

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทย
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นภัสสิยา เมืองอินทร์

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2551

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์

ข้อเรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชนภาพยนตร์ไทย
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

โดย

นภัสสิยา เมืองอินทร์

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

.....
.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา คำรงค์เกียรติศักดิ์)
วันที่ 24 เดือน ม.ค. พ.ศ. 2551

กรรมการที่ปรึกษา

.....
.....
(รองศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล)
วันที่ 24 เดือน ม.ค. พ.ศ. 2551

กรรมการที่ปรึกษา

.....
.....
(อาจารย์ดำเนิน ชำนาญค้า)
วันที่ 24 เดือน ม.ค. พ.ศ. 2551

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

.....
.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา คำรงค์เกียรติศักดิ์)
วันที่ 24 เดือน ม.ค. พ.ศ. 2551

สำนักงานบัณฑิตศึกษารับรองแล้ว

.....
.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พาณิช)
ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
วันที่ 26 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2551

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวนภัสสิยา เมืองอินทร์
ชื่อปริญญา	ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา คำรงค์กีรติศักดิ์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2) พฤติกรรมการชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษา และ 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษา ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 176 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้ว จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science หรือ SPSS/PC) จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยมีดังนี้

ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีอายุเฉลี่ย 20.25 ปี มีรายได้โดยเฉลี่ย 4,275.57 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ หนึ่งในสามของจำนวนผู้ให้ข้อมูลกำลังศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจ โดยที่จำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของผู้ให้ข้อมูลเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยรวมตลอดระยะเวลาการศึกษาระหว่าง 2.25-2.99

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่ชุมภาพนตร์ 1-2 ครั้งต่อเดือน โดยชอบไปชุมกับเพื่อน ๆ ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ในรอบปี (12.01-17.00 น.) ผู้ให้ข้อมูลชอบชุมภาพนตร์แนวตกลงขั้นมากที่สุด และส่วนใหญ่เลือกใช้จ่ายในการรับชุมภาพนตร์ระหว่าง 101-200 บาทต่อครั้ง

จากการศึกษาภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษา สามารถเรียงลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษาตามคะแนนเฉลี่ย ปัจจัย ได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์ 2) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

3) ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต 4) ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ 5) ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ ตามลำดับ

แต่หากนำปัจจัยรายละเอียดปลีกย่อยของทุก ๆ ปัจจัยมาวิเคราะห์ร่วมกัน จะพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษาห้าอันดับแรก คือ 1) เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์ 2) สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์ 3) โรงภาพยนตร์ สะอาด / ไม่อับชื้น 4) สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์ และ 5) มีระบบเสียงที่ทันสมัย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลางต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษาห้าอันดับสุดท้าย คือ 1) ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์ 2) ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ 3) การทำตามกระแสนิยม 4) นักแสดงประกอบ และ 5) ผู้กำกับการแสดง ตามลำดับ

และปัจจัยที่นักศึกษาระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยห้าอันดับแรก คือ 1) ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ 2) ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์ 3) การทำตามกระแสนิยม 4) การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกม การพับปนังกแสดง และ 5) ขนาดความกว้างขวางของโรงภาพยนตร์ ตามลำดับ

Title	Factors Affecting Chiang Mai University Students' Selection in Watching Thai Films
Author	Miss Nuttiya Muangin
Degree of	Master of Arts in Communications
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Dr. Wittaya Damrongkiattisak

ABSTRACT

The purposes of this research were to investigate Chiang Mai University students' (CMU students) demographic characteristics, their behaviors in watching Thai films, and factors affecting their selection in watching Thai films. Survey questionnaires and multi-stage random sampling were employed with 176 CMU Bachelor's Degree students. The collected data were statistically analyzed with the use of frequency, percentage, mean, and standard deviation.

Results of the study showed that the respondents had an average age of 20.25 years and received an average allowance of 4,275.57 baht per month. Most of them were local people who lived in Chiang Mai. One-third of the respondents were studying in Faculty of Business Administration. Almost one-half of the respondents were studying in third year college and more than one-half of them had grade point average (GPA) between 2.25-2.99.

For the respondents' watching behavior, most of them watched 1-2 Thai films per month and tended to go with a group of friends in the afternoon of weekends. They preferred to watch a comedy film to others and spent money for this activity about 101-200 baht each time.

For factors affecting the respondents' selection in watching Thai films, the following were found in a moderate level: types of theatre, sales promotion, lifestyles, advertisement media, and film production, respectively.

Interestingly, the following first five sub-factors were found to have a high level of influence toward the respondents' selection in watching Thai films: film styles, advertisement media (TV), cleanliness of the theatres, advertisement media (theatres), and sound system of the theatres, respectively. However, the last five following sub-factors were found to have a moderate

level of influence toward the respondents: film studios, budget spent in film production, trends or popularity, supporting actors, and film directors.

The first five factors which had no effects toward the respondents' selection in watching Thai films were as follows: 1) budget spent in film production, 2) film studios, 3) trends or popularity, 4) special activities, and 5) size of the theatres.

กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา คำรังเกียรติศักดิ์ เป็นอย่างสูงที่กรุณา命แต่รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษและกรรมการสอบ ปัญหาพิเศษ ที่ได้ให้คำแนะนำและความรู้ที่เป็นประโยชน์ ตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดในการจัดทำ ปัญหาพิเศษ และให้การคุ้มครองไว้ สำหรับข้าพเจ้าเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์นคเรศ รังควัต ที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำ ปัญหาพิเศษแก่ข้าพเจ้าในช่วงแรก และอาจารย์คำเกิง ชำนาญค้า ที่กรุณารับช่วงต่อเป็นกรรมการ ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษในช่วงสุดท้ายของการทำวิจัย ตลอดจนรองศาสตราจารย์ธีรวัฒน์ วรรณถุมถุ กรรมการที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ที่สละเวลาในการช่วยตรวจสอบข้อผิดพลาด และให้คำแนะนำที่ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ทำให้การจัดทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณสหทัย คำรังเกียรติศักดิ์ ที่กรุณาอำนวยความสะดวก ให้คำแนะนำ และช่วยตรวจสอบแก้ไข จนกระทั้งสำเร็จเป็นปัญหาพิเศษอย่างสมบูรณ์

ขอขอบคุณน้ำใจจากเพื่อน ๆ ร่วมสาขาวิชานิเทศศาสตร์ที่ค่อยมอบกำลังใจและยัง ระลึกถึงกันอยู่เสมอ ตลอดจนเพื่อนร่วมงานทุก ๆ คนที่ค่อยสนับสนุนและช่วยเหลือข้าพเจ้าเป็น อย่างดี

ท้ายสุดนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณครอบครัว โดยเฉพาะคุณพ่อและคุณแม่ ที่ค่อยให้ การสนับสนุนและให้กำลังใจยามเหนื่อยล้า อีกทั้งยังมอบความเชื่อมั่น ให้กับข้าพเจ้ามาโดยตลอด

นภัสสิยา เมืองอินทร์

พฤษภาคม 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาของปัญหา	1
ความสำคัญของปัญหา	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	11
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทย	11
แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์	18
แนวคิดด้านภูมิศาสตร์	22
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดของภาพยนตร์	25
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle)	26
ภาคสรุป	28
กรอบแนวคิดในการวิจัย	32
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37

หน้า

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	38
การวิเคราะห์ข้อมูล	38
เกณฑ์การให้คะแนนในการวิเคราะห์ตัวแปร	39
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	40
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	40
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อขายพยาบาลไทยของกลุ่มตัวอย่าง	46
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อขายพยาบาลไทยของกลุ่มตัวอย่าง	52
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	86
สรุปผลการวิจัย	87
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	91
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	95
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	100
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	101
ภาคผนวก ข รายชื่อพยาบาลไทยที่ออกฉายในช่วง พ.ศ. 2549 - 2550	108
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย	121

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษาที่รับชมภาพยนตร์ไทย	43
2 จำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ชมภาพยนตร์ไทยจำแนกตามพุทธิกรรมการรับชมภาพยนตร์	50
3 จำนวนและค่าเฉลี่ยของแนวภาพยนตร์ไทยที่นักศึกษาชอบ สามลำดับแรก	51
4 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	69
5 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แยกตามองค์ประกอบ	70
6 ค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบของทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	76
7 องค์ประกอบของทุกปัจจัยที่นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่คิดว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทย	80
8 ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน	82

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	32
2 ขั้นตอนการสู่มุ่งกลุ่มตัวอย่าง	35

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ภาพยนตร์ไทยนับเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของชาวไทยนานับศตวรรษ นับตั้งแต่ภาพยนตร์เรื่องแรกที่เข้ามาฉายในเมืองไทยโดยชาวต่างชาติในปี พ.ศ. 2446 จนกระทั่งเกิดการอุบัติของภาพยนตร์ไทยโดยชาวไทยเป็นเรื่องแรก คือ “นางสาวสุวรรณ” ขึ้นในปี พ.ศ. 2465 แม้เทคโนโลยีในการผลิตสมัยก่อนนั้นจะไม่พิถีพิถันมาก เช่นปัจจุบัน แต่ก็ได้สร้างความภาคภูมิใจให้กับวงการสื่อมวลชนและประชาชนชาวไทยเป็นอย่างมากในความสำเร็จครั้งนั้น จากวันนั้นภาพยนตร์ไทยก็ได้รับการพัฒนาและสร้างสรรค์ให้เป็นสื่อแห่งความบันเทิงของชาวไทย เรื่อยมา แม้ในระยะหลังได้มีการนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ รวมไปถึงการนำเสนอภาพยนตร์ต่างๆ ในรูปแบบวีดีโอ วีดีโอดีซี ทำให้ความนิยมของภาพยนตร์ไทยลดลง แต่ก็ไม่ได้ทำให้ผู้สร้างผลงานในวงการภาพยนตร์ไทยหยุดยั้งหรือลดการพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์ไทยลงแม้แต่น้อย และถึงแม้ว่าความถี่ในการสร้างภาพยนตร์ไทยจะลดลงอย่างน่าใจหาย คือ จากที่เคยสร้างกันปีละ 300 กว่าเรื่อง เหลือเพียง 20 กว่าเรื่องในปี 2539 กีตาน (สรจกร เกษมสุวรรณ, 2540: 32) แต่ผลงานภาพยนตร์แต่ละเรื่องไม่ว่าจะเกิดจากผู้กำกับหน้าเก่าหรือผู้กำกับมือใหม่ก็เริ่มแสดงให้ผู้ชมเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงคุณภาพของภาพยนตร์ไทย เริ่มฝึกความประทับใจและเป็นภาพยนตร์ทำเงินกันมากขึ้นอย่างที่สื่อมวลชนและประชาชนยังต้องคงจับตามอง

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงของตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทยมีการแข่งขันสูงระหว่างภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ ส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้นของภาพยนตร์ไทยแสดงถึงความนิยมและการยอมรับในภาพยนตร์ไทย จะเห็นได้ชัดว่าในแต่ละปี ภาพยนตร์ไทยได้เพิ่มจำนวนสูงขึ้นเป็นลำดับ โดยในปี 2542 มีภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายทั้งหมด 9 เรื่อง ในปี 2543 มีภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉาย 10 เรื่อง ในปี 2544 มีภาพยนตร์ไทยเข้าฉาย 15 เรื่อง และในปี 2545 มีภาพยนตร์ไทยเข้าฉายถึง 25 เรื่อง (สรุปภาพยนตร์ประจำปี 2545, 2546: 94-95; สรุปสภาวะการณ์ตลาดหนังบ้านเราในรอบปี 2545, 2546: 93-94)

อาจกล่าวได้ว่าภาพยนตร์นับเป็นสื่อมวลชนที่ประชาชนให้ความสนใจมากสื่อหนึ่งในบรรดาสื่อทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของนักเรียน นักศึกษา ดังจะเห็นได้จากการวิจัยของบริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด (บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด, 2542: 19) ที่พบว่า กลุ่มคนที่นิยมไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มากที่สุด คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี

คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 36 และที่เหลืออีกร้อยละ 20 คือกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเพลินพิพิญ โภเมศโภغا และชัชพงศ์ ตั้งมณี (2534: 39) เรื่องพฤติกรรมการใช้เวลาและรูปแบบการใช้จ่ายของนิสิต นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่ากิจกรรมที่นิสิต นักศึกษาจะกระทำมีอีเวล่าว่างมากที่สุด คือ การซื้อภาพนิทรรศและการดูวิดีโอ รองลงมา คือ การอ่านหนังสือ นิตยสารต่าง ๆ และการนอน ตามลำดับ

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภาพนิทรรศเป็นสื่อมวลชนที่น่าสนใจมากกว่าสื่อชนิดอื่น เพราะนอกจากภาพนิทรรศจะให้ความบันเทิง ข่าวสาร ความรู้ แล้ว ภาพนิทรรศยังสามารถดึงดูดความสนใจและความคิดของผู้ชมให้คล้อยไปตามเนื้อหาของภาพนิทรรศได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว รวมทั้งภาพนิทรรศจัดได้ว่า เป็นช่องทางในการสื่อสารที่มีรูปแบบและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างไปจากสื่อบันเทิงประเภทอื่น นั่นคือการที่โรงภาพยนตร์เป็นช่องทางที่รับชมได้เร็วที่สุด เป็นสื่อสารมวลชนที่มีความเกี่ยวพันกันกับชีวิตของคนทั่วไปดีตและปัจจุบัน เป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาสาระได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถเข้าถึงประชาชนได้โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่อง เพศ วัย หรือระดับการศึกษา

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ชมจะสามารถรับชมภาพนิทรรศได้จากสื่ออื่น ๆ เนื่องจากทางบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์หลาย ๆ รายมักจะมีรายได้นอกเหนือไปจากการฉายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ นั่นคือการขายลิขสิทธิ์การแพร่ภาพให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ เช่น การฉายภาพยนตร์ผ่านชีดีหรือที่เรียกว่าโดยทั่วไปว่า วีดีโอ วิดีโอ และทางเคเบิลทีวี เป็นต้น แต่สื่อเหล่านี้ก็ไม่สามารถทดแทนประสบการณ์ในการเข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ได้ เนื่องจากในโรงภาพยนตร์นั้นเปรียบเหมือนสังคมเล็ก ๆ สังคมหนึ่งที่มีผู้คนจากหลายสถานภาพ หลายอาชีพ หลายความคิดเห็น มาอยู่ร่วมกันในช่วงเวลาหนึ่ง ดังนั้นจึงส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมย่อหยุ่นหรือวัฒนธรรมในการชมภาพยนตร์ขึ้นมา เช่น การปรบมือชื่นชมเมื่อตัวละครสามารถผ่านเหตุการณ์ที่ลุ้นระทึกไปได้แบบฉิวเฉียด การหัวเราะหรือส่งเสียงร้องอย่างพึงพอใจเมื่อผ่านสถานการณ์อันน่ารื่นรมย์ หรือการหวีดร้องด้วยความตกใจเมื่อผ่านเหตุการณ์ที่น่ากลัวระทึกขวัญ ตลอดรวมไปถึงการรับประทานข้าวโพดคั่วในระหว่างที่กำลังรับชมภาพยนตร์ ก็ถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมในการรับชมภาพยนตร์ด้วยเช่นกัน

นอกจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ที่ถือเป็นจุดเด่นแล้วนั้น สื่อภาพยนตร์ยังมีคุณสมบัติสมบูรณ์ครบถ้วนในทุกรายละเอียด ทั้งในด้านของภาพและเสียงที่คุณสมจริง ตลอดจนการเคลื่อนไหวของตัวภาพยนตร์ที่ก่อให้เกิดความประทับใจและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร (ผู้ชม) ได้เป็นอย่างดี

ภาพยนตร์จึงจัดได้ว่าเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงนักศึกษาได้อย่างใกล้ชิด จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์นี้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงและปลูกฝังทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของนักศึกษาเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านการเลียนแบบการแต่งกาย ทรงผม และพฤติกรรมการดำเนินชีวิต หรือแม้กระทั่งความคิดอ่าน ดังจะเห็นได้จากการที่มีเหตุการณ์นักเรียนเลียนแบบ พฤติกรรมรุนแรงเหมือนดังภาพยนตร์เรื่อง “2499 อันธพาลกรองเมือง” การที่มีเยาวชนไทยจำนวนมากหันมาสนใจคนตระหง่าน วัฒนธรรมไทย จากการได้รับชมภาพยนตร์ไทยเรื่อง “โภมโรง” หรือ การที่ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ที่เสนอเหตุการณ์ในสมัยอยุธยาตอนต้น ช่วง พ.ศ. 2035-2091 เรื่อง “สุริโยทัย” และภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์เรื่อง “ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช” ที่ช่วยกระตุ้นให้เยาวชนหันมาเห็นความสำคัญของประวัติศาสตร์ไทยและทำให้ภูมิใจในความเป็นไทยมากขึ้น เป็นต้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้รับสารโดยเฉพาะในกลุ่มของนักเรียนและนักศึกษา

ความสำคัญของปัจจัย

ภาพยนตร์ไทยได้เพื่องฟุและตกต่ำหลายครั้ง ไม่เหมือนกับภาพยนตร์ต่างประเทศที่ไม่เคยเกิดภาวะตกต่ำขึ้นเลย ในไตรมาสแรกของปี 2542 มีภาพยนตร์ชื่อลีวูดเข้าฉายในไทยจำนวน 32 เรื่อง ภาพยนตร์ไทยจำนวน 3 เรื่อง และภาพยนตร์จีนจำนวน 2 เรื่อง เป็นที่น่าสังเกตว่ามีภาพยนตร์ไทยเข้าฉายเป็นจำนวนน้อยมากหรือเฉลี่ยเพียง 1 เรื่องต่อเดือนเท่านั้น (บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด, 2542ก: 5) แต่ในช่วงปี 2546 กลับมีภาพยนตร์ไทยเข้าฉายเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1 เรื่อง ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงความเชื่อถือที่มากขึ้นของผู้ชมที่มีต่อภาพยนตร์ไทย ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกลับพลิกฟื้นขึ้นอีกครั้ง สร้างความตื่นตัวให้กับวงการภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างมาก มีความคาดหวังทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสู่ตลาดโลก

จากการที่จำนวนภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์เพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา ได้สะท้อนภาพการขยายตัวของธุรกิจในทิศทางที่ค่อนข้างดีอย่างต่อเนื่อง ภาพยนตร์ไทยหลายเรื่องทำรายได้มากกว่า 100 ล้านบาทในประเทศ และยังสามารถส่งออกภาพยนตร์ไทยไปจำหน่ายยังต่างประเทศเพิ่มขึ้น ในปี 2550 มีภาพยนตร์ไทยเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ 45 เรื่อง คิดเป็นมูลค่าประมาณ 1,500 ล้านบาท ในปี 2549 มีภาพยนตร์ไทยเข้าฉาย 44 เรื่อง ในปี 2548 มีภาพยนตร์ไทยเข้าฉาย จำนวน 39 เรื่อง และมีมูลค่ารวมสูงถึง 1,100 ล้านบาท ซึ่งถือว่าเป็นครั้งแรกในประวัติการณ์ที่ได้ทั่วเลขทะลุพันล้านบาท จากเดิมก่อนหน้านี้ในช่วงปี 2545-2546 ที่นับว่า

เป็นขุคเพื่องฟุของgapยนตร์ไทย รายได้ของตลาดgapยนตร์โดยรวมก็ยังไม่สูงถึงเพียงนี้ และมูลค่าตลาดรวมของgapยนตร์ไทยในปี 2548 ก็ยังสูงกว่ามูลค่าตลาดรวมเมื่อปี 2547 ที่มีประมาณ 808 ล้านบาท ทั้งที่มีปริมาณgapยนตร์ไทยเข้ามามากกว่า คือ ประมาณ 44 เรือน โดยค่าเฉลี่ยของรายได้gapยนตร์ไทยแต่ละเรือนในปี 2547 นี้ จะอยู่ที่ประมาณ 30 กว่าล้านบาท ซึ่งมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น ในปีต่อ ๆ ไปด้วยเช่นกัน (หนังไทยดีดี ตลาดทะลุพันล้าน จีทีเอชแกรมเมอร์อุกหนักหัวงแชร์ร้อยละ 39, 2550: 16)

นอกจากนี้แล้ว มูลค่าตลาดรวมของgapยนตร์ไทยยังสามารถรองรับแนวแบ่งตลาดgapยนตร์โดยรวมได้มากกว่าร้อยละ 32 จากมูลค่าgapยนตร์รวมกว่า 3,500 ล้านบาท ซึ่งผู้นำตลาดที่ครองส่วนแบ่งมากกว่าร้อยละ 50 - ร้อยละ 60 ยังคงเป็นgapยนตร์จากกลุ่มเหมือนเดิมที่เป็นตลาดใหญ่ที่สุด แต่ก็เริ่มถูกgapยนตร์ไทยยั่งส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้นแล้วในปัจจุบัน (หนังไทยดีดี ตลาดทะลุพันล้าน จีทีเอชแกรมเมอร์อุกหนักหัวงแชร์ร้อยละ 39, 2550: 16) ผลสถิติดังกล่าวล้วนเป็นข้อพิสูจน์อ่อนดี ถึงการให้ความสนใจและการยอมรับสนับสนุนกิจการgapยนตร์ไทยที่มีเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี และอีกหนึ่งข้อพิสูจน์ที่ช่วยยืนยันความสำเร็จของตลาดgapยนตร์ คือการที่อุตสาหกรรมโรงพยาบาลgapยนตร์ในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างมาก ทั้งในด้านมูลค่ารวมของอุตสาหกรรม ปริมาณของโรงพยาบาลgapยนตร์ ตลอดจนความหลากหลายของแนวgapยนตร์ ซึ่งขยายตัวสูงขึ้นถึงร้อยละ 15 จากปี 2547 อันเนื่องมาจากการมีจำนวนโรงพยาบาลgapยนตร์ที่เพิ่มมากขึ้นกระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ (วิชัย พูลวรลักษณ์, 2548: 8)

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้นและด้วยความสำคัญอย่างยิ่งของผู้ชมที่มีต่อตลาดgapยนตร์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยหรือองค์ประกอบที่เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลในการเลือกชมgapยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้งนี้ เพราะผู้วิจัยเห็นว่า นักศึกษาที่มีอายุระหว่างนี้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเป้าหมายของตลาดgapยนตร์ไทย อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะชมgapยนตร์ต่อไปได้เรื่อย ๆ และนักศึกษาในปัจจุบันต่างก็มีฐานะทางเศรษฐกิจดีพอที่จะชมgapยนตร์ในโรงพยาบาลgapยนตร์ได้ ถึงแม้ราคาน้ำมันจะมีราคาสูงก็ตาม นอกจากนี้การที่นักศึกษาต้องคร่ำคร่อมกับการเรียน ทำให้เกิดความเหนื่อยล้าทั้งทางร่างกายและจิตใจ จึงต้องการพักผ่อนหรือหาความบันเทิงเพื่อเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด

จึงเป็นที่น่าสนใจมากว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีรูปแบบพฤติกรรมในการรับชมgapยนตร์ไทยเป็นไปในลักษณะใด มีปัจจัยใดเข้ามาเกี่ยวข้องในการเลือกชมgapยนตร์ไทยของนักศึกษา ทั้งในด้านองค์ประกอบของgapยนตร์ ด้านองค์ประกอบของโรงพยาบาลgapยนตร์ ด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ตลอดจนด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงรูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาในสภาพสังคมปัจจุบัน และการศึกษา

ในครั้งนี้ยังเป็นหนทางที่จะทำให้เข้าใจถึงความคิดของผู้ชุมที่มีต่อภาพยนตร์ไทย เป็นหนทางที่จะก่อให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงภาพยนตร์ไทยให้ตรงกับความต้องการของผู้ชุม นอกจากนี้ ผู้ผลิตและผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ไทยยังสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปเสริมสร้างและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้ทัดเทียมกับภาพยนตร์ต่างประเทศ และยังใช้เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ไทยได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ของผู้ชุมภาพยนตร์ที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษา
2. พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษา
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษา

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ผู้วิจัยมีขอบเขตในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรที่ศึกษาเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับปริญญาตรี ที่ลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษา 2549 ส่วนกลุ่มตัวอย่างจะเป็นนักศึกษาที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (probability sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 176 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษาเท่านั้น โดยการวิจัยจะครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลทางประชารัฐศาสตร์ของนักศึกษา ได้แก่

- 2.1.1 เพศ
- 2.1.2 อายุ
- 2.1.3 รายได้โดยเฉลี่ย
- 2.1.4 ภูมิลำเนา
- 2.1.5 คณะ / สาขาวิชาที่ศึกษา
- 2.1.6 ชั้นปีที่ศึกษา
- 2.1.7 ผลการศึกษาเฉลี่ยตลอดระยะเวลาการศึกษา

2.2 พฤติกรรมการซழบดินทร์ไทยของนักศึกษา ได้แก่

- 2.2.1 ความถี่ในการรับชมภาพยนตร์ไทย (โดยเฉลี่ยต่อเดือน)
- 2.2.2 แนวภาพยนตร์ที่ชอบ
- 2.2.3 บุคคลที่ไปชมภาพยนตร์ด้วย
- 2.2.4 วันที่ไปชมภาพยนตร์
- 2.2.5 ช่วงเวลาที่ชมภาพยนตร์
- 2.2.6 ค่าใช้จ่ายในการซழบดินทร์

2.3 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ ได้แก่

- 2.3.1 ลักษณะการตั้งชื่อเรื่อง
- 2.3.2 เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์
- 2.3.3 ดำเนินการแสดง
- 2.3.4 นักแสดงประกอบ
- 2.3.5 ผู้กำกับการแสดง
- 2.3.6 เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ
- 2.3.7 สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์
- 2.3.8 ทุนที่ใช้สร้างภาพยนตร์
- 2.3.9 ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์
- 2.3.10 การติดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน
- 2.3.11 ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์

2.4 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงพยาบาล “ได้แก่”

- 2.4.1 ขนาดความกว้างขวางของโรงพยาบาล
- 2.4.2 การมีจำนวนโรงพยาบาลให้เลือกมาก
- 2.4.3 การมีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง
- 2.4.4 การมีความสะอาดในการเดินทางไปชมโรงพยาบาล
- 2.4.5 ความสะอาดสวยงามของที่นั่งในโรงพยาบาล
- 2.4.6 โรงพยาบาลสะอาด / ไม่อับชื้น
- 2.4.7 ระบบภาพที่ทันสมัย
- 2.4.8 ระบบเสียงที่ทันสมัย

2.5 ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ “ได้แก่”

- 2.5.1 สื่อโฆษณา / ภาพนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์
- 2.5.2 สื่อโฆษณา / ภาพนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงพยาบาล
- 2.5.3 สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ
- 2.5.4 สื่อโฆษณาในนิตยสารต่างๆ
- 2.5.5 สื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์
- 2.5.6 สื่ออินเทอร์เน็ต
- 2.5.7 ในปิดหนัง / แผ่นพับ / โปสเตอร์
- 2.5.8 คำแนะนำ / การวิจารณ์ภาพนตร์จากบุคคลอื่น

2.6 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย “ได้แก่”

- 2.6.1 การให้คูปอง / บัตรลดค่าชมภาพนตร์
- 2.6.2 การแจกของที่ระลึกภาพนตร์
- 2.6.3 การให้บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัล
หรือบัตรชมภาพนตร์ฟรี
- 2.6.4 การให้บริการของบัตรชมภาพนตร์ผ่านทางโทรศัพท์
และอินเทอร์เน็ต
- 2.6.5 การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม

2.7 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต “ได้แก่”

- 2.7.1 การใช้เวลาว่างพักผ่อนจากการเรียน
และการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย
- 2.7.2 การเข้าสังคมในกลุ่มเพื่อน

- 2.7.3 การทำกิจกรรมร่วมกับคนรัก
- 2.7.4 การทำตามกระแสนิยม
- 2.7.5 ความสนใจในตัวภาพนตร์
- 2.7.6 การมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่ภาพนตร์เข้าฉาย

3. ขอบเขตด้านสถานที่

ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
เท่านั้น

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาศึกษาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2549 - เดือนกันยายน 2550
เท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นักนิเทศศาสตร์ ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่สนใจเรื่องภาพนตร์ จะได้ทราบถึง พฤติกรรมการรับชมภาพนตร์ไทย และปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทย ของนักศึกษา
2. ผู้ปกครองของนักศึกษาจะได้ทราบถึงการใช้เวลาว่างและรูปแบบในการชม ภาพนตร์ไทยของนักศึกษา เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงค่านิยมและความต้องการของบุตรหลานที่เป็น วัยรุ่นมากยิ่งขึ้น
3. ผู้ผลิตภาพนตร์ไทย ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพนตร์ หรือผู้ที่สนใจ สามารถนำ ข้อมูลนี้ไปใช้ในการกำหนดทิศทางและแนวโน้มของตลาดภาพนตร์ไทย ทั้งในด้านองค์ประกอบ ของภาพนตร์และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะได้นำไปพัฒนาการผลิตภาพนตร์ได้ตรงตาม ความต้องการของผู้บริโภค และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับภาพนตร์ไทย
4. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจภาพนตร์และผู้บริหารของโรงภาพยนตร์จะได้จัดการ ให้บริการได้สอดคล้องกับความต้องการและความนิยมของกลุ่มเป้าหมาย
5. ประชาชนจะได้รับชมภาพนตร์ไทยที่ตรงกับความต้องการมากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ภาพยนตร์ไทย หมายถึง ภาพยนตร์ไทยบันเทิงและภาพยนตร์ไทยสารคดีที่สร้างด้วยฟิล์มภาพยนตร์และฉายเผยแพร่ในโรงภาพยนตร์

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ลงทะเบียนเรียนในระดับปริญญาตรี ในปีการศึกษา 2549

พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย หมายถึง รูปแบบการชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความดีในการรับชมภาพยนตร์ แนวภาพยนตร์ที่ชอบ บุคลคลที่ไปชมภาพยนตร์ด้วย วันที่ไปชมภาพยนตร์ ช่วงเวลาที่ชมภาพยนตร์ และค่าใช้จ่ายในการชมภาพยนตร์ เป็นต้น

ลักษณะทางประชาราศาสตร์ หมายถึง โครงสร้างและองค์ประกอบภายในของผู้รับสาร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้โดยเฉลี่ย ภูมิลำเนา คณะ / สาขาวิชาที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา และผลการศึกษา (เกรดเฉลี่ยรวมตลอดระยะเวลาการศึกษา)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกชมภาพยนตร์ หมายถึง องค์ประกอบด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกรับชมภาพยนตร์ ได้แก่ ด้านภาพยนตร์ ด้านโรงภาพยนตร์ ด้านสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ลักษณะการใช้ชีวิตของนักศึกษาในการจัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ การใช้เวลาว่างจากการเรียนและการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย การเข้าสังคมในกลุ่มเพื่อน การใช้เวลาร่วมกับคนรักในการชมภาพยนตร์ การทำความแระและความนิยม ความสนใจในตัวภาพยนตร์ และการมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่ภาพยนตร์เข้าฉาย

การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมจูงใจต่าง ๆ ซึ่งโรงภาพยนตร์ใช้เป็นตัวกระตุ้นหรือให้ประโยชน์ส่วนเกินจากตัวสินค้า (ภาพยนตร์) ต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั่วไป ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในระยะสั้น (short-term inducement to customer buying action) โดยอาศัยการลดแลกแจกแถม การตอกแต่งจุดขาย หรือการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อเร่งรัดให้เกิดการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการมากขึ้น

ประเภทของภาพยนตร์ หมายถึง รูปแบบเนื้อหาของภาพยนตร์ โดยแบ่งเป็น

- ภาพยนตร์ตลอด รวมถึงภาพยนตร์การ์ตูน
- ภาพยนตร์ชีวิต
- ภาพยนตร์บู๊ ดูเดือด

- ภาพยนตร์มาตรฐาน สีบลูส์ สอบสวน
- ภาพยนตร์ลีกคัป สยองขวัญ ผี
- ภาพยนตร์รักโรมเมนติก รวมถึงภาพยนตร์เพลิง
- ภาพยนตร์จุณภัยแนวจินตนาการ และภาพยนตร์แฟนตาซี
- ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพชนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกชุมภาพชนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสารและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ทั้งด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านภาพชนตร์ ด้านภูมิศาสตร์ ด้านการสื่อสารทางการตลาดของภาพชนตร์ และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแยกการนำเสนอเนื้อหาออกเป็นดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกชุมภาพชนตร์ไทย

- แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร
- แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
- ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล
- แนวคิดเรื่องความสนใจ

แนวคิดเกี่ยวกับภาพชนตร์

แนวคิดด้านภูมิศาสตร์

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดของภาพชนตร์

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle)

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกชุมภาพชนตร์ไทย

แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาผู้รับสารหรือผู้ชม ซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีสื่อภาพชนตร์เป็นแหล่งสาร และภาพชนตร์เป็นสารที่ส่งไปถึงผู้รับสาร บทบาทของผู้รับสารมี 3 ประการ ซึ่งอาจทำโดยบุคคลเพียงคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ คือ การรับสาร การตอบรับสารจากสาร เพื่อให้ได้ความหมาย และการโต้ตอบต่อความหมาย กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารรับสารจากภาพชนตร์แล้ว จะมีการตีความหมายของสารนั้นเพื่อให้ทราบประเด็นที่ภาพชนตร์ต้องการนำเสนอ จากนั้นจึงมีการโต้ตอบต่อความหมายของสารที่ได้รับ โดยอาจแสดงออกทางด้านการกระทำหรือทางจิตใจก็ได้

อย่างไรก็ต้องที่จะมีการสื่อสารเกิดขึ้นนั้น จะต้องมีการวิเคราะห์ผู้รับสารก่อน โดย Windahl Sven, et al (1977 อ้างใน มัณฑนา ภาคสุวรรณ, 2548: 8) ได้ตั้งคำถามเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารไว้ ดังนี้

คำถามที่ 1 ผู้รับสารใช้สื่อเมื่อไรและที่ใด เพื่อทำให้ทราบว่าเมื่อไรและในสภาพแวดล้อมแบบไหนที่ผู้รับสารจะใช้สื่อหรือไม่ใช้สื่อในการสื่อสาร

คำถามที่ 2 ผู้รับสารใช้สื่อเพื่ออะไรและใช้อย่างไร โดยผู้รับสารแต่ละคนจะมีเหตุผลในการใช้สื่อที่แตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อให้การวางแผนการสื่อสารมีประสิทธิผล จึงจะต้องทราบถึงสาเหตุของการใช้สื่อของผู้รับสาร และวิธีการใช้สาร โดยผ่านการรับรู้และตีความ

คำถามที่ 3 ปัจจัยใดเป็นสิ่งที่คาดทำนายการใช้สื่อ เช่น เพศ อายุ การศึกษา หรือความต้องการเพื่อเหตุผลหนึ่งๆ เป็นต้น เพื่อที่จะส่งสารให้สอดคล้องกับกลุ่มของผู้รับสาร

เมื่อทราบถึงความต้องการที่จะใช้สื่อพัฒนตร์แล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกประเภทของภาพพัฒนตร์ที่จะใช้หรือเลือกเปิดรับ โดย Windahl Sven, et al (1977 อ้างใน มัณฑนา ภาคสุวรรณ, 2548: 8) ได้สร้างแบบจำลองเกี่ยวกับพฤติกรรมก่อน ระหว่าง และหลังการเปิดรับและการบริโภค สื่อของผู้รับสารไว้ ดังนี้

