

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมายของพื้นที่โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร” นั้นมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อทราบความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการสื่อความหมายของพื้นที่โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดและทฤษฎีการบริโภคในเชิงตรรกะวิทยา แนวคิดเกี่ยวกับการสร้าง ความหมายด้วยสัญลักษณ์ แนวคิดเรื่องความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจของผู้บริโภค แนวความคิดเรื่องการใช้พื้นที่ (Space) และแนวความคิดเรื่องการใช้เวลาว่าง (Leisure)

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In – depth Interview) กลุ่มผู้บริหาร รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนารธุรกิจ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ เกี่ยวกับแนวทางการจัดพื้นที่ของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ และนอกจากนั้นตัวผู้วิจัยเอง ซึ่งทำงานอยู่ในบริษัทอีจี้วี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เป็นเวลา 4 ปี ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์โดยตรง ทำให้ได้ใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการของโรงภาพยนตร์ ประกอบกับสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการของโรงภาพยนตร์เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดพื้นที่ของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดพื้นที่ของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มุ่งศึกษาโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย 3 บริษัท ได้แก่ บริษัทอีจี้วี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) บริษัทเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทเอส เอฟ ซิเนม่า ซิตี้ จำกัด

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปได้ดังนี้

การสื่อความหมายด้วยพื้นที่โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. พื้นที่เป็นศูนย์รวมความบันเทิงครบวงจร

การจัดพื้นที่เป็นศูนย์รวมความบันเทิง สำหรับการใช้เวลาว่างของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์แต่ละแห่งมีความคล้ายคลึงกัน โดยพื้นที่บริการที่ทุกโรงภาพยนตร์ให้ความสำคัญทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ คาราโอเกะ โบว์ลิง ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านจำหน่ายหนังสือ ร้านจำหน่ายวีซีดี ดีวีดี ร้านให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้านบริการอินเทอร์เน็ต และร้านเกม ซึ่งเป็นร้านค้าที่สามารถสรุปลักษณะการสื่อความหมาย ได้ดังนี้

1.1 ร้านค้าที่สื่อถึงความบันเทิงจากสื่ออื่นนอกจากภาพยนตร์ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ จากร้านดอกหญ้า ร้านบุคเฟรนส์ สื่อเพลง จากร้านแมงป่อง ร้านมิวสิค วัน

1.2 ร้านค้าที่สื่อถึงความเป็นสากล หรือร้านค้าที่มีอยู่ทั่วโลก ช่วยให้โรงภาพยนตร์มีความเป็นมาตรฐานและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ร้านสตาร์บัค คอฟฟี่ ร้านแมคโดนัลด์ ร้านเคเอฟซี ร้านซีทเลอร์ ร้านอานตี้ แอนท์

1.3 ร้านค้าที่สื่อถึงความเป็นอาหารนานาชาติ แสดงถึงการที่ผู้ให้บริการเมื่ออยู่ในพื้นที่โรงภาพยนตร์แล้ว เปรียบเหมือนได้ไปยังประเทศต่าง ๆ ผ่านร้านอาหารที่สื่อถึงประเทศต่าง ๆ ได้แก่ ร้านนารายา ร้านก๋วยเตี๋ยวเรือท่าสยาม สื่อถึงความเป็นไทย ร้านเวียด คูชชิน สื่อถึงความเป็นเวียดนาม ร้านฟูจิสื่อถึงความเป็นญี่ปุ่น ร้านซังไห่ เสี่ยวหลงเปา สื่อถึงความเป็นจีน

1.4 ร้านค้าที่สื่อถึงความรัก ความโรแมนติกเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์กลุ่มวัยรุ่น และคนทำงานซึ่งมาชมภาพยนตร์กับคู่รัก ได้แก่ ร้านไอศกรีมสเวนเซน ร้านไอศกรีมไอเบอริ

1.5 ร้านค้าที่สื่อถึงความเป็นครอบครัวซึ่งมีการทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์กลุ่มครอบครัว ได้แก่ ร้านเอ็มเคสุกี้ ร้านไดโดมอน ร้านบาร์บีคิว พลาซ่า

1.6 ร้านค้าที่สื่อถึงความทันสมัย ทันโลก ทันเทคโนโลยี ได้แก่ ร้านโนเกีย ซอป ร้านเวปป์ อินเทอร์เน็ต

