

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมายของพื้นที่โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์  
ในเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาวปาริสุทธิ์ คชโคตร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-14-2873-1

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CUSTOMER SATISFACTION WITH THE SIGNIFICATION OF MULTIPLEX THEATRE SPACE  
IN BANGKOK

Miss Parisuth Kotchakote

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 974-14-2873-1

481638



ปาริสุทธิ์ คชโคตร : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมายของพื้นที่โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร. (CUSTOMER SATISFACTION WITH THE SIGNIFICATION OF MULTIPLEX THEATRE SPACE IN BANGKOK) อ. ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ, 228 หน้า. ISBN 974-14-2873-1.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงการสื่อความหมายของพื้นที่โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมายของพื้นที่โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมายของพื้นที่โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ โรงภาพยนตร์อิมจีวี สาขาเมโทรโพลิส โรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน และโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ สาขามานูญครอง รวมจำนวน 90 คน

ผลการวิจัยพบว่า โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานครมีการสื่อความหมายของพื้นที่ที่คล้ายคลึงกัน โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความหมายด้วยสัญลักษณ์ ได้แก่ 1. การจัดให้พื้นที่เป็นศูนย์รวมความบันเทิงครบวงจร ส่งผลให้ผู้บริการสามในสี่ของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจ 2. การจัดพื้นที่เพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวตน ส่งผลให้ผู้บริการสามในสี่ของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจ 3. การจัดพื้นที่เพื่อสนองต่อประสาทรับรู้ทั้งห้า ส่งผลให้ผู้บริการสี่ในห้าของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจ 4. การจัดพื้นที่บริการเสริมนอกเหนือจากการชมภาพยนตร์ ส่งผลให้ผู้บริการสี่ในห้าของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจ 5. การจัดพื้นที่ให้มีกิจกรรมที่ผู้บริการเป็นผู้ทำกิจกรรมนั่นเอง ส่งผลให้ผู้บริการสองในสามของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจ 6. การใช้พื้นที่สื่อถึงความปลอดภัย ส่งผลให้ผู้บริการสองในสามของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจ 7. การใช้พื้นที่สื่อถึงความสะดวก ส่งผลให้ผู้บริการสองในสามของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกไม่พึงพอใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดพื้นที่สำหรับจอดรถ 8. การจัดพื้นที่ให้ปรับเปลี่ยนได้อยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้ผู้บริการครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจ

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน  
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน  
ปีการศึกษา 2548

ลายมือชื่อ..... ปาริสุทธิ์  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

# # 4685225628 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: SPACE / MULTIPLEX THEATRE / CUSTOMER SATISFACTION / SIGNIFICATION

PARISUTH KOTCHAKOTE : CUSTOMER SATISFACTION WITH THE SIGNIFICATION  
OF MULTIPLEX THEATRE SPACE IN BANGKOK. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF.  
SIRICHAIR SIRIKAYA, Ph.D., 228 pp. ISBN 974-14-2873-1.

The objective of this research is to understand the signification of multiplex theatre space in Bangkok and to measure the customer satisfaction regarding the signification mentioned. In order to arrive at the conclusion, the researcher studied the customer satisfaction toward the signification of space of 3 multiplex theatres including EGV Metropolis, Major Cineplex Ratchayothin, and SF Cinema City MBK Center with 90 samples.

The research results indicate that each multiplex theatre has similar signification of space which can be interpreted as followed; 1. The allocation of space as an entertainment complex satisfies three quarters of the samples. 2. The allocation of space that reflects the identity of customers satisfies three quarters of the samples. 3. The allocation of space in order to respond to human senses satisfies four fifths of the samples. 4. The allocation of space that provides additional services satisfied four fifths of the samples. 5. The allocation of specific space to involve customers to take part in the activities voluntarily satisfies two thirds of the samples. 6. The utilization of space to emphasize the costumer security satisfies two thirds of the samples. 7. The utilization of space to provide convenience to customers satisfies only a third of the samples. This less significant satisfaction results mainly from a limited parking space. 8. The utilization of space that can be rearranged according to changing needs satisfies a half of the samples.

Department Mass Communication

Field of study Mass Communication

Academic year 2005

Student's signature.....Parisuth.....