- ก่อนเปิดรับ ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสิ่งที่ตนต้องการบริโภคเพื่อความพึงพอใจของตัวเอง โดยเลือกสิ่งที่ต้องการจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับภาพพัฒนตร์ที่ต้องการจะซม

- ระหว่างเปิดรับ ผู้รับสารจะเลือกเข้าใจและตีความเนื้อหาของภาพพัฒนตร์ รวมทั้งบ่งชี้ถึงองค์ประกอบที่สำคัญของภาพพัฒนตร์

- หลังเปิดรับ ผู้รับสารจะเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารจากภาพพัฒนตร์ที่ได้ซม และนำเนื้อหาของภาพพัฒนตร์ที่เลือกซมมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่นเกี่ยวกับภาพพัฒนตร์ที่ได้ซม

ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่งในกระบวนการของการสื่อสาร ที่จะทำให้การสื่อสารในแต่ละครั้นประสนความสำเร็จหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้! เพราะผู้รับสารจะเลือกภาพพัฒนตร์ตามความสนใจหรือความต้องการ ซึ่งความสนใจหรือความต้องการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในต่าง ๆ ของผู้รับสารเอง โดย Schramm (1973 อ้างใน hrs กาญโราณ, 2543: 17) กล่าวว่า ผู้รับสารมีความแตกต่างกันในองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้มีการเลือกซมแตกต่างกันโดยองค์ประกอบดังกล่าว ได้แก่

1. ประสบการณ์ ผู้รับสารจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ ที่แตกต่างกันออกไป

2. การประเมินสาระประโภชพ้องสาร ผู้รับสารจะแสวงหาสารเพื่อสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งของตน

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ธรรมชาติของมนุษย์มักจะสนใจสิ่งที่ตนเองไม่เคยพบมาก่อนรวมทั้งสนใจในความแตกต่าง หรือการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม เป็นองค์ประกอบให้เกิดประสบการณ์และเป็นตัวชี้พฤติกรรมการเลือกชุมภาพชนตรีของผู้รับสาร

5. ความสามารถในการรับสาร ที่มีส่วนสัมพันธ์กับสภาพร่างกายและจิตใจ

6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. สถานภาพทางอารมณ์ จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสื่อและสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร

8. ทัศนคติ จะกำหนดทำทีของการรับและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรม

เช่นเดียวกับ ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531: 23-26) ที่แบ่งปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเลือกเปิดรับสื่อไว้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล เป็นผลจากลักษณะการเลี้ยงดู การดำเนินชีวิตในสภาพสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งกระทบถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการรับรู้ เรียนรู้ และการจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ คนเรามักจะคล้อยตามกลุ่มสังคมที่ตนอ้างอิงอยู่ ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกในด้านความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม อาทิ กลุ่มเพื่อน เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนокรับสื่อสาร โดยเชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ เช่น เพศ รายได้ อาชีพ การศึกษา เป็นต้น ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของสื่อ รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

จากปัจจัยด้านตัวบุคคล โดยรวมที่มีผลต่อการชุมภาพชนตรี ผู้วิจัยจะแยกเป็นปัจจัยที่อยู่อกมาเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยด้านตัวบุคคลอย่างชัดเจนขึ้น ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

McQuail (1994 อ้างใน จรส กายโรจน์, 2543: 18) ได้อธิบายไว้ว่า โครงสร้างและองค์ประกอบของผู้รับสารมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการชมภาพนิทรรศ์ที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ลำดับชั้นทางสังคม ได้แก่ รายได้และการศึกษา นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพราะเป็นปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจว่า จะใช้เวลาว่างและเงินที่มีอยู่ไปกับสื่อใด เช่น คนที่มีรายได้และระดับการศึกษาสูงจะเลือกชมภาพนิทรรศ์หลากหลายประเภท และบ่อยครั้งกว่าคนที่มีรายได้และการศึกษาต่ำ

2. เพศและภินท์ที่อยู่ สามารถใช้ทำนายรูปแบบการใช้สื่อของผู้รับสาร ได้ กล่าวคือ เพศชายมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้สื่อเพื่อเป็นข้อมูลข่าวสาร ส่วนเพศหญิงจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง และผู้ที่อยู่อาศัยในเมืองใหญ่จะชมภาพนิทรรศ์บ่อยครั้งกว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตชนบทเมือง

ทางด้าน ปรนนิษฐะเวทิน (2538: 58) กล่าวว่า ผู้รับสารแต่ละคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่ต่างกัน ไปด้วย ได้แก่

1. เพศ (sex) จากการวิจัยทางจิตวิทยา แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องจากวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของหัวสองเพศไว้ต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการใช้สื่อมวลชนจะพบว่า เพศหญิงจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ พังวิทยุ และชมภาพนิทรรศ์มากกว่าเพศชาย ขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า

2. การศึกษา (education) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับและสาขาวิชาที่ต่างกันย่อมจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่ต่างกันไป โดยคนที่มีการศึกษาสูงจะชมภาพนิทรรศ์มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

บุบล เบญจรงค์กิจ (2534: 64-71) กล่าวว่า จากแนวทฤษฎีประชากรศาสตร์ ได้อธิบายถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ว่า เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระทั่น โดยเป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแบบที่ไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไวให้แล้ว จากผลการวิจัยที่ผ่านมา ได้แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร ดังนี้

1. การศึกษา มีความสัมพันธ์กับข้างสูงกับตัวแปรซึ่งเกี่ยวกับการรับสาร จากงานวิจัยของ Windahl Sven, et al (1977 อ้างใน มัณฑนา ภาคสุวรรณ, 2548: 10) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารในสังคมอเมริกัน พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจะชมภาพนิทรรศ์น้อยกว่ากลุ่มผู้ที่ไม่ได้เข้าเรียนในระดับนั้น พฤติกรรมดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วยการจัดสรรเวลาในชีวิตประจำวันของผู้รับสารเอง นั่นคือ บุคคลที่มีการศึกษาสูงมักต้องทำงานอย่างหนัก จึงไม่มีเวลา

สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ต่าง ๆ แต่ในเมืองความสนใจในข่าวสารหรือรายการที่มีเนื้อหาเพื่อสาระสนจนจะมีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

2. เพศ มีความแตกต่างกันบ้างระหว่างเพศหญิงและเพศชายในพฤติกรรมการใช้สื่อ แม้ว่าจะไม่พบความแตกต่างอย่างเด่นชัดมากเท่ากับการศึกษา นั่นคือในช่วงเวลาพักผ่อนของเพศหญิงมักนิยมดูรายการละครหรือภาพยนตร์แนวรักโรแมนติก ขณะที่เพศชายจะพักผ่อนด้วยการดูรายการข่าวและกีฬาทางโทรทัศน์หรือภาพยนตร์แนววู้ดคุเด็ด

จากการศึกษาของ กิตติคานต์ ภูมิสวัสดิ์ (2529) ในเรื่องการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยปีดในกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพยนตร์ไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์มากที่สุด คือ ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ แผนกวิชาที่ศึกษา และเพศ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ไพบูลย์ ตะเภา (2531) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของเยาวชนไทย ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์มากที่สุด คือ แผนกวิชาที่ศึกษา รองลงมาคือ เพศ สื่อโฆษณาหรือสิ่งบันเทิง สถานภาพทางเศรษฐกิจ และภูมิลำเนาเดิม ตามลำดับ

พิรดา พจนพิสุทธิ์ (2539) วิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น นอกจากนี้ การเปิดรับสื่อวิทยุ นิตยสารภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น ขณะที่การเปิดรับสื่อนิตยสารทั่วไป การโฆษณาในนิตยสารภาพยนตร์ และการโฆษณาทางโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

ในศตวรรษที่ 20 เริ่มนิยมการถกเถียงกันในเรื่องการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ว่ามาจากการปัจจัยด้านใดกันแน่ระหว่าง “ธรรมชาติกับการอบรมเลี้ยงดู” (nature vs. nurture) นักจิตวิทยากลุ่มหนึ่งให้ความสนใจกับการก่อตัวเป็นบุคคลกิจภาพของปัจเจกบุคคลแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน แม้ว่าคนที่อยู่กลุ่มหรือสังคมเดียวกันจะมีลักษณะร่วมกันบางประการ แต่บุคคลแต่ละคนก็จะมีเอกลักษณ์ที่เป็นหนึ่งเดียวของตนเองที่ไม่มีใครเหมือน (กาญจนา แก้วเทพ, 2543: 165)

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual difference theory) นี้ได้รับการพัฒนามากจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (stimulus response) หรือ S-R theory นำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายเกี่ยวกับการสื่อสาร ได้ว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันจะมีความ

สนใจต่อข่าวสารต่างกัน (พัชนี เหยจารยา และคณะ, 2541: 211) ตามหลักเกณฑ์พื้นฐานต่อทฤษฎีนี้ ที่ว่า

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพทางจิตวิทยา
2. ความแตกต่างดังกล่าวเป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้จากสังคมที่แตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกัน จะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม และบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน

แคลปเพอร์ (Klapper, 1967 อ้างใน สาลิน ตั้งชูรัตน์, 2545: 12) ได้เสนอแนวความคิดเพิ่มเติมว่า บุคคลมีกระบวนการเลือกสรรตนเอง (selectivity process) คือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสาร (selective exposure) ที่ตรงกับความคิดเห็นของเขาร่วมทั้งเลือกที่จะรับรู้ (selective perception) เนื้อหาที่มีความหมายสอดคล้องกับความคิดเห็นของเขาระหว่างการเลือกและเลือกที่จะเก็บรักษาสาร (selective retention) ที่สอดคล้องกับความคิดมากกว่าสิ่งที่ไม่เห็นด้วย

จากทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลนี้ เมื่อนำมาพิจารณา กับกระบวนการเลือกชมภาพบนโทรทัศน์ จะเห็นได้ว่า การที่นักเรียน นักศึกษาจะเกิดการรับรู้ถึงเนื้อหาหรือเรื่องราวต่าง ๆ รวมถึงจะเกิดความรู้สึกจากการได้รับชมสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพบนโทรทัศน์ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของบุคคล เยาวชนอาจชมสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพบนโทรทัศน์เรื่องเดียวกันแต่เกิดผลจากการชมที่แตกต่างกัน โดยกระบวนการดังกล่าวต้องสอดคล้องกับความคิดที่มีอยู่ก่อนแล้วของเขา

แนวคิดเรื่องความสนใจ

ความสนใจ (attention) เป็นขั้นตอนแรกที่ผู้รับยอมรับสารของผู้ส่ง ซึ่งก่อนที่ผู้รับสารจะรับสารนั้นต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ การปรับร่างกายและอวัยวะรับรู้ การมีสติและจิตสำนึกรับรู้ ตลอดไปร่วมกับความพร้อมที่จะเกิดปฏิกริยาตอบหรือแสดงพฤติกรรมตอบโต้รับ ฯ ตัวเรามีสิ่งต่าง ๆ มากมายในแต่ละช่วงเวลา เราจะเห็นสิ่งต่าง ๆ ได้มากกว่าที่เราคิดว่าจะเห็นได้ได้ยินสิ่งต่าง ๆ มากกว่าที่เราคิดว่าเราได้ยิน และสัมผัสกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเรามากกว่าที่เราคิดว่าเราสัมผัสได้ ฯลฯ ฉะนั้นเราต้องเลือกว่าเราจะรับรู้สิ่งใดบ้าง เพราะเราไม่สามารถจะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้ทั้งหมด ความสนใจจึงช่วยให้เรามุ่งเน้นกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเท่าที่เราจะรับรู้ได้ในแต่ละช่วงเวลาที่นี้ (กรกช แสนจิตร, 2543 อ้างใน มัณฑนา ภาคสุวรรณ, 2548: 8)

ความสนใจเป็นกระบวนการทางจิตที่ซับซ้อนมาก อาจถือได้ว่าเป็นกระบวนการปรับตัวของประสารับรู้ ความสนใจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ความสนใจหลัก (focal attention) คือ ความสนใจที่เราให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยตรง เช่น เมื่อเข้าไปชมภาพนิทรรศ์ในโรงพยาบาล ก็จะให้ความสนใจกับภาพนิทรรศ์เรื่องนั้น

2. ความสนใจรอบนอก (peripheral or marginal attention) คือ ความสนใจที่เราให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งน้อยกว่าความสนใจหลัก เช่น ขณะเดินคุยกับเพื่อน ความสนใจหลักก็คือการคุยส่วนความสนใจรอง คือ การมองผู้คนและรถที่ผ่านไปมา เป็นต้น

เราจะสังเกตว่าข่าวสารต่าง ๆ จำนวนมากที่เราใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันนั้น เราได้รับมาทีละเล็กทีละน้อย โดยรู้ตัวบ้างไม่รู้ตัวบ้าง ซึ่งหากผู้สื่อสารสามารถใช้ความสนใจได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารนั้น ๆ อย่างยิ่ง

โดยทั่วไป การให้ความสนใจ (attention) และความสนใจ (interest) มักจะเป็นของควบคู่กัน ทั้ง ๆ ที่สองคำนี้ไม่ได้มีความหมายตรงกันบริบูรณ์หรือใช้แทนกันได้ทุกโอกาส การที่เราให้ความสนใจ (attend) สิ่งใดก็ เพราะว่าสิ่งนั้นน่าสนใจ (interesting) และอะไรก็ตามที่น่าสนใจเราก็มักให้ความสนใจ เพราะฉะนั้น ยิ่งสารมีความน่าสนใจมากเพียงใด โอกาสที่เราให้ความสนใจสารนั้นก็มีมากขึ้น

โดยทั่วไป คนเรามักให้ความสนใจหรือกระตุ้นให้เกิดความสนใจด้วยสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. ลักษณะของตัวกระตุ้น ไม่ว่าจะเป็นวัตถุหรือสิ่งที่เป็นภัยพาห์หรือตัวผู้สื่อสารเอง เช่น ขนาด รูปร่าง ลักษณะ ความกระตือรือร้น เป็นต้น

2. สารของตัวกระตุ้น

2.1 เรื่องและเหตุการณ์ที่น่าสนใจ เช่น ใกล้ตัว ส่วนตัว ทันสมัย เป็นรูปธรรม เห็นภาพพจน์ มีความขัดแย้ง น่าสงสัย หลากหลาย แปลกใหม่ หรือมีอารมณ์ขัน

2.2 ภาษาที่ใช้กระชับ รัดกุม มีพลัง มีชีวิตชีวา เร้าอารมณ์ หลากหลาย

3. วิธีการนำเสนอสารของตัวกระตุ้น เช่น การใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง การแสดงกริยาท่าทาง และการใช้อวاجภาษาต่าง ๆ การเน้น เป็นต้น

ทั้งนี้มีสิ่งที่จะเป็นตัวช่วยเสริมหรือทำให้เกิดความสนใจมากขึ้นจากหลายแหล่ง คือ

1. สังคม เช่น การคล้อยตามผู้อื่น แฟชั่น การยกย่อง หรือต่อต้านการกระทำในสังคม
2. สภาวะทางจิต เช่น ความกลัว แรงจูงใจ คุณธรรม ความต้องการ
3. สภาพแวดล้อมจากภายนอก เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้า การจดสถานที่ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์

ภาพยนตร์คือภาพนิ่งที่เคลื่อนไหวและต่อเนื่องอย่างมีความหมาย ซึ่งหนังสือสารานุกรมบริทานิกา (Encyclopedia of Britannica) กล่าวถึงความหมายของภาพยนตร์ในแง่ศิลปะว่า “เป็นเครื่องมือถ่ายทอดศิลปะสมมูลกระหว่างศิลปะการถ่ายภาพ ศิลปะการแสดง ศิลปะการดนตรี และศิลปะอื่น ๆ บันทึกลงบนแผ่นฟิล์มเพื่อนำเสนอแก่ผู้ชม” และกล่าวถึงความหมายของภาพยนตร์ในเชิงวิทยาศาสตร์ว่า “ภาพยนตร์คือกระบวนการบันทึกภาพด้วยแสงและสีโดยใช้กระบวนการทางเคมี และบันทึกเสียงเพื่อนำเสนอภาพและเสียงแก่ผู้ชมด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ประยุกต์” ส่วนภาพยนตร์ตามความหมายในเชิงการสื่อสารตามที่หนังสือศัพท์ของสมาคมเทคโนโลยีสื่อสารการศึกษา ให้ความหมายไว้ว่า “ภาพยนตร์คือสื่อการถ่ายทอดความรู้ทัศนคติ ทักษะ แนวคิด และความบันเทิงแก่ผู้ชม” ซึ่งภาพยนตร์มีธรรมชาติที่สำคัญคือสามารถแสดงความเคลื่อนไหวของวัตถุต่าง ๆ ในเหตุการณ์ได้ดีกว่าสื่ออื่น ทั้งการทำสิ่งที่ห่างไกลมาให้ชุมได้ นำภาพในอดีตมาให้ชุมได้ สามารถแสดงภาพข้าหรือเร็วว่าปกติได้ รวมทั้งทำเทคนิคพิเศษ (special effect) ได้

ภาพยนตร์ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งย่อมมีบทบาทและหน้าที่ในชีวิตประจำวันต่อมวลชนทั้งในด้านการให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง และการโน้มน้าวใจ นอกจากนี้ภาพยนตร์ยังเป็นภาษาสากล จึงมีบทบาทและเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งทรงอิทธิพล สามารถเปลี่ยนแปลงสังคมในด้านต่าง ๆ ทั้งในแง่ส่งเสริม พิทักษ์รักษา และครอบจ้ำทำลายได้เป็นอย่างมาก ทั้งในแง่ของการให้ข่าวสาร การให้ความรู้ การให้ความบันเทิง รวมไปถึงบทบาทในการโน้มน้าวใจ

บทบาทของภาพยนตร์ในด้านต่าง ๆ และสภาพปัจจุบันในการใช้ภาพยนตร์เพื่อการศึกษาและการสื่อสาร สามารถแบ่งออกได้ดังนี้ (ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 176)

1. ภาพยนตร์มีบทบาทในด้านการให้ความบันเทิง เนื่องจากสามารถใช้เทคนิคทั้งภาพและเสียงทำให้เกิดความตื่นเต้น เร้าใจ หรือความประทับใจอย่างมากจากเหตุการณ์ที่เหมือนจริง ที่ถูกสร้างขึ้นในภาพยนตร์ ภาพยนตร์บางเรื่องที่ลงทุนมหาศาล เช่น เรื่อง ไททานิก (Titanic) ทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจ คลั่งไคล้ และสร้างอารมณ์คล้อยตามเหมือนกับกำลังผจญภัยในเรื่องด้วยตนเอง ซึ่งเป็นข้อดีของภาพยนตร์ที่สามารถนำเสนอภาพและเสียงที่มีคุณภาพสูง ผู้ชมภาพยนตร์สามารถเกิดอารมณ์ร่วมได้ดีกว่ารายการโทรทัศน์หรือวิดีโอทัศน์

2. นอกจากภาพยนตร์จะให้ประสบการณ์ทางความคิดแล้ว ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและความเชื่อ เพราะภาพยนตร์สามารถให้เทคนิคทางภาพและเสียงในการนำเสนอความเห็นและปัญหาให้ผู้ชมได้นำไปคิดและพิจารณาเกี่ยวกับเหตุการณ์ในเรื่องและ

บทบาทของตัวละคร ซึ่งอาจมีผลต่อพฤติกรรมและบุคลิกของผู้ชม ทั้งเป็นแบบชั่วคราวหรือแบบถาวร

3. ภาพนตรีมีบทบาทในการบันทึกเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ ทำการถ่ายทำภาพนตรีจริงและการเลียนแบบเหตุการณ์จริง ๆ ในรูปแบบสารคดีความรู้ ภาพนตรีมีข้อดีในเรื่องของความคงทนของฟิล์มภาพนตรีและคุณภาพของภาพบนฟิล์ม ซึ่งมีความเหนือกว่าภาพที่ถูกบันทึกไว้ในม้วนเทปโทรศัพท์ ภาพต่าง ๆ ที่บันทึกไว้ในฟิล์มภาพนตรีในอดีตจึงเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ทำให้เราสามารถศึกษาเรื่องราวและวัฒนธรรมของมนุษย์ในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ดังจะเห็นได้จากภาพนตรีส่วนพระองค์ของพระมหากษัตริย์ไทย ซึ่งบันทึกเหตุการณ์ในพระราชพิธีและพระราชกรณียกิจต่าง ๆ ของพระราชน后 ตลอดจนเหตุการณ์ทางการเมืองซึ่งสืบทอดกันมา ไม่สามารถบันทึกได้ดีเท่าภาพนตรี

4. ภาพนตรีมีบทบาทในการเป็นสื่อเพื่อการเรียนรู้ที่ดี เช่น ภาพนตรีสารคดีชีวิตสัตว์และเหตุการณ์ทางธรรมชาติ โดยใช้เทคนิคทางด้านกราฟฟิกแอนนิเมชั่น (animation) และการถ่ายทำ ตัดต่อ ทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอความคิดที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหว

5. ภาพนตรีมีบทบาทในการทำให้เกิดการเลียนแบบ ภาพนตรีที่มีการแสดงในเรื่องต่าง ๆ อย่างสมจริงสมจัง มีผลให้ผู้ชมเกิดการจดจำแล้วนำไปเลียนแบบ ซึ่งการเลียนแบบเป็นได้ทั้งในทางที่ดีและในทางที่เลว ยกตัวอย่างเช่น ผู้ชมที่เป็นวัยรุ่นอาจเลียนแบบการแต่งกายของตัวเอกที่ตนเองชื่นชอบในเรื่อง การจดจำคำพูดและการแสดงที่ใช้ในภาพนตรีมาใช้กับชีวิตจริง ภาพนตรีไทยส่วนใหญ่จะชี้ให้เห็นถึงจุดจบของเรื่องที่เน้นการทำให้ดีและทำซ้ำได้ซ้ำ แต่บางเรื่องอาจเน้นให้เห็นถึงจุดจบที่หักมุมที่น่าเศร้าสลด เช่น ภาพนตรีเรื่อง “เขาชื่อกานต์” ที่เป็นเรื่องของนายแพทย์ที่มีอุบัติเหตุสุดสะพรึง ทำให้คนดูต้องหันหน้าไปทางด้านขวา แต่สุดท้ายก็จบด้วยความสงบ หรือบทบาทของชีวิต “ครูบ้านนอก” ซึ่งนำชีวิตของครูบ้านนอกในภาคอีสานมาติดต่อ กับชีวิตประจำวัน บันดาลใจให้ผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อครูผู้อุทิศตัวให้แก่เด็กในชนบทเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีการเลียนแบบการปล้นร้านทองของเด็กหนุ่มสองคนที่เรียนรู้วิธีการนี้มาจากภาพนตรีต่างประเทศเรื่องหนึ่ง หรือการที่ผู้ชมเรียนรู้เกี่ยวกับการฆ่าตัวตายจากภาพนตรีซึ่งบังเอิญมาตรงกับสภาพปัญหาชีวิตที่กำลังประสบอยู่ จึงหาทางออกโดยการฆ่าตัวตาย เป็นต้น

จากการอภิปรายถึงอิทธิพลของสื่อสารมวลชน นายประสงค์ วงศ์สนั่นทัน และผู้ร่วมอภิปรายได้ให้คำจำกัดความของอิทธิพลของภาพนตรีไว้ ดังนี้ (ประสงค์ วงศ์สนั่นทัน, 2507: 37-39 ถัดไปใน สาลิน ตั้งชูรัตน์, 2545: 16)

1. เข้าถึงความรู้สึกได้ง่าย เพราะได้ยินทั้งเสียงและได้เห็นทั้งภาพและสี

2. ในแง่การศึกษา ช่วยอธิบายวิชาที่ยากให้เข้าใจง่าย ช่วยทำให้ประวัติศาสตร์มีชีวิต จิตใจขึ้น

3. มือทิพลดื่มด่ำมากกว่าผู้ใหญ่ เพราะเด็กยุ่งแสวงหาความบันเทิงมากกว่าผู้ใหญ่

McQuail (1994 อ้างใน รส กายโรจน์, 2543: 20) อธิบายว่า การที่ผู้รับสารจะตัดสินใจใช้สื่อใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยในตัวสื่อนั้นเองด้วย ได้แก่

- ลักษณะของสื่อ ซึ่งหมายถึงกลุ่มทางประชากรและสังคมแบบใด เช่น ภูมิภาคที่สร้างขึ้นเพื่อให้เด็กนั้น ภูมิภาคที่ต้องการรับผู้หญิง วัยรุ่น หรือกลุ่มเฉพาะ

- ประเภทของสื่อ จะดึงดูดให้ผู้รับสารเลือกบริโภคได้ตามรสนิยม ได้แก่ ภูมิภาคประเภทตลาดชนบท ชีวิต น้ำ ดูเดือด มาตรฐาน เป็นต้น

- ระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการนำเสนอตัวสื่อ หากมีการโฆษณา มาก จะทำให้ผู้ชมอยากรู้ ไปชมภูมิภาคที่เรื่องนี้

- เวลาและกำหนดการฉายของโปรแกรม ซึ่งจะทำให้ผู้ชมมีทางเลือกหลากหลาย เหมาะสมกับเวลาว่างที่มีอยู่

สำหรับภูมิภาคที่สามารถแบ่งได้หลายประเภท โดยสามารถแบ่งประเภทของภูมิภาคที่อยู่ในประเทศไทยตามรูปแบบเนื้อหาได้ ดังนี้ (กฤษดา เกิดดี, 2541 อ้างใน มัณฑนา ภาคสุวรรณ, 2548: 15)

1. ภูมิภาคติด ก็เป็นภูมิภาคที่เน้นความสนุกสนาน เบ้าสมอง มากกว่าการแสดงอารมณ์ความรู้สึกของนักแสดง ซึ่งมักจะชู ได้ทุกเพศทุกวัย โดยอาจจะเป็นภูมิภาคการ์ตูน ที่ไม่เน้นการแสดงอารมณ์และความจริงจังเหมือนในภูมิภาคชีวิต และสร้างความสุขประทับใจให้กับผู้ชม

2. ภูมิภาคชีวิต ภูมิภาคที่ถูกจัดอยู่ในประเภทนี้สามารถแบ่งแยกย่อยออกไปได้อีกหลายแนว ทั้งนี้เนื่องจากความหลากหลายของเนื้อเรื่อง ซึ่งมีทั้งภูมิภาคประเภทรักที่ไม่สมหวังแบบความรักวัยรุ่น ภูมิภาคประเภทอัชชิวประวัติของบุคคล ควบคุณหนึ่งซึ่งสะท้อนແล่ำมุนต่าง ๆ ในชีวิตของบุคคลนั้น ในแง่ของความสะเทือนใจและมีเนื้อหาค่อนข้างจริงจัง

3. ภูมิภาคชีวิต ดูเดือด จุดเด่นของภูมิภาคชีวิต คือความนักแสดงตัวละครเป็นบุคคลภายในรูปแบบของวีรบุรุษ (hero) ที่เก่งในทางศิลปะการป้องกันตัว

4. ภูมิภาคมาตรฐาน สืบสาน สถาบัน เป็นภูมิภาคที่ดำเนินเรื่องโดยเน้นไปที่ความลึกลับของเรื่องราวมาตกรรมและปัจจุบัน ที่ทำให้ผู้ชมต้องขอบคิดและค้นหา เพื่อทำให้ผู้ชมมีอารมณ์ตื่นเต้น ระทึกใจ หวานเสียว และหวานเผา

5. ภาพนตรีลึกลับ สยองขวัญ เป็นภาพนตรีที่มีเรื่องราวของภูตผีปีศาจ ไสยาสต์ และอำนาจลึกลับเหนือธรรมชาติเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งสร้างความ恐怖อย่างให้กับผู้ชม

6. ภาพนตรีรักโรแมนติก ในส่วนของภาพนตรีตระกูลนี้ มีความหมายรวมถึง ภาพนตรีเพลง ที่มีเพลงเป็นบทนาทสำคัญในการดำเนินเรื่อง เเล้วเรื่อง รวมทั้งมีส่วนในการแสดงออกทางอารมณ์ของตัวละคร เป็นภาพนตรีที่สร้างความสุขประทับใจให้กับผู้ชม

7. ภาพนตร์ผสมภัย แฟэнตาซี เป็นภาพนตรีที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับ 2 ประเด็นใหญ่ คือ 1) เป็นภาพนตรีที่มุ่งให้ความสำคัญกับวีรบุรุษ และ 2) เป็นภาพนตร์ในแนวต่อสู้เพื่อเอาชีวิตรอด

8. ภาพนตร์ประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่จะเป็นภาพนตรีเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ไทย ในอดีต มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อเป็นการเชิดชูเกียรติ干嘛ริย์ไทยและราชวงศ์

จากผลงานการวิจัยของ ไพบูลย์ ตะชนทรพรรศ (2531) ที่ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพนตร์ของเยาวชนไทย พบว่า ประเภทของภาพนตร์ไทย ที่เยาวชนเลือกชมมากที่สุด คือ ภาพนตร์ประเภทตื่นเต้นสยองขวัญ รองลงมาคือ ภาพนตร์ตลก ขบขัน ภาพนตร์ผู้ดูเดือดหรือสังคม และภาพนตร์ชีวิต ตามลำดับ และปัจจัยด้านเนื้อหาของภาพนตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพนตร์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านเทคนิคในการถ่ายทำ ตารางนำเสนอ ฉากและสถานที่ถ่ายทำ ส่วนผู้กำกับภาพนตร์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด โดยในส่วนของการภาพนตร์นั้น ปัจจัยนี้จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาก เมื่อผู้แสดงนั้นเป็นดาราที่มีความสามารถในการแสดงอย่างแท้จริง มีบุคลิกและหน้าตาดี โดยไม่จำเป็นว่าจะต้องได้รับรางวัลใด ๆ และความแตกต่างทางเพศก็จะส่งผลให้เกิดการเลือกรับชมภาพนตร์ในประเภทที่แตกต่างกัน โดยเพศชายชอบภาพนตร์แนวดูเดือด และเพศหญิงชอบชมภาพนตร์แนวชีวิต

การศึกษาเกี่ยวกับภาพนตร์ของ พฤทธิพย์ วนโภภินทร์ (2512 อ้างใน จรส กายโรจน์, 2543: 39) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลของภาพนตร์บนเท็งที่มีต่อพฤติกรรมของนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า นักเรียนอาชีวศึกษาทั้งสองเพศ ส่วนใหญ่ชอบชมภาพนตร์สังคมและประวัติศาสตร์ ภาพนตร์ เพลงและดนตรี ภาพนตร์ชีวิต และภาพนตร์ตลกขบขัน ตามลำดับ เหตุผลในการเข้าชมภาพนตร์ คือ เพื่อเพิ่มความรู้ในด้านต่าง ๆ และเป็นการพักผ่อนสมอง นักเรียนกลุ่มนี้เห็นว่า ภาพนตร์ชีวิต ภาพนตร์สังคม และภาพนตร์ประวัติศาสตร์ให้ผลดีในแง่งของการให้ความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ให้คิดที่ดี และช่วยในด้านการฝึกฟังภาษาอังกฤษ

การศึกษาของ กมล นันนาทันนท์ (2509 อ้างใน จรส กายโรจน์, 2543: 40) ที่ศึกษาถึง ความสนใจภาพนตร์ของเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาโดยเฉพาะ พบว่า นักศึกษาชายหญิงดูภาพนตร์โดยเฉลี่ยเดือนละประมาณ 1-3 เรื่อง โดยมีเหตุผล คือ คลายความตึงเครียด เพื่อความสนุกสนาน วันที่นักศึกษาไปชุมนุมที่สุด คือ วันหยุดราชการ หรือวันสาร์-อาทิตย์ ภาพนตร์

ที่นักศึกษาชัยชอบ ได้แก่ ภาพยนตร์ชีวิต จารกรรม เพลงและดนตรี ส่วนนักศึกษาหญิงชอบภาพยนตร์เพลง ดนตรี ชีวิต จารกรรม และตอกขับขัน ตามลำดับ องค์ประกอบของภาพยนตร์ที่มีส่วนทำให้นักศึกษาตัดสินใจชมภาพยนตร์มากที่สุด คือ ความงามสดง รองลงมาคือ ฉากรหรือสถานที่ถ่ายทำ นักศึกษาทั้งสองเพศ มีความเห็นว่าอิทธิพลของภาพยนตร์ในແດดีต่อนักศึกษาคือ ช่วยในการปรับปรุงตนให้เข้ากับสังคม ช่วยเพิ่มพูนความรู้รอบตัวอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ช่วยปรับปรุงบุคลิกภาพและกระดับจิตใจให้สูงขึ้น ส่วนในແດดีไม่ได้คือ ทำให้เสียเงิน เสียเวลา และเสียสุขภาพ

แนวคิดด้านภูมิศาสตร์

ภูมิศาสตร์เป็นศาสตร์ทางพื้นที่ เน้นการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งหรือความสัมพันธ์ของมนุษย์กับพื้นที่ ในกรอบแนวคิดดังกล่าว พื้นที่จึงมีคุณสมบัติ ๕ ประการ ซึ่งมีความหมายต่อการเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ (นัตรชัย พงศ์ประยูร, ๒๕๓๒ อ้างใน จรส. กายโรจน์, ๒๕๔๓: ๒๒) ได้แก่

1. การเข้าถึงพื้นที่ ความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง (accessibility) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการณ์ต่าง ๆ ภายในแหล่งกลาง (central place) เนื่องจากผู้บริโภคจะใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางไปซื้อของหรือรับบริการยังแหล่งหนึ่ง ๆ โดยจะพิจารณาว่าการเดินทางทางถนนนั้นมีระยะห่างส่วนตัวหรือรถโดยสารประจำทางผ่านหรือไม่ ทำเลที่ตั้งของร้านค้าและบริการเข้าถึงได้รวดเร็วเพียงใด ลักษณะของพื้นผืนน้ำด้วยความโถ้งนน และคุณภาพของถนนเป็นอย่างไร

โดยทั่วไปกิจกรรมทางด้านการค้าและบริการมักจะตั้งอยู่ตรงขุนหรือบริเวณที่เข้าถึงสะดวกที่สุด ทั้งนี้因为

- สะดวกสำหรับผู้ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ
 - สะดวกสำหรับการขนส่งมวลชนทุกแบบ ทั้งรถประจำทาง รถไฟ และเรือ
 - สะดวกต่อการติดต่อกับแหล่งผู้ขายส่ง อันมักจะมีทำเลอยู่ร่องเขตการค้า
 - สถานประกอบการค้าและบริการ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน จึงมักอยู่ในทำเล

ที่โกลล์เคียงกัน (ผู้รัชย พงศ์ประยูร, 2527 ถึงใน จรส กัยโรจน์, 2543, 23)

ดังจะเห็นได้จากการวิจัยของ กฤณนา ชุณห์เจริญ (2541: 49) เรื่องประสิทธิผลของ โภชนาในโรงเรียนตรีที่มีต่อนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนมากชุมภาพนตรี เดือนละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.6 เหตุผลส่วนใหญ่ที่นักศึกษาเลือกโรงเรียนตรี คือ เลือกจาก

ความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 20.35 รองลงมาคือ ภาพนิตร์ที่เข้าฉาย ร้อยละ 19.61 ระบบเสียง ร้อยละ 17.05 สภาพของโรงฯ ร้อยละ 15.45 ระบบของโรงฯ ร้อยละ 8.58 และอื่น ๆ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ มงคล ปิยะหัสดีกร (2541: 106) เรื่อง โศรังสร้างธุรกิจภาพนิตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ซึ่งในการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทโรงภาพยนตร์และบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์ พบว่า ผู้ชมภาพยนตร์ในเบตครุณเทพมหานครจะเลือกโรงภาพยนตร์โดยพิจารณาทำเลที่ตั้งที่เดินทางสะดวกก่อนเป็นอันดับแรก เนื่องจากปัญหาการจราจรติดขัด และ เช่นเดียวกับกับงานวิจัยของมนุดี ชาดา อำนวยชัย (2539: 70) เรื่อง พัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย ที่พบว่า ทำเลที่ตั้งของโรงภาพยนตร์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากปัจจุบันคนกระจายตัวไปตามมุมเมืองต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหาการจราจร ดังนั้น โรงภาพยนตร์จึงตั้งกระจายออกไปทั่วเมืองในจุดชนวนที่คนไม่ต้องเดินทางไกลนัก นับเป็นกลยุทธ์ที่โรงภาพยนตร์ต้องตอบสนองความต้องการของผู้ชมโดยวิ่งเข้าไปหาผู้ชมภาพยนตร์

2. การรวมตัวกัน ในแหล่งกลางหนึ่ง ๆ จะทำให้น้ำที่เป็นศูนย์รวมในด้านการจัดหาสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้กับผู้ที่อยู่โดยรอบ จึงเกิดการรวมตัวของร้านค้าและกิจกรรมทางการค้าขึ้น เพื่อให้ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการสามารถเลือกได้อย่างหลากหลาย ดังนั้นถ้ามีการรวมตัวของร้านค้ามากก็จะมีผู้มาใช้บริการมากตามไปด้วย ทั้งนี้ถ้าเป็นโรงภาพยนตร์ที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนในระหว่างการรอชมภาพยนตร์ ผู้บริโภคสามารถเดินซื้อของจากร้านค้าที่อยู่ใกล้เคียงหรือทำกิจกรรมอื่น ๆ เป็นการผ่าเวลาได้

จากการสำรวจของบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2539: 1-6) เรื่อง พฤติกรรมการชมภาพยนตร์และความคิดเห็นในเรื่องความปลอดภัยในการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของคนไทย ร่วมกับบริษัทฯ ประเมินความปลอดภัยในการชมภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะชมภาพยนตร์ประมาณ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือน 2 ครั้งต่อเดือน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และ อื่น ๆ ตามลำดับ สำหรับสถานที่ที่นิยมไปชมภาพยนตร์คือ ในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า คิดเป็นร้อยละ 89.9 และที่เหลืออีกร้อยละ 10.1 เป็นโรงภาพยนตร์เดียว สาเหตุที่คนมักนิยมเลือกชมภาพยนตร์ภายในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากเป็นศูนย์รวมของสินค้าและบริการ ซึ่งดึงดูดให้มีผู้เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ที่เข้ามาชมภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้าสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ได้ในระหว่างรอชมภาพยนตร์หรือหลังจากชมภาพยนตร์จบแล้ว โดยส่วนใหญ่จะนิยมเดินซื้อของในการชมภาพยนตร์นั้น กลุ่มตัวอย่างค่านี้ถึงโปรแกรมภาพยนตร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.4 การมีระยะทางใกล้บ้าน ร้อยละ 22.5 ระบบเสียง ร้อยละ 19.5 ที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 12.5 ระบบความปลอดภัย ร้อยละ 7.8 และเหตุผลอื่นอีกร้อยละ 8.2

3. ขนาดของพื้นที่ ขนาดของแหล่งก่อภัย ซึ่งเป็นศูนย์รวมของสินค้าและบริการ จำนวนมาก จะเป็นตัวดึงดูดให้ลูกค้าเดินทางมาซื้อของหรือรับบริการ โดยจำนวนของสินค้าและลูกค้าจะแตกต่างกันตามขนาดของแหล่งก่อภัย ถ้าขนาดของพื้นที่ใหญ่ จะมีความแตกต่างของประเภทสินค้าและบริการให้เลือกมาก ทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายหรือเสียเวลาในการเดินทางไปหาซื้อสินค้าและบริการที่อื่นอีก ในกรณีของโรงพยาบาลที่ เช่นเดียวกัน ถ้าเป็นโรงพยาบาลใหญ่ จะมีภาพพยาบาลให้เลือกชมหลายเรื่องและหลายรอบ

4. ทำเลเปรียบเทียบ เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคต้องตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ โดยเปรียบเทียบท่าเตะที่ตั้งของแหล่งก่อภัยต่าง ๆ เพื่อเลือกว่าจะไปใช้บริการยังแหล่งก่อภัยใด โดยอาจพิจารณาจากระยะทาง ความสะดวกในการการเข้าถึง อุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น ที่จอดรถ ค่าใช้จ่าย การใช้เวลาในการเดินทาง เป็นต้น ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ลูกค้าจะเดินทางไปรับบริการในรัศมีที่ใกล้ที่สุด เพราะการเดินทางในระยะไกลจะทำให้เสียเวลามากและค่าใช้จ่ายในการเดินทางย่อมจะสูงเพิ่มขึ้น เป็นลำดับตามระยะทางที่เพิ่มขึ้น จนทำให้ไม่คุ้มค่าที่จะเข้ามารับบริการยังแหล่งก่อภัยนั้น

5. ระยะทาง อาจวัดเป็นมาตรฐานต่าง ๆ เช่น กิโลเมตร (actual distance) หรืออาจวัดจากการเสียเวลาในการเดินทาง (time distance) หรือวัดจากค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการเดินทาง (economic distance) โดยการเดินทางไปซื้อของหรือรับบริการนี้ ถือเป็นกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดังกล่าว ได้แก่ ระยะทาง กล่าวคือ ผู้บริโภคจะเดินทางไปชุมภาพยนตร์ยังโรงพยาบาลที่มีระยะทางที่สั้นที่สุด หรืออยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือสถานศึกษาที่สุด

นอกเหนือไปจากนี้ ภาพพจน์ของโรงพยาบาลยังมีส่วนในการตัดสินใจชุมภาพยนตร์ในโรงพยาบาลนั้น ๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นความมีชื่อเสียง การให้บริการ การที่มีภาพพยาบาลจำนวนมากให้เลือกชม ราคابาตรเข้าชมภาพพยาบาล สำหรับผู้ชมที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการของโรงพยาบาลร์มานัก ส่วนมากจะเข้าใจมาจากประสบการณ์ ยึดเอาค่านิยมของสังคมในเรื่องของทำเล ที่ตั้งมาเป็นตัวกำหนด เช่น ถ้าโรงพยาบาลตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนหรือสถานที่ที่มีภาพพจน์ที่ดี ผู้ชม ก็จะเดินทางไปยังโรงพยาบาลแห่งนั้น

บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด (2542: 19) ได้ทำการสำรวจเรื่องพฤติกรรมการคูหันฟังเพลงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครช่วงเศรษฐกิจด้อย พนว่า ผู้บริโภคมากคำนึงถึงคุณภาพของระบบเสียงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ร้อยละ 81 รองลงมาคือ ความสะอาดของโรงพยาบาล ร้อยละ 68 เก้าอี้นั่งสบาย ร้อยละ 66 คุณภาพของระบบภาพ ร้อยละ 65 ความต่างระดับของที่นั่งในโรงพยาบาล ร้อยละ 50 การถ่ายเทของอากาศ ร้อยละ 41 ความปลอดภัยของสถานที่ จอดรถ ร้อยละ 24 และการบริการของพนักงาน ร้อยละ 22 ตามลำดับ

แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดของภาคยนตร์

การสื่อสารการตลาดเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์การธุรกิจนั้น โดยแหล่งข่าวก็คือองค์การธุรกิจและผู้รับสารก็คือผู้บริโภค ดังนั้นการติดต่อสื่อสารทางการตลาดจึงเริ่มจากเจ้าของธุรกิจที่ใช้การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล นอกจากนี้ยังใช้การติดต่อสื่อสารแบบบุคคลา เป็นตัวเร่งที่สำคัญในการกระจายข่าวสารทางธุรกิจ ยกไป โดยนำหลักการสื่อสารการตลาดแบบประสานปรุง (intergrated marketing communication หรือ IMC) มาใช้ในการวางแผนรองรับการสื่อสารการตลาด คือ มีการใช้สื่อนอกกว่าหนึ่งช่องพร้อม ๆ กัน การสื่อสารในแต่ละครั้งจะต้องนำไปสู่การสื่อสารในรูปแบบอื่น เพื่อที่จะสร้างความลึกซึ้งของการรู้จัก และในการวางแผนกลยุทธ์ทุกครั้งต้องคำนึงถึงการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพด้วย

การสื่อสารการตลาดแบบประสานปรุง หมายถึง กระบวนการของการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาด ที่ต้องใช้การสื่อสารเพื่อการรู้จักและติดตามกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

สเตรี วงศ์มนษา (2540 อ้างใน มัณฑนา ภาคสุวรรณ, 2548: 19) กล่าวว่า เป้าหมายของ การสื่อสารการตลาดแบบประสานปรุง มีลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. การที่จะมุ่งสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
2. พิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้า (brand contacts) เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสินค้าที่จะนำไปสู่ความรู้ ความคุ้นเคย และความเชื่อมั่นในสินค้าเยี่ยงห้อนั้น

การสื่อสารการตลาดเป็นการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสานปรุง ที่คำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้บริโภค เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารอาจใช้ทั้งสื่อและไม่ใช้สื่อ โดยไม่เน้นที่เครื่องมือใดเครื่องมือหนึ่งเป็นเกณฑ์ และเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน เช่น ทุกเครื่องมือจะต้องวางแผนเป็นกลยุทธ์ที่เป็นหนึ่งเดียวโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน โดยเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่นิยมใช้กันทั่วไป ได้แก่

1. การโฆษณา
2. การขายโดยใช้พนักงานขาย
3. การส่งเสริมการขาย
4. การประชาสัมพันธ์
5. การตลาดทางตรง

6. การจัดกิจกรรมพิเศษ
7. การจัดแสดงสินค้า
8. การจัดโชว์รูม
9. การจัดศูนย์สาธิตการทำงานของสินค้า
10. การจัดสมมนา
11. การจัดนิทรรศการ
12. การจัดศูนย์ฝึกอบรม
13. การให้บริการ
14. การใช้พนักงาน
15. การบรรจุภัณฑ์
16. การใช้ยานพาหนะของบริษัทเคลื่อนที่
17. การใช้ป้ายต่าง ๆ
18. การใช้เครื่องข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์
19. การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ
20. การให้สัมปทาน
21. ภูมีอ
22. อื่น ๆ

ปริญดา จิตติรัตนการ (2539 ถึงใน มลฑนา ภาคสุวรรณ, 2548: 20) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชุมภาพนตร์อเมริกัน (ชอลดีวูด) ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สื่อมวลชนเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลหรือเป็นแรงจูงใจในการชุมภาพนตร์เรื่องนั้น ๆ มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อบุคคล ตามลำดับ

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle)

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) เป็นการวิเคราะห์ความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสาร โดยการศึกษาพฤติกรรมการแสดงออกของผู้รับสาร ซึ่งมีวิถีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ยังเป็นการอธิบายถึงลักษณะการดำเนินชีวิตของผู้รับสารในรูปของการจัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่าง ๆ เรื่องที่ให้ความสนใจหรือเอาใจใส่เป็นพิเศษ และมีความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมของแต่ละบุคคล

กระบวนการตัดสินใจเลือกชุมภาพนตร์ของผู้ชุมเกิดขึ้นจากรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น เป็นปัจจัยสำคัญ 3 ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบ การดำเนินชีวิต และส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจชุมภาพนตร์ของผู้ชุมแต่ละบุคคล งานวิจัยนี้ สอดคล้องกับ Arnold Barban, Steven Cristol และ Frank Kopec (1993 อ้างใน จรศ กายโรจน์, 2543: 26) ซึ่งกล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต แสดงถึงความสัมพันธ์ของบุคคลต่อกิจกรรมที่ทำเมื่อ มีเวลาว่าง และลักษณะนิสัยในการเลือกชื่อสินค้า พฤติกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ เหล่านี้จะบอก ถึงความสนใจของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ยังเป็นการสะท้อนให้เห็น ถึงประเภทของภาพนตร์ที่สนใจและการใช้เวลาว่างด้วย

McQuail (1994 อ้างใน จรศ กายโรจน์, 2543: 26) อธิบายว่า นอกจากโครงสร้างและ องค์ประกอบของผู้รับสารแล้ว ปัจจัยภายในของผู้รับสารยังมีความสำคัญต่อการเลือกใช้สื่อด้วย ได้แก่

- วิถีชีวิต เช่น รูปแบบการทำงาน การนอนหลับ และการใช้เวลาว่างที่มีอยู่
- นิสัยการใช้สื่อและแรงดึงดูดของสื่อ บุคคลจะมีนิสัยและความชอบในการใช้สื่อ ที่แตกต่างกัน บางคนใช้มาก บางคนใช้น้อย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณและชนิดของการใช้สื่อ
- ความชอบ รสนิยม และความสนใจในเนื้อหาของสื่อ โดยทั่วไปบุคคลจะมี ความชอบหรือไม่ชอบในเนื้อหาของสื่อแต่ละประเภท เช่น ชอบภาพนตร์ต-dat ขบขัน ไม่ชอบ ภาพนตร์ชีวิต เป็นต้น
- การตระหนักรู้ถึงทางเลือกอื่น ๆ บุคคลอาจเลือกใช้สื่อหรือเลือกใช้ทางเลือกอื่น เพื่อทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการแทน
- บริบทในการชม เช่น ไปชมภาพนตร์คนเดียว หรือเป็นกลุ่ม หรือกับคนรัก ซึ่งมีสิ่งจูงใจหรือไม่ โดยปัจจัยในด้านบริบทในการชมนี้ นับเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก เนื่องจาก การดำเนินชีวิตของนักศึกษา ซึ่งอยู่ในช่วงของวัยรุ่น มักอิงกับกลุ่ม อังอิจทางสังคม โดยเฉพาะกลุ่ม เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับ โยธิน ศันสนยุทธ และคณะ (2533: 191-195) ที่กล่าวไว้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มี พัฒนาการอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะในด้านบุคลิกภาพและสังคม วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเกากลุ่มในหมู่เพื่อนมาก และกลุ่มของวัยรุ่นจะประกอบด้วยเด็กทั้งเพศหญิง และเพศชาย ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีกิจกรรมร่วมกันทางสังคม และต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ผู้ใหญ่ โดยกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นมาก ทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม โดยทั่ว ๆ ไป

McQuail (1994 อ้างใน จรศ กายโรจน์, 2543: 27) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นช่วงต่อระหว่าง เด็กและผู้ใหญ่ ทำให้วัยรุ่นเกิดความสับสนในบทบาทหน้าที่ของตนเอง คือ บางครั้งอยากเป็นเด็ก

บางครั้งอย่างเป็นผู้ใหญ่ ความสับสนนี้อาจทำให้เด็กหากลุ่มที่มีความรู้สึกเหมือนกัน จับกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัด โดยสร้างลักษณะเฉพาะตัวของกลุ่มคนขึ้นมา เช่น ลักษณะทางการแต่งกาย หรือภาษาที่ใช้ ตลอดจนสร้างวัฒนธรรม ค่านิยมของกลุ่ม นอกจากรูปแบบของวัยรุ่นจะมีการสนับสนุนภาวะจิตใจของสมาชิกของกลุ่ม ให้โอกาสสมาชิกร่วมรับผิดชอบต่อกิจกรรมที่กลุ่มทำอยู่ เพื่อที่จะรับสถานการณ์ต่าง ๆ และเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ จากสมาชิก ดังนั้นการยอมรับภายในกลุ่มนับว่า เป็นสิ่งสำคัญมาก

ในการชุมภาพนตร์นับเป็นกิจกรรมหนึ่งที่วัยรุ่นส่วนใหญ่กระทำร่วมกับกลุ่มเพื่อน ดังจะเห็นได้จากการวิจัยของบริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด (2542ค: 19) ที่ทำการสำรวจเรื่อง เส้นทางการตลาดของธุรกิจคุหนังฟิงเพลส พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปชมภาพนตร์ ของผู้บริโภคมากที่สุด คือ ความสนใจในภาพนตร์ รองลงมา ได้แก่ เพื่อนหรือผู้ที่ไปด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เลือกปัจจัยในด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ การใช้เวลาว่างที่มีอยู่โดยเฉลี่ยวเวลาว่าง จากการเรียนหรือจากการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย การไปชมภาพนตร์กับเพื่อนหรือคนรัก ความสนใจในภาพนตร์หรือความชื่นชอบในตัวของสื่อ การชุมภาพนตร์ตามกระแสของความนิยม ตลอดจนการมีเวลาว่างตรงกับช่วงเวลาที่ภาพนตร์เข้าฉายมาศึกษา ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงรสนิยมในแบบเดียวกันของกลุ่มเพื่อน เพราะคนในวัยนี้ยังต้องการการยอมรับจากเพื่อน ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้วิจัยเชื่อว่าจะเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมและพฤติกรรมในการชมภาพนตร์ไทยของนักศึกษา

ทางด้านนักจิตแพทยศาสตร์ต่างเห็นพ้องกันว่า เป็นการยากที่จะกล่าวว่าอิทธิพลของภาพนตร์ที่มีต่อวัยรุ่นนั้น เป็นเพียงภาพนตร์เรื่องนั้นเรื่องนี่โดยเฉลี่ยว หากแต่เวลาเรื่องราวและพฤติกรรมที่ภาพนตร์ได้แสดงให้เห็นช้า ๆ กันอยู่เสมอ ๆ นั้น เป็นสิ่งที่ทำให้ภาวะจิตใจและทัศนะของผู้ชมคล้อยตามเรื่องราวและพฤติกรรมในภาพนตร์ไปโดยไม่รู้สึกตัว หรืออีกนัยหนึ่งก็คือการที่ภาพนตร์แสดงให้เห็นพฤติกรรมแบบใดแบบหนึ่งนั้น จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น เช่น การนำเอาความคิดเห็นและสิ่งต่าง ๆ จากภาพนตร์มาประพฤติปฏิบัติตามมากมาย ทั้งการแต่งกาย ทรงผม การพูดจา การพักผ่อนหย่อนใจประเภทต่าง ๆ (สุชา จันทน์เอม และสุรางค์ จันทน์เอม, 2516 ถึงใน จรส กาญโราณ, 2543: 30)

ภาคสรุป

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่กล่าวถึงข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำเอา ทฤษฎีและงานวิจัยเหล่านี้มาเป็นแนวทางเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทย

ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษา มีปัจจัยหลายอย่างที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกชุม โดยมีปัจจัยสำคัญที่ควรศึกษา ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานทางประชาราศาสตร์ของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ รายได้โดยเฉลี่ย ภูมิลำเนา คณะที่ศึกษา / สาขาวิชาที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา และผลการศึกษา (เกรดเฉลี่ยรวมตลอดระยะเวลาการศึกษา) ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมในการรับชมภาพยนตร์ของตัวนักศึกษา เอง เช่น ความตื่นในการชมภาพยนตร์ แนวภาพยนตร์ที่ชอบ บุคคลที่ไปชมภาพยนตร์ด้วย วันที่ไปชมภาพยนตร์ ช่วงเวลาที่ชมภาพยนตร์ และค่าใช้จ่ายในการชมภาพยนตร์ เป็นต้น

จากการวิจัยที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่มักเป็นการศึกษาวิจัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งอาจเนื่องมาจากเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นเมืองที่พัฒนาและมีความเจริญทั่วถึงตลอดทั้งเมือง ทำให้มีโรงภาพยนตร์ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก และเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในกลุ่มเยาวชน ผู้ชุมส่วนใหญ่เข้าชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงและมักจะเข้าชมภาพยนตร์กันเป็นกลุ่ม ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อกลุ่มเยาวชน ซึ่งถือเป็นช่วงวัยหัวเสี้ยวหัวต่อระหว่างความเป็นเด็กและผู้ใหญ่ เป็นวัยที่มีการตัดสินใจเลือบชมและรวดเร็วตลอดจนเยาวชนไทยในปัจจุบันยังเป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อสูง จึงทำให้กลุ่มเยาวชนกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในตลาดภาพยนตร์ทุกวันนี้ นอกเหนือจากกลุ่มคนในวัยทำงาน ประกอบกับการที่สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ล้วนเข้ามามีบทบาทต่อเยาวชนไทยในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เยาวชนไทยมีการพัฒนาทางด้านการศึกษามากขึ้น รัฐบาลเข้ามาระบุรุษเรื่องการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน สังคมแปรเปลี่ยนเป็นสังคมเมืองที่มีความหลากหลาย ประชาชนใช้ชีวิตทันสมัย มีเทคโนโลยีที่เข้ามาตอบสนองต่อความต้องการมากมาย และนับวันก็ยิ่งจะมีปริมาณเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เยาวชนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะใช้ชีวิต (lifestyle) นอกบ้านมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะเก็บข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา เพื่อที่จะได้ทราบข้อมูลทางประชาราศาสตร์ ตลอดจนพฤติกรรมในการรับชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษา และการที่จะศึกษาพฤติกรรมในการรับชมภาพยนตร์ของนักศึกษาร่วมด้วยนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล และแนวคิดเรื่องความสนใจประกอบด้วย เนื่องจากแนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้มีความสำคัญมาก เช่นเดียวกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชาราศาสตร์ของนักศึกษา

จากการศึกษาเอกสารการทำให้พบว่า ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์นั้น ผู้วิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์มากที่สุด และพบว่าเนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของผู้ชมมากที่สุด ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะทำการศึกษาด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ ได้แก่ ลักษณะการตั้งชื่อเรื่อง เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์ ดำเนินการแสดง นักแสดงประกอบ ผู้กำกับการแสดง เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ

สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ ทุนที่ใช้สร้างภาพยนตร์ ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์ การติดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน และระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์

อย่างไรก็ตี ในปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งถือเป็นหัวเมืองใหญ่ของประเทศไทย ได้มีการพัฒนาและเติบโตของธุรกิจโรงภาพยนตร์ขึ้นเป็นอย่างมาก อันเนื่องมาจากการขยายสาขาของบริษัทโรงภาพยนตร์อันดับหนึ่งของประเทศไทย ทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีโรงภาพยนตร์มากถึงเกือบ 20 โรง มีที่นั่งรองรับผู้ชมกว่า 4,000 ที่นั่ง (มันนา ภาคสุวรรณ, 2548: 22) โรงภาพยนตร์ที่มีอยู่เดิมจึงต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแย่งชิงทางการตลาดได้อย่างเสมอภาคกัน ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงภาพยนตร์ในจังหวัดเชียงใหม่ ความทันสมัยของเทคโนโลยีในระบบภาพและระบบเสียง ตลอดจนการมีจำนวนภาพยนตร์เข้าฉายมากขึ้น ส่วนทำให้ผู้ชมมีทางเลือกที่เปิดกว้างและหลากหลาย ผู้วิจัยจึงเห็นว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์น่าจะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ของนักศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกที่จะทำการศึกษาในด้านขนาด ความกว้างขวางของโรงภาพยนตร์ การมีจำนวนโรงภาพยนตร์ให้เลือกมาก การมีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง การมีความสะอาดในการเดินทางไปชมภาพยนตร์ ความสะดวกสบายของที่นั่งในโรงภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์มีความสะอาด / ไม่อับชื้น การมีระบบภาพที่ทันสมัย และการมีระบบเสียงที่ทันสมัย

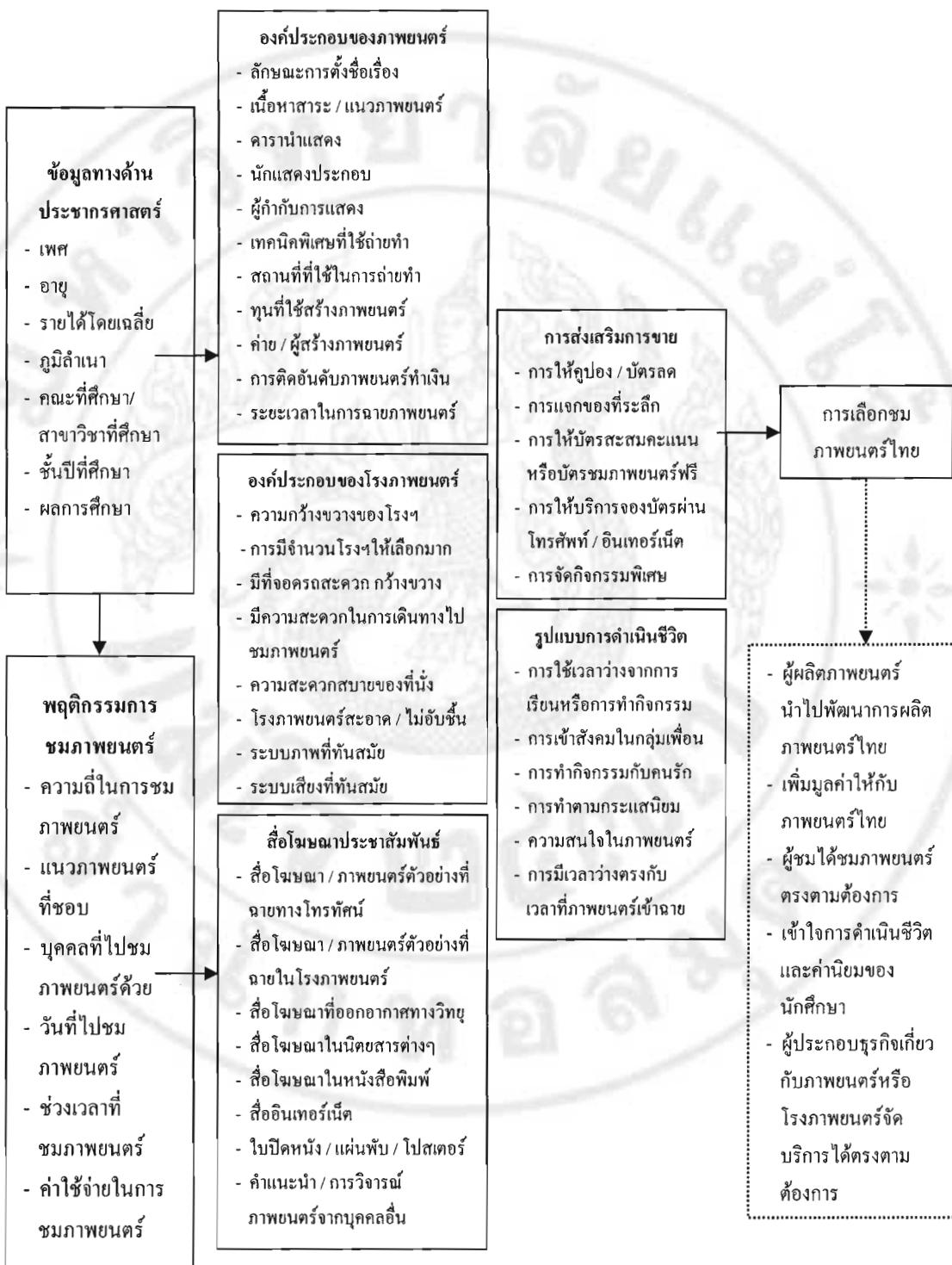
ประกอบกับความสะดวกรวดเร็วด้านการติดต่อสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและรอบด้าน ไม่ว่าจะอยู่ในพื้นที่ใดก็ตาม ทำให้ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการส่งเสริมการขายเป็นอีกปัจจัยที่น่าจะส่งผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ของนักศึกษา โดยในปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น ผู้วิจัยทำการศึกษาเรื่องสื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์ สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์ สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ สื่อโฆษณาในนิตยสารต่างๆ สื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต ในปีดหนัง / แผ่นพับ / โปสเตอร์ และคำแนะนำ / การวิจารณ์ภาพยนตร์จากบุคคลอื่น ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายนั้น ผู้วิจัยให้ความสำคัญในเรื่องการให้คูปอง / บัตรลดค่าชมภาพยนตร์ การแจกของที่ระลึกภาพยนตร์ การให้บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัลหรือบัตรชมภาพยนตร์ฟรี การให้บริการของบัตรชมภาพยนตร์ผ่านทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต และการจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมภาพยนตร์เข้ามามีส่วนร่วมสนุกด้วย

ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นถึงรูปแบบในการดำเนินชีวิตของเยาวชนไทยในปัจจุบันว่ามีแนวโน้มที่จะใช้ชีวิตนอกบ้านและทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับกลุ่มเพื่อนมากขึ้น ตลอดจนสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในเวลานี้ ที่อาจจะส่งผลต่อการดำเนินชีวิต (lifestyle) ของเยาวชนไทย ปัจจัยด้านรูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาจึงถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ไม่ควรมองข้าม ดังนั้น

ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยด้านนีมานศึกษาด้วย โดยจะทำการศึกษาในเรื่องการใช้เวลาว่างพักผ่อนจากการเรียนและการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย การเข้าสังคมในกลุ่มเพื่อน การทำกิจกรรมร่วมกับคนรัก การทำงานกระแสนิยม ความสนใจในตัวภาพน眷ต์ และการมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่ภาพน眷ต์เข้าฉาย

ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากแนวคิด ทฤษฎี วิทยานิพนธ์ และปัญหาพิเศษที่เคยศึกษาในเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการชมภาพน眷ต์เหล่านี้มาเป็นแนวทางในการวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพน眷ต์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” โดยได้ทำการศึกษาในด้านข้อมูลทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการชมภาพน眷ต์ไทย ตลอดจนปัจจัยที่น่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพน眷ต์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพน眷ต์ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์ ปัจจัยด้านสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อที่จะได้ทราบถึงอิทธิพลของปัจจัยเหล่านี้ และให้ทราบถึงจุดเด่นและจุดด้อยของภาพน眷ต์ไทย ตลอดจนเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจภาพน眷ต์และโรงภาพยนตร์จัดบริการให้สอดคล้องกับความต้องการและความนิยมของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อให้ผู้ผลิตภาพน眷ต์ไทยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพน眷ต์ สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการกำหนดทิศทางและแนวโน้มของตลาดภาพยนตร์ไทย ทั้งในด้านองค์ประกอบของภาพน眷ต์และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะได้นำไปพัฒนาการผลิตภาพน眷ต์ได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและเป็นการเพิ่มนูคล่าให้กับภาพน眷ต์ไทย ดังแสดงในกรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” นี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบการสำรวจ (survey research) เป็นการวัดครั้งเดียว (one-short descriptive study) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเฉพาะปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษาในการศึกษารั้งนี้มีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มเยาวชนเป็นหลัก จึงได้เลือกศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เนื่องจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในปัจจุบันมีฐานะทางเศรษฐกิจดีพอที่จะเข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ได้ถึงแม่รากบัตรเข้าชมในปัจจุบันนี้จะนับว่ามีราคาค่อนข้างแพงก็ตาม ประกอบกับการที่นักศึกษาต้องเรียนอย่างหนัก จึงต้องการความบันเทิงเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียนด้วยการชมภาพยนตร์จากการศึกษาข้อมูลของสำนักทะเบียนและประมวลผลข้อมูลของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีนักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษา 2549 จำนวนทั้งสิ้น 16,658 คน

กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% มีความผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 15 ได้กลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาจำนวน 176 คน (ศิริชัย กาญจนวนาที และคณะ, 2540 อ้างใน วิทยา คำรงค์เกียรติศักดิ์, 2543: 274)

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยรั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์การแบ่งกลุ่ม ประเภทวิชาที่เรียนเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มวิทยาศาสตร์ ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์

คณะเทคนิคการแพทย์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร คณะสัตวแพทยศาสตร์ และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ รวมทั้งสิ้น 11 คณะ มีนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนจำนวน 9,665 คน และกลุ่มศิลปศาสตร์ ได้แก่ คณะมนุษยศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ คณะวิจิตรศิลป์ คณะสังคมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ และคณะเศรษฐศาสตร์ รวมทั้งสิ้น 6 คณะ มีนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนจำนวน 6,993 คน รวมมีนักศึกษาทั้งหมด 16,658 คน แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างดังนี้

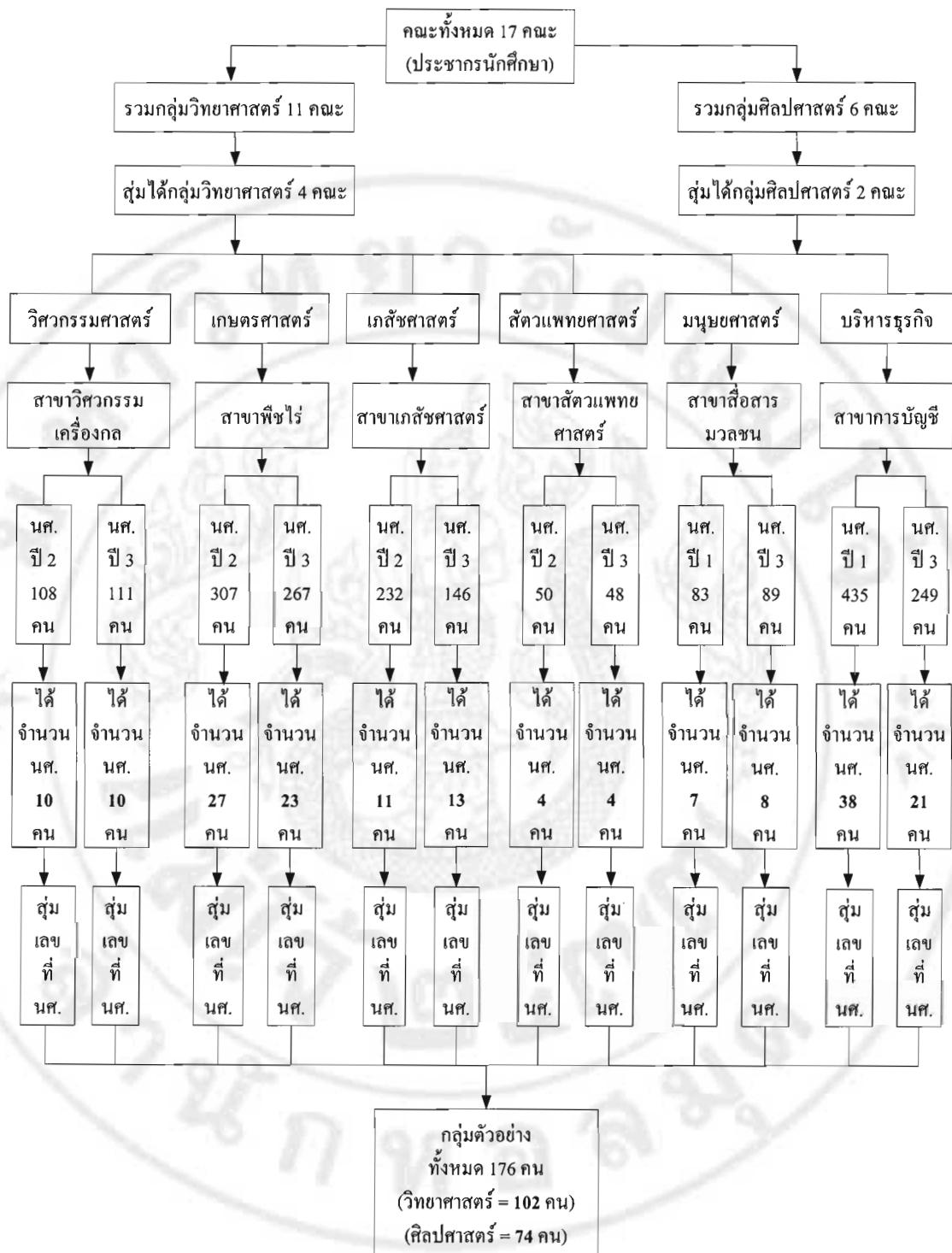
ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยการจับสลาก เพื่อให้ได้คณะที่จะนำมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มวิทยาศาสตร์ 4 คณะ คือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ และคณะสัตวแพทยศาสตร์ และจากกลุ่มศิลปศาสตร์ 2 คณะ คือ คณะมนุษยศาสตร์ และคณะบริหารธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการจับสลาก เพื่อสุ่มสาขาวิชาของแต่ละคณะมาคณะละ 1 สาขาวิชา โดยได้ผลดังนี้ คณะวิศวกรรมศาสตร์สุ่มได้สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะเกษตรศาสตร์สุ่มได้สาขาวิชาพืชไร่ คณะเภสัชศาสตร์สุ่มได้สาขาวิชาเภสัชศาสตร์ คณะสัตวแพทยศาสตร์สุ่มได้สาขาวิชาสัตวแพทยศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์สุ่มได้สาขาวิชาศิลปะ รวมทั้งคณะบริหารธุรกิจสุ่มได้สาขาวิชาการบัญชี