1.7 ร้านค้าที่ใช้ฆ่าเวลา เพื่อรอคอยรอบเวลาฉายภาพยนตร์ซึ่งไม่ได้กำหนดแน่นอนตายตัวเหมือนรอบเวลาฉายภาพยนตร์ในอดีต ทำให้ผู้ใช้บริการที่มาถึงโรงภาพยนตร์ไม่ตรงกับรอบเวลาฉายภาพยนตร์ ได้แก่ ร้านหนังสือดอกหญ้า ร้านเสริมสวยกาโม โบว์ลิง คาราโอเกะ ร้านเวปป์ อินเทอร์เน็ต

โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของโรงภาพยนตร์ระบบ มัลติเพล็กซ์ สามารถสรุปได้ว่าผู้ใช้บริการที่รู้สึกพึงพอใจในการใช้พื้นที่ของโรงภาพยนตร์ให้เป็น ศูนย์รวมความบันเทิงในการใช้เวลาว่างอย่างครบวงจรและมีความหลากหลายของร้านค้าถึงสาม ในสี่ของทั้งหมด ในขณะที่ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อการจัดระเบียบร้านค้ามีเพียงครึ่งหนึ่ง เท่านั้น

2. การจัดพื้นที่เพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวตน

การจัดพื้นที่เพื่อสื่อความหมายถึงความเป็นตัวตนของผู้ใช้บริการนั้น โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ใช้วิธีการเพิ่มคุณค่าทางสัญลักษณ์ (Sign Value) ให้กับเก้าอี้แต่ละประเภทของโรงภาพยนตร์ โดยผ่านความหลากหลายของเก้าอี้และประเภทโรงภาพยนตร์ แทนที่จะให้เก้าอี้มีเพียงคุณค่าการใช้สอย (Use Value) สำหรับนั่งชมภาพยนตร์เท่านั้น ดังจะเห็นได้จาก ความแตกต่างของเก้าอี้ทั้งในด้านของรูปทรง และการใช้งาน ซึ่งแตกต่างจากเก้าอี้ในโรงภาพยนตร์ สมัยก่อนอย่างสิ้นเชิง

2.1 รูปแบบของการตกแต่งมีความหลากหลาย เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้สัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่ที่สร้างความตื่นเต้นตื่นตาอยู่ตลอด และการมีอารมณ์ร่วมกับภาพยนตร์ ทำให้ความสามารถในการรับสารที่ผู้สร้างภาพยนตร์ต้องการสื่อมาถึงผู้ชมภาพยนตร์เกิดขึ้นอย่าง เต็มเม็ดเต็มหน่วย

โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการของโรงภาพยนตร์ระบบ มัลติเพล็กซ์ สามารถสรุปได้ว่าผู้ใช้บริการที่รู้สึกพึงพอใจในการตกแต่งพื้นที่ของโรงภาพยนตร์ให้มี

ความหลากหลายเป็นจำนวนสามในสี่ของทั้งหมด โดยผู้ให้บริการยังให้ข้อเสนอแนะว่าต้องการให้ผู้ประกอบการโรงพยาบาลเน้นเรื่องความสะดวกของพื้นที่ให้มากขึ้น

2.2 มีความหลากหลายของรูปแบบเก้าอี้ เพื่อให้ผู้ให้บริการได้เลือกเก้าอี้ที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวตน และเหมาะสมกับความต้องการมากที่สุด ทำให้พบว่าผู้ให้บริการโรงพยาบาลระบบมัลติเพล็กซ์มีความพึงพอใจต่อความหลากหลายของประเภทเก้าอี้จำนวนสามในสี่ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการทั้งหมด โดยผู้ให้บริการมีแนวโน้มที่จะเลือกชมภาพยนต์ด้วยเก้าอี้ที่ดีและราคาแพงขึ้น ขึ้นอยู่กับความนิยมและคุณภาพของภาพยนต์เรื่องที่ต้องการชมอีกด้วย

3. การจัดพื้นที่สนองต่อประสาทรับรู้ทั้งห้า

โรงพยาบาลระบบมัลติเพล็กซ์แต่ละแห่งใช้การสื่อความหมายของพื้นที่เพื่อให้ตอบสนองต่อประสาทรับรู้ทั้ง 5 ของมนุษย์ คือ ตารับรู้การมองเห็น หูรับรู้การฟังเสียง จมูกรับรู้กลิ่น ลิ้นรับรู้รส และผิวหนังรับรู้การสัมผัส

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการของโรงพยาบาลระบบมัลติเพล็กซ์สามารถสรุปได้ว่า ผู้ให้บริการจำนวนสี่ในห้าของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการทั้งหมดที่รู้สึกพึงพอใจในการจัดพื้นที่เพื่อสนองต่อประสาทรับรู้ทั้งห้า