Advisor's signature.....*all all*.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลืออันดียิ่งของรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านชี้แนะแนวทาง และเป็นแรงกระตุ้นในการวิจัยครั้งนี้อย่างไม่รู้เหน็ดเหนื่อย ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ ผู้วิจัยยังขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุธี พลพงษ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และรองศาสตราจารย์ปัทมวดี จารุวร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติมส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ทุกท่าน รวมไปถึงผู้ร่วมงานที่เสียสละและให้การสนับสนุนผู้วิจัยเป็นอย่างดีตลอดการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ และขอขอบคุณพี่โจซี่ พี่เพชร กอล์ฟ และเล็ก เพื่อนแท้ร่วมรุ่น 12 ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และร่วมสุขร่วมทุกข์กันมาตลอด

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ซึ่งเป็นทั้งแรงบันดาลใจ เป็นทั้งที่ปรึกษาในการแก้ไขวิธีการเขียนวิทยานิพนธ์ และยังอดทนกับการทำวิทยานิพนธ์อันยาวนานของผู้วิจัย ขอขอบคุณน้องปูเป้สำหรับความช่วยเหลือในการหาและแปลข้อมูลจากหนังสือภาษาอังกฤษและความช่วยเหลือในพิมพ์วิทยานิพนธ์ สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณพี่ชายที่คอยเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยเสมอมา

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ

### บทที่

1	บทนำ .....	1
1.1	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2	ปัญหานำวิจัย.....	17
1.3	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	17
1.4	ขอบเขตการวิจัย.....	17
1.5	ข้อสันนิษฐานการวิจัย.....	18
1.6	นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	19
1.7	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	20
2	แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
2.1	แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เวลาว่าง.....	21
2.2	แนวคิดการจัดพื้นที่เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์.....	22
2.3	แนวคิดการจัดโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์.....	22
2.4	แนวคิดการสร้างความหมายด้วยสัญลักษณ์.....	22
2.5	แนวคิดเกี่ยวกับอำนาจการซื้อของผู้บริโภค.....	32
2.6	แนวคิดเรื่องพื้นที่.....	32
2.7	แนวคิดเรื่องการรับรู้ระยะ.....	33
2.8	แนวคิดเรื่องความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้บริโภค.....	34

บทที่	หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย..... 38
3.1	การวิจัยเชิงคุณภาพ..... 38
	- แหล่งข้อมูล..... 39
	- การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 41
	- การวิเคราะห์ข้อมูล..... 41
	- การนำเสนอข้อมูล..... 42
3.2	การวิจัยเชิงปริมาณ..... 42
	- แหล่งข้อมูล..... 42
	- การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 43
	- การวิเคราะห์ข้อมูล..... 43
	- การนำเสนอข้อมูล..... 44
4	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมายของพื้นที่โรงภาพยนตร์ อิจิวิสาขาเมโทรโพลิส..... 45
4.1	ส่วนพื้นที่โรงภาพยนตร์..... 56
4.2	ส่วนพื้นที่ใช้สอยสาธารณะนอกเหนือจากโรงภาพยนตร์..... 71
4.3	การจัดรอบเวลาฉายภาพยนตร์..... 94
4.4	ขั้นตอนการจัดภาพยนตร์และรอบเวลาฉายภาพยนตร์..... 101
5	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมายของพื้นที่โรงภาพยนตร์ เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน..... 105
5.1	ส่วนพื้นที่โรงภาพยนตร์..... 106
5.2	ส่วนพื้นที่ใช้สอยสาธารณะนอกเหนือจากโรงภาพยนตร์..... 121
5.3	การจัดรอบเวลาฉายภาพยนตร์..... 148



บทที่	หน้า
6	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมายของพื้นที่โรงภาพยนตร์
	เอส เอฟ ซีเนม่า ซีดี สาขามานูญครอง..... 153
6.1	ส่วนพื้นที่โรงภาพยนตร์..... 157
6.2	ส่วนพื้นที่ใช้สอยสาธารณะนอกเหนือจากโรงภาพยนตร์..... 163
6.3	การจัดรอบเวลาฉายภาพยนตร์..... 183
7	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ
7.1	สรุปผลการวิจัย..... 191
7.2	ข้อจำกัดในการวิจัย..... 197
7.3	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต..... 198
	รายการอ้างอิง..... 199
	ภาคผนวก ก..... 203
	ภาคผนวก ข..... 206
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 212