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการจับสลาก ทำการสุ่มชั้นปี สาขาวิชา ละ 2 ชั้นปี กลุ่มวิทยาศาสตร์สุ่มได้ชั้นปีที่สองและชั้นปีที่สาม กลุ่มศิลปศาสตร์สุ่มได้ชั้นปีที่หนึ่งและชั้นปีที่สาม

ขั้นตอนที่ 4 ทำการจัดสรรขนาดตัวอย่างแบบสัดส่วน (proportional allocation procedure) ให้แก่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มวิทยาศาสตร์จำนวน 102 คน และกลุ่มศิลปศาสตร์จำนวน 74 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 176 คน

ขั้นตอนที่ 5 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (systematic random sampling) เพื่อให้ได้เลขที่ของนักศึกษาในแต่ละชั้นปีของแต่ละสาขาวิชา ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างในลำดับสุดท้าย



ภาพ 2 ขั้นตอนการสู่มกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพ 2 สามารถสรุปกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มวิทยาศาสตร์

1.1 นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชาระบบที่ส่อง
จำนวน 10 คน และชั้นปีที่สามจำนวน 10 คน

1.2 นักศึกษาคณะเกษตรศาสตร์ สาขาวิชาพืชไร่ ชั้นปีที่ส่องจำนวน 27 คน และชั้น
ปีที่สามจำนวน 23 คน

1.3 นักศึกษาคณะเภสัชศาสตร์ สาขาเภสัชศาสตร์ ชั้นปีที่ส่องจำนวน 11 คน
และชั้นปีที่สามจำนวน 13 คน

1.4 นักศึกษาคณะสัตวแพทยศาสตร์ สาขาสัตวแพทยศาสตร์ ชั้นปีที่ส่องจำนวน 4 คน
และชั้นปีที่สามจำนวน 4 คน

2. กลุ่มศิลปศาสตร์

2.1 นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์ สาขาวิชาสื่อสารมวลชน ชั้นปีที่หนึ่งจำนวน 7 คน
และชั้นปีที่สามจำนวน 8 คน

2.2 นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชารับัญชี ชั้นปีที่หนึ่งจำนวน 38 คน และ
ชั้นปีที่สามจำนวน 21 คน

ดังนั้น จะได้นักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์ จำนวน 102 คน และนักศึกษาในกลุ่มศิลป
ศาสตร์ จำนวน 74 คน รวมนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 176 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารึนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด
เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชารัฐศาสตร์

เป็นแบบสอบถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (multiple choices) เพื่อสอบถาม
เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ รายได้โดยเฉลี่ย ภูมิลำเนา คณะที่
ศึกษา / สาขาวิชาที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา และผลการศึกษา (เกรดเฉลี่ยรวมตลอดระยะเวลาการศึกษา)
จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการชุมภาพนธ์ไทย

เป็นแบบสอบถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (multiple choices) เพื่อสอบถาม
เกี่ยวกับพฤติกรรมในการชุมภาพนธ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชนภาพยนตร์ไทย

เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบแบบมีน้ำหนัก (rating scale) เพื่อสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกชนภาพยนตร์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงพยาบาล ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต จำนวน 38 ข้อ โดยแบ่ง คะแนนการวัดตัวแปรเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

มีอิทธิพลมาก	3	คะแนน
มีอิทธิพลปานกลาง	2	คะแนน
มีอิทธิพลน้อย	1	คะแนน
ไม่มีอิทธิพล	0	คะแนน

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงและมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (validity) และความน่าเชื่อถือ (reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาโครงสร้างของแบบสอบถาม (construct validity) เนื้อหาและความเหมาะสมของเนื้อหา (content validity) และภาษาที่ใช้ (wording) แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข และเลือกเอาเฉพาะข้อความที่มีความเที่ยงตรง

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (pre-test) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจริง ได้แก่ นักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบการสื่อความหมายของคำถามในแต่ละข้อ จากนั้นจึงนำทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นในแบบสอบถามส่วนที่เป็นมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ้าของครอนบาก (Cronbach alpha coefficient) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537: 116) ได้ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวแปร ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ ด้านองค์ประกอบของโรงพยาบาล ด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต เท่ากับ 0.80 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้มีค่าความเชื่อมั่นสูงพอที่จะนำมาใช้ได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษารังนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก

1. แหล่งข้อมูลเอกสาร โดยเก็บข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ เอกสาร งานวิจัย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมทั้งเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดและศูนย์ข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ

2. แหล่งข้อมูลภาคสนาม

ขั้นตอนที่ 1 จัดหาผู้ร่วมเก็บข้อมูล จำนวน 2 คน

ขั้นตอนที่ 2 อธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล การสอบถาม และอธิบายรายละเอียดของแบบสอบถามให้เกิดความเข้าใจตรงกัน

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยและผู้ร่วมเก็บข้อมูลออกไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มแบบความน่าจะเป็น โดยใช้แบบสอบถามที่ขอความร่วมมือให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบและกรอกข้อมูลด้วยตนเอง และส่งกลับคืนแก่ผู้วิจัยและผู้ร่วมเก็บข้อมูลทันที โดยเริ่มทำการเก็บข้อมูลในเดือนกุมภาพันธ์ 2550 เป็นระยะเวลา 1 เดือน

ขั้นตอนที่ 4 ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ แปลง สรุปผล และเขียนรายงานการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยลงรหัสข้อมูล (coding) ในแบบสอบถามด้วยตนเอง ตามคู่มือลงรหัสที่ได้จัดทำขึ้น จากนั้นนำมาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC แล้วจึงนำผลที่ได้จากคอมพิวเตอร์ (print out) มาแปลความหมายและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่ออธิบายข้อมูล ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation : S.D.)

2. พฤติกรรมการซื้อขายพัฒนา ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูล ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อขายพัฒนา ไทยที่นำเสนอไว้ในกรอบการวิจัย ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูล ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

เกณฑ์การให้คะแนนในการวิเคราะห์ตัวแปร

ผู้จัดได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวิเคราะห์ตัวแปร ดังต่อไปนี้

1. เกณฑ์วัดปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ ผู้จัดใช้เกณฑ์ มาตรฐานพิจารณาเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยที่คำนวณโดยอาศัยหลักของ Miller ดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับอิทธิพลต่อการชมภาพนตร์
2.51 - 3.00	มีอิทธิพลมาก
1.51 - 2.50	มีอิทธิพลปานกลาง
1.00 - 1.50	มีอิทธิพลน้อย
0.00	ไม่มีอิทธิพล

ในส่วนของการวัดปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ ของนักศึกษานั้น ผู้จัดนำคะแนนไปคิดแยกต่างหาก ไม่ได้นำไปคิดรวมกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยในระดับน้อย ระดับปานกลาง และระดับมาก โดยผู้จัดให้คะแนนระดับ ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยของนักศึกษา เท่ากับ 0.00

2. การวิเคราะห์คำถามจัดอันดับความสำคัญ (rank question) ของแนวภาพนตร์ ที่ชอบ แบ่งคะแนนดังนี้

อันดับ 1	ให้คะแนน	3 คะแนน
อันดับ 2	ให้คะแนน	2 คะแนน
อันดับ 3	ให้คะแนน	1 คะแนน

และหาค่าเฉลี่ยโดยใช้สูตรดังนี้

$$\frac{\text{อันดับ } 1 \times 3 + \text{ อันดับ } 2 \times 2 + \text{ อันดับ } 3 \times 1}{n} ; n = \text{กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}$$

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการชุมภาพนตร์ไทย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 176 คน ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลออกเป็น 3 ตอน โดยยึดวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นหลัก ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้โดยเฉลี่ย ภูมิลำเนา คณะที่ศึกษา / สาขาวิชาที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา และผลการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ตาราง 1)

เพศ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 176 คน ประกอบด้วยเพศหญิง 115 คน คิดเป็นร้อยละ 65.34 และเพศชาย 61 คน คิดเป็นร้อยละ 34.66

อายุ

ผู้ให้ข้อมูลมีอายุเฉลี่ย 20.25 ปี ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 มีอายุสูงสุด 22 ปี และต่ำสุด 18 ปี ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 42.05) มีอายุ 20 ปี รองลงมา r ้อยละ 39.20 มีอายุสูงกว่า 20 ปี และร้อยละ 18.75 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

รายได้

ผู้ให้ข้อมูลมีรายได้เฉลี่ย 4,275.57 บาทต่อเดือน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1,205.67 ผู้ให้ข้อมูลมีรายได้ต่ำสุด 2,000 บาท และรายได้สูงสุด 8,000 บาท โดยผู้ให้ข้อมูลมากกว่าหนึ่งในสาม

(ร้อยละ 34.66) มีรายได้ระหว่าง 4,001-5,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 28.98 มีรายได้ระหว่าง 3,001-4,000 บาท ร้อยละ 25.56 มีรายได้ 3,000 บาทหรือน้อยกว่า และ ร้อยละ 10.80 มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท

ภูมิลำเนา

ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 57.39) มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เหลืออีก ร้อยละ 42.61 มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด โดยเมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีภูมิลำเนาอยู่ ต่างจังหวัด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 8.52 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำปาง ร้อยละ 4.54 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูน ร้อยละ 3.98 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดแพร่ จังหวัดเชียงราย ร้อยละ 2.84 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ จังหวัดสุโขทัย ร้อยละ 2.27 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดน่าน ร้อยละ 1.70 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตาก พะเยา นครสวรรค์ ร้อยละ 1.14 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเพชรบูรณ์ สุราษฎร์ธานี อุตรดิตถ์ ร้อยละ 0.57 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพิจิตร นครราชสีมา ร้อยเอ็ด ชุมพร อุบลราชธานี

คณะที่กำลังศึกษา

ผู้ให้ข้อมูลประมาณหนึ่งในสาม (ร้อยละ 32.38) กำลังศึกษาคณะบริหารธุรกิจ รองลงมา ร้อยละ 29.55 ศึกษาคณะเกษตรศาสตร์ ร้อยละ 13.64 ศึกษาคณะเภสัชศาสตร์ ร้อยละ 11.36 ศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 8.52 ศึกษาคณะมนุษยศาสตร์ และร้อยละ 4.55 ศึกษาคณะสัตวแพทยศาสตร์

ชั้นปีที่กำลังศึกษา

ผู้ให้ข้อมูลเกือบครึ่ง (ร้อยละ 43.75) เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 รองลงมา ร้อยละ 30.68 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และร้อยละ 25.57 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1

เกรดเฉลี่ยรวมตลอดระยะเวลาการศึกษา

ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 52.84) มีเกรดเฉลี่ยรวมระหว่าง 2.25-2.99 รองลงมา ร้อยละ 37.50 มีเกรดเฉลี่ยรวมระหว่าง 3.00-3.74 ร้อยละ 6.82 มีเกรดเฉลี่ยรวมระหว่าง 1.50-2.24 และร้อยละ 2.84 มีเกรดเฉลี่ย 3.75 ขึ้นไป

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษานักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 176 คน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเป็นนักศึกษา เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 20.25 ปี มีรายได้โดยเฉลี่ยประมาณ 4,275.57 บาทต่อเดือน โดยผู้ให้ข้อมูลมากกว่าหนึ่งในสามมีรายได้ระหว่าง 4,001-5,000 บาท และผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากกว่าครึ่งบังเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และกว่าครึ่งศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจ และผู้ให้ข้อมูลจำนวนเกินครึ่งได้เกรดเฉลี่ยรวมตลอดระยะเวลาการศึกษาอยู่ที่ระหว่าง 2.25-2.99

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย (ตาราง 1) พบว่าผู้ให้ข้อมูลเป็นนักศึกษาเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และประมาณหนึ่งในสาม (ร้อยละ 32.38) กำลังศึกษาคณะบริหารธุรกิจ โดยเกือบครึ่งของผู้ให้ข้อมูล (ร้อยละ 43.75) เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2550 ซึ่งในช่วงที่เก็บข้อมูลนั้น มีภาคพยนตร์ไทย ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ คือ ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาคองค์ประกันแห่งชาติ และ ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาคประภาครอสราฟ จึงอาจเป็นไปได้มากว่านักศึกษาหญิงนั้น ให้ความสำคัญและสนใจเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชาติไทยมากกว่านักศึกษาชาย ทั้งนี้เนื่องจากภาคพยนตร์ไทยทั้งสองเรื่อง ล้วนเป็นภาคพยนตร์ที่นักศึกษาได้รับการสอนและมีบทบาทสำคัญในชีวิตของเยาวชนไทย

กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีอายุเฉลี่ยอยู่ในกลุ่มเยาวชน นั่นคือมีอายุเฉลี่ยประมาณ 20.25 ปี ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายของตลาดภาคพยนตร์ไทยในปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากการที่บรรดาผู้สร้างภาคพยนตร์หลาย ๆ ค่ายได้ผลิตภาคพยนตร์วัยรุ่น ตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักศึกษาจำนวนมาก เพื่อเป็นการเอาใจกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเยาวชนกลุ่มนี้

กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และในส่วนของผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดนั้น พบว่าส่วนมากอยู่ในเขตพื้นที่ภาคเหนือ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นมหาวิทยาลัยที่ใหญ่และมีชื่อเสียงที่สุดในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และบริเวณจังหวัดใกล้เคียงจึงเลือกที่จะมาศึกษาต่อ ในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยแห่งนี้ นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างมีเกรดเฉลี่ยผลการเรียนอยู่ในระดับเกณฑ์ดี - ปานกลาง และส่วนใหญ่ยังมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ค่อนข้างสูง

ซึ่งอาจทำให้นักศึกษาเหล่านี้สามารถใช้เงินเพื่อความบันเทิง เช่น การเลือกรับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ได้มากขึ้นตามไปด้วย

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชารศานตร์ของนักศึกษาที่รับชมภาพยนตร์ไทย

ลักษณะทางประชารศานตร์	จำนวน (n = 176)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	61	34.66
หญิง	115	65.34
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	33	18.75
20 ปี	74	42.05
มากกว่า 20 ปี	69	39.20
หมายเหตุ:		
อายุเฉลี่ย = 20.25 ปี	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.872 ปี	
อายุต่ำสุด = 18 ปี	อายุสูงสุด = 22 ปี	
รายได้		
3000 บาทหรือน้อยกว่า	45	25.56
3001 - 4000 บาท	51	28.98
4001 - 5000 บาท	61	34.66
มากกว่า 5000 บาท	19	10.80
รายได้เฉลี่ย = 4,275.57 บาท	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1,205.67 บาท	
รายได้ต่ำสุด = 2,000 บาท	รายได้สูงสุด = 8,000 บาท	

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (n=176)	ร้อยละ
ภูมิลำเนา		
เชียงใหม่	101	57.39
ต่างจังหวัด (ระบุ)	75	42.61
ลำปาง	15	8.52
ลำพูน	8	4.54
แพร่	7	3.98
เชียงราย	7	3.98
กรุงเทพฯ	5	2.84
สุโขทัย	5	2.84
น่าน	4	2.27
แม่ฮ่องสอน	3	1.70
ตาก	3	1.70
พะเยา	3	1.70
นครสวรรค์	3	1.70
เพชรบูรณ์	2	1.14
สุราษฎร์ธานี	2	1.14
อุตรดิตถ์	2	1.14
พิจิตร	1	0.57
นครราชสีมา	1	0.57
ร้อยเอ็ด	1	0.57
ชุมพร	1	0.57
อุบลราชธานี	1	0.57
อุดรธานี	1	0.57

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชารศาสตร์	จำนวน (n=176)	ร้อยละ
คณะที่ศึกษา		
คณะบริหารธุรกิจ	57	32.38
คณะเกษตรศาสตร์	52	29.55
คณะเภสัชศาสตร์	24	13.64
คณะวิศวกรรมศาสตร์	20	11.36
คณะมนุษยศาสตร์	15	8.52
คณะสัตวแพทยศาสตร์	8	4.55
ชั้นปีที่กำลังศึกษา		
ชั้นปีที่ 1	45	25.57
ชั้นปีที่ 2	54	30.68
ชั้นปีที่ 3	77	43.75
เกรดเฉลี่ยรวมตลอดระยะเวลาการศึกษา		
1.50 - 2.24	12	6.82
2.25 - 2.99	93	52.84
3.00 - 3.74	66	37.50
3.75 ขึ้นไป	5	2.84

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการชุมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการรับชมภาพยนตร์

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (ร้อยละ 89.21) ชุมภาพยนตร์ 1-2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา ร้อยละ 9.09 ชุมภาพยนตร์ระหว่าง 3-4 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 1.70 ชุมภาพยนตร์มากกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน (ตาราง 2)

แนวภาพยนตร์ที่ชอบ

ผู้ให้ข้อมูลชอบภาพยนตร์แนวลูกขบขัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.32 รองลงมาชอบภาพยนตร์แนวรักโรแมนติก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.19 ชอบภาพยนตร์แนวลึกลับสยองขวัญ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.90 ชอบภาพยนตร์แนวแอ็คชั่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.76 ชอบภาพยนตร์แนวผจญภัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.64 ชอบภาพยนตร์แนวมาตรฐาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.49 ชอบภาพยนตร์แนวชีวิต คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.35 และชอบภาพยนตร์แนวประวัติศาสตร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.33 ตามลำดับ (ตาราง 3)

บุคลลที่ชุมภาพยนตร์ด้วย

ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 59.09) ระบุว่าไปชมภาพยนตร์กับเพื่อน รองลงมา ร้อยละ 31.25 ชุมภาพยนตร์กับคนรัก และร้อยละ 9.66 ชุมภาพยนตร์กับครอบครัวและญาติ (ตาราง 2)

วันที่นิยมไปชมภาพยนตร์

ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 50.57) ชอบไปชมภาพยนตร์ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ รองลงมา ร้อยละ 49.43 ระบุว่าชอบชมภาพยนตร์ในวันธรรมดा (ตาราง 2)

ช่วงเวลาที่ชอบชมภาพยนตร์

ผู้ให้ข้อมูลเกือบครึ่ง (ร้อยละ 43.75) ชอบชมภาพยนตร์ในช่วงบ่าย (12.01-17.00 น.) รองลงมา ร้อยละ 31.25 ชอบชมภาพยนตร์ในช่วงค่ำ (17.01-20.00 น.) และร้อยละ 25.00 ชอบชมภาพยนตร์ในช่วงดึก (20.01-21.00 น.) (ตาราง 2)

ค่าใช้จ่ายในการชุมภาพนตร์

ผู้ให้ข้อมูลประมาณสองในสาม (ร้อยละ 64.77) เสียค่าใช้จ่ายในการชุมภาพนตร์ระหว่าง 101-200 บาทต่อครั้ง รองลงมาอยู่อีก 31.82 เสียค่าใช้จ่ายในการชุมภาพนตร์ 100 บาทหรือน้อยกว่า และร้อยละ 3.41 เสียค่าใช้จ่ายในการชุมภาพนตร์ระหว่าง 201-300 บาท (ตาราง 2)

สรุปผลการวิจัย

นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมชุมภาพนตร์ 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 89.21 แนวภาพนตร์ที่ชอบมากที่สุด คือ ภาพนตร์แนวตอกขบขัน แนวรักโรแมนติก และแนวลึกลับสยองขวัญ ตามลำดับ นักศึกษาส่วนใหญ่ไปชมภาพนตร์กับเพื่อนและคนรัก คิดเป็นร้อยละ 59.09 และร้อยละ 31.25 ตามลำดับ โดยนักศึกษามากกว่าครึ่งเลือกไปชมภาพนตร์ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 50.57 และช่วงเวลาที่เลือกชมภาพนตร์มากที่สุดคือช่วงเวลาบ่าย ตั้งแต่เวลา 12.01-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 43.75 นักศึกษาประมาณสองในสามเสียค่าใช้จ่ายในการชมภาพนตร์ต่อครั้งอยู่ที่ระหว่าง 101-200 บาท

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากการวิจัยของบริษัทสูนย์วิจัยกสิกรไทย (2539 : 6) เรื่องพฤติกรรมการชมภาพนตร์ของคนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชุมภาพนตร์เฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อหนึ่งเดือน ซึ่งการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ผลการวิจัยสอดคล้องกัน คือ นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการชมภาพนตร์บ่อยครั้งหรือมากกว่าหนึ่งครั้งต่อหนึ่งเดือน

สำหรับแนวภาพนตร์ไทยที่นักศึกษานิยมชมนั้น ได้แก่ ภาพนตร์แนวตอกขบขัน แนวรักโรแมนติก และแนวลึกลับสยองขวัญ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กิตติภานต์ ภูมิสวัสดิ์ (2529: ก) เรื่องการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยปีด ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพนตร์ไทย ที่พบว่าประเภทของภาพนตร์ที่นิสิตนักศึกษานิยมนั้น คือ ภาพนตร์ตอกขบขัน อย่างไรก็เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ ไพบูลย์ ตะชนทรพรรค (2531: 269) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพนตร์ของเยาวชนไทย กลับพบว่า ภาพนตร์ที่เยาวชนไทยเลือกชมมากที่สุด คือ ภาพนตร์แนวตันเต้นสยองขวัญ หรือแนวพจมุกข์ ซึ่งต่างจากผลการวิจัยที่ได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย ของ ไพบูลย์ ตะชนทรพรรค ศึกษาวิจัยกลุ่มตัวอย่างเฉพาะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเท่านั้น ขณะที่งานวิจัยของ

กิตติภัณฑ์ ภูมิสวัสดิ์ และงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษากลุ่มนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย จึงทำให้มีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านรสนิยม ความคิด และความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง เป็นต้น นอกจากนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มัณฑนา ภาคสุวรรณ (2548: 36) ที่ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยและต่างประเทศของผู้ชมภาพนตร์ในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ชมภาพนตร์ชอบชมภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศในแนวที่แตกต่างกัน โดยหากเป็นภาพยนตร์ไทย ผู้ชมจะชอบชมภาพยนตร์แนวคลอกมากที่สุด และหากเป็นภาพยนตร์ต่างประเทศจะชอบชมภาพยนตร์แนวสังคมมากที่สุด

จะสังเกตได้ว่าภาพยนตร์แนวคลอกเป็นที่ชื่นชอบของนักศึกษาส่วนใหญ่ โดยเป็นตัวเลือกในลำดับต้น ๆ ที่นักศึกษาจะเลือกชม การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบชมภาพยนตร์แนวคลอกนั้น เป็นไปตามหลักทฤษฎีการเลือกรับสื่อที่กล่าวว่า ผู้รับสารจะเลือกรับสารตามความสนใจและความต้องการที่สอดคล้องกับวัยวุฒิ ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกของตน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะภาพยนตร์แนวคลอก เน้นความสนุกสนาน มีเนื้อหาที่พาฝัน เบาสมอง และสร้างความสุขประทับใจ เมื่อชมแล้วทำให้รู้สึกสนุกและเป็นสุข สามารถผ่อนคลายความเครียดจากการเรียนและการทำงาน ได้ดีกว่าภาพยนตร์แนวอื่น ๆ อันเนื่องมาจากการใช้มุขตลกของไทย ซึ่งเป็นเรื่องที่เข้าใจกันได้โดยทั่วไป แตกต่างจากมุขตลกจากต่างประเทศที่บางครั้งอาจมาจากการวัฒนธรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างจากของไทย ส่วนภาพยนตร์แนวรักโรแมนติก ซึ่งนักศึกษาเลือกชมเป็นลำดับรองลงมา น่าจะเกิดจากความสอดคล้องของช่วงอายุ เนื่องจากนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาส่วนใหญ่จะมีคนรักหรือแฟน การชมภาพยนตร์แนวรักโรแมนติกจะค่อนข้างสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตหรือสภาพอารมณ์ในช่วงอายุดังกล่าว เป็นลักษณะของการสร้างความประทับใจหรือประสบการณ์ร่วมกัน หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่นักศึกษามากมายชมภาพยนตร์โรแมนติกได้เข้าถึงอารมณ์ของภาพยนตร์มากที่สุดก็เป็นได้

บุคคลที่นักศึกษานิยมไปชมภาพยนตร์ด้วยมากที่สุด คือ เพื่อน สังเกตได้ว่านักศึกษามากกว่าครึ่งชมภาพยนตร์ร่วมกับเพื่อน ๆ รองลงมาคือ ชมร่วมกับคนรัก ทั้งนี้อาจเป็น เพราะในสังคมมหาวิทยาลัย นักศึกษาส่วนใหญ่จะอยู่กับเพื่อนหรือคนรัก การทำกิจกรรมต่าง ๆ จึงมักจะทำร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ มัณฑนา ภาคสุวรรณ (2548: 35) ที่ว่าผู้ชมภาพนตร์ส่วนใหญ่ ไปชมภาพยนตร์กับเพื่อนมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพบูลย์ ตะเชนทรพรรศ (2531) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเข้าชมภาพยนตร์กันเป็นกลุ่ม และยังเป็นที่น่าสังเกตอีกด้วยว่า ไม่มีนักศึกษาคนใดเดleย์ที่นิยมไปชมภาพยนตร์เพียงลำพัง ผลการวิจัยดังกล่าวจึงสอดคล้องกับที่ โยธิน ศันสนยุทธ และคณะ (2533) ได้กล่าวไว้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีพัฒนาการอย่างรวดเร็ว มีการ

เปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะในด้านบุคลิกภาพและสังคม วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเกากลุ่ม ในหมู่เพื่อนมาก และกลุ่มของวัยรุ่นจะประกอบด้วยเด็กหัวใจเพชรภูมิและเพชรชาย ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีกิจกรรมร่วมกันทางสังคม และต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมผู้ใหญ่ โดยกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นมาก ทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม โดยทั่ว ๆ ไป

นักศึกษาส่วนใหญ่ชอบไปชมภาพยนตร์ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด อาจเป็น เพราะว่านักศึกษาต้องการใช้วันหยุดที่ว่างเว้นจากการเรียนเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด และไม่มีนักศึกษาคนใดนิยมไปชมภาพยนตร์ในวันหยุดนักขัตฤกษ์เลย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่วันหยุดนักขัตฤกษ์ส่วนใหญ่เป็นวันสำคัญทางศาสนาหรือวันสำคัญของพระมหาภก্ষัตริย์ ทำให้นักศึกษาต้องการใช้เวลาในช่วงวันหยุดนี้เพื่อประกอบกิจกรรมหรือพิธีกรรมทางศาสนา หรืออาจต้องการพักผ่อนอยู่กับบ้านมากกว่าที่จะต้องเดินทางออกไปยังสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงการเดินทางไปชมภาพยนตร์ด้วย และยังเป็นที่น่าสังเกต ได้อีกว่าสัดส่วนของนักศึกษาที่ชมภาพยนตร์ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันธรรมดานั้น มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการศึกษาในระดับอุดมศึกษา มีช่วงเวลาเรียนที่ไม่แน่นอน บางวิชาไม่เรียนวันเสาร์-อาทิตย์ บางวิชาเรียนเฉพาะช่วงเช้า ทำให้นักศึกษามีเวลาว่างแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้นวันที่นักศึกษาเลือกชมภาพยนตร์ก็จะขึ้นอยู่กับวันที่ตนเองสะดวกและช่วงเวลาที่ตนว่างเป็นสำคัญ

ช่วงเวลาที่นักศึกษาเลือกชมภาพยนตร์มากที่สุดนั้นอยู่ในช่วงบ่าย คือช่วงเวลาตั้งแต่ 12.01-17.00 น. ทั้งนี้ก็เพราะว่าหากเป็นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ นักศึกษาอาจใช้เวลาในช่วงเช้าไปกับการพักผ่อนหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบ้าน เช่น การทำความสะอาดบ้านหรือห้องพัก ซักผ้า รีดผ้า เป็นต้น และวิ่งออกไประหว่างความบันเทิงเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจอกบ้านในช่วงบ่าย และหากเป็นวันธรรมดาก็อาจเป็นเพราะช่วงเวลาดังกล่าว นักศึกษาเสร็จจากการเรียนและอาจจะยังไม่กลับที่พัก ก็จะใช้ช่วงเวลาดังกล่าวนี้ไปทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน ๆ เช่น ซื้อของ เดินเที่ยว ห้างสรรพสินค้า และรับชมภาพยนตร์ เป็นต้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปริญดา จิตติรัตนกร (2539 อ้างใน มัณฑนา ภาคสุวรรณ, 2548) และงานวิจัยของ มัณฑนา ภาคสุวรรณ (2548) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมไปชมภาพยนตร์ในช่วงบ่ายของวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

หากนำงานวิจัยนี้ไปเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยของ จรส กาญโจน (2543) ที่ศึกษาเรื่องผลกระทบของการชมภาพยนตร์ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะพบว่าแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้งานวิจัยของจรส กาญโจน พ布ว่า วันและเวลาที่นิสิตนิยมไปชมภาพยนตร์นั้น ได้แก่ ช่วงหลังเที่ยงวันจนถึง 6 โมงเย็นของวันธรรมดานั่นเอง นิสิตสามารถกลุ่มเพื่อน ๆ ในมหาวิทยาลัย เพื่อชักชวนให้ไปชมภาพยนตร์พร้อมกันได้ ขณะที่ในวันหยุดนิสิตต้องการพักผ่อนอยู่

กับบ้านและครอบครัว ซึ่งเป็นไปตามที่ Morley (1992 อ้างใน จรส กายโรจน์, 2543: 23) กล่าวว่า ช่วงเวลาที่ชุมชนพยนตร์จะมีผลต่อการจัดระบบการใช้ชีวิৎประจำวันของผู้ชุม โดยส่วนมากจะชุม พยนตร์ในเวลาที่ว่างจากการเรียน คือชุมพร้อมกันกับกลุ่มเพื่อน ๆ ซึ่งจะมีผลต่อการตีความหมาย ของสารต่อไปด้วย

สำหรับค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้งในการชุมพยนตร์ พบว่า สองในสามของ กลุ่มตัวอย่างเสียค่าใช้จ่ายในการชุมพยนตร์ระหว่าง 101-200 บาท แต่ก็ต่างจากผลงานวิจัยของ จรส กายโรจน์ (2543) ที่พบว่าในค่าน้ำค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้งในการชุมพยนตร์ของนิสิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยนั้น ประมาณร้อยละ 45 ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาทต่อคน ต่อครั้ง ส่วนที่เหลือใช้จ่ายมากกว่า 100 บาทต่อคนต่อครั้ง ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเสียค่าใช้จ่ายในการ ซื้อบัตรชุมพยนตร์มากหรือน้อยเพียงใดนั้น จะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายโดยรวมในการชุมพยนตร์ต่อ ครั้งของนักศึกษาด้วย คือ หากนักศึกษาเสียค่าเข้าชมในราคามีเดียและซื้อขัมนบเคี้ยวหรือเครื่องดื่ม ก็จะทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่นักศึกษาที่เข้าชมพยนตร์โดยไม่เสียค่าเข้า ชมและไม่ซื้อขัมนหรือเครื่องดื่ม ก็จะเสียค่าใช้จ่ายแค่ค่าพาหนะในการเดินทางไปชุมพยนตร์ เท่านั้น

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ชุมพยนตร์ไทยจำแนกตาม พฤติกรรมการรับชมพยนตร์

พฤติกรรมการชุมพยนตร์	จำนวน (n=176)	ร้อยละ
ความถี่ในการรับชมพยนตร์		
1 - 2 ครั้งต่อเดือน	157	89.21
3 - 4 ครั้งต่อเดือน	16	9.09
มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	3	1.70
บุคคลที่ไปชุมพยนตร์ด้วย		
เพื่อน	104	59.09
คนรัก	55	31.25
ครอบครัวและญาติ	17	9.66

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการซัมภាពยนตร์	จำนวน (n = 176)	ร้อยละ
วันที่นิยมไปซัมภាពยนตร์		
วันธรรมดา	87	49.43
วันเสาร์ - อاثิตี้	89	50.57
ช่วงเวลาที่นิยมซัมภាពยนตร์		
ช่วงบ่าย (12.01 - 17.00 น.)	77	43.75
ช่วงค่ำ (17.01 - 20.00 น.)	55	31.25
ช่วงดึก (20.01 - 21.00 น.)	44	25.00
ค่าใช้จ่ายในการซัมภាពยนตร์		
100 บาทหรือน้อยกว่า	56	31.82
101 - 200 บาท	114	64.77
201 - 300 บาท	6	3.41

ตาราง 3 จำนวนและค่าเฉลี่ยของแนวภาพยนตร์ไทยที่นักศึกษาชอบ สามลำดับแรก

แนวภาพยนตร์	สามลำดับแนวภาพยนตร์ที่ชอบ			ค่าเฉลี่ย
	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3	
ตกลงบนขัน	44	36	29	1.32
โรแมนติก	35	39	27	1.19
ลีกลับ	31	18	29	0.90
แอ็คชั่น	28	14	22	0.76
ผจญภัย	15	25	19	0.64
มาตกรรม	8	22	19	0.49
ชีวิต	7	14	13	0.35
ประวัติศาสตร์	8	8	18	0.33

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แบ่งประเด็นศึกษาออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ ด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์ ด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และ ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยกำหนดคะแนนระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจออกเป็น 4 ระดับ คือ มีอิทธิพลมาก 3 คะแนน มีอิทธิพลปานกลาง 2 คะแนน มีอิทธิพลน้อย 1 คะแนน และ ไม่มีอิทธิพล 0 คะแนน ซึ่งสามารถกำหนดช่วงคะแนนระดับอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ได้ดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์
2.51 - 3.00	มีอิทธิพลมาก
1.51 - 2.50	มีอิทธิพลปานกลาง
0.51 - 1.50	มีอิทธิพลน้อย
0.00	ไม่มีอิทธิพล

ผลการศึกษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

ภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ตาราง 4)

หากวิเคราะห์จากภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ไม่มีปัจจัยด้านใดเลยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยในระดับมากและระดับน้อย ทุกปัจจัยล้วนมีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษาในระดับปานกลาง โดยสามารถเรียงตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.45)
2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.10)
3. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.09)
4. ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.08)
5. ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.81)

และเมื่อพิจารณาในส่วนขององค์ประกอบย่อยของภาพรวมปัจจัยแต่ละด้านแล้วนั้น

ผลการวิจัยพบว่า

**ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อภาพนตร์ไทยของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แยกตามองค์ประกอบ (ตาราง 5)**

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงพยาบาล (มีอิทธิพลปานกลาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.45)

ระดับมาก

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงพยาบาลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อภาพนตร์ไทย
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

1. โรงพยาบาลสหอาท / ไม่อับชื้น (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.64)
2. มีระบบสีียงที่ทันสมัย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.57)
3. มีระบบภาพที่ทันสมัย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.54)

