



รณกมล แข่งเพ็ญแข. (2549). การบริหารจัดการด้านการให้บริการของโรงพยาบาล ที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. คณะกรรมการควบคุม : ดร.จิรภา แสสนเกษม, ดร. วิภาวดี กิจลือเกียรติ.

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการให้บริการของโรงพยาบาล 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลของลูกค้า 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการของโรงพยาบาล 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ และระดับความพึงพอใจของลูกค้า 5) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการและระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คน เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสถิติ t-test , F-test ค่าไควสแคว์ และค่าความสัมพันธ์ Correlation ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของโรงพยาบาลด้านการวางแผนอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุม อยู่ในระดับปานกลาง
2. ลูกค้าส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการโรงพยาบาล 4-6 เดือน/ครั้ง ภาพยนตร์ที่ชมคือ แอคชั่น จำนวนคนที่เข้าชมภาพยนตร์ด้วยกัน 2 คน/ครั้ง บุคคลที่เข้าชมภาพยนตร์เป็นคู่รัก ราคาบัตรภาพยนตร์ 80 บาท
3. ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการของโรงพยาบาลด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง
4. อายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน และด้านการควบคุมคุณภาพแตกต่างกัน ส่วนด้านอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจูงใจแตกต่างกัน ส่วนเพศ และจำนวนคนที่เข้าชมภาพยนตร์แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความถี่ในการใช้บริการ ประเภทของภาพยนตร์ และความสัมพันธ์ของบุคคลที่เข้าชมแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจด้านสถานที่แตกต่างกัน ส่วนรายได้แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน
5. เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ส่วนระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในระดับปานกลางถึงระดับต่ำมาก



Thanakamol Khaengphenkhae. (2006). **The Management of the Service of Cinemas that Affects the Behavior and Satisfaction of Customers in Phranakhon Si Ayutthaya Province.**

A Thesis for Master of Business Administration Degree (General Management).

Phranakhon Si Ayutthaya : Graduate School, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat

University. Advisory Committee : Dr. Jirapa Saenkasem, Dr. Wipawee Kijluekiat.

### ABSTRACT

This research aims to: 1) examine the customers' opinions on the management of the service of the cinemas; 2) study the customers' behavior of using the service of the cinemas; 3) investigate the customers' satisfaction levels towards the service of the cinemas; 4) compare the customers' opinions on the management, their behavior of using the service, and their satisfaction levels; and 5) determine the relationship between the customers' personal factors and their behavior of using the service as well as the customers' levels of opinions on the management and their satisfaction levels. The sample group consisted of 400 customers using descriptive statistics of frequencies, t-test, F-test, chi-square and correlation. Findings indicated that :

1. the customers' opinions on the management of the service of the cinemas were described high in terms of planning, whereas organizing, motivating, and controlling were described a moderate level.
2. the customers' behavior of using the service of the cinemas 4-6 times a month. Action movies were preferred. Two persons who saw a movie were a couple. A movie ticket was Baht 80.
3. the customers' satisfaction levels towards the service of the cinemas were described high in terms of product, while price, place, and marketing promotion were described a moderate level.
4. the differences of the customers' ages and occupation resulted in the difference in their opinion levels on the management concerning planning, motivation and quality assurance. The difference of the customers' gender, ages, status, education background, occupations, incomes, and frequencies of visits, types of films, amount of visits, and the relationship between those come with the customers resulted in the difference in their satisfaction levels towards the service of the cinemas involving price, place and marketing promotion.
5. the differences of the customers' ages, education background, and incomes related to their behavior of using the service. The customers' levels of opinions on the management related to their satisfaction at a moderate to very low levels.



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดีจาก ดร.จิรภา แสณเกษม ประธานที่ปรึกษา และดร.วิภาวดี กิจลือเกียรติ กรรมการ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นในเนื้อหาสาระ ตลอดจนการตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรัตน์ จันตะนี กรรมการบริหาร หลักสูตร และ รองศาสตราจารย์ ดร.พงศ์ หรดาล กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในวิทยานิพนธ์นี้

ขอขอบคุณ ลูกค้ำทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลา ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

และขอขอบคุณ บิดา มารดา ญาติ พี่น้อง และเพื่อน ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ธณกมล แข่งเพ็ญแข