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เครืออิจีวีในเขตกรุงเทพมหานคร..... 6
1.2	โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เครือเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร..... 8
1.3	โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เครือเอส เอฟ ซีเนม่าในเขตกรุงเทพมหานคร..... 9
2.1	ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับการกำหนดพื้นที่ว่าง ..... 34
4.1	ประเภท จำนวน ราคาของเก้าอี้ชมภาพยนตร์โรงภาพยนตร์อิจีวี สาขาเมโทรโพลิส..... 68
4.2	ร้านค้าในพื้นที่โรงภาพยนตร์อิจีวี สาขาเมโทรโพลิส..... 81
4.3	จำนวนร้านค้าแยกตามประเภทกิจการในพื้นที่โรงภาพยนตร์อิจีวี สาขาเมโทรโพลิส... 83
4.4	อัตราค่าบริการจอดรถศูนย์การค้าบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราชดำริ..... 91
5.1	ประเภท จำนวน ราคาของเก้าอี้ชมภาพยนตร์โรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน..... 108
5.2	ร้านค้าในพื้นที่โรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน..... 127
5.3	จำนวนร้านค้าแยกตามประเภทกิจการในพื้นที่โรงภาพยนตร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน..... 130
6.1	ประเภท จำนวน ราคาของเก้าอี้ชมภาพยนตร์โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซีดี สาขามานูญครอง..... 160
6.2	ร้านค้าในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซีดีสาขามานูญครอง..... 170
6.3	จำนวนร้านค้าแยกตามประเภทกิจการในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซีดี สาขามานูญครอง..... 171

## สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
4.1 ที่ตั้งของโรงภาพยนตร์อิจิวิ สาขาเมโทรโพลิส.....	50
4.2 แก้วอึ้ภายในโรงภาพยนตร์โกลด์คลาส.....	58
4.3 การจัดแก้วอึ้และบริการหมอนผ้าห่มภายในโรงภาพยนตร์โกลด์คลาส.....	60
4.4 ภายในห้องรับรองโรงภาพยนตร์โกลด์คลาส.....	61
4.5 บรรยากาศภายในห้องรับรองของโรงภาพยนตร์โกลด์คลาส.....	63
4.6 การตกแต่งภายในห้องรับรองของโรงภาพยนตร์โกลด์คลาส.....	64
4.7 ชุดพนักงานโรงภาพยนตร์โกลด์คลาสและสแตนด์คลาส.....	65
4.8 แก้วอึ้โอเอโก้.....	67
4.9 ห้องดีไซน์ บาย อิจิวิ.....	73
4.10 แผนภาพแสดงจำนวนผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์ที่เคยใช้บริการดีไซน์ บาย อิจิวิ.....	74
4.11 คิวบิกาเลน.....	76
4.12 ไฮเวย์ 66.....	77
4.13 โบว์ล คาเฟ่.....	78
4.14 ภาพกราฟฟิกแสดงผลการโยนโบว์ลิ่ง.....	78
4.15 ร้านนายอินทรีในพื้นที่โรงภาพยนตร์อิจิวิ สาขาเมโทรโพลิส.....	83
4.16 ร้านยู คัลเลอร์ในพื้นที่โรงภาพยนตร์อิจิวิ สาขาเมโทรโพลิส.....	84
4.17 แผนภาพแสดงจำนวนผู้ใช้บริการร้านค้าประเภทต่าง ๆ ในพื้นที่โรงภาพยนตร์ อิจิวิ สาขาเมโทรโพลิส.....	89
4.18 โลโก้อิจิวิ และโลโก้โรงภาพยนตร์โกลด์คลาส.....	93
4.19 โลโก้ดีไซน์ บายอิจิวิ และโลโก้เอส ฟิตเนส บายอิจิวิ.....	94
4.20 แผนภาพแสดงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดรอบฉายภาพยนตร์ ของโรงภาพยนตร์อิจิวิ สาขาเมโทรโพลิส.....	103
5.1 แก้วอึ้สแตนด์การ์ด.....	110
5.2 แก้วอึ้ฮันนี่มูน.....	110
5.3 แก้วอึ้โอเปรา.....	111
5.4 แก้วอึ้โอเปราพร้อมโต๊ะวางของว่างและเครื่องดื่ม.....	111
5.5 แก้วอึ้เอ็มเพอเรือ.....	112