ระดับปานกลาง

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อภาพนตร์ไทยในระดับปานกลาง สามารถเรียง
ตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

1. ความสะอาดสวยงามของที่นั่งในโรงพยาบาล (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.32)
2. มีความสะอาดในการเดินทางไปชน�行พยาบาล (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.31)
3. มีจำนวนโรงพยาบาลให้เลือกมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.99)
4. ขนาดความกว้างของโรงพยาบาล (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.99)
5. มีที่จอดรถสะอาด กว้างขวาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.95)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (มีอิทธิพลปานกลาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.10)

ระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อภาพนตร์ไทยของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยสามารถเรียงตามลำดับค่าคะแนน
เฉลี่ย ได้ดังนี้

1. การให้คูปอง / บัตรลดราคาซื้อภาพนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.23)
2. การแจกของที่ระลึกภาพนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.96)
3. การให้บริการของบัตรชมภาพนตร์ผ่านทางโทรศัพท์และอินเตอร์เน็ต (คะแนน
เฉลี่ยเท่ากับ 1.94)
4. การให้บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัลหรือบัตรชมภาพนตร์ฟรี
(คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.87)

5. การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชุมชนมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกม การพบปะนักแสดง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.82)

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (มือทิชพลปานกลาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.09)

ระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มือทิชพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยสามารถเรียงตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

1. ความสนใจในตัวภาพยนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.40)
2. การมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่ภาพยนตร์เข้าฉาย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.34)
3. การใช้เวลาว่างพักผ่อนจากการเรียนและการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.17)
4. การทำกิจกรรมร่วมกับคนรัก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.07)
5. การเข้าสังคมในหมู่เพื่อน (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.97)
6. การทำงานประจำสมัย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.70)

ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ (มือทิชพลปานกลาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.08)

ระดับมาก

ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มือทิชพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

1. สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.72)
2. สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.64)
3. สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.57)
4. สื่อโฆษณาในนิตยสารต่างๆ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.54)

ระดับปานกลาง

ส่วนปัจจัยที่มือทิชพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยในระดับปานกลาง สามารถเรียงตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

1. สื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.32)
2. สื่ออินเตอร์เน็ต (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.31)

3. ในปีค่านั้น / แผ่นพับ / โปสเตอร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.17)
4. คำแนะนำ / การวิจารณ์ภาพนตร์จากบุคคลอื่น เช่น เพื่อน นักวิจารณ์ภาพนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.96)

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพนตร์ (มือทิชิพลปานกลาง คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.81)

ระดับมาก

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพนตร์ที่มือทิชิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับมาก มีอยู่เพียงด้านเดียว คือ

1. เนื้อหาสาระ / แนวของภาพนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.72)

ระดับปานกลาง

รองลงมาเป็นปัจจัยที่มือทิชิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถเรียงตามลำดับค่าคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

1. ควรนำเสนอ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.17)
2. การติดอันดับภาพนตร์ทำเงิน (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.05)
3. เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.02)
4. ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องให้น่าสนใจ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.93)
5. ระยะเวลาในการฉายภาพนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.87)
6. สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.82)
7. ผู้กำกับการแสดง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.73)
8. นักแสดงประกอบ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.73)
9. ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.64)
10. ค่าย / ผู้สร้างภาพนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.52)

จากการวิจัยดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มือทิชิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนอยู่ในระดับปานกลางทั้งสิ้น ซึ่งสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพนตร์ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์เป็นระบบการให้บริการแก่ผู้ชม ซึ่งการชมภาพยนตร์นั้นถือว่าเป็นการพักผ่อนอีก

รูปแบบหนึ่ง ผู้ชุมส่วนใหญ่จึงคาดหวังและมีความต้องการสูงที่จะได้รับการบริการที่ดี จึงอาจมองว่าปัจจัยนี้มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของตน (ตาราง 4)

ค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบของทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ตาราง 6)

แต่เมื่อนำองค์ประกอบต่าง ๆ ของปัจจัยทั้ง 5 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มาวิเคราะห์ร่วมกัน ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สิบปัจจัยแรก (เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย) ได้แก่

ระดับมาก

1. เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.72)
2. สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.72)
3. โรงภาพยนตร์สะอาด / ไม่อับชื้น (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.64)
4. สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.64)
5. มีระบบเสียงที่ทันสมัย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.57)
6. สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.57)
7. มีระบบภาพที่ทันสมัย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.54)
8. สื่อโฆษณาในนิตยสารต่าง ๆ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.54)

ระดับปานกลาง

1. ความสนใจในตัวภาพยนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.40)
2. การมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่ภาพยนตร์เข้าฉาย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.34)

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยโดยรวมในด้านต่าง ๆ ทั้ง 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ แล้วนั้น ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นอันดับแรก แต่เมื่อนำปัจจัยรายละเอียดปลีกย่อยในด้านต่างๆ ของทุกปัจจัยมาวิเคราะห์ร่วมกันแล้วนั้น กลับพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ ซึ่งได้แก่ เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์ และ ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้แก่ สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์ มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งก็หมายความว่า ใน การเลือกชุมภาพญตร์ไทยของนักศึกษานั้น นักศึกษา ให้ความสำคัญกับตัวภาพญตร์ที่จะเลือกชุม ก่อนที่จะพิจารณาถึงองค์ประกอบของ โรงภาพญตร์ แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ โรงภาพญตร์ ก็ติดอันดับอยู่ในสิบปัจจัยแรกที่มี อิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพญตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ถึงสามปัจจัย และปัจจัย ด้านสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ก็ติดอันดับอยู่ในสิบปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพญตร์ ไทยของนักศึกษาถึงสี่ปัจจัยด้วยกัน และก็เป็นที่น่าสังเกตอีกด้วຍว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย นั้น ไม่ได้อยู่ในสิบอันดับแรกของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพญตร์ไทยของนักศึกษาเลย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการนักศึกษาส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการขายมากนัก เพราะหากมีภาพญตร์ไทยที่มีเนื้อหาตรงกันกับความชอบของตนเข้าฉายในโรงภาพญตร์ นักศึกษาก็จะเลือกไปชม โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องการลดราคาบัตรชมภาพญตร์หรือการแจกของที่ระลึกภาพญตร์แต่อย่างใด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพญตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สิบอันดับสุดท้าย (เรียงลำดับจากน้อยไปมาก) ได้แก่

ระดับปานกลาง

1. ค่าย / ผู้สร้างภาพญตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.52)
2. ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพญตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.64)
3. การทำตามกระสนนิยม (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.70)
4. นักแสดงประกอบ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.73)
5. ผู้กำกับการแสดง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.73)
6. การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกม การพบปะนักแสดง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.82)
7. สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพญตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.82)
8. การให้บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัลหรือบัตรชมภาพญตร์ฟรี (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.87)
9. ระยะเวลาในการฉายภาพญตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.87)
10. ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องให้น่าสนใจ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.93)

เป็นที่น่าสังเกตว่า ค่าย / ผู้สร้างภาพญตร์นั้น มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพญตร์ไทย ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่อยู่ในลำดับสุดท้าย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่ในปัจจุบันนี้มี

ผู้ผลิตภาพบันตร์ไทยรายย่อยมานาally ตลอดจนต้นทุนที่ใช้สร้างภาพบันตร์ก็ไม่ได้มีส่วนสำคัญมากนักต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพบันตร์ของนักศึกษา เพราะภาพบันตร์ไทยที่ถูกผลิตขึ้นจากผู้สร้างภาพบันตร์รายย่อยที่ใช้ต้นทุนในการสร้างต่ำ ก็อาจเป็นภาพบันตร์ที่นักศึกษาให้ความสนใจเลือกรับชมได้ หากมีเนื้อเรื่องและกลวิธีการนำเสนอที่ดี ตลอดจนกระแสความนิยมก็ไม่มีอิทธิพลมากนักต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพบันตร์ไทยของนักศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาในปัจจุบันต่างมีชุดยืนและมีความคิดเป็นของตนเอง ประกอบกับแต่ละคนสามารถรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอได้ด้วยตนเอง และนำมาประกอบการพิจารณาเลือกชมภาพบันตร์ด้วยตนเอง ไม่ทำอะไรมากกระแสนนิยมเพียงอย่างเดียว หากภาพบันตร์ไทยที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์มีกระแสความนิยมที่กำลังมาแรง แต่ไม่ใช่แนวภาพบันตร์ที่ตนเองชื่นชอบ นักศึกษาก็จะไม่ไปชนภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ เพียงเพื่อต้องการทำตามกระแสความนิยมเท่านั้น เป็นต้น

ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพบันตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ตาราง 7)

และเมื่อนำองค์ประกอบของทุกปัจจัยที่นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพบันตร์ไทยของตน มาวิเคราะห์ร่วมกันนั้น ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยที่นักศึกษาระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพบันตร์ไทย สิบอันดับแรกได้แก่

1. ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพบันตร์ (จำนวน 47 คน)
2. ค่าย / ผู้สร้างภาพบันตร์ (จำนวน 41 คน)
3. การทำตามกระแสความนิยม (จำนวน 41 คน)
4. การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น การเต้นเงมน พนปะนักแสดง (จำนวน 41 คน)
5. ขนาดความกว้างของโรงภาพยนตร์ (จำนวน 28 คน)
6. ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์ (จำนวน 26 คน)
7. มีจำนวนโรงภาพยนตร์ให้เลือกมาก (จำนวน 25 คน)
8. นักแสดงประกอบ (จำนวน 24 คน)
9. ผู้กำกับการแสดง (จำนวน 23 คน)
10. การติดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน (จำนวน 23 คน)

ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน (ตาราง 8)

จากการสำรวจความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีต่อภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน สามารถสรุปความคิดเห็นสามอันดับแรกของนักศึกษาที่มีต่อภาพยนตร์ไทย ในประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องภาพยนตร์

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าการตั้งชื่อเรื่องภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน สามารถช่วยให้คึ่งดูดความสนใจได้ดี ชวนให้ติดตาม คิดเป็นร้อยละ 20.18 รองลงมา เห็นว่าเป็นชื่อที่แปลงฟังแล้วติดหูได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 18.35 และ เห็นว่าชื่อเรื่องภาพยนตร์มีความสั้น กะทัดรัด คิดเป็นร้อยละ 14.68 ตามลำดับ

2. เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันเน้นแนวลกมากเกินไป คิดเป็นร้อยละ 25.67 รองลงมา เห็นว่าผู้สร้างภาพยนตร์ทำภาพยนตร์ออกแบบตามกระแส จึงทำให้มีสาระและเนื้อหาคล้าย ๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 18.24 และ เห็นว่าเนื้อหาสาระไม่ค่อยน่าติดตาม คิดเป็นร้อยละ 13.51 ตามลำดับ

3. ค่าранำแสดง

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันเน้นค่า ranam ใหม่มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 24.42 รองลงมา เห็นว่าภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันเน้นค่า ranam ที่มีชื่อเสียง ซึ่งบางครั้งก็ไม่มีความหมายสมกับแนวของภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 18.02 และ เห็นว่าค่า ranam แสดงมีความหมายสมกับแนวภาพยนตร์ดีอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 15.70 ตามลำดับ

4. ผู้กำกับการแสดง

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าจังการภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน ได้เปิดโอกาสให้กับผู้กำกับการแสดงหน้าใหม่มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 29.66 รองลงมา เห็นว่าผู้กำกับการแสดงภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันมีความสามารถและพัฒนาขึ้นกว่าเดิมมาก คิดเป็นร้อยละ 23.73 และ เห็นว่าในเมืองไทยยังมีผู้กำกับการแสดงภาพยนตร์เป็นจำนวนมากน้อย ซึ่งควรให้ความสำคัญกับผู้กำกับแสดงมากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 15.26 ตามลำดับ

5. เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าเทคนิคพิเศษที่ใช้ในการสร้างภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน ยังไม่ค่อยแนบเนียน บังคับไม่เป็นธรรมชาติมากเท่าที่ควร คิดเป็นร้อยละ 36.84 รองลงมา เห็นว่า เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการสร้างภาพยนตร์ไทย บังทำให้ทัดเที่ยมกับภาพยนตร์ต่างประเทศไม่ได้

คิดเป็นร้อยละ 24.06 และ เห็นว่าgapยนตร์ไทยในปัจจุบันมีการพัฒนาด้านเทคนิคพิเศษเพิ่มมากขึ้นและดูทันสมัยขึ้น คิดเป็นร้อยละ 17.29 ตามลำดับ

6. สถานที่ถ่ายทำgapยนตร์ / อุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำgapยนตร์

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าgapยนตร์ไทยในปัจจุบัน มีการเลือกใช้สถานที่หรืออุปกรณ์ที่มีความเหมาะสมกับแนวgapยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 28.42 รองลงมา เห็นว่าเน้นสถานที่ถ่ายทำที่มีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 21.05 และ เห็นว่าในบางครั้งสถานที่ถ่ายทำก็ยังไม่ค่อยมีความเหมาะสมกับแนวของgapยนตร์มากเท่าที่ควร คิดเป็นร้อยละ 16.84 ตามลำดับ

7. ทุนที่ใช้สร้างgapยนตร์

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าgapยนตร์ไทยในปัจจุบันใช้ทุนในสร้างgapยนตร์สูงกว่าในสมัยก่อนมาก คิดเป็นร้อยละ 31.62 รองลงมา เห็นว่าใช้ต้นทุนในสร้างมากเกินไป ซึ่งไม่คุ้มค่ากับgapยนตร์ที่ทำออกมานา คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ เห็นว่าgapยนตร์ไทยในปัจจุบันใช้ต้นทุนในสร้างที่ไม่สูงมากนัก แต่ก็ผลิตผลงานออกมากได้ดี คิดเป็นร้อยละ 17.65 ตามลำดับ

8. ค่าย / ผู้สร้างgapยนตร์

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าในปัจจุบันมีค่ายgapยนตร์เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการสร้างgapยนตร์ที่หลากหลายแนว คิดเป็นร้อยละ 38.93 รองลงมา ไม่ได้ให้ความสำคัญกับค่าย/ผู้สร้างgapยนตร์มากนัก จะเป็นค่ายไหนก็ได้ แต่ขอให้ผลิตgapยนตร์ที่มีคุณภาพออกมากเพียงพอแล้ว คิดเป็นร้อยละ 30.54 และ เห็นว่ามีค่ายgapยนตร์ที่เป็นค่ายอินดี้ ค่ายเสรีเพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 17.56 ตามลำดับ

9. การติดอันดับgapยนตร์

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าgapยนตร์ที่ติดอันดับไม่ได้หมายความว่าเป็นgapยนตร์ที่ดีเสมอไป คิดเป็นร้อยละ 32.65 รองลงมา เห็นว่าการติดอันดับgapยนตร์ทำเงินไม่ใช่ประเด็นสำคัญ แต่แนวgapยนตร์สำคัญมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 17.35 และ เห็นว่าgapยนตร์ไทยในปัจจุบันไม่ค่อยมีติดอันดับgapยนตร์ที่ทำรายได้สูง คิดเป็นร้อยละ 16.33 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมgapยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ล้วนอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 5 ปัจจัย ซึ่งสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงgapยนตร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.45)

โดยปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงgapยนตร์ที่กลุ่มผู้ชุมให้ความสำคัญต่อการเลือกชุมgapยนตร์ไทยมากที่สุด คือ 1) การที่โรงgapยนตร์สะอาด / ไม่อับชื้น อันดับรองลงมา

ได้แก่ 2) การมีระบบเสียงที่ทันสมัย 3) การมีระบบภาพที่ทันสมัย 4) ความสะอาดกสนาของที่นั่งในโรงพยาบาล 5) การมีความสะอาดในการเดินทางไปปัจจุบันต่อ 6) การมีจำนวนโรงพยาบาลต่อให้เลือกซื้อมาก 7) ขนาดความกว้างของโรงพยาบาล และ 8) การมีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.10)

โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่กลุ่มผู้ชุมให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อแพทย์ไทยมากที่สุด คือ 1) การให้คูปอง / บัตรลดราคาค่าห้องพัตตานีต์ รองลงมา ได้แก่ 2) การแจกของที่ระลึกแพทย์ 3) การให้บริการของบัตรชมแพทย์ผ่านทางโทรศัพท์และอินเตอร์เน็ต 4) การให้บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัลหรือบัตรชมแพทย์ฟรี และ 5) การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชุมมีส่วนร่วม (เช่น การเด่นเกม การพบปะนักแสดง) ตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.09)

ทั้งนี้ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่กลุ่มผู้ชุมให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อแพทย์ไทยมากที่สุด คือ 1) ความสนใจในตัวแพทย์ รองลงมา ได้แก่ 2) การมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่แพทย์เข้าฉาย 3) การใช้เวลาว่างพักผ่อนจากการเรียนและการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย 4) การทำกิจกรรมร่วมกับคนรัก 5) การเข้าสังคมในหมู่เพื่อน และ 6) การทำตามกระแสนิยม ตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.08)

ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มผู้ชุมให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อแพทย์ไทยมากที่สุด คือ 1) สื่อโฆษณา / แพทย์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์ รองลงมา ได้แก่ 2) สื่อโฆษณา / แพทย์ตัวอย่างที่ฉายในโรงพยาบาล 3) สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ 4) สื่อโฆษณาในนิตยสารต่างๆ 5) สื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์ 6) สื่ออินเตอร์เน็ต 7) ใบปิดหนัง / แผ่นพับ / โปสเตอร์ และ 8) คำแนะนำ / การวิจารณ์แพทย์จากบุคคลอื่น ตามลำดับ

5. ปัจจัยด้านองค์ประกอบของแพทย์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.81)

โดยปัจจัยด้านองค์ประกอบของแพทย์ที่กลุ่มผู้ชุมให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อแพทย์ไทยมากที่สุด คือ 1) เนื้อหาสาระ / แนวของแพทย์ รองลงมา ได้แก่ 2) ควรนำแสดง 3) การติดอันดับแพทย์ทำเงิน 4) เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ 5) ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องให้น่าสนใจ 6) ระยะเวลาในการฉายแพทย์ 7) สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำแพทย์ 8) ผู้กำกับการแสดง 9) นักแสดงประกอบ 10) ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำแพทย์ และ 11) ค่าย / ผู้สร้างแพทย์ ตามลำดับ

เมื่อนำปัจจัยรายละเอียดปลีกย่อยในด้านต่าง ๆ ของทุกปัจจัยมาวิเคราะห์ร่วมกันแล้ว นั้น ผลการวิจัยกลับพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์ 2) สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์ 3) โรงภาพยนตร์สะอาด / ไม่อับชื้น 4) สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์ 5) มีระบบเสียงที่ทันสมัย 6) สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ 7) มีระบบภาพที่ทันสมัย 8) สื่อโฆษณาในนิตยสารต่าง ๆ 9) ความสนใจในตัวภาพยนตร์ และ 10) การมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่ภาพยนตร์เข้าฉาย ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 10 อันดับสุดท้าย (เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด) สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์ 2) ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ 3) การทำงานกระแสเนียม 4) นักแสดงประกอบ 5) ผู้กำกับการแสดง 6) การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกม การพนบ朋นักแสดง 7) สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ 8) การให้บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัลหรือบัตรชมภาพยนตร์ฟรี 9) ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์ และ 10) ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องให้น่าสนใจ ตามลำดับ

และในส่วนของปัจจัยที่นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของตน จำนวน 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ 2) ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์ 3) การทำงานกระแสเนียม 4) การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกม การพนบ朋นักแสดง 5) ขนาดความกว้างของโรงภาพยนตร์ 6) ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์ 7) การมีจำนวนโรงภาพยนตร์ให้เลือกมาก 8) นักแสดงประกอบ 9) ผู้กำกับการแสดง และ 10) การติดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน ตามลำดับ

สำหรับความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีต่อภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันนี้ ส่วนใหญ่เห็นว่า ในปัจจุบันมีค่ายภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการสร้างภาพยนตร์ที่หลากหลายแนว แต่ในด้านเทคนิคพิเศษนั้น เห็นว่าเทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำยังไม่ค่อยแนบเนียนมากเท่าที่ควร และภาพยนตร์ที่ติดอันดับภาพยนตร์ทำเงินก็ไม่ได้หมายความว่าเป็นภาพยนตร์ที่ดีเสมอไป เพราะบางเรื่องก็อาจขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมในขณะนั้นมากกว่า ตลอดจนทุนที่ใช้ในการสร้างภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันก็ใช้ทุนสูงกว่าในสมัยก่อนมาก เป็นต้น

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.45)

โดยจะสังเกตได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะให้ความสำคัญกับบรรยายกาศภายในโรงพยาบาลต่อไปที่สุด โดยนักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องของความสะอาด / ไม่อับชื้นของโรงพยาบาล / เป็นอันดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าผู้ชุมชนต้องการความมีสุขอนามัยที่ดี เพราะโรงพยาบาลเป็นสถานที่ที่มีผู้มาใช้บริการอย่างหลากหลายและเป็นจำนวนมาก ดังนั้นหากโรงพยาบาลต่อไปสะอาด ถูกหลักสุขอนามัย ย่อมเป็นที่ดึงดูดใจให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้นตามไปด้วย ผลการวิจัยนี้เป็นไปตามการศึกษาของ บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ (2542x: 19) ที่ได้สำรวจพฤติกรรมการอุทหนังฟังเพลงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการชมภาพยนตร์ คือ ความสะอาดของโรงพยาบาล คำนึงถึงในการชมภาพยนตร์

นอกจากในด้านความสะอาด / ไม่อับชื้นของโรงพยาบาลแล้วนั้น การมีระบบเสียงที่ทันสมัย การมีระบบภาพที่ทันสมัย และความสะดวกสบายของที่นั่งในโรงพยาบาล ก็เป็นอีกปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญของลูกค้าตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นช่วยให้ผู้ชมผ่อนคลายและมีอารมณ์ร่วมกับภาพยนตร์โดยปราศจากสิ่งรบกวน

ส่วนองค์ประกอบภายนอกของโรงพยาบาล เช่น การมีความสะดวกในการเดินทางไปชมภาพยนตร์ และการมีสถานที่จอดรถสะดวกกว้างขวางนั้น น่าจะเป็นเพียงองค์ประกอบเสริมการตัดสินใจเท่านั้น ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดทางภูมิศาสตร์ที่วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของมนุษย์กับพื้นที่ด้านการเข้าถึงพื้นที่และทำเปรียบเทียบ ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจในการเดินทางไปซื้อของหรือรับบริการยังแหล่งกลาง (central place) หนึ่ง ๆ นั้น มักจะตั้งอยู่ในจุดที่เข้าถึงสะดวกที่สุด โดยจะพิจารณาจากทำเลที่ตั้งของร้านค้าและบริการที่เข้าถึงได้รวดเร็วที่สุด สะดวกสำหรับผู้ใช้รถยนต์เป็นพิเศษ สะดวกสำหรับการขนส่งมวลชนทุกแบบ ลดthon อุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น ค่าใช้จ่าย และการใช้เวลาในการเดินทาง เป็นต้น ทั้งนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเดินทางไปรับบริการในรัศมีที่ใกล้ที่สุด เพราะการเดินทางในระยะใกล้จะทำให้เสียเวลาไม่必要 และค่าใช้จ่ายในการเดินทางย่อมสูงเพิ่มขึ้นตามลำดับระยะทางที่เพิ่มขึ้น จนทำให้ไม่คุ้มค่าที่จะเข้ามารับบริการยังแหล่งกลางนั้น

นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีจำนวนโรงพยาบาลให้เลือกหลายโรงพยาบาล และขนาดความกว้างขวางของโรงพยาบาลเท่าเทียมกัน (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.99) ทั้งนี้อาจเป็น เพราะโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ปัจจุบัน เป็นโรงพยาบาลระบบมัลติเพล็กซ์ที่มีชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็นเครือเมเจอร์ชินเนเพล็กซ์ หรือเครือวิสต้า ดังนั้นไม่ว่านักศึกษาจะชมภาพยนตร์ที่โรงพยาบาลใด ต่างก็มีคุณภาพในระดับที่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากผู้ประกอบธุรกิจโรงพยาบาลต่อไปต่างก็พัฒนาคุณภาพของโรงพยาบาลในเครือของตน เพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับเครือโรงพยาบาลอื่น ๆ

สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายนั้น มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.10) จะสังเกตได้ว่า การส่งเสริมการขายโดยเฉพาะการให้คูปองหรือบัตรลดราคาค่าชุมภาพยนตร์นั้น มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกชุมภาพยนตร์ของนักศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพฤติกรรมการซื้อชุมภาพยนตร์ของนักศึกษาจะเข้ามีกันเป็นกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มเพื่อน ๆ การได้รับส่วนลดจากการเข้าชมจำนวนมาก เช่น ถ้าหากนักศึกษาเข้าชมชุมภาพยนตร์ 10 คน (หรือ 10 รอบ) จะได้ชัมพรีเพิ่มอีก 1 คน (หรือ 1 รอบ) หรือถ้าไปชมชุมภาพยนตร์ในวันพุธจะได้รับส่วนลดร้อยละ 20 ซึ่งการส่งเสริมการขายเหล่านี้นับเป็นตัวกระตุ้นการตัดสินใจได้ชัดเจน โดยนักศึกษาอาจคิดว่าการซื้อชุมภาพยนตร์ร่วมกับเพื่อน ๆ จำนวน 10 คน ราคากำบัตร 120 บาทต่อคน เท่ากับ 1,200 บาท ถ้าได้รับส่วนลดอีกร้อยละ 20 ก็จะเหลือเพียง 960 บาท สามารถประยุกต์เงินได้มากถึง 240 บาท เป็นต้น ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มนฤดิ ชาดา อำนวยชัย (2539: ก) ที่ทำการวิจัยเรื่องพัฒนาการและทิศทางของโรงชุมภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย ได้สำรวจพฤติกรรมผู้ชุมภาพยนตร์พบว่า ผู้ชุมภาพยนตร์ส่วนใหญ่ยังคงเป็นสมาชิกบัตรส่วนลดที่ทางโรงชุมภาพยนตร์จัดทำขึ้นมากที่สุด รองลงมาคือ การซื้อสินค้าหรืออาหารแล้วได้รับส่วนลดในการซื้อบัตรชุมภาพยนตร์ และการได้รับบัตรชุมภาพยนตร์ฟรี ตามลำดับ

สำหรับการส่งเสริมการขายโดยการให้บริการของบัตรชุมภาพยนตร์ผ่านทางโทรศัพท์ หรืออินเตอร์เน็ตนั้น นักศึกษาอาจไม่เห็นภาพที่ชัดเจนว่าได้รับประโยชน์อย่างไร แม้ว่าบางส่วนอาจรู้สึกว่าได้รับความสะดวกสบาย แต่ก็เป็นเพียงกลุ่มที่ต้องการชุมภาพยนตร์ที่เข้าฉายรอบแรก (ชุมภาพยนตร์เข้าใหม่) ซึ่งต้องแบ่งชื่อบัตรกับผู้ชุมนี้ แต่ถ้าเป็นชุมภาพยนตร์ที่เข้าฉายนานแล้ว นักศึกษาอาจไปต่อແ魁ซื้อบัตรชุมด้วยตนเองที่หน้าโรงชุมภาพยนตร์ได้ จึงทำให้ความสะดวกที่ได้รับจากการสั่งซื้อบัตรชุมภาพยนตร์ผ่านทางโทรศัพท์หรืออินเตอร์เน็ตถูกลดความสำคัญลงไปตามลำดับ

ในส่วนของปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น พบว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.09) จะสังเกตได้ว่า ความน่าสนใจของชุมภาพยนตร์มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ของนักศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาจะมีกระบวนการตัดสินใจจากการรับสื่อเป็นสำคัญ ถ้าชุมภาพยนตร์สามารถกระตุ้นให้นักศึกษามีความสนใจในชุมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว โอกาสที่นักศึกษาจะเลือกชุมภาพยนตร์ก็จะมีมากขึ้น และโดยส่วนใหญ่นั้น ชุมภาพยนตร์ตัวอย่างก็จะกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความสนใจได้รวดเร็วและครอบคลุมมากกว่าสื่อประเภทอื่น ตามดับต่อมาก คือ การมีเวลาว่างตรงกับช่วงเวลาที่ชุมภาพยนตร์เข้าฉาย กล่าวคือ ถ้าช่วงเวลาดังกล่าวไม่ตรงกับช่วงเวลาที่นักศึกษาทำกิจกรรม

หรือมีการสอน โอกาสที่นักศึกษาจะเข้าชมภาพนิทรรศก็จะมีมากขึ้น ในทำนองเดียวกัน ถ้าภาพนิทรรศกเข้าฉายในช่วงหลังการสอบก็จะได้รับความสนใจจากนักศึกษามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะภาพนิทรรศกแนวตอก เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่นักศึกษาต้องการคลายความตึงเครียดจากการเรียนและการสอบ เป็นต้น

ผลการศึกษาทางสถิติที่ได้ สอดคล้องกับผลการสำรวจของบริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ ประจำปี (2542ค : 19) เรื่องเส้นทางการตลาดของธุรกิจดูหนังฟังเพลง ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชมภาพนิทรรศกของผู้บริโภคมากรูปแบบที่สุด คือ ความสนใจในภาพนิทรรศก รองลงมาได้แก่ เพื่อน หรือผู้ที่ไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากก่อนที่จะชมภาพนิทรรศกเรื่องใดนั้น ในเบื้องต้นผู้ชมจะต้องมีความสนใจในภาพนิทรรศกนั้น ไม่มากก็น้อย และ nokken ของการสนใจโดยส่วนตัวแล้ว ยังต้องมีเหตุจุงใจอื่น ๆ ที่มากระตุ้นความรู้สึกอยากรามภาพนิทรรศกด้วย เช่น เพื่อนชวนไปชม มีคนแนะนำว่าดี อุญญาลี โรงภาพยนตร์ หรือมีเวลาว่าง เป็นต้น

ส่วนการใช้เวลาว่างจากการเรียนและทำกิจกรรมนั้น นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าเวลาว่าง มีความสำคัญปานกลางในการชมภาพนิทรรศก เนื่องจากนักศึกษาในระดับอุดมศึกษานั้นจะมีช่วงเวลาว่างหลังจากการเรียนในแต่ละวันค่อนข้างมาก นักศึกษาสามารถไปชมภาพยนตร์เมื่อใดก็ได้ สำหรับการเข้าสังคมในหมู่เพื่อน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการชมภาพนิทรรศก กับเพื่อนในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นไปตามแนวคิดด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต กล่าวคือ วัยรุ่นจะเลือกรับสารโดยได้รับอิทธิพลจากค่านิยมและกลุ่มอ้างอิงทางสังคม ซึ่งก็คือกลุ่มเพื่อน โดยวัยรุ่นมีพฤติกรรมการชมภาพนิทรรศกที่กระทำตามอย่างกันในหมู่เพื่อนฝูง เพราะคิดว่าหากไม่ทำอย่างนั้น แล้วก็จะไม่สามารถเข้ากลุ่มกับกลุ่มเพื่อนหรือได้รับการยอมรับ ส่วนการทำตามกระแสนิยมนั้น มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนิทรรศกของนักศึกษาอยู่ในลำดับสุดท้าย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาในปัจจุบัน แม้จะติดเพื่อนแต่ก็ต้องการมีความคิดเป็นของตนเองด้วยเช่นกัน ประกอบกับแต่ละคนสามารถรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอได้ด้วยตนเอง และนำมาพิจารณาประกอบการเลือกชมด้วยตนเอง ไม่จำเป็นต้องทำอะไรมากมาย หรืออาจเป็นเพียงการชมภาพนิทรรศกนั้นเป็นกิจกรรมที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการซื้อบัตรชม นักศึกษาแต่ละคนจึงต้องใช้การพิจารณาตัดสินใจเลือกชมภาพนิทรรศกแต่ละเรื่องด้วยตนเอง

ในด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนิทรรศกไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.08) จะสังเกตได้ว่าสื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างมีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนิทรรศกของนักศึกษาในระดับมาก โดยเฉพาะสื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่นำเสนอทางโทรทัศน์ เนื่องจากนักศึกษาได้เห็นทั้งภาพและเสียง ทำให้นักศึกษาได้รับการกระตุ้นจากสื่อโฆษณาโดยตรง อีกทั้งสื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึง

นักศึกษาได้เรียนและมากกว่าสี่ปีประเพณีนี้ เพราะโดยส่วนใหญ่นักศึกษาจะรับสืบต่อโหรทัศน์และติดตามข่าวสารจากสืบต่อโหรทัศน์มากกว่าสี่ปีอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเตือนใจ ทองสำราิต (2516 อ้างใน จรส กายโรจน์, 2543: 34) เรื่องเหตุผลในการเลือกชุมภาพญตร์ของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ที่กล่าวว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่เข้าชมภาพญตร์เพราเห็นภาพญตร์ตัวอย่างแล้วอยากรู้ ทั้งนี้เนื่องจากภาพญตร์ตัวอย่างมักจะคัดตอนที่ดีที่สุดหรือตีนเด่นที่สุดมาให้ชม เพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมให้มากที่สุด ดังนั้น เมื่อผู้ชมชมภาพญตร์ตัวอย่างแล้ว หากเรื่องใดเป็นเรื่องที่เข่นชوبก็จะจำจำไว้เพื่อติดตาม

นอกจากนี้อาจเป็นเพราภาพญตร์ตัวอย่างเป็นเพียงส่วนหนึ่งของเนื้อหาของภาพญตร์เรื่องนั้น ๆ ซึ่งมีการตัดต่ออย่างสั้น ๆ ทำให้นางเรื่องผิดเพี้ยนไปจากเนื้อหาหรือแก่น (theme) ของภาพญตร์ที่ต้องการนำเสนอ เช่น เป็นภาพญตร์ชีวิตแต่ตัดต่อภาพญตร์ตัวอย่างออกมารูปภาพญตร์ตอก เป็นต้น ทำให้ผู้ชมต้องตัดสินใจติดตามชมภาพญตร์จากภาพญตร์ตัวอย่างที่ได้เห็นในระยะเวลาอันสั้น เพราคิดว่าภาพญตร์ที่จะชมมีเนื้อหาสาระตามที่ตนมองสนใจ และต้องการชม

ผลงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติภรณ์ ภูมิสวัสดิ์ (2529) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยปีดในกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพญตร์ไทย ที่พบว่า ภาพญตร์ตัวอย่างที่ออกเผยแพร่ทางโหรทัศน์และโรงภาพญตร์จะมีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพญตร์ไทยแต่ละเรื่องมากที่สุด และยังสอดคล้องกับการสัมภาษณ์และการศึกษาของพิรดา พจนพิสุทธิ์ (2539) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพญตร์กับการตัดสินใจชมภาพญตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจชมภาพญตร์นั้น วัยรุ่นให้ความสำคัญกับภาพญตร์ตัวอย่างมากที่สุดในสื่อเฉพาะกิจและสื่อนิวเคลียล เพราภาพญตร์ตัวอย่างมักจะคัดตอนที่ดีที่สุดหรือตีนเด่นที่สุดมาให้ชม เพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมให้มากที่สุด ดังนั้นเมื่อวัยรุ่นที่ได้ชมภาพญตร์ตัวอย่างแล้ว ถ้าหากเรื่องใดเป็นเรื่องที่เขาชื่นชอบเขาก็จะจำจำไว้เพื่อติดตาม และสำหรับประเภทสื่อมวลชน วัยรุ่นจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพญตร์จากสื่อโหรทัศน์มาเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีทั้งภาพและเสียงและมีประสิทธิภาพในการจูงใจมากกว่าสื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์

