาพยนตร์ที่อยู่ในความสนใจ					

การวิเคราะห์แบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยทดสอบความเชื่อมั่นรวมโดยวิธีการของ Cronbach โดยทดลองแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรเป้าหมายจำนวน 40 คน

จากการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 66 ข้อ แสดงความเชื่อมั่นรวม (Reliability) ของแบบสอบถามได้ดังนี้

Reliability Coefficients	
N of Cases = 40.0	N of Items = 66
Alpha = 0.9798	

จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้งหมด 66 ข้อ ได้ค่า Alpha = 0.9798 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามที่นำมาทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นในเกณฑ์สูง

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธ์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ ญัฎฐา ประดิษฐสุวรรณ	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ - สกุล	นางสาว ลดาวัลย์ เฟื่องฟุ้ง
วัน เดือน ปีเกิด	22 พฤษภาคม 2511
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	134/81 ถ.ประชาราษฎร์ สาย 1 (ซอย 14) เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	Treasury Manager
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เมอร์ค จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2533	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
พ.ศ. 2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