4. มีพื้นที่การบริการเสริมอื่น ๆ นอกเหนือจากการชมภาพยนตร์

โรงพยาบาลระบบมัลติเพล็กซ์ ใช้การจัดพื้นที่บริการเสริมที่นอกเหนือจากโรงพยาบาลเพื่อให้ผู้บริการรู้สึกถึงความสำคัญของตนเองและมีความแตกต่างจากผู้อื่น ได้แก่ ห้องรับรองพิเศษที่เปิดโล่งหรือเป็นกระจกใส สามารถมองเห็นจากบุคคลภายนอกได้ง่าย ทำให้รู้สึกถึงการเป็นที่ยอมรับ และการจัดพื้นที่เป็นช่องบริการพิเศษไม่ปะปนกับลูกค้าทั่วไป ได้สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการของโรงพยาบาลระบบมัลติเพล็กซ์จำนวนสี่ในห้าของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการทั้งหมด

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ ของโรงพยาบาลระบบมัลติเพล็กซ์สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริการที่รู้สึกพึงพอใจในต่อพื้นที่การบริการเสริมอื่นนอกเหนือจากพื้นที่บริการภาพยนต์เป็นจำนวนสี่ในห้าของทั้งหมด

5. การจัดพื้นที่ให้มีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการเป็นผู้ทำกิจกรรมนั่นเอง

เนื่องจากการชมภาพยนตร์เป็นกิจกรรมการใช้เวลาว่างที่ผู้กระทำมีลักษณะเป็นผู้รับ (Passive) และต้องการแสดงออกด้วยทำกิจกรรมที่เป็นผู้ทำกิจกรรมนั่นเอง รวมไปถึงความต้องการที่จะแสดงอารมณ์ความรู้สึกสนุกสนานร่วมกับกลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มครอบครัว ได้แก่ การโยนโบว์ลิ่ง การร้องคาราโอเกะ และการออกกำลังกายที่ฟิตเนส เซ็นเตอร์

จากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ สามารถสรุปได้ว่าสองในสามของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความรู้สึกพึงพอใจในการจัดพื้นที่ให้มีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการได้เป็นผู้ทำกิจกรรมนั่นเอง

6. การจัดพื้นที่ให้สื่อถึงความปลอดภัย

โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ใช้พื้นที่สาธารณะ และห้องน้ำมีความสว่างไสว สะอาด ปลอดภัย หรูหรา เพื่อไม่ให้คล้ายแหล่งมั่วสุม และต้องการกันกลุ่มผู้มีพฤติกรรมแปลก ๆ ไม่ให้เข้ามาในพื้นที่ได้ชั้นหนึ่งทำให้เกิดความรู้สึกสว่างไสว ดูสะอาดปลอดภัย เหมาะกับการมาจับครอบครัว

การสื่อความหมายถึงความปลอดภัยโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์สามารถสื่อความหมายให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจเป็นจำนวนสองในสามของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าจุดที่คิดว่าไม่ปลอดภัย คือ พื้นที่ตู้เกม ซึ่งเกรงว่าจะแหล่งมั่วสุมของวัยรุ่น หากได้รับการดูแลอย่างไม่ทั่วถึงเพียงพอ

7. การใช้พื้นที่สื่อความหมายถึงความสะดวก

โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์แบบสแตนอโลน สามารถสื่อความหมายถึงความสะดวกด้วยการให้บริการที่จอดรถฟรีได้ แต่ไม่สามารถสื่อถึงความสะดวกด้านความจุของพื้นที่จอดรถ

โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ที่มีที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า สามารถสื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความสะดวกในด้านกรมีพื้นที่สำหรับจอดรถยนต์เป็นจำนวนมาก แต่ไม่

สามารถสื่อถึงความสะดวกด้านอัตราค่าจอดรถ เพราะศูนย์การค้าบางแห่งซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงพยาบาลยนต์ก็ไม่สามารถให้จอดรถฟรีได้ ทำให้มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลยนต์ ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลยนต์ระบบมัลติเพล็กซ์ พบว่า ผู้ใช้บริการที่พึงพอใจในการสื่อความหมายของพื้นที่ให้เกิดความสะดวกมีเพียงหนึ่งในสามของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโรงพยาบาลยนต์