ส่วนคำแนะนำ / การวิจารณ์จากบุคคลอื่น เช่น เพื่อนหรือนักวิจารณ์ภาพญตร์จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพญตร์ไทยของนักศึกษาอยู่ในลำดับท้ายสุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของเพื่อนที่วิจารณ์ ความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลหรือเรื่องราวต่าง ๆ และความนาเชื่อถือของนักวิจารณ์เป็นสำคัญ กล่าวคือ ถ้าผู้วิจารณ์ภาพญตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือมีความน่าเชื่อถือ นักศึกษาก็จะให้ความสนใจกับภาพญตร์เรื่องนั้นมากขึ้นเป็นลำดับ

และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพนตร์ ได้แก่ เนื้อหาสาระ / แนวของภาพนตร์ ดำเนินการแสดง เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ การติดอันดับภาพนตร์ทำเงิน ความน่าสนใจของชื่อเรื่อง สถานที่ถ่ายทำภาพนตร์ ระยะเวลาการดำเนินเรื่องของภาพนตร์ ผู้กำกับการแสดง นักแสดงประกอบ ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพนตร์ และค่าย / ผู้สร้างภาพนตร์ พบว่า มืออิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.81) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมาก คือ ด้านเนื้อหาสาระ / แนวของภาพนตร์ เนื่องจากเป็นตัวกำหนดทิศทางของภาพนตร์ ทำให้นักศึกษาทราบถึงแนวทางในการดำเนินเรื่องและประเภทของภาพนตร์ที่จะชุมและนำไปสู่การตัดสินใจชมภาพนตร์เรื่องนั้น ๆ

ส่วนขององค์ประกอบของภาพนตร์ด้านความน่าสนใจของชื่อเรื่อง เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ สถานที่ถ่ายทำภาพนตร์ ระยะเวลาการดำเนินเรื่องของภาพนตร์ และการติดอันดับภาพนตร์ทำเงินนั้น มีความใกล้เคียงกันอยู่มาก ถึงแม้ในปัจจุบันนี้จะมีภาพนตร์ไทยให้เลือกชมอยู่เป็นจำนวนมากก็ตาม แต่ก็ไม่มีภาพนตร์เรื่องใดที่โดดเด่นเป็นพิเศษ ตลอดจนดำเนินการนำเสนอและผู้กำกับการแสดงก็มีอยู่เป็นจำนวนมากด้วยเช่นกัน มีตารางและผู้กำกับการแสดงหน้าใหม่หลายราย นักศึกษาจึงไม่ได้จำกัดอยู่ที่ใครคนใดเป็นพิเศษ เพียงแค่ขอให้มีความสามารถในการแสดงและการกำกับการแสดงก็พอแล้ว ในขณะที่นักแสดงประกอบ ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพนตร์ และค่าย / ผู้สร้างภาพนตร์ มีความสำคัญลดลงตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการทั้งสามปัจจัยสุดท้ายนี้ เป็นเพียงองค์ประกอบส่วนหนึ่งของภาพนตร์เท่านั้น นักศึกษาจึงไม่ค่อยให้ความสำคัญมากเท่าที่ควร

เป็นที่สังเกตได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนั้นให้ความสำคัญกับเนื้อหาสาระและแนวภาพนตร์มากกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ รองลงมา คือ ดำเนินการแสดง การติดอันดับภาพนตร์ทำเงิน และเทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำภาพนตร์ ตามลำดับ ซึ่งบ่งชี้ว่า ถ้าเรื่องราวหรือเนื้อหาของภาพนตร์มีความน่าสนใจก็จะสามารถจูงใจให้นักศึกษาเลือกชมภาพนตร์ดังกล่าวมากขึ้น และจะสนับใจยิ่งขึ้นไปอีกถ้ามีดำเนินการนำเสนอและเทคโนโลยีที่ตนเองชื่นชอบ เป็นภาพนตร์ที่ทำรายได้สูง ตลอดจนมีเทคนิคพิเศษที่แปลกใหม่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักศึกษาได้รับอิทธิพลจากภาพนตร์ต่างประเทศ โดยเฉพาะภาพนตร์จากช่องลีวูด ซึ่งมีการดำเนินเรื่องราวและเทคนิคพิเศษที่น่าสนใจ ผลงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริชาต พรมหมื่น (2543: ก) ที่ระบุว่า ตลอดระยะเวลาของประวัติศาสตร์ภาพนตร์ไทย อิทธิพลของภาพนตร์ช่องลีวูดจะปรากฏออกมายให้เห็นในรูปแบบเทคนิคการผลิต และการเล่าเรื่อง ภาพนตร์ร่วมสมัยของไทยจึงได้รับอิทธิพลจากภาพนตร์ช่องลีวูดมากที่สุด โดยเฉพาะในส่วนของเนื้อหา เช่น โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร และรูปแบบ เช่น องค์ประกอบของฉาก การทำงานของกล้อง การตัดต่อเทคนิคพิเศษ เป็นต้น ซึ่งให้เห็นว่า บุคปัจจุบันให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้สร้างภาพนตร์ชาวไทยจึงต้องผลิต

ก้าวชนิดนี้เป็นการยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีระดับโลก ไม่ใช่แค่การนำเข้าสินค้า แต่เป็นการนำเข้าความรู้ ความคิดเห็น และความสามารถที่จะช่วยให้ประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ตาราง 4 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย平均 ประจำปีที่มีอัตราพิเศษต่อการเดือดออกซามาพอยนต์ไทยของนักศึกษานำหัววิทยาลัยเชียงใหม่

ก้าพรวมปัจจุบันผลต่อการชุมภาพอยนต์ไทย	อัตราเบี้ยพัสดุต่อการเดือดออกซามาพอยนต์ไทย				ค่าเฉลี่ยรวม อัตราเบี้ยพัสดุ	ระดับอัตราเบี้ยพัสดุ	
	ไม่มีอัตราเบี้ยพัสดุ	มีอัตราเบี้ยพัสดุ	อัตราเบี้ยพัสดุปานกลาง	อัตราเบี้ยพัสดุมาก			
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดำเนินองค์กรระดับของโรงเรียนต้นตอ	3 (1.70)	13 (7.39)	69 (39.20)	91 (51.70)	2.45	ปานกลาง	
ดำเนินการส่งเสริมการขาย	5 (2.84)	38 (21.59)	78 (44.32)	55 (31.25)	2.10	ปานกลาง	
ดำเนินรูปแบบการค้าในนิเวศวัต	7 (3.98)	26 (14.77)	102 (57.95)	41 (23.30)	2.09	ปานกลาง	
ดำเนินสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	5 (2.84)	30 (17.05)	97 (55.11)	44 (25.00)	2.08	ปานกลาง	
ดำเนินองค์กรควบคุมงาพอยนต์	5 (2.84)	58 (32.95)	88 (50.00)	25 (14.20)	1.81	ปานกลาง	
ภาระรวมปัจจัย	1 (0.57)	23 (13.07)	124 (70.45)	28 (15.91)	2.03	ปานกลาง	

ตาราง 5 จำนวน ร้อยละ และค่าผลต่อการเลือกชุมชนภาคพย腾ทร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เนื้อหาของที่ประดิษฐ์

องค์ประกอบ	บินบิชพลต่อการเลือกชนภาคพย腾ทร์ไทย					
	ไม่มีอิทธิพล	มีอิทธิพลน้อย	มีอิทธิพลปานกลาง	มีอิทธิพลมาก	คำขอที่มี	ระดับอิทธิพล
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ด้านองค์ประกอบของภาคพย腾ทร์						
โรงเรียนตัวตระอุด / ไม่มีชื่อ	3 (1.70)	6 (3.41)	50 (28.41)	117 (66.48)	2.64	มาก
มีระบบสื่อสารที่ทันสมัย	3 (1.70)	9 (5.11)	57 (32.39)	107 (60.80)	2.57	มาก
มีระบบภาษาพหุภาษาทันสมัย	3 (1.70)	4 (2.27)	71 (40.34)	98 (55.68)	2.54	มาก
ความสะดวกสบายของท่านในโรง	4 (2.27)	17 (9.66)	83 (47.16)	72 (40.91)	2.32	ปานกลาง
ภาคพย腾ทร์						
มีความตระหนูกในการเดินทางไปชุม	9 (5.11)	21 (11.93)	73 (41.48)	73 (41.48)	2.31	ปานกลาง
มีจำนวนโรงเรียนตัวตระอุดให้เลือกมาก	25 (14.20)	36 (20.45)	80 (45.45)	35 (19.89)	1.99	ปานกลาง
ขนาดความกว้างของถนน	28 (15.91)	30 (17.05)	89 (50.57)	29 (16.48)	1.99	ปานกลาง
มีห้องครัวและครัวกวางขวาง	9 (5.11)	45 (25.57)	84 (47.73)	38 (21.59)	1.95	ปานกลาง
รวม	3 (1.70)	13 (7.39)	69 (39.20)	91 (51.70)	2.45	ปานกลาง

ตาราง 5 (ต่อ)

องค์ประกอบ	อัพเดตผลต่อการเตือนภัยตามกฎหมายต่างประเทศ				ค่าเฉลี่ยทั้งหมด	อัตราผิดพลาด	
	ไม่มีอิทธิพล	อิทธิพลน้อย	อิทธิพลปานกลาง	อิทธิพลมาก			
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2. ด้านการส่งเสริมการขาย							
การให้คูปอง / บัตรลดราคาค่าซื้อ							
ภาคผนวกตัวรับ	8	(4.55)	27	(15.34)	75	(42.61)	66
การเบิกจากองค์กรระดับภาระเพียงครั้งเดียว	9	(5.11)	49	(27.84)	76	(43.18)	42
การให้หน่วยบริการจ่ายเงินค่าธรรมเนียมก่อนตัวรับ	22	(12.50)	42	(23.86)	80	(45.45)	32
ผ่านทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต							
การให้ข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	12	(6.82)	55	(31.25)	75	(42.61)	34
ช่องทางเว็บหรือแอปพลิเคชันต่างๆ							
การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ซื้อมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกม การพูดคุย	41	(23.30)	45	(25.57)	69	(39.20)	21
นักแสดง	5	(2.84)	38	(21.59)	78	(44.32)	55
รวม							

ตาราง 5 (ต่อ)

องค์กรภายใน	อัตรากำลังที่ขาดช่วงตามภูมิภาค						ค่าเฉลี่ยปัจจุบัน	ระดับอิทธิพล
	ไม่มีอิทธิพล	อิทธิพลน้อย	อิทธิพลปานกลาง	อิทธิพลมาก	จำนวน	ร้อยละ		
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
3. ตัวนรណิษฐ์								
ความสนใจในตัวภายนคร	2	(1.14)	20	(11.36)	64	(36.36)	90	(51.14)
การเมืองต่างประเทศที่ช่วยเหลือที่	11	(6.25)	12	(6.82)	85	(48.30)	68	(38.64)
ภายนครที่ใช้ประโยชน์	8	(4.55)	24	(13.64)	92	(52.27)	52	(29.55)
การใช้เวลาเพื่อสอนภาษาเรียน	18	(10.23)	36	(20.45)	75	(42.61)	47	(26.70)
แหล่งการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	11	(6.25)	42	(23.86)	86	(48.86)	37	(21.02)
การท่องเที่ยวในหมู่บ้าน	41	(23.30)	54	(30.68)	67	(38.07)	14	(7.95)
รวม	7	(3.98)	26	(14.77)	102	(57.95)	41	(23.30)
							2.09	ปานกลาง

ตาราง 5 (ต่อ)

องค์กรก่อน	ไม่มีบริพัດ	อิทธิพลต่อกำลังการเลือกชนเผ่าพมัตรไทย				ค่านักศึกษา	ระดับอัจฉริยภาพ
		อิทธิพลน้อย	อิทธิพลปานกลาง	อิทธิพลมาก	อิทธิพล		
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. ดำเนินการประชารัฐเพื่อพัฒนา							
ส่อ โฆษณา / ภาพบันทึกเรื่องราวถ่ายทอดจากทางโทรทัศน์	3 (1.70)	5 (2.84)	38 (21.59)	130 (73.86)	2.72	มาก	
ส่อ โฆษณา / ภาพบันทึกเรื่องราวถ่ายทอดจากในโรงภาพยนตร์	3 (1.70)	6 (3.41)	50 (28.41)	117 (66.48)	2.64	มาก	
ส่อ โฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ	3 (1.70)	9 (5.11)	57 (32.39)	107 (60.80)	2.57	มาก	
ส่อ โฆษณาในนิตยสารต่างๆ	3 (1.70)	4 (2.27)	71 (40.34)	98 (55.68)	2.54	มาก	
ส่อ โฆษณาในหนังสือพิมพ์	4 (2.27)	17 (9.66)	83 (47.16)	72 (40.91)	2.32	ปานกลาง	
ส่อ ข้อมูลเรื่องตัวต่อตัว	9 (5.11)	21 (11.93)	73 (41.48)	73 (41.48)	2.31	ปานกลาง	
ไปรษณีย์ / หนังพับ / ไปรษณีย์	10 (5.68)	25 (14.20)	88 (50.00)	53 (30.11)	2.17	ปานกลาง	
ดำเนินการ / การวิเคราะห์เผ่าพมัตรเจ้า							
บุคลากร เช่น พ่อคุณ นักวิจารณ์	9 (5.11)	45 (25.57)	84 (47.73)	38 (21.59)	1.96	ปานกลาง	
ภาคภูมิตร	5 (2.84)	30 (17.05)	97 (55.11)	44 (25.00)	2.08	ปานกลาง	
รวม							

ตาราง 5 (ต่อ)

องค์ประกอบ	อัตราผิดต่อการเสียภาษีตามกฎหมายต่างประเทศ						ค่าเฉลี่ยทั่วไป	ค่าเฉลี่ยทั่วโลก
	ไม่มีภาษีพด	มีภาษีลดลง	มีภาษีบานกว้าง	อัตราภาษีลดลง	อัตราภาษีคงที่	อัตราภาษีเพิ่ม		
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน
5. ต้นทางและสถานที่ออกมูลค่าภาษี								
เมืองทางใต้ / เมืองของภูมิภาคต่างๆ	3 (1.70)	5 (2.84)	38 (21.59)	130 (73.86)	2.72	2.72	มาก	
ดำเนินการแล้ว	10 (5.68)	25 (14.20)	88 (50.00)	53 (30.11)	2.17	2.17	ปานกลาง	
การติดอันดับภาษีภูมิภาคต่างๆในเดือนกันยายน	23 (13.07)	38 (21.59)	70 (39.77)	45 (25.57)	2.05	2.05	ปานกลาง	
เทคโนโลยีที่ใช้ในการทำท่าฯ	15 (8.52)	43 (24.43)	72 (40.91)	46 (26.14)	2.02	2.02	ปานกลาง	
ลักษณะการตั้งชื่อรีสอร์ฟให้น่าสนใจ	21 (11.93)	40 (22.73)	86 (48.86)	29 (16.48)	1.93	1.93	ปานกลาง	
ระยะเวลาในการนยาภาษีภูมิภาคต่างๆ	26 (14.77)	40 (22.73)	90 (51.14)	20 (11.36)	1.87	1.87	ปานกลาง	
สถานที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคทำท่องเที่ยวต่างๆ	17 (9.66)	62 (35.23)	63 (35.80)	34 (19.32)	1.82	1.82	ปานกลาง	
ผู้นำในการแสดง	23 (13.07)	67 (38.07)	60 (34.09)	26 (14.77)	1.73	1.73	ปานกลาง	
นักแสดงประกอบ	24 (13.64)	61 (34.66)	71 (40.34)	20 (11.36)	1.73	1.73	ปานกลาง	

ตาราง 5 (ต่อ)

องค์ประกอบ	อัตริพลดต่อกำลังการเลือกซื้อตามภาระที่มี						อัตริพลด อัตริพลด			
	ไม่มีอัตริพลด			มีอัตริพลดน้อย						
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ทุนที่ใช้ในการถูกหักภาษีน้ำดื่ม	47	(26.70)	67	(38.07)	41	(23.30)	21	(11.93)	1.64	ปานกลาง
ค่าใช้จ่าย / ผู้สร้างภาระน้ำดื่ม	41	(23.30)	77	(43.75)	46	(26.14)	12	(6.82)	1.52	ปานกลาง
รวม	5	(2.84)	58	(32.95)	88	(50.00)	25	(14.20)	1.81	ปานกลาง

ตาราง ๖ ค่าเฉลี่ยของค่าปรับของหกปี จับทั้งพิสดารต่อการเลือกชุมภาพนธ์ ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนธ์ ไทยของนักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล
1. เนื้อหาสาระ / แนวของภาพนธ์	2.72	มาก
2. สื่อ โฆษณา / ภาพนธ์ตัวอย่างที่น่าทายทางไปหรือไม่	2.72	มาก
3. โรงภาพยนตร์สถานอาด / ไม่มีชื่อ	2.64	มาก
4. สื่อ โฆษณา / ภาพนธ์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์	2.64	มาก
5. มีระบบเสียงที่ทันสมัย	2.57	มาก
6. สื่อ โฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ	2.57	มาก
7. มีระบบภาพที่ทันสมัย	2.54	มาก
8. สื่อ โฆษณาในนิตยสารต่างๆ	2.54	มาก
9. ความสนใจในตัวภาพยนตร์	2.40	ปานกลาง
10. การนำเสนอของครุภัณฑ์เว驮ที่ภาพยนตร์นำมาใช้	2.34	ปานกลาง

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมชนมาพำนัตรัฐบาลของนักศึกษา

ระดับอิทธิพล

	ค่าเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล
11. ความตระหนานของที่นี่ใน รัฐบาลนั้น	2.32	ปานกลาง
สื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์	2.32	ปานกลาง
มีความสัมภានในการเดินทางไปชุมชนมาพำนัตรัฐบาลนั้น	2.31	ปานกลาง
สื่ออินเตอร์เน็ต	2.31	ปานกลาง
การให้ถูกอง / บัตรแสดงราคากาชุมชนมาพำนัตรัฐบาลนั้น	2.23	ปานกลาง
ทราบน้ำเสียง	2.17	ปานกลาง
การใช้วลาก่วงพักผ่อนจากการเรียนและการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย	2.17	ปานกลาง
น้ำปิดหน้า / แผ่นพับ / ใบสัต后排	2.17	ปานกลาง
การทำกิจกรรมร่วมกับคนรัก	2.07	ปานกลาง
การติดอันดับมาพำนัตรัฐบาล	2.05	ปานกลาง

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเดือดออกซามาพยนตร์ไทยของนักศึกษา

ค่าเฉลี่ย
ระดับอิฐวิผล

21.	ภาคนิพิศษ์ที่ใช้ในการถ่ายทำ	2.02	ปานกลาง
22.	สำนวนโรงภาพยนตร์ให้เลือกมาก	1.99	ปานกลาง
23.	ขนาดความกว้างของโรงภาพยนตร์	1.99	ปานกลาง
24.	การเข้าถึงคอมในหมู่เพื่อน	1.97	ปานกลาง
25.	การเดินทางที่ระดับภูมายนตร์ ดำเนินนำ / การวิจารณ์ภูมานตร์จากบุคคลอื่น เช่น เพื่อน นักวิชาชีว์ ภูมายนตร์	1.96	ปานกลาง
26.	ภูมายนตร์	1.96	ปานกลาง
27.	มีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	1.95	ปานกลาง
28.	การให้บริการของผู้รับชมภูมายนตร์ผ่านทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต	1.94	ปานกลาง
29.	ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องใหม่ๆ นำเสนอใน ระบบเว็บไซต์ภูมายนตร์	1.93	ปานกลาง
30.	ระบบเว็บไซต์ภูมายนตร์	1.87	ปานกลาง

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเตือนภัยทางน้ำหน้าศึกษา		ค่าเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล
31.	การให้บัตรสังคมคนจนเพื่อแคร์รูบของรัฐบาลหรือบัตรชันกษาพยนตร์	1.87	ปานกลาง
32.	สถานที่ใช้ในการถ่ายทำเรื่องน้ำหน้าศึกษา	1.82	ปานกลาง
33.	การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชุมชนมีส่วนร่วม เช่น การเดินเกม การพูดคุย	1.82	ปานกลาง
34.	นักแสดง	1.73	ปานกลาง
35.	ผู้กำกับการแสดง	1.73	ปานกลาง
36.	การทำตามกรอบและนิยาม	1.70	ปานกลาง
37.	ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์	1.64	ปานกลาง
38.	ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์	1.52	ปานกลาง

ตาราง 7 องค์ประกอบของทุกปัจจัยที่นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทย

ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่นักศึกษาระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทย	จำนวนผู้ตอบ (คน)
1. ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์	47
2. ค่าบ / ผู้สร้างภาพยนตร์	41
3. การทำงานกระแสเด่น	41
4. การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น การเดินเกม พับปนักแสดง	41
5. ขนาดความกว้างของโรงภาพยนตร์	28
6. ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์	26
7. มีจำนวนโรงภาพยนตร์ให้เลือกมาก	25
8. นักแสดงประกอบ	24
9. ผู้กำกับการแสดง	23
10. การติดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน	23
11. การให้บริการของบัตรชมภาพยนตร์ผ่านทางโทรศัพท์และอินเตอร์เน็ต	22
12. ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องให้น่าสนใจ	21
13. การทำกิจกรรมร่วมกับคนรัก	18
14. สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์	17
15. เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ	15
16. การให้บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัลหรือบัตรชมภาพยนตร์ฟรี	12
17. การมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่ภาพยนตร์เข้าฉาย	11
18. การเข้าสังคมในหมู่เพื่อน	11
19. ใบปิดหนัง / แผ่นพับ / โปสเตอร์	10
20. ควรนำแสดง	10

ตาราง 7 (ต่อ)

ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่นักศึกษาระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทย	จำนวนผู้ตอบ (คน)
21. สื่ออินเตอร์เน็ต	9
22. มีความสะดวกในการเดินทางไปชมภาพยนตร์	9
23. มีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	9
24. การแจกของที่ระลึกภาพยนตร์	9
25. คำแนะนำ / การวิจารณ์ภาพยนตร์จากบุคคลอื่น เช่น นักวิจารณ์ภาพยนตร์	9
26. การให้คูปอง / บัตรลดราคาค่าชมภาพยนตร์	8
27. การใช้เวลาว่างพักผ่อนจากการเรียนและการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย	8
28. สื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์	4
29. ความสะดวกสบายของที่นั่งในโรง ภาพยนตร์	4
30. สื่อโฆษณาในนิตยสารต่าง ๆ	3
31. มีระบบภาพที่ทันสมัย	3
32. สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ	3
33. มีระบบเสียงที่ทันสมัย	3
34. สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์	3
35. โรงภาพยนตร์สะอาด / ไม่อับชื้น	3
36. สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์	3
37. เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์	3
38. ความสนใจในตัวภาพยนตร์	2

ตาราง 8 ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน

ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อภาพยนตร์ไทย	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องภาพยนตร์		
1. ดึงดูดความสนใจได้ดี หวานให้ติดตาม	22	20.18
2. เป็นชื่อที่แปลง ฟังแล้วติดหูได้ง่าย	20	18.35
3. ชื่อสนับ กะทัดรัด เป็นไปง่าย สื่อถึงเนื้อร่องได้ดี	16	14.68
4. ไม่ค่อยน่าสนใจ น่าเบื่อ ไม่ดึงดูดใจ	13	11.93
5. ชื่อเรื่องไม่ค่อยเกี่ยวกับแนวของภาพยนตร์	10	9.17
ภาพยนตร์ไปแนวหนึ่ง ชื่อกลับไปอีกแนว		
6. ตั้งชื่อเรื่องได้เหมาะสมกับภาพยนตร์	10	9.17
7. มีความทันสมัยและสร้างสรรค์มากขึ้น	7	6.42
8. ไม่สนใจชื่อของภาพยนตร์ ถ้าเนื้อหาสนใจก็จะไปชม	5	4.59
9. ตั้งชื่อ โบราณเกินไป ไม่มีความเป็นสากล	4	3.67
10. ชื่อเรื่องยาวเกินไป ไม่เหมาะสมกับเนื้อร่อง	2	1.84
รวม	109	100.00
เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์		
1. เน้นแนวตalemakgeinไป	38	25.67
2. ทำภาพยนตร์ออกแบบตามกระแส จึงทำให้มีสาระและเนื้อหาคล้ายๆ กัน	27	18.24
3. เนื้อหาสาระไม่ค่อยน่าติดตาม ไม่ค่อยมีสาระ	20	13.51
4. มีความแปลง หลากหลาย และเริ่มนิทรรศภาพมากขึ้น	16	10.81
5. ไม่ค่อยหลากหลาย ไม่มีความหลากหลาย	14	9.46
6. ส่วนใหญ่เดาเนื้อร่องได้ ไม่ค่อยน่าตื่นเต้น	10	6.76
7. ภาพยนตร์รักโรมานติกไม่ควรนำเข้าจวนเกินไป	10	6.76
8. เข้าใจรายละเอียดได้ง่าย เนื้อร่องไม่มีความซับซ้อนเกิน	8	5.41
9. มีความทันสมัยมากขึ้น	5	3.38
รวม	148	100.00

ตาราง 8 (ต่อ)

ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อภาพยนตร์ไทย	จำนวน	ร้อยละ
ควรนำเสนอ		
1. เน้นการนำเสนอใหม่มากขึ้น	42	24.42
2. เน้นการที่มีชื่อเสียง ซึ่งบางครั้งก็ไม่มีความเหมาะสม	31	18.02
3. มีความเหมาะสมกับแนวภาพยนตร์	27	15.70
4. "ไม่ค่อยให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงมากนัก แค่แสดงได้ดีก็พอแล้ว"	20	11.63
5. ควรเน้นนักแสดงที่มีความสามารถกว่าที่รู้ปัจจุบัน	17	9.88
6. เน้นการลดลงมากจนเกินไป	15	8.72
7. เป็นการตามกระแสนิยม	13	7.56
8. มีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น	5	2.91
9. มีการดึงนักแสดงสำคัญมาเล่น ทำให้ภาพยนตร์น่าสนใจมากขึ้น	2	1.16
รวม	172	100.00
ผู้กำกับการแสดง		
1. เปิดโอกาสให้ผู้กำกับการแสดงหน้าใหม่มากขึ้น มีความหลากหลาย	35	29.66
2. มีความสามารถ พัฒนาขึ้นกว่าเดิมมาก	28	23.73
3. ในเมืองไทยมีผู้กำกับการแสดงภาพยนตร์น้อย ผู้กำกับการแสดงยังไม่ค่อยมีบทบาทมากนัก ควรให้ความสำคัญกับผู้กำกับการแสดงมากกว่านี้	18	15.26
4. ควรพัฒนาความสามารถให้มากกว่านี้	15	12.71
5. มีใจเดียวกับความคิดที่หลากหลาย ทำให้ภาพยนตร์มีหลายแนว	11	9.32
6. ควรเป็นผู้กำกับการแสดงที่มีประสบการณ์	6	5.08
7. ผู้กำกับการแสดงหน้าใหม่หรือไม่ ไม่สำคัญเท่ากับผลงานที่ผลิตออกมานะ	5	4.24
รวม	118	100.00
เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ		
1. เทคนิคพิเศษที่ใช้ยังไม่ค่อยแนบเนียนมากเท่าที่ควร ไม่สมจริง	49	36.84

ตาราง 8 (ต่อ)

ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อภาพบันตร์ไทย	จำนวน	ร้อยละ
ยังดูไม่เป็นธรรมชาติ		
2. ยังทำให้หัดเที่ยมกับภาพบันตร์ต่างประเทศไม่ได้	32	24.06
3. มีการพัฒนาด้านเทคนิคพิเศษเพิ่มมากขึ้น ทันสมัยขึ้น	23	17.29
4. ความมีเทคนิคพิเศษเพิ่มมากขึ้น	19	14.29
5. ไม่ควรทุ่มงบไปกับการสร้างเทคโนโลยีมากเกินไป	7	5.26
6. ไม่ค่อยมีเทคนิคพิเศษ	3	2.26
รวม	133	100.00
สถานที่ถ่ายทำภาพบันตร์ / อุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพบันตร์		
1. ใช้สถานที่หรืออุปกรณ์ที่มีความเหมาะสมกับแนวภาพบันตร์	27	28.42
2. เลือกโถเก็บน้ำที่สวยงาม เน้นความเป็นธรรมชาติมากขึ้น	20	21.05
3. ในบางครั้งสถานที่ถ่ายทำก็ยังไม่ค่อยเหมาะสม	16	16.84
4. ไม่เคยสนใจเรื่องสถานที่ถ่ายทำภาพบันตร์ จะเป็นที่ใดก็ได้	10	10.53
5. ยังจัดฉากไม่ค่อยสมจริงสมจัง	9	9.47
6. มีการสร้างสถานที่ถ่ายทำภาพบันตร์ที่หลอกหลอนมากขึ้น	8	8.42
7. ยังไม่เทียบเท่าภาพบันตร์ต่างประเทศ	5	5.27
รวม	95	100.00
ทุนที่ใช้สร้างภาพบันตร์		
1. ใช้ทุนสร้างภาพบันตร์สูงกว่าในสมัยก่อนมาก	43	31.62
2. ใช้ทุนสร้างมากเกินไป ไม่คุ้มค่ากับภาพบันตร์ที่ทำออกมา	34	25.00
3. ใช้ทุนสร้างภาพบันตร์ไม่สูงมากนักแต่ก็ผลิตผลงานออกมาได้ดี	24	17.65
4. จะใช้ทุนสร้างมากหรือน้อยไม่สำคัญ ขอให้ทำภาพบันตร์ออกมาดี ก็พอแล้ว	20	14.71
5. ใช้ทุนสร้างภาพบันตร์ดี	15	11.02
รวม	136	100.00

ตาราง 8 (ต่อ)

ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อภาพยนตร์ไทย	จำนวน	ร้อยละ
ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์		
1. มีค่ายภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการสร้างภาพยนตร์ที่หลากหลายแนว	51	38.93
2. ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับค่าย/ผู้สร้างมากนัก จะเป็นค่ายไหนก็ได้ขอให้ผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพอกรถมากก็เพียงพอแล้ว	40	30.54
3. เป็นค่ายอนดี ค่ายเสรีเพิ่มมากขึ้น	23	17.56
4. คิดว่าผู้สร้างยังไม่ค่อยยกถ้วยทุนทำภาพยนตร์ไทยหลากหลายแนว	13	9.92.
5. บางค่ายเน้นหน้าตาคนแต่งเกินไป ใช้แต่นักแสดงในสังกัดของตน	4	3.05
รวม	131	100.00
การติดอันดับภาพยนตร์		
1. ภาพยนตร์ที่ติดอันดับ ไม่ได้หมายความว่าเป็นภาพยนตร์ที่ดีเสมอไป บางเรื่องก็อาจขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมในขณะนั้นมากกว่า	32	32.65
2. การติดอันดับ ไม่ใช่ประเด็นสำคัญ แนวภาพยนตร์สำคัญมากกว่า	17	17.35
3. ไม่ค่อยติดอันดับภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูง	16	16.33
4. มีภาพยนตร์ในตลาดมากขึ้น การแข่งขันมาก และติดอันดับมากขึ้น	13	13.27
5. ภาพยนตร์ที่ติดอันดับจะช่วยกระตุ้นให้อยากไปชมมากขึ้น	10	10.20
6. มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ชมมากที่สุด	7	7.14
7. เริ่มมีการติดอันดับแข่งกับภาพยนตร์ต่างประเทศมากขึ้น	3	3.06
รวม	98	100.00

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการที่มีจำนวนภาคพยนตร์ไทยเข้าฉายในโรงภาคพยนตร์เพิ่มขึ้น ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา ได้สะท้อนภาพการขยายตัวของธุรกิจในทิศทางที่ค่อนข้างดีอย่างต่อเนื่อง ภาคพยนตร์ไทยหลายเรื่องทำรายได้มากกว่า 100 ล้านบาทในประเทศ และยังสามารถส่งออกภาคพยนตร์ไทยไปจำหน่ายยังต่างประเทศเพิ่มขึ้น และด้วยความสำาคัญอย่างยิ่งของผู้ชมที่มีต่อตลาดภาคพยนตร์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยหรือองค์ประกอบที่เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลในการเลือกชมภาคพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้งนี้ เพราะผู้วิจัยเห็นว่า นักศึกษาที่มีอายุระหว่างนี้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเป้าหมายของตลาดภาคพยนตร์ไทย อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะชมภาคพยนตร์ต่อไปได้เรื่อยๆ จึงเป็นที่น่าสนใจกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีรูปแบบพฤติกรรมในการรับชมภาคพยนตร์ไทยเป็นไปในลักษณะใด มีปัจจัยใดเข้ามาเกี่ยวข้องในการเลือกชมภาคพยนตร์ไทยของนักศึกษา ทั้งในด้านองค์ประกอบของภาคพยนตร์ ด้านองค์ประกอบของโรงภาคพยนตร์ ด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ตลอดจนด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

การวิจัยปัจจุบันพิเศษเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาคพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ของผู้ชุมภาคพยนตร์ที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษา 2) พฤติกรรมการชมภาคพยนตร์ไทยของนักศึกษา และ 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาคพยนตร์ไทยของนักศึกษา

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษา 2549 กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่ได้จากการสุ่มแบบความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% มีความผิดพลาด ได้ไม่เกินร้อยละ 15 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 176 คน โดยเก็บตัวอย่าง ณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ที่สร้างขึ้นเพื่อรับรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษา พฤติกรรมการชมภาคพยนตร์ไทย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาคพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสอบถามที่นำໄไปใช้ในการเก็บข้อมูลนั้น ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (validity) โดยนำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจพิจารณาภาษาและเนื้หาที่ใช้ในแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ทำเสร็จแล้วไปทำการทดสอบ (pre-test) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้

สูตรการหาสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาก (Cronbach alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 176 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.34 และเพศชาย ร้อยละ 34.66 มีอายุเฉลี่ย 20.25 ปี รายได้เฉลี่ย 4,275.57 บาทต่อเดือน โดยผู้ให้ข้อมูลมากกว่าหนึ่ง ในสามมีรายได้ระหว่าง 4,001-5,000 บาท และผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากกว่าครึ่งยังเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และกว่าครึ่งศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจ และผู้ให้ข้อมูลจำนวนเกินครึ่งได้เกรดเฉลี่ยรวมตลอดระยะเวลาการศึกษาอยู่ที่ระหว่าง 2.25-2.99

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ชุมภาพนตร์ 1-2 ครั้งต่อเดือน ผู้ให้ข้อมูลชอบชุมภาพนตร์แนวตอกขบขันที่สุด รองลงมาชอบชุมภาพนตร์แนวรักโรแมนติก และแนวตีกลับสยองขวัญ ตามลำดับ ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งชอบไปชุมภาพนตร์กับเพื่อน ๆ โดยเลือกชมในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ กิตเป็นร้อยละ 50.57 และไปชมในวันธรรมดา กิตเป็นร้อยละ 49.43 ซึ่งถือว่า ใกล้เคียงกันมาก โดยส่วนมากมักจะไปชุมภาพนตร์ในช่วงบ่าย คือ ตั้งแต่เวลา 12.01-17.00 น. และผู้ให้ข้อมูลประมาณสองในสามเสียค่าใช้จ่ายในการชุมภาพนตร์ต่อครั้งระหว่าง 101-200 บาท