ภาพประกอบ	หน้า	
5.6	เก้าอี้เอ็มเพอโรพร้อมหมอนและผ้าห่ม.....	112
5.7	เก้าอี้แพตตินัม.....	113
5.8	เก้าอี้เฟิร์สคลาส.....	113
5.9	ด้านหน้าประตูทางเข้าโรงพยาบาลนครินทร์โนเกีย แพตตินัม สกรีน.....	114
5.10	ห้องรับรองผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครินทร์โนเกีย แพตตินัม สกรีน.....	114
5.11	ภายในห้องรับรองผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครินทร์โนเกีย แพตตินัม สกรีน.....	115
5.12	การตกแต่งภายในห้องรับรองผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครินทร์โนเกีย แพตตินัม สกรีน.....	115
5.13	การตกแต่งภายในโรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์.....	119
5.14	พื้นที่พักคอยภายในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	120
5.15	บรรยากาศในเมเจอร์ โบว์ล ฮิต สาขารัชโยธิน.....	122
5.16	เมเจอร์ โบว์ล คาราโอเกะ สาขารัชโยธิน.....	122
5.17	ร้านแมงป่องในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	131
5.18	ร้านแมคโดนัลด์ในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	132
5.19	ร้านซีสเลอร์ในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	133
5.20	ร้านพิซซ่าคอมปะนีในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	133
5.21	ร้านอานตี้ แอนท์ลีในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	134
5.22	ร้านเซนในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	135
5.23	ร้านซังไห่ เสี่ยวหลงเปาในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	135
5.24	ร้านกาโมในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	137
5.25	ร้านบิวตี้ คาเฟ่ในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	140
5.26	ร้านสควิชในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	141
5.27	ร้านสตาร์ บัค คอฟฟี่ในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	142
5.28	แผนภาพแสดงจำนวนผู้ใช้บริการร้านค้าประเภทต่าง ๆ ในพื้นที่โรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	143
5.29	โลโก้เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์และเมเจอร์ โบว์ล ฮิต.....	146
5.30	ชุดพนักงานโรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์.....	147
5.31	ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครินทร์เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขารัชโยธิน.....	151

6.1	ชุดพนักงานโรงภาพยนตร์เอส เอฟ และเอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี.....	154
6.2	การตกแต่งพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	156
6.3	ภาพในโรงภาพยนตร์วีไอพี เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	158
6.4	ภายในโรงภาพยนตร์สแตนดาร์ด เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	159
6.5	ห้องรับรองผู้ให้บริการโรงภาพยนตร์วีไอพี เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	161
6.6	เอส เอฟ มิวสิค ซิตี สาขามานูญครอง.....	166
6.7	การจัดพื้นที่รับรองในเอส เอฟ สไตรค์ โบวล์ สาขามานูญครอง.....	168
6.8	การจัดพื้นที่ในเอส เอฟ สไตรค์ โบวล์ สาขามานูญครอง.....	168
6.9	การจัดพื้นที่ในเอส เอฟ สไตรค์ โบวล์ สาขามานูญครอง.....	169
6.10	ร้านเชสเตอร์ กริลลินในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	172
6.11	ร้านแบล็คแคนยอน คอฟฟี่ในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	173
6.12	ร้านเคเอฟซีในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	174
6.13	ร้านเวียด คูซิ่นและร้านแมคโดนัลด์ในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	175
6.14	ร้านอินแอนด์เอ้าท์ในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	176
6.15	จุดจำหน่ายของว่างและเครื่องดื่มในพื้นที่ศูนย์กลางโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	179
6.16	พื้นที่สาธารณะสำหรับจัดกิจกรรมในพื้นที่โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	180
6.17	แผนภาพแสดงจำนวนผู้บริการร้านค้าประเภทต่าง ๆ ในพื้นที่โรงภาพยนตร์ เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	182
6.18	แผนภาพความพึงพอใจของผู้บริการที่มีการจัดรอบฉายภาพยนตร์ของ โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขามานูญครอง.....	187
6.19	ปัจจัยที่ผู้ให้บริการเลือกให้บริการโรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี สาขา มานูญครอง.....	188