8. การจัดพื้นที่ให้ปรับเปลี่ยนได้อยู่ตลอดเวลา

โรงพยาบาลยนต์ระบบมัลติเพล็กซ์ ใช้การสร้างคุณค่าของพื้นที่ให้เหมาะสมกับความต้องการใช้ในแต่ละช่วงเวลาด้วยการเปลี่ยนพื้นที่ว่างซึ่งมีความหมายเดียว (Place) ให้กลายเป็นพื้นที่ (Space) ที่มีหลากหลายความหมายและให้ความรู้สึกได้ลึกซึ้งมากกว่า

ในขณะเดียวกันการจัดงานต่าง ๆ ตลอดจนการปรับเปลี่ยนพื้นที่ก็ไม่ได้สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการเสมอไป โดยเฉพาะสำหรับผู้ใช้บริการที่ต้องการความเป็นส่วนตัว และต้องการการพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากการจัดงาน หรือการจัดตลาดนัดก่อให้เกิดเสียงดัง คนพลุกพล่าน ทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความรู้สึกอึดอัดจากความคับแคบ และความวุ่นวายแทนการรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ จนบางครั้งอาจทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเครียดและกลายเป็นความรำคาญได้

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลยนต์ระบบมัลติเพล็กซ์ พบว่า ผู้ใช้บริการที่พึงพอใจในการจัดพื้นที่โรงพยาบาลยนต์ให้ปรับเปลี่ยนได้อยู่ตลอดเวลา เป็นจำนวนครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโรงพยาบาลยนต์

โรงพยาบาลยนต์ระบบมัลติเพล็กซ์ ใช้การสื่อความหมายด้วยการจัดพื้นที่ให้สามารถสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งก็คือการสร้างให้เกิดความแตกต่าง และทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าไม่มีสิ่งใดทดแทนการมาชมภาพยนตร์ในโรงพยาบาลยนต์ได้ โดยสามารถสรุปได้ว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้สึกพึงพอใจในการจัดพื้นที่ของโรงพยาบาลยนต์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร

นอกจากนั้น ผู้ใช้บริการยังรู้สึกพึงพอใจในรูปแบบของการตกแต่งโรงภาพยนตร์อย่างหลากหลาย สวยงามและเป็นเอกลักษณ์ โดยสามารถเรียกความสนใจให้ผู้ใช้บริการเกิดอารมณ์ร่วมก่อนที่จะเข้าสู่โรงภาพยนตร์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถรับสารที่ภาพยนตร์ต้องการสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและผู้ใช้บริการยังมีข้อเสนอแนะโดยผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ควรให้ความสำคัญเพิ่มขึ้น กับการรักษาความสะอาดของพื้นที่โรงภาพยนตร์นอกเหนือจากการตกแต่งที่สวยงามเพียงอย่างเดียว

ความหลากหลายของรูปแบบเก้าอี้ก็เป็นการสื่อความหมายที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ เพราะผู้ใช้บริการต้องการได้เลือกเก้าอี้ที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวตน และเหมาะสมกับความต้องการมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นทางเลือกสำหรับผู้ใช้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทุกกลุ่มทุกชนชั้น โดยผู้ใช้บริการมีแนวโน้มที่จะเลือกชมภาพยนตร์ด้วยเก้าอี้ที่ดีและราคาแพงขึ้น ขึ้นอยู่กับความนิยมและคุณภาพของภาพยนตร์เรื่องที่ต้องการชมอีกด้วย

การแสดงถึงความปลอดภัยโดยใช้แสงสว่าง โดยโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในปัจจุบันได้ปรับปรุงการตกแต่งแนวทางการสื่อความหมายด้วยการจัดพื้นที่ คือ การใช้ความสว่างไสว สะอาด ปลอดภัย หรูหรา ซึ่งต่างจากโรงภาพยนตร์สมัยก่อนที่มักเป็นชอก เป็นหลืบ เป็นมุมลับตา ไม่มีแสงสว่างเพียงพอ ทำให้คล้ายแหล่งมั่วสุม ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ควรให้ความสำคัญกับการใช้แสงสว่างในบริเวณพื้นที่ตู้เกม รวมทั้งควรหลีกเลี่ยงการจัดพื้นที่ตู้เกมให้อยู่ในชอกหลืบ อันได้แก่ ทางเดินเข้าห้องน้ำ และทางออกลานจอดรถ