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษา

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในการชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่แล้วนั้น พบว่า ไม่มีปัจจัยใดที่มีน้ำหนักหนักแน่นักพอที่จะชี้ชัดได้ว่านักศึกษามากมายชุมภาพนตร์ เพราะปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเป็นตัวชี้นำหลัก ทั้งนี้เป็นเพราะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่นั้น ล้วนอยู่ในระดับปานกลางทั้งสิ้น และคะแนนเฉลี่ยอิทธิพลของแต่ละปัจจัยกันนั่นว่ามีความใกล้เคียงกันอยู่มาก ซึ่งสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45) รองลงมา คือ 2) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10) 3) ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.09) 4) ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.08) และ 5) ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81) ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาในส่วนขององค์ประกอบอย่างของภาพรวมปัจจัยแต่ละด้านแล้วนั้น ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงพยาบาลต์ มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ ได้ดังนี้

- 1.1 การที่โรงพยาบาลสะอาด / ไม่อับชื้น
- 1.2 การมีระบบเสียงที่ทันสมัย
- 1.3 การมีระบบภาพที่ทันสมัย
- 1.4 ความสะอาดสวยงามของที่นั่งในโรงพยาบาล
- 1.5 การมีความสะอาดในการเดินทางไปชมภาพนตร์
- 1.6 การมีจำนวนโรงพยาบาลให้เลือกชมมาก
- 1.7 ขนาดความกว้างขวางของโรงพยาบาล
- 1.8 การมีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง

2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ ได้ดังนี้

- 2.1 การให้คูปอง / บัตรลดราคาค่าชมภาพนตร์
- 2.2 การแจกของที่ระลึกภาพนตร์
- 2.3 การให้บริการของบัตรชมภาพนตร์ผ่านทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต
- 2.4 การให้บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัลหรือบัตรชมภาพนตร์ฟรี
- 2.5 การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกม การพนปะ

นักแสดง

3. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ ได้ดังนี้

- 3.1 ความสนใจในตัวภาพนตร์
- 3.2 การมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่ภาพนตร์เข้าฉาย
- 3.3 การใช้เวลาว่างพักผ่อนจากการเรียนและการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย
- 3.4 การทำกิจกรรมร่วมกับคนรัก

3.5 การเข้าสังคมในหมู่เพื่อน

3.6 การทำตามกระแสนิยม

4. ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ได้ดังนี้

4.1 สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์

4.2 สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์

4.3 สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ

4.4 สื่อโฆษณาในนิตยสารต่างๆ

4.5 สื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์

4.6 สื่อออนไลน์เน็ต

4.7 ในปิดหนัง / แผ่นพับ / โปสเตอร์

4.8 คำแนะนำ / การวิจารณ์ภาพยนตร์จากบุคคลอื่น

5. ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ได้ดังนี้

5.1 เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์

5.2 ดำเนินการแสดง

5.3 การติดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน

5.4 เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ

5.5 ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องให้น่าสนใจ

5.6 ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์

5.7 สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์

5.8 ผู้กำกับการแสดง

5.9 นักแสดงประกอบ

5.10 ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์

5.11 ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยโดยรวมในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ปัจจัย พบร่วมกันว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นอันดับแรก แต่เมื่อนำปัจจัยรายละเอียดปลีกย่อยในด้านต่างๆ ของทุกปัจจัยมาวิเคราะห์ร่วมกันแล้ว

นั้น กลับพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์ ซึ่งได้แก่ ด้านเนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์ และ ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้แก่ ด้านสื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์กลับมีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่สุด และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษาในลำดับสุดท้าย คือ ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์

ทั้งนี้สามารถสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 10 อันดับแรก ได้ดังนี้ 1) เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์ 2) สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์ ลำดับรองลงมา ได้แก่ 3) โรงพยาบาล/สถาบัน 4) สื่อโฆษณา / ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงพยาบาล 5) มีระบบเสียงที่ทันสมัย 6) สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ 7) มีระบบภาพที่ทันสมัย 8) สื่อโฆษณาในนิตยสารต่างๆ 9) ความสนใจในตัวภาพยนตร์ และ 10) การมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่ภาพยนตร์เข้าฉาย ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 10 อันดับสุดท้าย (เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด) สามารถสรุปได้ ดังนี้ 1) ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์ รองลงมา คือ 2) ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ 3) การทำงานกระแสniym 4) นักแสดงประกอบ 5) ผู้กำกับการแสดง 6) การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกม การพับปานักแสดง 7) สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ 8) การให้บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัลหรือบัตรชมภาพยนตร์ฟรี 9) ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์ และ 10) ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องให้น่าสนใจ ตามลำดับ

ผลการวิจัยยังพบอีกว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ลิบอันดับสุดท้ายนั้น มีความใกล้เคียงและสอดคล้องกันอยู่มาก กับปัจจัยลิบอันดับแรกที่นักศึกษาระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของตน นั่นคือ 1) ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ 2) ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์ 3) การทำงานกระแสniym 4) การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกม การพับปานักแสดง 5) ขนาดความกว้างของวงภาพยนตร์ 6) ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์ 7) การมีจำนวนโรงพยาบาลให้เลือกมาก 8) นักแสดงประกอบ 9) ผู้กำกับการแสดง และ 10) การติดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพนตร์ไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” พบว่า

1. นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงพยาบาลเป็นลำดับแรก ดังนี้

1.1 ผู้บริหารของโรงพยาบาลควรเน้นและให้ความสำคัญในด้านการบริการลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะในด้านความสะอาด / ไม่อับชื้นของโรงพยาบาล การมีระบบเสียง และระบบภาพที่ทันสมัยของโรงพยาบาล รวมถึงการพัฒนาระบบทекโนโลยีที่ใช้ในโรงพยาบาลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ผู้ชมเข้ามารับชมในโรงพยาบาลของตน

1.2 การมีเก้าอี้นั่งชมภาพนตร์ที่สะดวกสบายก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ชมเลือกชมภาพนตร์ในโรงพยาบาลด้วยเช่นกัน เนื่องจากการชมภาพนตร์นั้นต้องใช้เวลาในการนั่งชมเป็นเวลาค่อนข้างนาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการดำเนินเรื่องของภาพนตร์แต่ละเรื่อง หากเก้าอี้นั่งที่ทางโรงพยาบาลจัดเตรียมไว้มีความสะดวกสบาย ไม่เบียดเสียดหรือแออัดกับแคบจนเกินไป ก็จะทำให้ผู้ชมภาพนตร์เกิดความผ่อนคลายได้มาก ดังนั้นทางผู้บริหารของโรงพยาบาลควรให้ความสำคัญในเรื่องเก้าอี้นั่งชมภาพนตร์ ไม่แพ้ด้านความสะอาด หรือการมีระบบเสียงและระบบภาพที่ทันสมัยภายในโรงพยาบาลด้วยเช่นกัน

2. เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเนื้อหาสาระ / แนวภาพนตร์ที่สุด ดังนี้

2.1 หากค่ายหรือผู้สร้างภาพนตร์ สร้างภาพนตร์ที่มีเรื่องราวหรือเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มผู้ชม ก็จะสามารถจูงใจให้เกิดการเลือกชมภาพนตร์เรื่องดังกล่าว และหากมีตารางนำเสนอที่กลุ่มผู้ชมชื่นชอบ หรือมีเทคนิคพิเศษแปลกใหม่ที่ใช้ในการถ่ายทำด้วยแล้ว ก็จะยิ่งช่วยเสริมให้ภาพนตร์เรื่องนั้นมีความน่าสนใจมากขึ้นเป็นลำดับ

2.2 ค่ายหรือผู้สร้างภาพนตร์ควรพิจารณาในการเลือกสร้างภาพนตร์ไทยให้ตรงกับแนวที่ผู้ชมส่วนใหญ่ชื่นชอบ เช่น อันดับหนึ่ง คือ ภาพนตร์ไทยแนวตfolkbun รองลงมา คือ ภาพนตร์ไทยแนวรักโรแมนติก และภาพนตร์ไทยแนวลึกลับสยองขวัญ ตามลำดับ ซึ่งแนวของภาพนตร์ทั้งหมดนี้ ส่วนเป็นแนวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพนตร์ของกลุ่มผู้ชมเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นการเพิ่มอัตราการรับชมภาพนตร์ของกลุ่มผู้ชมให้มากขึ้น แต่ทั้งนี้ผู้สร้างภาพนตร์เองก็จะต้องพิจารณาถึงเนื้อหาของภาพนตร์ด้วยเช่นกัน โดยไม่สร้างภาพนตร์ให้มีเนื้อหาซ้ำซากจำเจ เพราะอาจทำให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายต่อแนวภาพนตร์นั้น ๆ ได้

2.3 ในการสร้างภาพยนตร์แนวตอกขบขันนี้ หากค่ายหรือผู้สร้างภาพยนตร์ พร้อมใจกับผลิตแต่ภาพยนตร์แนวนี้เพียงอย่างเดียว เพื่อตอบสนองกระแสความต้องการของกลุ่มผู้ชมก็อาจทำให้ภาพยนตร์แนวตอกขบขันล้นตลาด และทำให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายได้ เนื่องจากอาจเกิดความซ้ำซากจำเจของบทภาพยนตร์หรือมุ่งตอกที่สอดแทรกอยู่ในภาพยนตร์

2.4 ในการสร้างภาพยนตร์แนวตอกขบขัน ภาพยนตร์แนวรักโรแมนติก และภาพยนตร์แนวลึกลับสยองขวัญนั้น ค่ายหรือผู้สร้างภาพยนตร์ควรสร้างภาพยนตร์ของตนให้เป็นสื่อบันเทิงที่มีคุณค่าทางปัญญา แฟงไว้ด้วยสาระและเรื่องคิด เพื่อให้ผู้ชมเกิดจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม นอกจากนี้ เนื้อหาของภาพยนตร์ควรแฟงไว้ด้วยแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากผู้ชมภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มเยาวชน นักเรียน นักศึกษา หากเยาวชนกลุ่มนี้ได้ชมภาพยนตร์โดยได้รับทั้งความบันเทิงควบคู่ไปกับการสอนแทรกแนวคิด คุณธรรม ความรู้ หรือมุ่งมองที่น่าจะเป็นประโยชน์ด้วยแล้ว ก็ย่อมจะส่งผลต่อแนวความคิดหลักของพวง衆ฯ ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญและช่วยอื้อประโยชน์ต่อสังคมไทยในอนาคต

2.5 หากเป็นภาพยนตร์แนวเดียวกัน แต่ผู้สร้างภาพยนตร์สามารถทำให้ภาพยนตร์ของตนมีนิบบและเนื้อหาสาระที่แปลกใหม่ ผลิตขึ้นมาจากการคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่ซ้ำกับภาพยนตร์ร่องโขนก่อน ก็จะสามารถดึงดูดให้ผู้ชมเข้ามารับชมภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น

3. ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ลายทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์ สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ และสื่อโฆษณาในนิตยสารต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษาในระดับมาก ดังนี้

3.1 ผู้ผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ควรมีความคิดสร้างสรรค์ในการตัดต่อภาพยนตร์ตัวอย่างให้ดึงดูดความสนใจจากผู้ชมมากที่สุด ซึ่งจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ชมอยากร่วมภาพยนตร์มากยิ่งขึ้น เช่น การตัดต่อจากที่ตอกที่สุดในภาพยนตร์แนวตอกขบขัน หรือหากที่น่ากลัวที่สุดในภาพยนตร์แนวลึกลับสยองขวัญ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ร่องน้ำ ๆ

3.2 การให้ดาวรำ实质性แสดงที่กำลังได้รับความนิยมมาให้เสียงประกอบการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในรายการวิทยุต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันถือได้ว่ามีรายการวิทยุที่ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อเอาใจวัยรุ่นเกิดขึ้นอย่างมาก many หากกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่ติดตามฟังรายการวิทยุคลื่นที่ตนเองชื่นชอบแล้วได้ยินการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพยนตร์ร่องดังกล่าว ก็อาจช่วยกระตุ้นให้เกิดการอยากร่วมภาพยนตร์ร่องน้ำ ๆ ได้อีกทางหนึ่ง ตลอดจนการจัดทำโปสเตอร์และใบปิดในหนังสือ นิตยสารต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจ โดยการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิกเข้ามาช่วยในเรื่องของการตกแต่งหรือการจัดองค์ประกอบภาพให้สามารถดึงดูดใจผู้ชมให้ได้มากที่สุด

3.3 ในการวางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์กับพนักงานตัวอย่างที่ชายทางโทรศัพท์นั้น ค่ายหรือผู้สร้างภาพพนักงานตัวอย่างที่จะช่วยในการออกแบบให้ตรงกับกลุ่มผู้ชมที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มผู้ชมหลักด้วย ควรใช้เวลาในการออกแบบให้กระชับและได้ใจความมากที่สุด แต่ทั้งนี้ก็ไม่ควรโฆษณาประชาสัมพันธ์เกินความเป็นจริง เพราะผู้ชมอาจเกิดทัศนคติที่ไม่ดีกับภาพพนักงานตัวอย่างนั้น ๆ ได้

3.4 ค่ายหรือผู้สร้างภาพพนักงานตัวอย่างที่ชายในโรงพยาบาลให้มากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้ชม โดยอาจผลิตภาพพนักงานตัวอย่างออกมากหลาย ๆ แบบ เพื่อที่จะได้ไม่เกิดความซ้ำซากจำเจ ตลอดจนเป็นการเสริมให้ผู้ชมเกิดความสนใจในตัวภาพพนักงานตัวอย่างดังกล่าวมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจช่วยเพิ่มจำนวนผู้ชมภาพพนักงานตัวอย่างได้

3.5 ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ควรนำเสนอให้ผู้ชมทราบถึงแนวทางการดำเนินเรื่องของภาพพนักงานตัวอย่าง และเน้นจุดเด่นของตัวภาพพนักงานตัวอย่าง เป็นการดึงดูดใจให้ผู้ชมเลือกรับชมภาพพนักงานตัวอย่างมากขึ้น

4. ในส่วนของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายนั้น พนักงานตัวอย่าง / บัตรลดราคาค่าชมภาพพนักงานตัวอย่างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพพนักงานตัวอย่างกลุ่มผู้ชมเป็นลำดับแรก ดังนี้

4.1 หากต้องการให้ผู้ชมเข้าชมภาพพนักงานตัวอย่างมากขึ้น ทางค่ายหรือผู้สร้างภาพพนักงานตัวอย่างต้องหาทางฝ่ายผู้บริหารของโรงพยาบาล ควรเน้นวิธีการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น โดยอาจให้คูปองพิเศษแก่กลุ่มผู้ชมภาพพนักงานตัวอย่าง หรือการลดราคាបัตรเข้าชม ตามเวลาและโอกาสที่เห็นว่าเหมาะสม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ชมสนใจเลือกชมเรื่องดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

4.2 ค่ายหรือผู้สร้างภาพพนักงานตัวอย่างต้องจัดผู้บริหารโรงพยาบาลให้หันมาให้ความสนใจเรื่องการปรับลดราคากลุ่มภาพพนักงานตัวอย่างมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันมีการผลิตวีดีโอและดีวีดีออกมาย่างแพร่หลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคบางกลุ่ม เนื่องจากผู้ชมบางคนอาจไม่สนใจไปชมภาพพนักงานตัวอย่างในโรงพยาบาล แต่กลับรอนกว่าทางบริษัทผู้สร้างภาพพนักงานตัวอย่างจะนำมายังสถานที่ให้มีการนำเสนอไปเผยแพร่ทางวีดีโอและดีวีดี ซึ่งนอกจากจะเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ชมแล้ว ยังสามารถเพิ่มความตื่นเต้นและดึงดูดความสนใจในด้านการเดินทางไปชมภาพพนักงานตัวอย่าง ให้กับผู้ชมได้ทุกเวลาที่ต้องการ และยังมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าการไปรับชมด้วยตนเองภายในโรงพยาบาล ทั้งนี้เนื่องจากราคากลุ่มภาพพนักงานตัวอย่างในโรงพยาบาลและราคานั้น ไม่แตกต่างกันมากนัก กลุ่มผู้ชมที่เลือกรับชมภาพพนักงานตัวอย่างที่บ้าน อาจมองว่าการเพิ่มเงินเพื่อซื้อแผ่นวีดีโอหรือดีวีดีมาเก็บไว้เองนั้น คุ้มค่ากว่าการไปรับชมในโรงพยาบาล เพราะสามารถได้บ่อยครั้งเท่าที่ต้องการ ตลอดจนสามารถได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งหากที่บ้านของกลุ่มผู้ชมมีโทรศัพท์มีระบบเสียงและระบบภาพที่ดีหรือมีโหมดเสียงเตอร์ด้วยแล้ว ผู้ชมบางกลุ่มอาจไม่ไปรับชมภาพพนักงานตัวอย่างที่บ้าน

ภายในโรงพยาบาลเรียกว่าเป็นได้ แต่เลือกที่จะเข้าแฝ่นวีซีดี / ดีวีดี หรือซื้อแพ่นภัยนตร์เรื่องดังกล่าวมาเก็บไว้เอง จากเหตุผลข้างต้น ค่ายหรือผู้สร้างภัยนตร์ ตลอดจนผู้บริหารโรงพยาบาล ควรนำประเด็นเรื่องนี้ไปประกอบในการพิจารณาปรับราคางานบัตรเข้าชมภัยนตร์ ทั้งนี้การปรับลดราคางานบัตรเข้าชมภัยนตร์ ควรทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกันของทุกโรงพยาบาลและทุกเรื่องด้วยเช่นกัน

5. ค่าย / ผู้สร้างภัยนตร์ มีอิทธิพลต่อการเลือกชั้นภัยนตร์ไทยของกลุ่มนักศึกษาอยู่ในลำดับสุดท้าย ดังนี้

5.1 ค่ายหรือกลุ่มผู้สร้างภัยนตร์ทุกกลุ่มควรให้ความสำคัญต่อกระบวนการผลิตภัยนตร์ของตนในทุกระดับขั้นตอน เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานของผู้สร้างภัยนตร์ไทยให้มีความทัดเทียมกับผู้สร้างภัยนตร์จากต่างประเทศ นอกจากนี้ ค่ายหรือผู้สร้างภัยนตร์ไทยรายย่อย ก็สามารถพัฒนาและยกระดับภัยนตร์ของค่ายตนเองให้เข้มสูงขึ้นได้ หากมีความตั้งใจจริงและสามารถผลิตภัยนตร์ไทยออกมาให้เที่ยบเท่ากับระดับมาตรฐานสากล ก็จะได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้ชุมนุมไม่แตกต่างจากภัยนตร์ที่ถูกผลิตโดยกลุ่มผู้สร้างภัยนตร์รายใหญ่

6. ปัจจัยที่นักศึกษาส่วนใหญ่ระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกชั้นภัยนตร์ไทยของตน ได้แก่ ทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภัยนตร์ การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชุมนุมส่วนร่วม การทำตามกระแสนิยม และค่าย / ผู้สร้างภัยนตร์ ตามลำดับ ดังนี้

6.1 ค่าย / ผู้สร้างภัยนตร์ไม่ควรมุ่งเน้นเรื่องทุนที่ใช้ในการถ่ายทำภัยนตร์มากเกินไป เพราะหากผลิตภัยนตร์ที่ตรงกับความชอบของนักศึกษาอย่างแฉะวนี้ นักศึกษาก็จะเลือกไปชมภัยนตร์เรื่องดังกล่าวเอง โดยไม่คำนึงเลยว่าจะต้องเป็นภัยนตร์ที่ใช้ดันทุนในการผลิตสูงมากเพียงใด ภัยนตร์จากค่ายอิสระฟอร์มเล็กๆ ที่ไม่ใช่ดันทุนในการผลิตและการถ่ายทำสูงจนเกินไป ก็สามารถดึงดูดความสนใจได้เช่นกัน หากผลิตภัยนตร์ที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของนักศึกษาหรือกลุ่มผู้ชุมนุมอีก

6.2 การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชุมนุมส่วนร่วม เช่น การเล่นเกมส์ หรือการพบปะนักแสดง ไม่ใช่กิจกรรมการส่งเสริมการขายที่สำคัญที่สุด และอาจเป็นค่าใช้จ่ายที่สูง昂 โดยใช้เหตุ หากค่าย / ผู้สร้างภัยนตร์ต้องการเพิ่มยอดขายภัยนตร์ของตน หรือต้องการสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มผู้ชุมนุมนั้น ควรมุ่งเน้นที่ด้านคุณภาพในการผลิตภัยนตร์ของตนเองเป็นหลัก

7. กลุ่มผู้ชุมนุมส่วนใหญ่ชอบไปชมภัยนตร์ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าต้องการใช้วันหยุดที่ว่างเว้นจากการเรียนเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ดังนั้นหากมีภัยนตร์ไทยเข้าฉายใหม่ ผู้บริหารโรงพยาบาลควรหรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดโปรแกรมการฉายภัยนตร์ของโรงพยาบาลต่างๆ ควรเลือกจัดโปรแกรมการฉายภัยนตร์รอบปฐมฤกษ์ ในช่วงวันศุกร์-วันอาทิตย์ และหากจะจัดโปรแกรมการฉายภัยนตร์ออก ควรเลือกจัด

โปรแกรมออกในช่วงวันธรรมดานั้น เนื่องจากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์นั้น เป็นช่วงที่ผู้คนนิยมไปชมภาพยนตร์มากกว่าช่วงวันธรรมดากลางวันหยุดนักขัตฤกษ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะในการเก็บข้อมูลครั้งต่อไป

1.1 การวิจัยครั้งนี้มีปัญหาเกี่ยวกับแบบสอบถาม ซึ่งคำถามบางข้อส่งผลต่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เช่น คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชาราศาสตร์ในบางข้อที่ถามเกี่ยวกับเรื่องอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเกรดเฉลี่ยรวมตลอดระยะเวลาศึกษาของนักศึกษา ควรใช้คำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้กู้มตัวอย่างได้กรอกคำตอบด้วยตนเอง “ไม่สามารถคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (multiple choices) เพราะอาจทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ละเอียดมากพ่อ เนื่องจากไม่สามารถหาค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ตลอดจนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานได้”

1.2 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลแบบสอบถามในช่วงใกล้สอบปลายภาคเรียน ทำให้ยากต่อการติดต่อนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากนักศึกษานำเสนอไม่มาเข้าชั้นเรียน ต้องอาศัยการติดต่อนัดหมายทางโทรศัพท์เพื่อที่จะไปพบและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามการวิจัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลในแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ หลังจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนานหลายเดือน ซึ่งอาจทำให้ผลการวิจัยไม่สามารถนำมาสรุปใช้ได้ใน เวลาปัจจุบัน เนื่องจากในช่วงเวลาที่ผ่านมานั้น ปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยเลือกนำมาทำการศึกษา ตลอดจนผลการวิจัยที่ได้รับอาจมีการเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อม ทั้งทางด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ข้อเสนอแนะด้านตัวแปรที่ควรศึกษา

2.1.1 ตัวแปรด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ การศึกษานี้ เลือกศึกษาเฉพาะบางปัจจัยที่ผู้วิจัยคาดว่า่น่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจมีปัจจัยด้านอื่น ๆ อีกที่ส่งผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้วยเช่นกัน หากผู้ที่จะทำการวิจัยครั้งต่อไปสามารถศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่ได้นำเสนอในการวิจัยครั้งนี้ อาจส่งผลให้ผลการวิจัยที่ได้รับแตกต่างกันออกไป อีกทั้งยังส่งผลให้ได้ผลการวิจัยที่มีความละเอียดและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.1.2 ตัวแปรด้านรูปแบบการวิจัย ปัจจัยที่ควรศึกษาแบบเจาะลึก เช่น ปัจจัยด้านเนื้อหาหรือแนวของภาพยนตร์ ตลอดจนปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ เช่น สื่อโฆษณาหรือภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์ สื่อโฆษณาหรือภาพยนตร์

ตัวอย่างที่ฉายในโรงพยาบาล สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ สื่อโฆษณาในนิตยสารต่าง ๆ เป็นต้น อาจใช้รูปแบบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเข้ามาร่วมด้วย ซึ่งจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องและมีความละเอียดชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 ข้อเสนอแนะด้านเรื่องที่ควรศึกษา

2.2.1 การวิจัยในครั้งนี้เน้นการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารเป็นหลัก คือนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เลือกชมรมพยาบาลไทย ไม่ได้ศึกษาเจ้าลีกลงไปถึงผู้ผลิตและผู้สร้างพยาบาลไทยแต่ละค่าย ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้สร้างพยาบาล เลือกสร้างพยาบาลในแนวต่าง ๆ ออกแบบตามพยาบาล ดังนั้น หากมีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ส่งสารโดยตรง คือค่ายหรือผู้สร้างพยาบาล อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงกระบวนการคัดสรรและแนวทางพยาบาลของผู้สร้างพยาบาลในแต่ละค่ายได้ และยังช่วยให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงสิ่งที่ผู้สร้างพยาบาลต้องการสื่อกับผู้บริโภค ตลอดจนเพื่อให้ทราบถึงทิศทางของตลาดพยาบาลไทยในอนาคต

2.2.2 ควรศึกษาเรื่องลักษณะการตั้งชื่อเรื่องของพยาบาล ทั้งพยาบาลไทย และพยาบาลต่างประเทศ (เช่น พยาบาลชื่ออลลีวูด พยาบาลเกาหนี พยาบาลจีน เป็นต้น) ว่าเหตุใดทางค่ายหรือผู้สร้างพยาบาลจึงเลือกนำชื่อเรื่องนั้น ๆ มาตั้งเป็นชื่อเรื่องพยาบาลไทยของตน และในส่วนของพยาบาลต่างประเทศก็เช่นกัน ควรศึกษาว่ามีปัจจัยหรือบริบทแวดล้อมใดบ้าง ที่บรรยายนำเข้าพยาบาล เลือกนำมาใช้ประกอบการพิจารณาในการแปลชื่อเรื่องจากต้นฉบับเดิมที่เป็นภาษาต่างประเทศ ให้เป็นชื่อเรื่องในฉบับภาษาไทย

บรรณานุกรม

- กฤษณา ชุมห์เจริญ. 2541. ประสิทธิผลของโภชนาในโรงพยาบาลที่มีต่อนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษา. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนा แก้วเทพ. 2543. สื่อสารมวลชน ทฤษฎี และแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร:
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติกานต์ ภูมิสวัสดิ์. 2529. การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาแพทย์ไทยปัจจุบัน
กรุงเทพมหานครที่มีต่อแพทย์ไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. 2531. พลศาสตร์ของการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราษฎร.
 hrs ภายใน ใจ ใจ. 2543. พฤติกรรมการชุมนุมแพทย์ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ สมพงษ์. 2543. สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.
- บริษัทศุนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2539. “พฤติกรรมการชุมนุมแพทย์ของคนไทย และ
ปริญญา”. โพลล์เเครมธุรกิจ. 20 (ตุลาคม): 1-6.
- บริษัทศุนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด. 2542ก. “คุหนังฟิงเพลง: จุดเปลี่ยนทางธุรกิจ”. วิจัยการตลาด.
(เมษายน-มิถุนายน): 4-6.
- _____. 2542ข. “พฤติกรรมการคุหนังฟิงเพลงช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ”. ฐานเเครมธุรกิจ.
19 (2-4 กันยายน): 19.
- _____. 2542ค. “เส้นทางการตลาดของธุรกิจคุหนังฟิงเพลง”. ฐานเเครมธุรกิจ.
19 (21-23 ตุลาคม): 19.
- ประภา สะเทานิน. 2538. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: ภาพการพิมพ์.
- _____. 2539. การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ:
ภาพการพิมพ์.
- parichat praham pothi. 2543. อิทธิพลของแพทย์ต่อสังคมที่มีต่อแพทย์ไทยร่วมสมัย:
กรณีศึกษาแพทย์ ประเกทญ์เขย่าขวัญ และประเกทสยองขวัญ. กรุงเทพฯ:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชนี เจรจา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และกринันท์ อนวัชคิริวงศ์. 2541. แนวคิดหลักนิเทศ
ศาสตร์. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พิรดา พจนพิสุทธิ์. 2539. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพนิทรรศกับการตัดสินใจชุมภาพนิทรรศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพลินพิพิธ์ โภเมศโสก้า และชัชพงษ์ ตั้งมณี. 2534. พฤติกรรมการใช้เวลาและรูปแบบการใช้จ่ายของนิสิต นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพบูลย์ ตะเภาบรรพต. 2531. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพนิทรรศของเยาวชนไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มงคล ปิยะหัสสกร. 2541. โครงการสร้างธุรกิจภาพนิทรรศ์ต่างประเทศในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนดุศ ชาดาอ่านวยชัย. 2539. พัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มัณฑนา ภาคสุวรรณ. 2548. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพนิทรรศไทยและต่างประเทศของผู้ชุมชนภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: ปัญหาพิเศษปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ยุบล เนียมจรังคกิจ. 2534. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โยธิน ศันสนยุทธ และคณะ. 2533. จิตวิทยา. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- วิชัย พูลวรลักษณ์. 2548. “สารจากประธานกรรมการ[บริษัทเมเจอร์ชีนีเพล็กซ์ จำกัด]”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://corporate.majorcineplex.com/annual/th/aw_mjc6-7th.pdf (12 กันยายน 2548).
- วิเชียร เกตุสิงห์. 2537. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วิทยา คำรงค์เกียรติศักดิ์. 2543. การวิจัยทางการสื่อสาร 2. เชียงใหม่: สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สรจกร เกษมสุวรรณ. 2540. “หนังไทย (ไม่) สูญพันธุ์”. น. 30-33. ใน งานประกวดรางวัลภาพยนตร์แห่งชาติครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาร.
- “สรุปภาพยนตร์ประจำปี 2545”. 2546. ตารางภาพ Starpics. 38, 4 (ปีกษ์หลังกุมภาพันธ์): 94-95.
- “สรุปสภาวะการณ์ตลาดหนังบ้านเราในรอบปี 2545”. 2546. เอ็นเตอร์เทน ฉบับເອົກະຕົວ 2003: 93-94.

สาลิน ตั้งชูรัตน์. 2545. ความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของภาษาญี่ปุ่นต่อประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อความสนใจประวัติศาสตร์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาภาษาญี่ปุ่นเรื่องสุริโยทัย.
กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
“หนังไทยดี๊ดี ตลาดทะลุพันล้าน จีทีเอชแก้มีรุกหนักหวังแซร์ 39%”. 2550. ผู้จัดการรายวัน,
18 (มกราคม): 16.







ການພັນວັດ ກ

ແນບສອບຄາມ

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพยนตร์ไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่”

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการทำปัญหาพิเศษของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์ ภาควิชาธุรกิจการเงิน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 ตอน (กรุณาระบุคำตอบให้ครบถ้วน)

โปรดทำเครื่องหมาย ในช่อง หน้าข้อตามความเป็นจริงหรือกรอกข้อความในช่องที่ระบุ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

สำหรับเจ้าหน้าที่

Sex.....

2. อายุ.....ปี

Age.....

3. รายได้โดยเฉลี่ย.....บาท / เดือน

Income.....

4. ภูมิลำเนา

(1) เชียงใหม่

(2) จังหวัด (โปรด

ระบุ).....

Domicile.....

5. คณะที่ศึกษา

(1) คณะวิศวกรรมศาสตร์

(2) คณะเกษตรศาสตร์

(3) คณะเภสัชศาสตร์

(4) คณะสัตวแพทยศาสตร์

(5) คณะมนุษยศาสตร์

(6) คณะบริหารธุรกิจ

Faculty.....

6. ชั้นปีที่กำลังศึกษา

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) ชั้นปีที่ 1 | <input type="checkbox"/> (2) ชั้นปีที่ 2 |
| <input type="checkbox"/> (3) ชั้นปีที่ 3 | <input type="checkbox"/> (4) ชั้นปีที่ 4 |

สำหรับเจ้าหน้าที่

Year.....

7. เกรดเฉลี่ยรวมตลอดระยะเวลาการศึกษา

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 1.50-2.24 | <input type="checkbox"/> (2) 2.25-2.99 |
| <input type="checkbox"/> (3) 3.00-3.74 | <input type="checkbox"/> (4) 3.75 ขึ้นไป |

GPA.....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซุบภาพบันตร์ไทย

8. โดยเฉลี่ยคุณชนภาพบันตร์ไทยในโรงพยาบาล.....ครั้ง / เดือน

9. คุณชอบชนภาพบันตร์ไทยแนวใด (เรียงตามลำดับความชอบจากมากไปน้อย 1-3 ลำดับ)

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------|
| (1) น้ำ แอ๊คชั่น | (2) ตอก |
| (3) รักโรแมนติก | (4) ผจญภัย แฟนตาซี |
| (5) ชีวิต | (6) ฆาตกรรม |
| สืบสวนสอบสวน | |
| (7) ลีกลับ สายของวัญญ ผี | (8) ประวัติศาสตร์ |
| (9) อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |

Average.....

Type1.....

Type2.....

Type3.....

10. โดยปกติคุณไปชนภาพบันตร์ไทยกับใคร

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> (1) เพื่อน | <input type="checkbox"/> (2) ครอบครัวและญาติ |
| <input type="checkbox"/> (3) คนรัก | <input type="checkbox"/> (4) ฉุคนเดียว |

Partner.....

11. โดยปกติคุณไปชุมภาพยนตร์ไทยในวันใด

- (1) วันธรรมด้า (2) วันเสาร์-อาทิตย์
 (3) วันหยุดราชการ (วันหยุดนักขัตฤกษ์)

สำหรับเจ้าหน้าที่

Day.....

12. โดยปกติคุณเข้าชมภาพยนตร์ไทยในช่วงเวลาใด

- (1) ช่วงเช้า (ก่อน 12.00 น.)
 (2) ช่วงบ่าย (12.01-17.00 น.)
 (3) ช่วงค่ำ (17.01-20.00 น.)
 (4) ช่วงดึก (20.01-24.00 น.)

Time.....

13. โดยปกติคุณเสียค่าใช้จ่าย เช่น ค่าตั๋ว ค่าน้ำ และขนม ในการชมภาพยนตร์ไทยต่อคนเท่าไร

- (1) 100 บาท หรือน้อยกว่า (2) 101 - 200 บาท
 (3) 201 - 300 บาท (4) มากกว่า 300 บาท

Price.....

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทย

ปัจจัยด้าน องค์ประกอบของภาพยนตร์ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของคุณมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์	ไม่มีอิทธิพล (0)	มีอิทธิพลน้อย (1)	มีอิทธิพลปานกลาง (2)	มีอิทธิพลมาก (3)	สำหรับเจ้าหน้าที่
14. ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องให้น่าสนใจ					M1.....
15. เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์					M2.....
16. ควรนำเสนอ					M3.....
17. นักแสดงประกอบ					M4.....
18. ผู้กำกับการแสดง					M5....
19. เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ					M6....
20. สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์					M7.....
21. ทุนที่ใช้สร้างภาพยนตร์					M8.....
22. ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์					M9.....
23. การติดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน					M10...
24. ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์					M11...

ปัจจัยด้าน องค์ประกอบของโรงพยาบาล เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกชมโรงพยาบาลไทยของคุณมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโรงพยาบาล	ไม่มีอิทธิพล (0)	มีอิทธิพลน้อย (1)	มีอิทธิพลปานกลาง (2)	มีอิทธิพลมาก (3)	สำหรับเจ้าหน้าที่
25. ขนาดความกว้างขวางของโรงพยาบาล					C1.....
26. มีจำนวนโรงพยาบาลให้เลือกมาก					C2.....
27. มีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง					C3.....
28. มีความสะดวกในการเดินทางไปชมโรงพยาบาล					C4.....
29. ความสะอาดสวยงามของที่นั่งในโรงพยาบาล					C5.....
30. โรงพยาบาลสะอาด / ไม่อับชื้น					C6.....
31. มีระบบภาพที่ทันสมัย					C7.....
32. มีระบบเสียงที่ทันสมัย					C8.....

ปัจจัยด้าน สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกชมโรงพยาบาลไทยของคุณมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	ไม่มีอิทธิพล (0)	มีอิทธิพลน้อย (1)	มีอิทธิพลปานกลาง (2)	มีอิทธิพลมาก (3)	สำหรับเจ้าหน้าที่
33. สื่อโฆษณา / โรงพยาบาลตัวอย่างที่ฉายทางโทรทัศน์					A1.....
34. สื่อโฆษณา / โรงพยาบาลตัวอย่างที่ฉายในโรงพยาบาล					A2.....
35. สื่อโฆษณาที่ออกอากาศทางวิทยุ					A3.....
36. สื่อโฆษณาในนิตยสารต่างๆ					A4.....
37. สื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์					A5.....
38. สื่ออินเทอร์เน็ต					A6.....
39. ใบปิดหนัง / แผ่นพับ / โปสเตอร์					A7.....
40. คำแนะนำ / การวิจารณ์โรงพยาบาลจากบุคคลอื่น เช่น เพื่อน, นักวิจารณ์ โรงพยาบาล					A8.....

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการขาย เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของคุณมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	ไม่มีอิทธิพล (0)	มีอิทธิพลน้อย (1)	มีอิทธิพลปานกลาง (2)	มีอิทธิพลมาก (3)	สำหรับเจ้าหน้าที่
41. การให้คูปอง / บัตรลดค่าธรรมเนียม					P1.....
42. การแจกของที่ระลึกภาพนตร์					P2.....
43. การให้บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัลหรือบัตรชมภาพนตร์ฟรี					P3.....
44. การให้บริการของบัตรชมภาพนตร์ผ่านทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต					P4.....
45. การจัดกิจกรรมพิเศษให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกมส์, การพบปะนักแสดง					P5.....

ปัจจัยด้าน รูปแบบในการดำเนินชีวิต เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกชุมภาพนตร์ไทยของคุณมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านรูปแบบในการดำเนินชีวิต	ไม่มีอิทธิพล (0)	มีอิทธิพลน้อย (1)	มีอิทธิพลปานกลาง (2)	มีอิทธิพลมาก (3)	สำหรับเจ้าหน้าที่
46. การใช้เวลาว่างพักผ่อนจากการเรียนและการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย					L1.....
47. การเข้าสังคมในหมู่เพื่อน					L2.....
48. การทำกิจกรรมร่วมกับคนรัก					L3.....
49. การทำงานกระแสนิยม					L4.....
50. ความสนใจในตัวภาพนตร์					L5.....
51. การมีเวลาว่างตรงกันกับช่วงเวลาที่ภาพนตร์เข้าฉาย					L6.....

52. คุณมีความคิดเห็นอย่างไรต่อภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน

- ลักษณะการตั้งชื่อเรื่องภาพยนตร์

.....

- เนื้อหาสาระ / แนวของภาพยนตร์

.....

- ควรนำแสดง

.....

- ผู้กำกับการแสดง

.....

- เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการถ่ายทำ

.....

- สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ / อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบฉาก

.....

- ทุนที่ใช้สร้างภาพยนตร์

.....

- ค่าย / ผู้สร้างภาพยนตร์

.....

- การติดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

นางสาวนภัสสิยา เมืองอินทร์

ภาคผนวก ข

รายชื่อภาคผนวก ข ที่ออกโดยในช่วง พ.ศ. 2549 - 2550

รายชื่อภพยนตร์ไทยที่ออกฉายในช่วง พ.ศ. 2549

1. กระสีหวานไทน์

- ผู้กำกับ : ยุทธเดช สิปปากา
- นำแสดงโดย : พลอย จินดาโฉด, ปิติศักดิ์ เยาวนานนท์, โกวิท วัฒนกุล, วิยะดา อุมารินทร์, ณรงค์ راتภรณ์ (โกร่ง กางเกงแดง), สมัคร ผลประเสริฐ (ยอด นครนายก), อดิเรก วัฏลีลา

2. ก้านกล้วย

- ผู้กำกับ : คงกิจญ์ เป็มกำเนิด
- พากย์เสียงโดย : ภูริ หรัณพกษ์, วรรยา นิลกุหา, สุเทพ โพธิ์งาม, พงษ์สุข หรัณพกษ์, จุรี โอศิริ, เจริญพร อ่อนละม้าย (โก๊ะตี้ อารามบอย), สุเมธ องอาจ, รอง เก้ามูลคดี, ชาญณรงค์ ขันทีห้าว (ตึก กลินสี), นวรัตน์ เตชะรัตนประเสริฐ, อัญญาฤทธิ์ พิทักษ์ติกุล

3. โภylekoะโยม

- ผู้กำกับ : จตุรงค์ พลบูรณ์ (จตุรงค์ มาก็ก)
- นำแสดงโดย : จตุรงค์ พลบูรณ์, ประสิทธิโชค มนัสสันท์ชาติ (น้องพี มาก็ก), เจริญพร อ่อนละม้าย, จำร ตันธนะคิริวงศ์, พิมพ์ชนก พลบูรณ์, นพดล ทรงแสง(จิม ชวนชื่น), ค่อม ชวนชื่น, จอย ชวนชื่น, พิม บีกบราเธอร์, หยินมี่ บีกบราเธอร์, สุเมธ องอาจ, วนิดา แสนสุข, ปาริษิ ณ นคร

4. ข้าวเหนียวหมูปิ้ง

- ผู้กำกับ : ศิวภรณ์ พงษ์สุวรรณ
- นำแสดงโดย : นวรัตน์ เตชะรัตนประเสริฐ, พัชรศรี เปญญา麝, เคลิมพล ทิมพธีรังสรรค์, ดาวนี กฤตบุญญาลัย, เนาวรัตน์ ชื่อสัตย์, มารศรี อิศรางกูร ณ อุหาย, วิญญุ จันทร์เจ้า

5. คำพิพากษาของมหาสมุทร

- ผู้กำกับ : เป็นเอก รัตนเรือง
- นำแสดงโดย : อาชาโน่ ทาคาโนบุ, กัง แซ จอง, ทูน หรัณทรพย์, อีริก ชา

6. แก่เพื่อนค่าพอ

- ผู้กำกับ : วีรพงษ์ กาญจนานนิจ
- นำแสดงโดย : พร้อมพล สิทธิมิงคล, กนกวรรณ ชนันไชย, ชนมิตร เรืองหรัณ, เอกพล ปีณ ชาภุกุล, จักรพงษ์ ตันรัตนกุล, อนุรักษ์ บุนปัญญา

7. ໄກໄລ

- ຜູ້ກຳກັບ : ພຈນ໌ ອານນທ໌
- ນຳແສດງໂດຍ : ຈິນຕຫຣາ ພຸນລາກ, ບົນກົງ ດົມມາລີຍ, ສຸກັກຍຣ ໄຊຍມັງຄລ, ເກສຣິນ ເອກຫວ້າຊຸດ, ບຸລຸໝາວລີ່ ພົມໝໍສຸວະຮັບ, ກຸມໝໍ ຄວິງມືເຂຣຍ໌

8. ເຕັກໂຫວ

- ຜູ້ກຳກັບ : ທຽງຍັກ ສູນມາກອນນັນຕ໌
- ນຳແສດງໂດຍ : ຈິນຕຫຣາ ສຸຂພັນນ໌, ຫາລີ ໄຕຣັດນ໌, ສີຣັບຊ໌ ເຈີຍຮາວຮ

9. ໄກຍືນ

- ຜູ້ກຳກັບ : ພິສຸຖ້ນ໌ ແພຣແສງເອີ່ມ
- ນຳແສດງໂດຍ : ຮັນຢູ່ ຮານາກຣ, ຖຄພຣ ຮດກົງ, ສູເທັພ ໂພເຊິ່ງມາ, ອັນທີດາ ເຈິນເຈົ້າຍູ, ຊາວ່າ ເລືກຈໍ, ວຽງຈັນ ວຽງຈັນ, ສມ່າຍ ສັກຄິກຸລ

10. ນໍາພຣິກລົງເຮືອ

- ຜູ້ກຳກັບ : ວຣຈນ໌ ໂພເຊິ່ງຕຣ
- ນຳແສດງໂດຍ : ອັນຣິນທ໌ ນິຕິພິນ, ສຸກັກຍຣ ໄຊຍມັງຄລ, ບຳເຮອ ຜ່ອງອິນທຣີ໌, ສມພົມໝໍ ອຸນາ ປະການ, ເກຣີກ ຂີລເລອ້ຮ໌, ເບຍຸຈພລ ເບຍອຮຸນ, ສມ່າຍ ສັກຄິກຸລ

11. ໂນອາ ຟູ້ຍັກ໌

- ຜູ້ກຳກັບ : ຂົນທຣ ເມືອງສຸວະຮັບ
- ນຳແສດງໂດຍ : ນພພັນນ໌ ບຸລຸໝໍໃໝ່, ສີທຫາ ເລີສຄຣີມຄລ, ພິມພິພຣຣັນ ຂລາຍນຄຸປ໌, ກີຣຕິກຣ ຮັດນໍກຸລທຣ, ຕ້ອງຮັກ ອັສວັດນ໌, ກູພານ ຄັ້ງທັພ

12. ຜື້ເສື້ອສນູກທຣ

- ຜູ້ກຳກັບ : ຂານນທ໌ ສມຄຖ້
- ນຳແສດງໂດຍ : ຮັນຢູ່ ຮານາກຣ, ສຸກັກຍ້າ ຮິ່ນເຮິງ, ອັນນຕ໌ ບຸນນາກ, ຂາຍ ເມືອງສິງຫໍ, ຮັງຮັງ ມັກຈຶກ, ອຸນຮັກ໌ ທີບທອງ

13. ພຣະ ເລື່ອ ເຕັກ ໄກໍ ວອກ

- ຜູ້ກຳກັບ : ບັນທຶກ ຄຸທີ່ຄກລ
- ນຳແສດງໂດຍ : ເຈຍກູາກຣົນ໌ ພລດີ, ພອດລໍາ ເທເລອ້ຮ໌, ສරາວຸຕີ ພຸ່ມທອງ, ບຳເຮອ ຜ່ອງອິນທຣີ໌, ໄກສີ໌ ອາຮາມບອຍ

14. ไพรีพินาศ ป้ามรณะ

- ผู้กำกับ : เปลา ศิริสุวรรณ
- นำแสดงโดย : วัชระ ตั้งกะประเสริฐ, จิรภัทร์ วงศ์กาลลักษณ์, ณัฐนันท์ จันทรเวช, ชาลีญาณ สงขลา, สุรชัย แสงอาทิตย์, ณัฐชรี วิบูลย์เลิศ

15. มนุษย์เหล็กไฟ lod

- ผู้กำกับ : บัณฑิต ทองดี
- นำแสดงโดย : เมธินี กิ่งโพym, อาณานิษฐ์ สายแสงจันทร์(ปู แบล็คเซด), วสันต์ กันทะอุ, จิณวิกา แก้วกัญญา, ดาวรุณี กฤตบุญญาลัย, ปริญญา เจริญผล (น้องตุ่ม)

16. มอ ๙

- ผู้กำกับ : ยงยุทธ พินิจพงศ์
- นำแสดงโดย : พัชรศรี เปญญาจนาศ, มีสุข แจ้งมีสุข, อนิษ โอสถานุเคราะห์, อติการณ์ หนูน กักดี, ดาวณีนุช โพธิปิติ

17. รักจัง

- ผู้กำกับ : เหม็นต์ เชตมี
- นำแสดงโดย : รัชฎา โตกองทรัพย์, พอลล่า เทเลอร์, สมพงษ์ คุณประตอน (อีด โปงกลางสะ อ่อน), ดวงฤทธิ์ บุญบำรุง (ลูก), ขวัญญา เรืองศรี (ลาล่า)

18. ถาง-หลอก-หลอน ตอน The Lost Memory

- ผู้กำกับ : ชนิดย์ จิตนุกูล
- นำแสดงโดย : พิชญ์นาฏ สาขากร, ขรศักดิ์ รัตนนิสสัย, นัชชา บุตรศรี, อธิพันธ์ ฉันทอกิ ชัย

19. ล่า-ห้า-ฝี

- ผู้กำกับ : สราวนุช วิเชียรสาร
- นำแสดงโดย : ศุภภัทรศรี ปฐมนุพงษ์, พชรพล จันเพียง, ปองศักดิ์ รัตนพงษ์, ปานเวทย์ ไชย คล้าย, รัชณันท์ มหาพิรุณ, ชีแรม สุนทร

20. ลูกตอกดกไม้ไก่ตัน

- ผู้กำกับ : วรวิทย์ ผ่องอินทรี, โสภณ นิมอนงค์, วรุณิ ชวนอยู่ และ ปฏิภาณ คงาสาณ สมบัติ
- นำแสดงโดย : รพีภัทร เอกพันธ์กุล, พาทิษ พิสิฐกุล, พิมพ์ชนก พลบูรณ์, กชามาศ พรหม สาขา ณ ศกวนคร, จตุพล ชมพูนิช, วอเตอร์ แวนคัลเคน, ดาวรุณี กฤตบุญญาลัย, ราตรี วิทวัส

21. ສພ

- ຜູ້ກຳກັບ : ດຸດຍສີທີ່ ນິຍມກຸລ
- ນຳແສດງໂດຍ : ຜັກມນກາງຈົນ ຄຣິນິກຣ ໂຊຕີ, ນິຮຸດຕີ ຄຣິຈຣະບາ

22. ທນູທຶນ ເຄອະ ມູພວີ

- ຜູ້ກຳກັບ : ຄມກຖາ ຕຣິວິມລ
- ນຳແສດງໂດຍ : ຮູ້ງລາວລັບຍໍ ໂທນະຫງາມ, ກ່າຍ ສຸກເກົາກົງກຸລ, ປານີ້າ ບ້າວເຈົ້າຢູ່, ອົດີສຣ ອິນທີ່ຢີ, ພທທັນ ເລັກນຳຮູ່ງ

23. ພາກເຕະເຮືອເກົ່າ

- ຜູ້ກຳກັບ : ອົດີສຣ ຕຣິສີຣິເກົມ
- ນຳແສດງໂດຍ : ຈັກກອຸມໝໍ ພົມບົຍົມພາຕິກຣມ, ປປກວດີ ໂພົງຈຳນຸ່າ (ນ້ອຍ ໂພົງຈຳນຸ່າ), ເສກສຣ ສຸທີ່ຈັນທີ່, ແພວ ປະພິພິພີ່

24. ໂທນ່າ ເທິງ ນັກເລັງກູເຂາທອງ

- ຜູ້ກຳກັບ : ພານີ້ຍ ສດສີ
- ນຳແສດງໂດຍ : ຊູ້ກັດຕີ ເອີມສຸຂ, ພົມກັດຕີ ພົມສຸວຽກ, ນິກ້າຍາ ດຸລຍາ, ອິສຣີ່ ສົງເຈົ້າຢູ່

25. Recycle ຜື້ອຍກາກລັບນາເກີດ

- ຜູ້ກຳກັບ : ອື່ອກໄຫຼດ ແປງ, ແຄນນີ້ ແປງ
- ນຳແສດງໂດຍ : ແອງເຈລິກ້າ ລື, ເຈຕຣິນ ວຣະນະສິນ

26. Seasons Change ເພຣະອາກາຕເປີ່ຍນແປລັນບ່ອຍ

- ຜູ້ກຳກັບ : ນິຫິວັນນີ້ ປຣາຮຣ

27. ແສນສົນທ ຕີຍ່ສ່າຍໜ້າ

- ຜູ້ກຳກັບ : ຖານໜ້າ ພວກເພື່ອຮ໌ຣ
- ນຳແສດງໂດຍ : ວຣະຊ ດານຸວງສີ (ແດນ ດີຖູນີ), ຜັງສູງວິເວນຸ່າ ທອນມີ (ວິເຈົ້າ), ເຈົ້າພຣ ອ່ອນ ລະມ້າຍ, ນິກຄລ ທອນແສງ, ຄ່ອມ ຂວານໜື່ນ, ຈຕຸຮັກ ພລນູຮຣ, ເອກຮັດນີ້ ຂລົບເຈີນ

28. ແກັງຂະນີກັບອື່ອນ

- ຜູ້ກຳກັບ : ຍັງຍຸທະ ທອນກອງທຸນ
- ນຳແສດງໂດຍ : ພັ້ນຍົກ ເບມູຈາສ, ມີສຸຂ ແຈ້ນມີສຸຂ, ອຣປີຣຍາ ທຸ່ນຄາສຕິ, ກຸລນັດຕາ ປັຈົມ ສວສົດີ, ພິມລວມຮຣ ສຸກຍາງກີ, ເບຍຮັບຍ ຂັຍສວສົດີ, ຍາໂນ່ ດາວູກີ, ດາວິເດ ໂດຣີໂກໍ່, ໄມເຄີດ ເຫາ ວນາສັບ, ມນຕີ່ຈີ່ພ ສິວະສິນາງກູຣ, ກນິຍົ່ງ ສາຮສິນ

29. ໂຄຕຮັກເອົງເລຍ

- ຜູ້ກຳກັບ : ພິງ ລຳພະເພີ້ງ
- ນຳແສດງໂດຍ : ອຸດນ ແຕ່ພານີ້, ວິສາ ສາຮສາສ, ອັກຮາ ອມາຕຍກຸດ, ພິງ ລຳພະເພີ້ງ, ອົງທະ
ສຶກນານາ

30. ຜຶກນເປັນ

- ຜູ້ກຳກັບ : ມ່ນທລ ອາຮຍາງກູງ
- ນຳແສດງໂດຍ : ພິຈ້ນໍ້ານຸ້າ ສາຂາກຣ, ເພື່ອພັກຕົ່ງ ຄີຣິກຸດ, ອາກາສີຣີ ນິຕິພິນ, ໂໂຄຮ້ຍ ເຈີນສູ່,
ກົຣເຊ ເກຕກິນທະ, ສມພັນໝໍ ທວ່າ

31. ເກົ່າ...ເກົ່າ

- ຜູ້ກຳກັບ : ວິທຍາ ຖອງອູ່ຢ່າງ
- ນຳແສດງໂດຍ : ອກີສີທີ່ ໂອກາສເຄື່ອນລິຈິຕ (ໂຈອີ່ ບອຍ), ດະນາກຣ ຂີນກຸດ(ໂບ ໂອໂຫຼນ), ປີຍະ
ສາຕຽວາຫາ (ໂປ່ ໂອຄີເພີ້ບອຍ), ຈັກພັງສ໌ ສີຣິຣິນ (ສອງ ພາຣາດອກໜ້າ), ຍຸທທະນາ ຫຼວປະດິມຫຼົງ,
ຄນິນິຈ ຈັກສົມທິທານນິທ້, ເກົ່າຍົກດີ ເທິງຍົກທອງ

32. ເຫັນໄກ'

- ຜູ້ກຳກັບ : ວິທິຕ ຄຳສະຮະແກ້ວ
- ນຳແສດງໂດຍ : ວິທິຕ ຄຳສະຮະແກ້ວ, ທີ່ວິກິດ ຖະແຫຼງ, ຖະແຫຼງ ຕົກລົງ, ຖະແຫຼງ ຕົກລົງ, ຖະແຫຼງ ຕົກລົງ,
ສະຫຼຸງ ທ່ານ, ອາຈວ່າ ໄກລສຸກ, ທົກລົງ ດັນພາສຸງ

33. ເປັນຫຼັກນິ

- ຜູ້ກຳກັບ : ວິທິຕ ຄຳສະຮະແກ້ວ
- ນຳແສດງໂດຍ : ສີຣິພັນທີ່ ວັນຈິນຈາ, ທັກນ໌ວຽຮຣອນ ເສັນຍົງວິງສ໌ ດັນ ອຸຍະຍາ, ສູພຣທີພີ່ ຊ່ວງຮັງໝື,
ວິສາຂໍ ຄອກຄາ

34. 13 ເກມສຍອງ

- ຜູ້ກຳກັບ : ຫຼຸງເກີຍຣີ ສັກດີວິວະກຸດ
- ນຳແສດງໂດຍ : ກຸມຈາ ສູໂກສລ ແຄລປ່າ (ນ້ອຍ ວິງພູ), ອົງທະ ສຶກນານາ, ຜັກພູ ວິກີກະຈຳ

35. ເຄອະກີກ

- ຜູ້ກຳກັບ : ຂີຣຮຣນ ສີຣິພັນຫຼົງວາກຣນ
- ນຳແສດງໂດຍ : ກິຕຕິຄຸນ ສັມຄຸທີ່ພັນຫຼົງສູ່, ສີຣິພິລ ສີຣິນນາທກຸດ, ປິຈິຕ ດັນຍາ, ຜັກພູ ຊັ້ນ
ກາມຢານ໌, ຂລັ້ນ ປຸນຍາຖີ່, ບຣນວຸພີ ທີ່ວັນຍັ້ງຫຼື, ພຣິມຣຕາ ເທິງອຸດນ

36. มากับพระ

- ผู้กำกับ : อุดม อุดมโรจน์
- นำแสดงโดย : อัมรินทร์ นิติพน, วัชรนุล ลีสุวรรณ, ไปรยา สวนดอกไม้ ลุนเบอร์ก, เสาวลักษณ์ ศรีอรัญญี, อภิชาญ เกลิมชัยนุวงศ์, เจริญพร อ่อนละม้าย, กลิวย เชิญยิ่ม, นพดล ดวงพร, สมชาย ศักดิกุล, พิศาล อัครเศรณี

37. โคลิค เด็กเห็นฝี

- ผู้กำกับ : พัชนันท์ ธรรมจิรา
- นำแสดงโดย : พิมพ์พรรณ ชาญนคปต, วิทยา วสุไกรໄพศาลา, กุณฑีรา สัตตบงกช

38. สุดสาคร

- ผู้กำกับ : ไกรสร บูรณสิงห์
- นำแสดงโดย : ชาลี ไตรรัตน์, สุรชัย แสงอาทิตย์, วรวิทย์ แก้วเพชร, สุชาวด์ พงษ์วิໄລ, อัญญาฤทธิ์ พิทักษ์ติกุล, ภาณุเดช วัฒนสุชาติ, ณัฏฐธิดา ดำรงวิเศษพาณิชย์

39. อำนาจ พิศวาส

- ผู้กำกับ : ศรัณย์ วงศ์กระจาง
- นำแสดงโดย : ศรัณย์ วงศ์กระจาง, บงกช คงมาลัย, ปรางทอง ชั่งธรรม, เปญพลด เชื้อธูน, วิชญะ จาเร็จินดา

40. เดอะເລຕເຕອຣ໌ ເງີຍນເປັນສ່າງຕາຍ

- ผู้กำกับ : กพล ทองผลับ
- นำแสดงโดย : มหาสมุทร บุณยรักษ์, ชลลดา เมฆราตรี, แอนดี้ เบนพิมุก, แอนนา รีส, ณหาทัย เล็กบำรง

41. ເພິ່ນສຸດທ້າຍ

- ผู้กำกับ : พิศาล อัครเศรณี
- นำแสดงโดย : อารยา อริยะวัฒนา, วชรกรณ์ ไวยศิลป์, นิรุตติ์ ศิริจารยา, สุมนรัตน์ วัฒนาเคลารัตต์, เจริญพร อ่อนละม้าย, ปียะ เศวตพิกุล, จำพล รัตนวงศ์, ເທື່ວິໄກ

42. ແຊ່ບ

- ผู้กำกับ : นະຕີ ພັນຮູມຄື
- นำแสดงโดย : ເມທນີ ນູຮັນຄົງ, ພຣະຈິຕາ ຜ ສົງລາ, ຂວັງໃຈ ຈັນທອງ, ເກົກ ທິລເລອົ້ງ, ສາມາຮັດ ພັກນົມວຸຮົນ, สมชาย ศักดิกุล

43. ภารกิจ บิดระเบิดรัก

- ผู้กำกับ : อิสระ อมรเวช, ไชม่อน ใจติอนันต์ พลตื้อ
- นำแสดงโดย : คนดี สมุทร โคงร, นาตาตี เจียรวนนท์, ณูริชญา วัชนวงศ์ศิริ, วรพจน์ ชะเอม, ยาวย ลูกหี้, ชุติมา นัยนา

44. คนไฟบิน

- ผู้กำกับ : เนลิม วงศ์พิมพ์
- นำแสดงโดย : ชูพงษ์ ช่างปูง, พุฒิพงษ์ ศรีวัฒน์ (ลีโอ พุฒ), พันนา ฤทธิ์ไกร, สามารถ พยัคฆ์อรุณ, กัญญาภัค สุวรรณภูมิ, สมเดช แก้วลือ, อำนาจ รัตนวงศ์, วิชัย พรหมจรรย์, จรัญ งามดี

รายชื่อภาพยนตร์ไทยที่ออกฉายในช่วง พ.ศ. 2550

1. ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

- ผู้กำกับ : หม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล
- นำแสดงโดย : วันชนะ สวัสดี, ทักษอร ภักดีสุขเจริญ

2. 365 วัน ตามติดชีวิตเด็กอินท์

- ผู้กำกับ : ไสรยา นาคสุวรรณ

3. อสูรจ้าก

- ผู้กำกับ : ทวีวัฒน์ วันทา
- นำแสดงโดย : ลีโอ พุฒ, พิมพารณ์ ลินุตพงษ์

4. ผีไม้อั้นฟัน

- นำแสดงโดย : ฉัตรชัย เปลงพานิช, สมพงษ์ คุณประเสริฐ

5. บอดี้การ์ดหน้าเหลี่ยม 2

- ผู้กำกับ : เพชรทาย วงศ์คำเหลา (หม่า จิกมาก)

6. ยังไงก็รัก

- ผู้กำกับ : ต่อพงศ์ ตันกำแหง
- นำแสดงโดย : สมพล ปิยะพงศ์ศิริ, ถุวัจน์ ไชยนุสิก

7. หอแต่งแตก

- ผู้กำกับ : พจน์ อานันท์

8. Me... Myself ขอให้รักจะเจริญ

- ผู้กำกับ : พงศ์พัฒน์ วชิรบรรจง
- นำแสดงโดย : อนันดา เอฟเวอริงแฮม, นายนันทน์ มโนมัยสันติภาพ

9. เมล็ดรัก หมายยกล้อ

- ผู้กำกับ : กิตติกร เลิยวศิริกุล
- นำแสดงโดย : เทพ โพธิ์งาม, อุดม แต่พานิช, เกียรติ กิจเจริญ, พิมพ์ชนก พลบูรณ์, อริครา วงศ์ชาลี

10. แฝด

- ผู้กำกับ : ภาคภูมิ วงศ์ภูมิ และ บรรจง ปีสัญชานะกุล
- นำแสดงโดย : มาช่า วัฒนาพาณิช, วิทยา วสุไกรไพบูลย์

11. เปิงนาง กลองผีหันมุนย์

- ผู้กำกับ : ณัฐพิรัช ชุมศรี และ สรัญญา น้อยไทย

12. โภยເຄອະເກຍ໌

- ผู้กำกับ : ขุทธิเลิศ สิปปาก
- นำแสดงโดย : นคร ศิลาชัย, ເກີຣຕິສັກດີ ອຸດມນາຄ

13. ມະຫາວາ 4 ຂາຮັບ

- ผู้กำกับ : ພັນທຸ້ນນົມ ທອງສັງຂຶ້ນ ແລະ ສົມເກີຍຣຕີ ວິຖຽນນິຈ

14. ເທິງ ໂທນ່າງ ດນມາຫາເຊີຍ

- ผู้กำกับ : ພົງຍັກດີ ພົງຍັກສູວರະນ (ເທິງ ເຄີດເທິງ) ແລະ ຊູກດີ ເອີ່ມສຸກ (ໂທນ່າງ ຂະພະໜ່າ)
- นำแสดงโดย : ເທິງ ເຄີດເທິງ, ໂທນ່າງ ຂະພະໜ່າ, ແອນດີ ເບມກິນຸ່າ

15. ປື້ນໄຫຍ່ຈອນສລັດ

- ผู้กำกับ : ນනທີຣີ ນິມິບຸຕຣ

16. ຜູນກາງຮອໄຟຟີ

- ผู้กำกับ : ສູນ ແມ່ງວານນິຈ

17. ເວີ້ງປີຄາຈ

- ผู้กำกับ : ຈົ້າ ວິໄງສົ່ງສັຈະ

18. ສາຍລາກໄສ້

- ผู้กำกับ : ທົກພລ ຄິວິວັດນີ ແລະ ພິරະພັນທີ ແກ່ລ່າຍນຕີ

19. ພລອຍ

- ผู้กำกับ : ເປັນເອກ ຮັຕນເຮືອງ

20. ຮັກນະ 24 ຂໍ້ວໂມງ

- ผู้กำกับ : ແກ້ມັນຕີ ເຊຕມື
- นำแสดงโดย : ວິຈຸນຸມີ ໂຕຄອງທຮັພຍ, ລດນາ ກ້ອງທຮັນທີ

21. ຄນຫົວໜ້ວ

- ผู้กำกับ : ພົງ ລຳພະເພີ້ງ

22. ອື່ສັນ ສມහວັງ

- ผู้กำกับ : ບໍາເຮອ ພ່ອງອິນທີຣີ

23. ต๊ดสู้ฟุต

- ผู้กำกับ : จตุรงค์ พลบูรณ์

24. คลับ M2

- นำแสดงโดย : เอกรัตน์ จงกิตติวงศ์, นภัสสรัช พงศ์สารารักษ์

25. คู่แรก

- ผู้กำกับ : นพรัตน์ พุทธรัตนมนี
- นำแสดงโดย : เพ็ชรทาย วงศ์คำเหลา, เชกิ โอเชกิ, บุศริน หยกพรายพันธ์, ปราปต์ปฐุล สุวรรณบาง, ทองขาว กัทร์โชคชัย, เกริก ชิลเดอร์, มอริส เค, สมเกียรติ จันทร์พราหมณ์ อรอนภา กฤษฎี, ยุทธนา ลอพันธุ์ไพบูลย์, วสันต์ อุตตามะโยธิน

26. วีดีโอลิป

- ผู้กำกับ : ภาคภูมิ วงศ์จินดา
- นำแสดงโดย : แผ่พล เทพหัสดิน ณ อยุธยา, งามศิริ อาศิริเลิศสิริ, ณัฐฐพงษ์ แต่งเกย์ม วรรูก์ ปัญกานนท์, ศุภนต์รัตน์ วัฒนาศาลาრัตน์

27. ไขยา

- ผู้กำกับ : ก้องเกียรติ โภมศิริ
- นำแสดงโดย : อัครา omaatyakul, สนธยา ชิตมนี, นวัชชัย เพ็ญภักดี, แสงทอง เกตุอุ่งทอง สามารถ พยัคฆ์อรุณ, ประวิทย์ กิตติชาญชีระ, กรณ่า คงเพชร

28. ลิขิตรัก ขัดใจแม่

29. สายลับจับบ้านเล็ก

- ผู้กำกับ : คมกฤษ ตรีวิมล
- นำแสดงโดย : ชั้นนี่ สุวรรณเมธานนท์, กัทรศยา เครือสุวรรณศิริ

30. บ้านผีสิง

- ผู้กำกับ : มนต์ลดา อารยางกูร
- นำแสดงโดย : อินทิรา เจริญปุระ, ชมะนันทน์ วรรณวินเวศร์, ณัฐวัฒน์ เปลงศิริวัชน์

31. เพื่อน...กู้รักมึงวะ

- ผู้กำกับ : พจน์ อานันท์
- นำแสดงโดย : รัตนบลลังก์ โตสวัสดิ์, วีรดิษฐ์ ศรีมาลัย

32. ผู้เลี้ยงลูกคน

- ผู้กำกับ : ธีระธร สิริพันธ์วรรณ์
 - นำแสดงโดย : พัชราภา ไชยเชื้อ, ธนา สุทธิกิมล, โฟกัส จิระกุล, ณัฐนิชา เชิดชูบุพารี,
ธนกร พิศนุภูมิ

33. ດີກ 2

34. ໂອປປາຕິກ (ໂອ-ປະ-ປາ-ຕີ-ກະ) ເກີດອມຕະ

35. ບອດີ່...ມພ # 19

- ผู้กำกับ : ปวิณ ภูริจิพัฒนา
 - นำแสดงโดย : อารักษ์ อมรศุภศิริ, อรจรira แหลมวิไล, กฤตธีรา อินพรวิจิตร, ปลาย ปรเมศร์, ภัทรารินทร์ ทิมกุล

36. ວິຫຼຸ້ນໍາລັດ ໂຄງ ດນຕາຍ

37. รักไม่จำกัดนิยาม

38. รักแห่งสยาม

- ผู้กำกับ : ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล
 - นำแสดงโดย : สินจัย เปလ่งพานิช, ทรงสิทธิ์ รุ่งนพคุณศรี, เมื่อมาร์ย บุณยศักดิ์, มาริโอ้ เมาเรอร์, วิชญ์วิสูฐ หรรษวงศ์กุล, อธิชา พงศ์ศิลป์พิพัฒน์, กัญญา รัตนเพชร์

39. กล้า หยุด โลก

40. ດຶກແລ້ວຄຸນຫາ

- ผู้กำกับ : สันติ แต้พานิช
 - นำแสดงโดย : อนันดา เอเวอริงแฮม, คุณิตา อนุชิตชาญชัย, อรรถพงษ์ นีมากร

41. ໂປ່ງລາງສະດິງ ລໍາເຊີ້ງສ່າຍຫນ້າ

- ผู้กำกับ : ฤกษ์ชัย พวงเพ็ชร์
 - นำแสดงโดย : โปงลางosterone, กวี ตันจารักษ์, คุ่ม ชวนชื่น, โก๊ะตี้ อารามบอย

42. ພຣະພູທັນເຈົ້າ (The Life of Buddha)

43. ធីតែងអន៉ាង

- ผู้กำกับ : ทรงศักดิ์ มงคลทอง
 - นำแสดงโดย : อชิตะ ปราโมช ณ อยุธยา, กัครมัย โปรดترานนันท์, นะโน ทองคำหนึด, พิมลวรรณ หุ่นทองคำ, องอาจ เจียมเจริญพรากุล

44. ก่อนน่าย เดอะ มูฟว์ ตอน รักนะ...พ่อตีตึ้งโน่น

- ผู้กำกับ : เป็ด เชิญยิ่น
- นำแสดงโดย : ศุภณัฐ เนลินชัยเริญกิจ, อเล็กซานดร้า สติเบิร์ท, นุ้ย เชิญยิ่ม, จั๊กกะบุ่น เชิญยิ่ม, ตระการ พันธุ์มลิตารุวิจิ

45. เหยิน-เปี๊-เหล' เชนาภูตะ

- ผู้กำกับ : พจน์ อานันท์
- นำแสดงโดย : จตุรงค์ มีกจิก, โก๊ะต์ อารามบอย, พิชญานาฏ สาหกุล, ชนกฤต พานิชวิทป์, เนลินชัย มหากิจศิริ, อชิตะ ธนาชาตันนท์, ปนัดดา วงศ์ผู้ดี, เอกชัย ศรีวิชัย



ภาคผนวก ค

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวนภัสสิยา เมืองอินทร์	
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2524	
ภูมิลำเนา	จังหวัดเชียงใหม่	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2541	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนปรินซ์รอยแยลล์วิทยาลัย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ. 2545	ศศ. บ. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2548-ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ศูนย์เครือข่ายอาชีวศึกษานานาชาติ International Project on Technical and Vocational Education (UNESCO-UNEVOC)