การใช้การสื่อความหมายของการอำนวยความสะดวก โดยจะเห็นได้จากการจัดพื้นที่จอดรถ เป็นสิ่งเดียวที่ผู้ใช้บริการจำนวนไม่ถึงกึ่งหนึ่งที่รู้สึกพึงพอใจ ส่วนผู้ใช้บริการที่รู้สึกไม่พึงพอใจเนื่องจากจำนวนที่จอดรถไม่เพียงพอ ทำให้หาที่จอดยาก และการจอดรถในพื้นที่โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในศูนย์การค้า ได้แก่ โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ บนศูนย์การค้ามาบุญครองต้องเสียค่าที่จอดรถอีกด้วย ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์จึงควรมีนโยบายที่ดีและเหมาะสมในการจัดหาพื้นที่อำนวยความสะดวก ตลอดจนการประสานงานกับศูนย์การค้า เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น โรงภาพยนตร์ยังสื่อความหมายด้านความสะดวกโดยจัดให้มีพื้นที่ การบริการเสริมอื่นนอกเหนือจากการชมภาพยนตร์เพียงอย่างเดียว อันได้แก่ ห้องรับรองพิเศษที่ สามารถมองเห็นจากบุคคลภายนอกได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นกระจกหรือเปิดโล่ง ทำให้ผู้ใช้บริการเกิด ความพึงพอใจด้วยการเพิ่มความเป็นส่วนตัว และความสะดวกสบายให้เกิดความแตกต่าง จนรู้สึก ถึงการยอมรับจากคนรอบข้าง

จะเห็นได้ว่า ปัจจุบันโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานครได้ให้ ความสำคัญกับการจัดพื้นที่และการตกแต่งของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เป็นอย่างมาก แต่ ก็เป็นเพียงองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่จะผลักดันให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะเข้ามาใช้บริการ แต่ถึงกระนั้นการมุ่งจัดพื้นที่ และตกแต่งโรงภาพยนตร์เพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้ลูกค้า ตัดสินใจใช้บริการได้ทันที แต่ยังคงมีองค์ประกอบที่สำคัญอื่น ๆ ร่วมด้วย อันได้แก่ การต้อนรับ และการให้บริการของพนักงาน ประเภทของภาพยนตร์ และความเหมาะสมในด้านการจัดรอบ เวลาฉายภาพยนตร์ให้หลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้มาใช้บริการ ดังนั้น การดำเนิน ธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ ให้ประสบความสำเร็จจึงอยู่ที่การผสมผสานองค์ประกอบ ต่าง ๆ ให้เกิดความเหมาะสม จึงจะสามารถก่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้มาใช้บริการได้

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมายด้วยพื้นที่ ของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัยในพื้นที่โรง ภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ 3 แห่ง จาก 3 บริษัทผู้ประกอบโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ อัน ได้แก่ บริษัทอิจิวิ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) บริษัทเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทเอส เอฟ ซีเนม่า จำกัด

เนื่องจากผู้วิจัยเป็นพนักงานของบริษัทอิจิวิ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งปัจจุบันได้ควบรวมกิจการกับบริษัทเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) แล้วนั้น ทำให้ทั้งสองบริษัทนี้เป็นคู่แข่งทางการตลาดของบริษัทเอส เอฟ ซีเนม่า จำกัดอย่างชัดเจน ประกอบกับ ธุรกิจโรงภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมาก ทำให้เป็นข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลของ บริษัทเอส เอฟ ซีเนม่า จำกัด อันได้แก่ ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับนโยบายและกระบวนการคัดเลือก และการจัดรอบฉายภาพยนตร์ รวมไปถึงข้อจำกัดในการถ่ายภาพพื้นที่ของโรงภาพยนตร์เอส เอฟ

ซีเนม่า ซิตี สาขามานูครอง ผู้วิจัยจึงใช้วิธีนำเสนอภาพที่ได้จากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของบริษัทเอส เอฟ ซีเนม่า จำกัดแทนที่จะถ่ายภาพด้วยตัวผู้วิจัยเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

งานวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อความหมายด้วยพื้นที่ของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้ว โรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ยังใช้องค์ประกอบอื่นๆ นอกเหนือจากพื้นที่ในการสื่อความหมายให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ได้แก่ การบริการอาหาร เครื่องดื่ม การใช้สัญลักษณ์ โลโก้ ตลอดจนการเลือกใช้สีและออกแบบชุดพนักงาน จึงเป็นที่น่าศึกษาให้ละเอียดต่อไปว่าโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์แต่ละแห่งมีกระบวนการสื่อความหมายผ่านอาหาร ของว่างและเครื่องดื่ม ตลอดจนสัญลักษณ์ โลโก้ และชุดพนักงานโรงภาพยนตร์อย่างไร และส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไร