

การเลือกชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์และความคาดหวังจากการ ชมภาพยนตร์ไทย

(Movie-attendances and Expectation from Thai Movies)

กอบกุล จันทร โคลิกา*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษา ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ และความคาดหวังที่มีผู้ชมมีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ การศึกษา ประยุกต์ใช้แบบจำลองสมการถดถอย Poisson พบว่า ลักษณะของผู้ชม (ได้แก่ เพศ รายได้ การศึกษาและสถานภาพสมรส) และระดับการให้ความสำคัญของผู้ชมที่มีต่อฟอร์ม (ดารานำแสดง ผู้กำกับ) ของภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ ในขณะที่ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกชมภาพยนตร์โดยอาศัยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) พบว่า ผู้ชมภาพยนตร์มีความคาดหวังต่อภาพยนตร์ไทยในเรื่องของความบันเทิงหรือตลกเป็นหลัก ผู้ชมภาพยนตร์ไทยจึงมีลักษณะเป็นผู้ชมที่ชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงและนิยมชมภาพยนตร์ประเภทตลกเป็นหลัก ในขณะที่ผู้นิยมชมภาพยนตร์ต่างประเทศ จะให้ความสำคัญกับการชมภาพยนตร์เพื่อเนื้อหาสาระเป็นหลัก ผลจากการศึกษาด้วยแบบจำลอง Logit ช่วยยืนยันความสัมพันธ์ ระหว่างการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยกับความคาดหวังที่ได้รับจากภาพยนตร์ไทย พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ (ได้แก่ ประเภทของภาพยนตร์ และความคิดเห็นต่อภาพยนตร์ไทย) และลักษณะของผู้ชม (รายได้) นอกจากนี้ ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาภาพยนตร์ไทย กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ภาพยนตร์ไทยควรเน้นพัฒนาด้านเนื้อเรื่อง เป็นอันดับแรก เทคนิค นักแสดง ผู้กำกับ และการลงทุนตามลำดับ และรัฐบาลควรให้การสนับสนุนการพัฒนาภาพยนตร์ไทยให้มากกว่านี้

* อาจารย์ประจำวิทยาลัยสหวิทยาการ

Abstract

This research focused on the factors that determine why Thai audience members go to the see movies in the theater, and their expectations for Thai and foreign movies. Using a Poisson regression model, the study revealed that the audience characteristics (i.e. gender, income, educational level, and marital status) and the characteristics of the movie (i.e. leading actor or actress, the movie's producer) have significant impacts on the frequency of movie-attendance. The research also finds that Thai audience's form expectations about movies in accordance with gratifications theory. Thai audiences generally expect Thai movies to be humorous, implying that they go to Thai movies for entertainment purpose. Conversely, Thai audiences generally expect to see more content from the foreign or Hollywood movies.

The estimated results from Logit models confirm a significant relationship between decisions to go to Thai movies and expectations from the movies, it also reveals significant details of movie-going behaviors (i.e. movies genres and attitude toward Thai movies) and characteristic of the audiences (i.e. income levels). Additionally, the results of the opinions of audiences indicate that Thai movie-makers should emphasize improving the scripts and plots of movies as their first priority, though they can also improve movies by improving film-making techniques, casting appropriate actors and actresses, and improving the production and financial performance of movies. Finally, this study finds that the Thai government should play a more active role in supporting the Thai movie-maker industry.

1. บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก ภาพยนตร์ไทยเริ่มมีการขยายตลาดไปสู่ตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม การเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างแน่นอน เนื่องจากความสำเร็จของภาพยนตร์แต่ละเรื่องนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายด้าน ทั้งด้านการสร้างเนื้อหาที่ถูกใจผู้ชม ดาราที่แสดงสมบทบาท การตลาด เงินลงทุน และภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นความเสี่ยงที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยต้องเผชิญ ดังนั้น เพื่อความมั่นคงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ภาพยนตร์ไทยจึงควรใช้ตลาดภาพยนตร์ภายในประเทศเป็นตลาดหลัก แต่ตลาดภาพยนตร์ภายในประเทศของไทย ปัจจุบันได้ถูกแย่งส่วนแบ่งตลาดจากภาพยนตร์ต่างประเทศ

โดยเฉพาะภาพยนตร์จากฮอลลีวู้ด ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวไทยเสมอมา ดังนั้น จึงเป็นที่น่าศึกษาว่า ผู้ชมมีความคาดหวังอย่างไร ในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ และมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความคาดหวังดังกล่าว นอกจากนี้ ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่ในการเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ (2) ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ (3) ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ และ (4) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทย โดยขอบเขตของการศึกษานี้ กำหนดให้ประเภทของภาพยนตร์ (Genre) ประกอบด้วย ตลก (Comedy) สยองขวัญ (Horror) แนวชีวิต (Drama) บู้ (Action) และแฟนตาซี (Fantasy) และปัจจัยในการเลือกชมภาพยนตร์ที่มุ่งเน้นในการศึกษานี้ ประกอบด้วย ปัจจัยสำคัญๆ 4 ด้าน ดังนี้ (1) ปัจจัยด้านฟอร์มของภาพยนตร์-ดารารายแสดงนำ ผู้กำกับ และทุนสร้าง (2) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์และบทวิจารณ์ของภาพยนตร์ (3) ปัจจัยด้านรายได้และชื่อเสียงของภาพยนตร์และ (4) ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายและความสะดวกในการชมภาพยนตร์ นอกจากนี้ ความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้ (1) ความคาดหวังด้านบันเทิง-ตลก (2) ความคาดหวังด้านความประทับใจ (3) ความคาดหวังด้านความตื่นเต้น (4) ความคาดหวังด้านเนื้อหาสาระ-แง่คิด และ (5) ความคาดหวังด้านความแปลกใหม่ของเนื้อหา

2. กรอบแนวคิด

2.1 การชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ (Cinema Attendance)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์ โดยส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยของต่างประเทศเป็นหลัก ในขณะที่งานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ในประเทศไทย มักมุ่งเน้นศึกษาโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นหลัก ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2548) สรุปว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีโอกาสในการเติบโตที่สูง แต่ยังมีปัญหาเรื่องความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของคุณภาพของภาพยนตร์ไทย ที่ต้องเริ่มหันมาพัฒนาด้านมาตรฐานของภาพยนตร์ บุคลากร การจัดการทางการเงิน และการสนับสนุนจากภาครัฐ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ สรุปว่า โรงภาพยนตร์ไทยได้มีการพัฒนาขึ้นมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ในขณะที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2549) แสดงถึง

แนวโน้มและโอกาสการขยายตลาดของภาพยนตร์ไทยที่มีโอกาสขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ตามการเจรจาเปิดเสรีธุรกิจภาพยนตร์ แต่ถึงแม้ปัจจุบันอุตสาหกรรมการผลิตภาพยนตร์ไทยจะขยายตัว แต่ยังมีกลุ่มของบริษัทผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ซึ่งมีเพียงไม่กี่กลุ่มและเกือบทั้งหมดเป็นบริษัทร่วมทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการร่วมทุนกับบริษัทจัดจำหน่ายของสหรัฐฯ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 90% ของตลาดภาพยนตร์ในไทย งานวิจัยกลุ่มนี้ให้ความสำคัญเฉพาะโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

งานวิจัยในต่างประเทศ เป็นงานวิจัยที่โดยส่วนใหญ่เน้นศึกษาการพยากรณ์ความสำเร็จด้านการตลาด โดยเฉพาะรายได้ของภาพยนตร์ที่เข้าฉาย โดยพิจารณาจากประเภทของภาพยนตร์ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ชม ลักษณะของโรงภาพยนตร์ที่เข้าฉาย และภาวะเศรษฐกิจในขณะที่เข้าฉาย ดังเห็นได้จากงานของ Ellingsworth (2003), Jones, Collins, & Hand (2007), Lee (2006), และ Yamamura (2008) งานเหล่านี้ส่วนใหญ่ให้ข้อสรุปว่า ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จของภาพยนตร์ คือ ตัวภาพยนตร์เองมีความสำคัญที่สุด ทั้งคุณภาพและประเภทของภาพยนตร์ ส่วนปัจจัยอื่นๆ มักเป็นปัจจัยเสริมที่ช่วยส่งเสริมความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องต่างๆ

ผลการศึกษาของ Ellingsworth (2003) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล (Demographic) อาทิ รายได้ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการออกไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของกลุ่มคนในแถบละตินอเมริกา ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Jones, Collins, & Hand (2007) ที่พบว่า ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-economic) ของผู้ชม อาทิ รายได้ และปัจจัยส่วนบุคคล อาทิ อายุ เพศ และอายุของบุตร มีส่วนสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการออกไปชมภาพยนตร์ของผู้ชมในประเทศอังกฤษ ในขณะที่การศึกษาของ Lee (2006) พบว่า พฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ อาทิ ประเภทของภาพยนตร์ที่นิยมชม เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ชมชาวฮ่องกงตัดสินใจออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ และมีส่วนสำคัญในความสำเร็จของภาพยนตร์ นอกจากนี้งานวิจัยของ Yamamura (2008) พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของโรงภาพยนตร์มีส่วนสำคัญในการออกไปชมภาพยนตร์ของคนในประเทศญี่ปุ่น

ความสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาประยุกต์ เป็น ฟังก์ชันแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ได้ ดังนี้

$$Freq = f(Demo, Behav, TFactor) \quad (1)$$

โดยที่ *Freq* คือ ความถี่ในการออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์, *Demo* คือ ปัจจัยส่วนบุคคล (Demographic), *Behav* คือปัจจัยสะท้อนพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ และ *TFactor* คือ ปัจจัยการให้ความสำคัญเกี่ยวกับภาพยนตร์และโรงภาพยนตร์ ซึ่งความสัมพันธ์ข้างต้นนี้สามารถสรุปเป็นสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1

H₁: ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, การศึกษา, สถานภาพ, จำนวนบุตร, อาชีพ, และรายได้ต่อเดือน), ปัจจัยสะท้อนพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ (วัตถุประสงค์ในการชม, และประเภทภาพยนตร์ (ตลก สยองขวัญ แนวชีวิต นู้ และแฟนตาซี)), และปัจจัยการให้ความสำคัญเกี่ยวกับภาพยนตร์ (ด้านฟอร์มของภาพยนตร์, ด้านการประชาสัมพันธ์และบทวิจารณ์ของภาพยนตร์, ด้านรายได้ และชื่อเสียงของภาพยนตร์, และด้านค่าใช้จ่ายและความสะดวกในการชมภาพยนตร์), มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์

2.2 ความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ของไทย โดยส่วนใหญ่จะมักเน้นศึกษาพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ ทศนคติและความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อภาพยนตร์ไทย ซึ่งโดยส่วนใหญ่มักเป็นงานวิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ดังเห็นได้จากงานของ กฤษฎา ทาวิ (2542) วรณช ตั้งควิวิช (2541) วัฒนา คงวิทยาถาวร (2546) และสุชาดา วิวัฒน์วิศา (2544) ซึ่งงานเหล่านี้ให้ข้อสรุปว่า ปัจจัยส่วนบุคคล อาทิ เพศ อายุ และอาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ หรือ ทศนคติหรือความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ไทย โดยที่งานเหล่านี้ให้ความสำคัญไม่มาก ในการอธิบายแนวคิดและทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมของผู้ชมในการเลือกชมภาพยนตร์อย่างสมเหตุสมผล จึงทำให้การเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีกับผลการศึกษาที่ได้ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร

งานวิจัยในด้านนี้ของต่างประเทศ จะเน้นอธิบายสาเหตุของการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ ซึ่งส่วนใหญ่ได้ข้อสรุปว่า ผู้ชมมักชมภาพยนตร์เพื่อสนองความต้องการของตน ดังนั้น การเลือกชมภาพยนตร์จะเป็นการเลือกชมภาพยนตร์ประเภทที่สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ที่ผู้ชมภาพยนตร์ต้องการ ดังเห็นได้จากงานของ Austin (1986), Hardy (2001), และLadhari (2007) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่มีประเด็นในการศึกษา ใกล้เคียงกับงานวิจัยนี้ โดยงานวิจัยในกลุ่มนี้มักจะมุ่งเน้นการศึกษาวัตถุประสงค์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ และประเภทของภาพยนตร์ที่เลือกชม ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงได้นำแนวคิดจากงานวิจัยในกลุ่มดังกล่าว เป็นแนวทางใน

การกำหนดกรอบของการวิจัย โดยใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ทฤษฎีที่เหมาะสมสำหรับใช้อธิบายปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคาดหวังของผู้ชมในการชมภาพยนตร์ คือ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ซึ่ง Blumler & Katz (1974) อธิบายว่า ผู้ใช้สื่อจะมีบทบาทที่สำคัญในการเลือกและบริโภคสื่อ ผู้ใช้สื่อเป็นบุคคลที่มีส่วนสำคัญที่สุดของขั้นตอนการสื่อสาร และเป็นผู้ที่เลือกใช้สื่อเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของตนในการใช้ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ผู้ใช้สื่อจะเลือกใช้สื่อที่สามารถสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้น ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จึงตั้งสมมุติฐานว่า ผู้ใช้สื่อจะเลือกใช้สื่อที่สร้างความพอใจให้แก่ตนสูงสุด

แนวคิดของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นแนวคิดในแง่บวกต่อสื่อ ที่อธิบายว่า ผู้ใช้สื่อมีอิสระที่จะเลือกใช้สื่อที่เห็นว่าเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการและสื่อที่เลือกมีผลกระทบต่อตนตามที่ต้องการ นอกจากนี้ Blumler & Katz (1974) ยังเชื่อกันว่า วัตถุประสงค์ของการเลือกใช้สื่อมิได้มีเพียงวัตถุประสงค์เดียว ในทางตรงกันข้าม ผู้ใช้สื่อมีวัตถุประสงค์หลากหลายในการเลือกใช้สื่อ และคาดหวังผลกระทบที่หลากหลายจากสื่อ ดังนั้น ผู้ใช้สื่อจะเลือกใช้สื่อที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และให้ผลกระทบตามที่ตนต้องการ โดยที่ความต้องการนี้เองเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้สื่อ

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ให้ความสนใจน้อยมากกับผลกระทบข้างเคียงในการใช้สื่อที่ผู้ใช้สื่ออาจได้รับจากการใช้สื่อมากเกินไป โดยสื่ออาจมีผลต่อมุมมอง ภาพลักษณ์และทัศนคติของผู้ใช้สื่อที่มีต่อสังคมในช่วงนั้นๆ

ตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ Blumler & Katz (1974) กำหนดความพึงพอใจจากการเลือกใช้สื่อไว้ 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านพักผ่อนหรือหลีกหนี (Escape) เป็น การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อหลีกหนีความเป็นจริงสักระยะหนึ่ง เช่น การเล่นเกมสื่อกอมพิวเตอร์ทางอินเทอร์เน็ต
2. ด้านเข้าสังคม (Social Interaction) เป็น การใช้ข้อมูลจากสื่อ เพื่อใช้ในการเข้าสังคมกับผู้อื่น หรือเป็นหัวข้อในการสนทนาในชีวิตประจำวัน เช่น ละครทีวี อย่างไรก็ตาม

ความพอใจจากการใช้สื่อด้านนี้อาจมีผลในแง่ร้ายกับผู้ใช้สื่อ หากผู้ใช้สื่อทำการใช้สื่อโดยละเลยความเป็นจริงของเนื้อหาที่นำเสนอในสื่อ นั้น

3. ด้านยืนยันตัวตน (Identify) เป็น การใช้เนื้อหาจากสื่อ สำหรับการสร้างตัวตนหรือบุคลิก ของผู้บริโภคลือ เช่น การดูนิตยสารแฟชั่น เพื่อเลือกแบบเสื้อผ้าหรือทรงผม
4. ด้านข้อมูล (Inform & Educate) เป็น การใช้สื่อเพื่อศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม หรือเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวข้องกับเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น การอ่านหนังสือ หรือดูข่าว
5. ด้านบันเทิง (Entertain) เป็น การใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น การฟังดนตรี

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจใช้ประยุกต์และอธิบายได้ว่า ผู้ชมภาพยนตร์จะเลือกชมภาพยนตร์เพื่อสนองความต้องการหรือสร้างความพอใจให้แก่ตน ดังนั้น ผู้ชมภาพยนตร์จะเลือกประเภทของภาพยนตร์ที่จะชมเพื่อสนองความต้องการที่จะได้รับจากการชมภาพยนตร์หรือวัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์

จากทฤษฎีข้างต้น สามารถประยุกต์เป็นฟังก์ชันความสัมพันธ์ได้ ดังนี้

$$Y = f(Demo, Behav, EFactor) \quad (2)$$

โดยที่ Y คือ การตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ $Demo$ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล (Demographic) $Behav$ คือปัจจัยสะท้อนพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ และ $EFactor$ คือ ความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ ซึ่งความสัมพันธ์ข้างต้นนี้สามารถสรุปเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2

- H_{21} : ผู้ชมภาพยนตร์มีความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ไทยแตกต่างจากการชมภาพยนตร์ต่างประเทศ
- H_{22} : ผู้ชมภาพยนตร์ที่มีวัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์ที่ต่างกันจะมีลักษณะของภาพยนตร์ที่เลือกชมที่แตกต่างกัน
- H_{23} : ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, การศึกษา, สถานภาพ, จำนวนบุตร, อาชีพ, และรายได้ต่อเดือน), พฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ (ความถี่ในการชมภาพยนตร์, วัตถุประสงค์ในการชม, และประเภทภาพยนตร์ที่ชอบชม (ตลก สยองขวัญ แนวชีวิต บู๊ และแฟนตาซี)) และความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ของผู้ชมภาพยนตร์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์

3. วิธีการศึกษา

3.1 ตัวแปรและกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษานี้¹ ประกอบด้วย (1) ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากร (Demographic Data) พฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ ความคิดเห็นต่อการพัฒนาการของภาพยนตร์ไทย ปัจจัยในการออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ และ (2) ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ ความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ และการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทย โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสำรวจโดยวิธีการสำรวจแบบสุ่ม (Random Sampling Method) จากโรงภาพยนตร์ต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลที่สำรวจทั้งหมดมี 200 ข้อมูล

3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

(1) การวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยลักษณะของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะถูกวิเคราะห์โดยใช้ ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(2) การวิเคราะห์การชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ (Cinema Attendance) ดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์แบบ Bivariate Analysis ประกอบด้วย การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Independent Sample t-test, One-way Analysis of Variance (ANOVA), และ Chi-square Test รวมทั้งการวิเคราะห์แบบ Multivariate Analysis โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอย (Regression Analysis) ที่ประยุกต์จากฟังก์ชันสมการที่ (1) ซึ่งสามารถประยุกต์เป็นแบบจำลองสมการถดถอยสำหรับความถี่ในการชมภาพยนตร์ได้ ดังนี้

แบบจำลองสมการถดถอยสำหรับความถี่ในการชมภาพยนตร์

$$Ffreq = \beta_0 + \beta_1 Dcom + \beta_2 Dimp + \beta_3 Dobj + \beta_4 Docc + \beta_5 Dinc + \beta_6 Dkid + \beta_7 Dsex + \beta_8 Dage + \beta_9 Dedu + \beta_{10} Dsta + \beta_{11} Fform + \beta_{12} Fsale + \beta_{13} Fcrit + \beta_{14} Fconv + \varepsilon \quad (3)$$

โดยที่ $Ffreq$ คือ ความถี่ในการชมภาพยนตร์ (ครั้ง/เดือน)

¹ ดูรายละเอียดของตัวแปรทั้งหมดจากแบบสอบถาม ที่ภาคผนวก ก (ตารางที่ ก-1)

พฤติกรรมในการชมภาพยนตร์

Dcom คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมนิยมชมภาพยนตร์ประเภทตลก

Dimp คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมคิดว่าภาพยนตร์ไทยพัฒนาดีขึ้น

Dobj คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมนิยมชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง

ปัจจัยส่วนบุคคล

Docc คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา

Dinc คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

Dkid คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมไม่มีบุตร

Dsex คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมเป็นผู้หญิง

Dage คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีอายุเกิน 40 ปี

Dedu คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรี

Dsta คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีสถานภาพเป็นโสด

ปัจจัยการให้ความสำคัญเกี่ยวกับภาพยนตร์และโรงภาพยนตร์

Fform คือ การให้ความสำคัญด้านฟอร์มของภาพยนตร์ (ดารานำ ผู้กำกับ)

Fsale คือ การให้ความสำคัญด้านรายได้ของภาพยนตร์

Fcrit คือ การให้ความสำคัญด้านบทวิจารณ์ของภาพยนตร์

Fconv คือ การให้ความสำคัญด้านความสะดวกของโรงภาพยนตร์

นอกจากนี้ เนื่องจากตัวแปรตามในแบบจำลองสมการถดถอย คือ ความถี่ในการชมภาพยนตร์ ซึ่งมีลักษณะข้อมูลเป็นจำนวนครั้งที่เป็นตัวเลขจำนวนเต็ม ที่มีลักษณะเป็นตัวเลขไม่ต่อเนื่อง (Discrete) จึงไม่เหมาะสมที่จะประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยในรูปแบบสมการเส้นตรงที่กำหนดให้ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) ซึ่งเป็นการแจกแจงตัวแปรที่เป็นตัวเลขแบบต่อเนื่อง (Continuous) ดังนั้น การศึกษานี้ จึงทำการประมาณค่าแบบจำลองสมการที่ (3) โดยประยุกต์ใช้ทั้งแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Model) และแบบจำลองสมการถดถอยแบบพัซซอง (Poisson Regression Model) ที่มีกำหนดให้การแจกแจงของตัวแปรตาม (ในที่นี้ ความถี่ของการไปชมภาพยนตร์) มีการแจกแจงความน่าจะเป็นแบบพัซซอง ที่เป็นการแจกแจงแบบไม่ต่อเนื่อง (Discrete Distribution)

(1) การวิเคราะห์การเลือกชมและความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ไทยหรือภาพยนตร์ต่างประเทศ ดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์แบบ Bivariate Analysis ประกอบด้วย การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Independent Sample t-test, One-way Analysis of Variance (ANOVA), Paired t-test, และ Chi-square Test รวมทั้งการวิเคราะห์แบบ Multivariate Analysis โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอย (Regression Analysis) ที่ประยุกต์จากฟังก์ชันสมการที่ (2) ซึ่งสามารถประยุกต์เป็นแบบจำลองสมการถดถอยสำหรับความถี่ในการชมภาพยนตร์ได้ ดังนี้

แบบจำลองสมการถดถอยสำหรับการเลือกชมภาพยนตร์ไทย

$$Y = \beta_0 + \beta_1 Fent + \beta_2 Foth + \beta_3 Ffreq + \beta_5 Dcom + \beta_6 Dimp + \beta_7 Dobj + \beta_8 Dinc + \beta_9 Dkid + \beta_{10} Dsex + \beta_{11} Dage + \beta_{12} Dedu + \beta_{13} Dsta + \varepsilon \quad (4)$$

โดยที่ $Y = 1$ เมื่อผู้ชมชมภาพยนตร์ไทยเป็นประจำ และ 0 เมื่อผู้ชมชมภาพยนตร์ต่างประเทศ

ปัจจัยด้านความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์

Fent คือ ผลต่างความคาดหวังด้านบันเทิงของหนังไทย-ฝรั่ง

Foth คือ ผลต่างความคาดหวังด้านอื่นๆ ของหนังไทย-ฝรั่ง

พฤติกรรมในการชมภาพยนตร์

Ffreq คือ ความถี่ในการชมภาพยนตร์ (ครั้ง/เดือน)

นอกจากนี้ เนื่องจากตัวแปรตามในแบบจำลองสมการถดถอย คือ การเลือกชมภาพยนตร์ไทยเป็นประจำ ซึ่งมีลักษณะข้อมูลเป็นตัวแปรหุ่น มีค่าศูนย์หรือหนึ่ง ที่มีลักษณะเป็นตัวเลขไม่ต่อเนื่อง (Discrete) และมีการแจกแจงแบบทวินาม (Binomial Distribution) จึงไม่เหมาะสมที่จะประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยในรูปแบบสมการเส้นตรงที่กำหนดให้ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) ซึ่งเป็นการแจกแจงตัวแปรที่เป็นตัวเลขแบบต่อเนื่อง (Continuous) ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ จึงทำการประมาณค่าแบบจำลองสมการที่ (4) โดยประยุกต์ใช้ทั้งแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Model) และแบบจำลองโลจิต (Logit Model) ที่มีกำหนดให้แบบจำลองมีรูปแบบสมการ เป็น การแจกแจงความน่าจะเป็นแบบโลจิสติก (Logistic Distribution) ซึ่งจะให้รูปแบบของแบบจำลองที่เหมาะสมกว่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง

4. ผลการศึกษา

4.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสำรวจโดยวิธีการสุ่มแบบสุ่ม (Random Sampling Method) ข้อมูลทั้งหมดมี 200 ข้อมูล ผลการแจกแจงความถี่ของข้อมูล² จำแนกตามลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ จำนวนบุตร อาชีพ และรายได้ สะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65) มีอายุระหว่าง 17-30 ปี (ร้อยละ 65.5) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 72) สถานภาพโสด (ร้อยละ 81) ไม่มีบุตร (ร้อยละ 84) เป็นนักศึกษาหรือพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 60.5) และมีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท (ร้อยละ 73.5)

พฤติกรรมชมภาพยนตร์

ผลการแจกแจงความถี่ของข้อมูลจำแนกตามพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง³ ประกอบด้วย ความถี่ในการชมภาพยนตร์ วัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์ ประเภทภาพยนตร์ที่นิยมชม ภาพยนตร์ที่นิยมชม (ไทยหรือต่างประเทศ) และสถานที่ที่นิยมชมภาพยนตร์ สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ไม่เกินเดือนละ 2 เรื่อง (ร้อยละ 66.5) ชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก (ร้อยละ 64.5) นิยมชมภาพยนตร์ประเภทตลก (ร้อยละ 30.5) หรือบู๊ (ร้อยละ 24.5) และนิยมชมภาพยนตร์ต่างประเทศ (ร้อยละ 72.5) โดยมีการชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ (ร้อยละ 51.5)

ความคิดเห็นต่อการพัฒนาการของภาพยนตร์ไทย

ผลการแจกแจงความถี่ของข้อมูลจำแนกตามความคิดเห็นของการพัฒนาการของภาพยนตร์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง⁴ ประกอบด้วย ระดับการพัฒนาการของภาพยนตร์ไทย ระดับการสนับสนุนของภาครัฐ และด้านที่ควรพัฒนาของภาพยนตร์ไทย สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ภาพยนตร์ไทยมีพัฒนาการที่ดีขึ้นมาก (ร้อยละ 71.5) ในขณะที่รัฐบาลให้การ

² ดูรายละเอียดผลการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ของข้อมูลที่ ภาคผนวก ข

³ ดูรายละเอียดผลการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ของข้อมูลที่ ภาคผนวก ค

⁴ ดูรายละเอียดผลการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ของข้อมูลที่ ภาคผนวก ง

สนับสนุนน้อยเกินไป (ร้อยละ 65.5) ควรเน้นการพัฒนาด้านเนื้อเรื่องเป็นหลัก (ร้อยละ 49.5) และเทคนิคเป็นอันดับรอง (ร้อยละ 26)

ผลข้างต้น สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี นิยมชมภาพยนตร์ต่างประเทศ ชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก และนิชมภาพยนตร์ประเภทตลกและบู๊

4.2 ผลการวิเคราะห์การชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ (Cinema Attendance)

ผลการวิเคราะห์การชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ แสดงได้ดังตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน Bivariate Analysis เกี่ยวกับปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญในการชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ คือ ปัจจัยด้านฟอร์มของภาพยนตร์ที่เน้นดาราผู้แสดงนำ ผู้กำกับ และโครงเรื่อง ถัดมา คือ ปัจจัยด้านบทวิจารณ์ ด้านการทำรายได้ และด้านความสะดวก ตามลำดับ โดยที่การให้ความสำคัญของผู้ชมต่อปัจจัยเหล่านี้ มีความแตกต่างกันน้อยมากในกลุ่มผู้ชมที่มีลักษณะส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร) ในขณะที่ ผู้ชมที่มีการศึกษาหรืออาชีพต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการทำรายได้ของภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผู้ชมที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันโดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสะดวกที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดง ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยความถี่ในการชมภาพยนตร์ต่อเดือน จากผลการประมาณ พบว่า แบบจำลองสมการถดถอย Poisson เป็นแบบจำลองที่เหมาะสมกว่าแบบจำลองสมการเส้นตรง ดังเห็นได้จากค่านัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง ซึ่งผลจากแบบจำลองสมการถดถอย Poisson สะท้อนให้เห็นว่า ความถี่ในการชมภาพยนตร์ ขึ้นอยู่กับ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ชม (ประกอบด้วย รายได้ของผู้ชม เพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส) และการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านฟอร์มของภาพยนตร์ โดยจากผลของ Marginal Effect สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ชมที่มีรายได้ต่ำกว่าหนึ่งหมื่นบาทต่อเดือนจะมีแนวโน้มที่จะออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่าหนึ่งหมื่นบาทต่อเดือนประมาณเดือนละ 0.93 เรื่อง ผู้หญิงจะออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์น้อยกว่าผู้ชายเดือนละประมาณ 0.53 เรื่อง ผู้ชมที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรีมีแนวโน้มที่จะออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปประมาณเดือนละ 0.69 เรื่อง คน

โสดมีแนวโน้มจะออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์มากกว่าคนแต่งงานแล้วประมาณเดือนละ 0.90 เรื่อง และหากผู้ที่ให้ความสำคัญกับฟอร์มภาพยนตร์เพิ่มขึ้นจะทำให้มีแนวโน้มในการชมภาพยนตร์เพิ่มขึ้นเดือนละ 0.28 เรื่อง

4.3 ผลการวิเคราะห์การเลือกชมและความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ

ตารางที่ 3 แสดง การทดสอบสมมุติฐาน Bivariate Analysis ของปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ไทย ด้านความบันเทิงและตลกเป็นอันดับแรก ตามด้วย ด้านความประทับใจ ด้านความตื่นเต้น ด้านเนื้อหาสาระ และด้านความแปลกใหม่ ตามลำดับ ในขณะที่ ให้ความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ต่างประเทศ ด้านความตื่นเต้นเป็นอันดับแรก ตามด้วย ด้านความประทับใจ ด้านความแปลกใหม่ ด้านเนื้อหาสาระ และด้านความบันเทิงและตลกเป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งตรงกันข้ามกับความคาดหวังของภาพยนตร์ไทย

ผลทดสอบสมมุติฐาน สามารถสรุปประเด็นสำคัญๆ ได้ว่า ความถี่ในการชมภาพยนตร์ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ของผู้ชมต่างกัน โดยเฉพาะความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ต่างประเทศ ความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมที่ชมภาพยนตร์ไทยเป็นประจำจะแตกต่างจากความคาดหวังของผู้ชมที่ชมภาพยนตร์ต่างประเทศเป็นประจำ ในขณะที่ความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ต่างประเทศของผู้ชมทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผู้ชมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในการชมภาพยนตร์จากภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศแตกต่างกันแทบทุกด้าน ยกเว้นด้านความบันเทิงด้านเดียว ซึ่งเป็นด้านที่ผู้ชมให้ความคาดหวังมากที่สุดจากการชมภาพยนตร์ไทย

ผลการจำแนกความถี่ของภาพยนตร์ที่นิยมชมตามประเภทของภาพยนตร์ที่ชอบชม และความคิดเห็นต่อหนังไทย พบว่า กลุ่มผู้ชมที่นิยมชมภาพยนตร์ไทยเป็นประจำและกลุ่มที่นิยมชมภาพยนตร์ต่างประเทศเป็นประจำ มีประเภทของภาพยนตร์ที่นิยมชมแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ชมที่นิยมชมภาพยนตร์ไทยเป็นประจำจะนิยมชมภาพยนตร์ประเภทตลกมากกว่า ในขณะที่กลุ่มผู้ชมที่นิยมชมภาพยนตร์ต่างประเทศเป็นประจำจะนิยมชมภาพยนตร์แนวบู๊มากกว่า อย่างไรก็ตาม ผู้ชม

⁵ ดูรายละเอียดผลการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ของข้อมูลที่ ภาคผนวก จ (ตารางที่ จ-1)

กลุ่มตัวอย่างนี้โดยส่วนใหญ่นิยมชมภาพยนตร์ต่างประเทศและชอบภาพยนตร์ตลก ส่วนกลุ่มผู้ชมที่นิยมชมภาพยนตร์ไทยเป็นประจำมีความเห็นคิดว่าภาพยนตร์ไทยดีขึ้นมาก ในขณะที่กลุ่มที่คิดว่าภาพยนตร์ไทยแย่ลงไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทยเลย นอกจากนี้ ผลการจำแนกความถี่ของประเภทของภาพยนตร์ที่ชอบชมจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์และการทดสอบความสัมพันธ์โดย Pearson Chi-Square⁶ พบว่า วัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์และประเภทของภาพยนตร์ที่นิยมนชมมีความสัมพันธ์กัน โดยผู้ชมภาพยนตร์ที่มีวัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงจะนิยมชมภาพยนตร์ประเภทตลกมากที่สุด ในขณะที่ ผู้ชมภาพยนตร์ที่มีวัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์เพื่อความประทับใจจะนิยมชมภาพยนตร์ประเภทแนวชีวิตมากที่สุด ผลดังกล่าวเป็นการยืนยันว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสามารถใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้ชมภาพยนตร์ชาวไทยได้

ตารางที่ 4 แสดง ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยการเลือกชมภาพยนตร์ไทย ซึ่งพบว่า แบบจำลอง Logit สามารถอธิบายใช้อธิบายการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยได้ดีกว่าแบบจำลองสมการเส้นตรง ผลการประมาณค่าแบบจำลอง Logit สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลน้อยมากต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทย ยกเว้น ปัจจัยด้านรายได้และจำนวนบุตร ในขณะที่พฤติกรรมการชมภาพยนตร์และความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ไทยมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทย ผลดังกล่าวสามารถสรุปโดยพิจารณาจาก Marginal Effect ได้ ดังนี้

ผู้ชมที่รายได้ต่ำกว่าหนึ่งหมื่นบาทต่อเดือนมีแนวโน้มในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 22.4 ผู้ชมที่ไม่มีบุตรมีแนวโน้มในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยลดลงร้อยละ 22

ผู้ชมที่นิยมชมภาพยนตร์ประเภทตลก มีแนวโน้มในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 และผู้ชมที่มีความเห็นว่าภาพยนตร์ไทยพัฒนาขึ้นมากมีแนวโน้มในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 ในขณะที่ผู้ชมที่มีความคาดหวังด้านบันเทิงของภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้นมีแนวโน้มในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และหากมีความคาดหวังด้านอื่นๆ ของภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้นมีแนวโน้มในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.6

⁶ ดูรายละเอียดผลการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ของข้อมูลและการทดสอบความสัมพันธ์โดย Pearson Chi-Square ที่ ภาคผนวก จ (ตารางที่ จ-2)

5. บทวิเคราะห์

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ ประกอบด้วย รายได้ของผู้ชมที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กล่าวคือ ผู้ชมที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะออกไปชมภาพยนตร์มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้น้อย ซึ่งสะท้อนว่า ภาพยนตร์เป็นสินค้าปกติ (Normal Goods) ผลดังกล่าว สอดคล้องกับข้อสรุปของงานวิจัยของ Cameron (1990) Dewenter & Westermann (2005) ที่ได้ข้อสรุปว่า การชมภาพยนตร์จัดได้ว่าเป็นสินค้าปกติสำหรับผู้ชมภาพยนตร์ในประเทศอังกฤษ และเยอรมนี โดยที่การชมภาพยนตร์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้ อย่างไรก็ตาม ผลดังกล่าวขัดแย้งกับข้อสรุปของงานวิจัยของ Yamamura (2008) พบว่า ระดับรายได้มีผลในเชิงลบต่อการออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ของผู้ชมชาวญี่ปุ่น ผู้ชมที่มีรายได้น้อยมักนิยมไปชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงและหลีกเลี่ยงจากโลกแห่งความเป็นจริงชั่วขณะหนึ่ง การชมภาพยนตร์จึงจัดเป็นสินค้าด้อย (Inferior Goods) โดย Yamamura ให้เหตุผลว่า พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ในประเทศญี่ปุ่นได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เนื่องจากสินค้าใหม่ๆ ที่ใช้ในการพักผ่อนได้มีการคิดค้นและผลิตออกมามากในประเทศญี่ปุ่น และได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้บริโภคที่มีรายได้สูง จึงทำให้การชมภาพยนตร์เปลี่ยนเป็นสินค้าด้อยในประเทศญี่ปุ่น เพราะผู้บริโภคที่มีรายได้สูงหันไปบริโภคสินค้าใหม่ๆ เหล่านั้นแทนการชมภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงข้างต้นในประเทศญี่ปุ่นยังไม่เกิดขึ้นในประเทศไทย เพราะผู้ชมที่มีรายได้สูงจะชมภาพยนตร์มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้น้อย

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า ผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะออกไปชมภาพยนตร์น้อยกว่าผู้ชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Jones, et al. (2007) และระดับการศึกษามีผลต่อการออกไปชมภาพยนตร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Ellingsworth (2003) ที่พบว่า ผู้มีการศึกษาสูงในประเทศแถบละตินอเมริกานิยมออกไปชมภาพยนตร์โดยผู้ชมกลุ่มนี้มักคาดหวังเนื้อหาสาระจากภาพยนตร์ ภาพยนตร์ที่นิยมชมจึงเป็นภาพยนตร์ของฮอลลีวูดที่มีเนื้อหาสาระกว่าภาพยนตร์ของประเทศแถบละตินอเมริกา

การวิเคราะห์การเลือกชมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยเน้นให้ความสำคัญด้านความบันเทิงและตกเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee (2006) ที่พบว่า ผู้ชมชาวฮ่องกงนิยมชมภาพยนตร์ตลกของฮ่องกงมากกว่าภาพยนตร์ตลกของฮอลลีวูด เพราะความตลกเป็นเรื่องที่อิงกับธรรมเนียมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ (Highly Culturally

Specific) (Palmer, 1995) การถ่ายทอดความตลกจากวัฒนธรรมและภาษาที่แตกต่างกันจึงเป็นไปได้ยาก เนื่องจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันและการถ่ายทอดความหมายจากการแปลภาษาจากภาษาหนึ่งมาเป็นอีกภาษาหนึ่ง ทำให้ภาพยนตร์ตลกจากฮอลลีวูดที่มาจากประเทศฝั่งตะวันตกซึ่งมีวัฒนธรรมและภาษาที่แตกต่างจากเอเชีย เช่น ไทยและฮ่องกง จึงไม่สามารถถ่ายทอดความตลกของภาพยนตร์ให้กับผู้ชมชาวเอเชียได้ดีเท่าที่ควร ภาพยนตร์ตลกของแต่ละประเทศในแถบเอเชียจึงประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมสูงสำหรับผู้ชมในประเทศของตน

ในทางตรงกันข้ามกับภาพยนตร์ตลก ภาพยนตร์ประเภทตื่นเต้น (Action) ของฮอลลีวูดจะได้รับความนิยมเป็นอันดับแรกสำหรับผู้ชมภาพยนตร์ชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Lee (2006) ที่พบว่า ภาพยนตร์ประเภทตื่นเต้นและแฟนตาซีของฮอลลีวูด เป็นประเภทของภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมสูงในฮ่องกง เนื่องจากภาพยนตร์ประเภทนี้เป็นภาพยนตร์ที่วัฒนธรรมและภาษามีผลน้อยมากต่อความเข้าใจในเรื่อง จึงทำให้ภาพยนตร์ประเภทนี้ส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จและทำรายได้สูงอยู่เสมอ

พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) โดยที่ผู้ชมจะเลือกชมภาพยนตร์ประเภทที่ตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเข้าชม ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์จากกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง ก็จะเลือกชมภาพยนตร์ประเภทตลกเป็นหลัก ในขณะที่ผู้ชมที่มีความคาดหวังด้านความตื่นเต้น จะนิยมชมภาพยนตร์จากต่างประเทศที่คาดว่าจะให้ความตื่นเต้นสูงกว่าภาพยนตร์ไทย ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Austin (1986) และ Ladhari (2007) ที่พบว่า ความคาดหวังจากภาพยนตร์มีส่วนสำคัญต่อความพอใจที่ผู้ชมได้รับจากภาพยนตร์

โดยสรุป ผลการศึกษานี้ พบว่า (1) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของผู้ชมไทย ประกอบด้วย รายได้ เพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส (2) ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ ประกอบด้วย ประเภทของภาพยนตร์ที่นิยมชมและความถี่ในการชมภาพยนตร์ และ (3) ผู้ชมชาวไทยคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ไทยแตกต่างจากภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยผู้ชมไทยส่วนใหญ่คาดหวังความบันเทิงและตลกจากภาพยนตร์ไทยเป็นอันดับแรก ในขณะที่คาดหวังความตื่นเต้นเป็นอันดับแรกจากภาพยนตร์ต่างประเทศ ผลดังกล่าวเป็นการช่วยอธิบายถึงข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นว่า ภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นภาพยนตร์ตลก เนื่องจากผู้ชมภาพยนตร์ไทยคาดหวังความตลกจากภาพยนตร์ไทยเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ข้อสันนิษฐานดังกล่าว

เป็นเพียงมุมมองด้านหนึ่งที่มาจากการศึกษาข้อมูลของผู้ชมเท่านั้น การศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกสร้างภาพยนตร์ไทยของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยจึงเป็นอีกประเด็นหนึ่ง ที่ควรต้องมีการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการสรุปข้อสันนิษฐานข้างต้น

นอกจากนี้ ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาภาพยนตร์ไทย กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ภาพยนตร์ไทยควรเน้นพัฒนาด้านเนื้อเรื่อง เป็นอันดับแรก เทคนิคนักแสดง ผู้กำกับ และการลงทุน ตามลำดับ และรัฐบาลควรให้การสนับสนุนการพัฒนาภาพยนตร์ไทยให้มากกว่านี้ อย่างไรก็ตาม การศึกษาด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของภาพยนตร์ประเภทต่างๆ เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจในการศึกษา โดยเฉพาะการเปรียบเทียบระหว่างภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ เพื่อใช้ประกอบการสรุปถึงแนวทางการพัฒนาของภาพยนตร์ไทยว่าควรมุ่งเน้นไปในทิศทางใด และรัฐบาลควรให้การสนับสนุนในด้านใดต่อไป

ตารางที่ 1
การทดสอบสมมติฐาน Bivariate Analysis ของปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญ
ในการไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์

ปัจจัย	ค่าสถิติ	ปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญในการไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์			
		ฟอร์ม หนึ่ง	บทวิจารณ์	การทำรายได้	ความสะดวก
	ค่าเฉลี่ย				
	รวม	3.905 (0.043)	3.6650 (0.047)	3.4820 (0.059)	3.4200 (0.067)
เพศ	t-test	-1.496	-1.171	-0.454	0.091
อายุ	F-test	0.692	1.164	1.164	4.034***
การศึกษา	F-test	0.501	1.300	3.347**	2.808**
สถานภาพ	F-test	1.508	0.162	1.781	0.786
บุตร	F-test	1.739	2.281*	0.455	3.092**
อาชีพ	F-test	2.741**	0.736	2.017*	4.710***
รายได้	F-test	0.592	1.527	0.249	6.042***
ความถี่ในการ ชม	Correlation	0.082	0.046	-0.043	-0.099
สถานที่ชม	F-test	2.282*	1.108	0.147	1.858
วัตถุประสงค์ การชม	F-test	0.543	2.349*	0.358	2.849**
ประเภท ภาพยนตร์	F-test	1.353	0.386	1.412	0.955
ภาพยนตร์ไทย- ฝรั่ง	t-test	-1.646	0.660	-0.327	2.220**

ค่าในวงเล็บ คือ ค่า Standard Error

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 2

ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยความถี่ในการชมภาพยนตร์ต่อเดือน

	แบบจำลองสมการเส้นตรง		แบบจำลองสมการถดถอย Poisson		
	(1) Coefficient	(2) Coefficient	(3) Coefficient	(4) Coefficient	Mfx
Constant	2.2169*** (0.7827)	2.5098*** (0.3944)	0.7347*** (0.2624)	0.8708*** (0.1389)	
D_com	-0.1425 (0.3151)		-0.0427 (0.1107)		
D_imp	0.1886 (0.3151)		0.0864 (0.1050)		
D_obj	0.1419 (0.3248)		0.0467 (0.1075)		
D_occ	0.4216 (0.4896)		0.1753 (0.1668)		
D_inc	-0.7089 (0.4501)	-0.9387*** (0.2906)	-0.2790* (0.1512)	-0.3831*** (0.0978)	-0.9300*** (0.2395)
D_kid	-0.0943 (0.6538)		-0.0501 (0.2324)		
D_sex	-0.4725 (0.2998)	-0.4186 (0.2871)	-0.1905** (0.0967)	-0.1678* (0.0936)	-0.5340* (0.3073)
D_age	-0.3966 (0.4069)		-0.1447 (0.1314)		
D_edu	-0.5745 (0.4652)	-0.6427 (0.4489)	-0.2431 (0.1617)	-0.2707* (0.1585)	-0.6929* (0.3713)
D_sta	0.7860 (0.6259)	0.8589** (0.3570)	0.3507 (0.2229)	0.3720*** (0.1297)	0.9077*** (0.2922)
F_form	0.2229 (0.1413)	0.2363* (0.1374)	0.0943** (0.0470)	0.0972** (0.0463)	0.2838** (0.1342)
F_sale	-0.0815 (0.1407)		-0.0327 (0.0454)		
F_crit	0.0712 (0.1429)		0.0257 (0.0455)		
F_conv	-0.0195 (0.1495)		-0.0087 (0.0471)		
SSR	702.2768	714.1110			
Log-likelihood			-361.8856	-364.1116	
ค่า F-test	1.6027*	3.9824***			
ค่า Chi ² test			34.6642***	30.2112***	
R ²	0.1081	0.0931			
Adj. R ²	0.0406	0.0697			
Pseudo R ²			0.0457	0.0398	

ค่าในวงเล็บ คือ ค่า Standard Error

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตัวแปรตาม (F_freq) คือ ความถี่ในการชมภาพยนตร์ (ครั้ง/เดือน)

D_com คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมชมภาพยนตร์ประเภทคอม

D_imp คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมคิดว่าภาพยนตร์ไทยพัฒนาดีขึ้น

D_obj คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง

D_occ คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา

D_inc คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

D_kid คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมไม่มีบุตร

D_sex คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมเป็นผู้หญิง

D_age คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีอายุเกิน 40 ปี

D_edu คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีการศึกษามากกว่าปริญญาตรี

D_sta คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีสถานภาพเป็นโสด

F_form คือ การให้ความสำคัญด้านฟอร์มของภาพยนตร์ (ดารานำ)

F_sale คือ การให้ความสำคัญด้านรายได้ของภาพยนตร์

F_crit คือ การให้ความสำคัญด้านบทวิจารณ์ของภาพยนตร์

F_conv คือ การให้ความสำคัญด้านความสะดวกของโรงภาพยนตร์

mfx คือ Marginal Effect by Median

ตารางที่ 3

การทดสอบสมมุติฐาน Bivariate Analysis ของปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังในการชมภาพยนตร์

ปัจจัย	ค่าสถิติ	ความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ไทย (หนังไทย)					ความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ไทย (หนังฝรั่ง)				
		บันทึก	ประทับใจ	ตื่นเต้น	เนื้อหาสาระ	แปลกใหม่	บันทึก	ประทับใจ	ตื่นเต้น	เนื้อหาสาระ	แปลกใหม่
	ค่าเฉลี่ยรวม	3.935	3.808	3.758	3.603	3.480	3.970	4.193	4.355	4.060	4.175
		(0.054).	(0.057).	(0.064).	(0.065).	(0.065).	(0.050).	(0.047).	(0.051).	(0.054).	-0.051
เพศ	t-test	-1.262	0.146	-0.190	0.200	0.243	-0.82	0.154	-0.816	-0.486	-0.480
อายุ	F-test	0.257	2.008*	1.475	2.522**	1.713	0.674	0.612	1.007	0.675	0.866
การศึกษา	F-test	1.599	1.756	1.847	1.973*	1.136	1.075	0.456	1.139	1.07	0.884
สถานภาพ	F-test	0.017	0.082	0.369	0.636	0.232	0.208	0.148	0.083	0.788	0.039
บุตร	F-test	0.494	0.279	0.764	1.358	0.645	0.869	2.171*	2.203*	0.759	0.517
อาชีพ	F-test	0.544	1.470	0.727	0.629	0.494	0.597	1.509	1.415	1.322	2.402**
รายได้	F-test	0.861	1.967	0.711	0.703	1.433	0.989	1.729	1.189	1.487	3.297**
ความถี่ในการชม	Correlation	0.081	0.066	0.137	0.200***	0.226***	0.058	0.196***	0.165**	0.209***	0.175**
สถานที่ชม	F-test	0.212	0.642	0.864	0.354	0.146	0.123	0.632	0.470	0.202	0.169
วัตถุประสงค์การชม	F-test	1.154	1.640	1.793	3.298**	1.293	2.455*	0.714	0.703	0.323	0.582
ประเภทภาพยนตร์	F-test	3.460***	0.523	0.527	0.548	1.383	0.292	0.698	0.828	2.939**	3.096**
ภาพยนตร์ไทย-ฝรั่ง	F-test	0.536	2.127**	2.076**	1.759*	1.741*	-1.280	-0.687	-0.373	1.894*	-0.770
ผลต่างหนังไทย-ฝรั่ง	F-test	-0.656	-6.771***	-9.270***	-7.207***	-9.844***					

ค่าในวงเล็บ คือ ค่า Standard Error

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 4

ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยการเลือกชมภาพยนตร์ไทยเป็นประจำ

	แบบจำลองสมการเส้นตรง		แบบจำลอง Logit		
	(1) Coefficient	(2) Coefficient	(3) Coefficient	(4) Coefficient	Mfx
Constant	0.1990 (0.1337)	0.1907** (0.0904)	-1.8372* (1.0269)	-1.6836*** (0.5564)	
F_ent	0.0620** (0.0293)	0.0570** (0.0280)	0.5379** (0.2278)	0.4759** (0.2121)	0.0501* (0.0271)
F_oth	0.0475 (0.0299)	0.0453 (0.0293)	0.3851* (0.2094)	0.3479* (0.2049)	0.0366 (0.0232)
F_freq	-0.0187 (0.0155)		-0.1326 (0.1235)		
D_com	0.1459** (0.0713)	0.1646** (0.0644)	0.7194* (0.4188)	0.8965** (0.3695)	0.1302** (0.0641)
D_imp	0.1400** (0.0669)	0.1426** (0.0649)	0.9057** (0.4489)	0.9413** (0.4367)	0.0693** (0.0326)
D_obj	0.0477 (0.0699)		0.3931 (0.4443)		
D_inc	0.2212*** (0.0720)	0.2295*** (0.0637)	1.4044*** (0.6029)	1.3497*** (0.4142)	0.2242*** (0.0693)
D_kid	-0.2012 (0.1371)	-0.2024** (0.0820)	-1.3198 (0.8114)	-1.3350*** (0.5058)	-0.2209** (0.0971)
D_sex	-0.0121 (0.0639)		-0.0039 (0.3904)		
D_age	0.0360 (0.0855)		0.3327 (0.5517)		
D_edu	-0.0202 (0.0983)		-0.0001 (0.6519)		
D_sta	0.0211 (0.1308)		0.1544 (0.7755)		
SSR	32.2010	32.5563			
Log-likelihood			-95.6423	-96.8956	
ค่า F-test	3.7125***	7.2358***			
ค่า Chi ² test			43.9834***	41.4763***	
R ²	0.1925	0.1835			
Adj. R ²	0.1406	0.1582			
Pseudo R ²			0.1869	0.1763	
Counted R ²			0.7304	0.7450	

ค่าในวงเล็บ คือ ค่า Standard Error

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตัวแปรตาม (Y) = 1 เมื่อผู้ชมชมภาพยนตร์ไทยเป็นประจำ

= 0 เมื่อผู้ชมชมภาพยนตร์ต่างประเทศ

F_ent คือ ผลต่างความคาดหวังด้านบันเทิงของหนังไทย-ฝรั่ง

F_oth คือ ผลต่างความคาดหวังด้านอื่นๆ ของหนังไทย-ฝรั่ง

F_freq คือ ความถี่ในการชมภาพยนตร์ (ครั้ง/เดือน)

D_com คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมชมภาพยนตร์ประเภทตลก

D_imp คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมคิดว่าภาพยนตร์ไทยพัฒนาดีขึ้น

D_obj คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง

D_inc คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

D_kid คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมไม่มีบุตร

D_sex คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมเป็นผู้หญิง

D_age คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีอายุเกิน 40 ปี

D_edu คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

D_sta คือ ตัวแปรหุ่น = 1 เมื่อผู้ชมมีสถานภาพเป็นโสด

mfx คือ Marginal Effect by Median

บรรณานุกรม

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2549). **อุตสาหกรรมภาพยนตร์: การเจรจาเปิดตลาดกับประเทศคู่ค้าสำคัญ**. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กฤษฎา ทาวิ. (2542). **ทัศนะของผู้เข้าชมภาพยนตร์ต่อการตรวจพิจารณาภาพยนตร์: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้เข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เครือ อี.จี.วี.** วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณ ขึ้งควิวิช. (2541). **ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารต่อการสื่อสารทางด้านการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เครืออีจีวี.** วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน), คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัฒนา คงวิทยาถาวร. (2546). **บทบาทของนิตยสารภาพยนตร์ที่มีต่อพฤติกรรมชมภาพยนตร์ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน), คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชู เผ่าสวัสดิ์ขรรค์. (2546). **รูปแบบในการดำเนินชีวิต และการเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์กับการตัดสินใจซื้อวัสดุบันทึกภาพและเสียงของภาพยนตร์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน), คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชาดา วิวัฒน์วิชา. (2544). **ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาอารมณ์ขัน.** วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน), คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2548). “อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย: การเติบโตที่น่าจับตามอง,” **กระแสรทรทัศน์**, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1791. วันที่ 26 สิงหาคม 2548.
- Austin, B.A. (1986). “Motivations for Movie Attendance.” *Communication Quarterly*, Vol. 34(2), Spring, pp. 115-126.

- Blumler J.G. & Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Cameron, S. (1990). "The Demand for Cinema in the United Kingdom." *Journal of Cultural Economics*, Vol. 14, pp. 35-47.
- Dewenter, R. & Westermann, M. (2005). "Cinema Demand in Germany." *Journal of Cultural Economics*, Vol. 29, pp. 213-231.
- Ellingsworth, H.W. (2003). "Cinema Attendance of A Sub-Elite Latin American Group." *Quarterly Journal of Speech*, pp. 262-265.
- Hardy, L.W. (2001). "Theatre Objectives and Marketing Planning." *European Journal of Marketing*, Vol. 15(4), pp. 3-16.
- Jones, D.F., Collins, A., & Hand, C. (2007). "A Classification Model Based on Goal Programming with Non-standard Preference Functions with Application to the Prediction of Cinema-going Behavior." *European Journal of Operational Research*, Vol. 177, pp. 515-524.
- Ladhiri, R. (2007). "The Movie Experience: A Revised Approach to Determinants of Satisfaction." *Journal of Business Research*, Vol. 60, pp. 454-462.
- Lee, F.L.F. (2006). "Cultural Discount and Cross-Culture Predictability: Examining the Box Office Performance of American Movies in Hong Kong." *Journal of Media Economics*, Vol. 19(4), pp. 259-278.
- Palmer, J. (1995). *Taking Humor Seriously*. London: Routledge.
- Yamamura, E. (2008 in press). "Socio-economic Effects on Increased Cinema Attendance: The Case of Japan." *Journal of Socio-Economics*, pp. 1-10.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามจะประกอบด้วย 6 ส่วน ส่วนแรก คือ คำถามของข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่สอง พฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ ส่วนที่สาม ปัจจัยที่ทำให้อยากออกไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ส่วนที่สี่ ความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ไทย (หนังไทย) และความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ต่างประเทศ (หนังฝรั่ง) ส่วนที่ห้า ความคิดเห็นต่อพัฒนาการของภาพยนตร์ไทย และส่วนที่หก เป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาภาพยนตร์ไทย

ปัจจัยที่ทำให้อยากออกไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ แบ่งเป็น 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านฟอร์มของภาพยนตร์ ด้านการประชาสัมพันธ์และบทวิจารณ์ของภาพยนตร์ ด้านรายได้และชื่อเสียงของภาพยนตร์ และด้านค่าใช้จ่ายและความสะดวกในการชมภาพยนตร์

ผลการ Pre-test แบบสอบถามพบว่า ค่า Internal-Consistency Reliability ได้ค่า Cronbach's Alpha ของปัจจัยด้านฟอร์มของภาพยนตร์ = 0.852, ค่า Cronbach's Alpha ของปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์และบทวิจารณ์ของภาพยนตร์ = 0.679, ค่า Cronbach's Alpha ของด้านรายได้และชื่อเสียงของภาพยนตร์ = 0.671 และค่า Cronbach's Alpha ของปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายและความสะดวกในการชมภาพยนตร์ = 0.744 สะท้อนว่า แบบสอบถาม⁷ มีความน่าเชื่อถือได้ดีพอควร

ความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ แบ่งเป็น 5 ด้านประกอบด้วย ด้านบันเทิง-ตลก ด้านความแปลกใหม่ของเนื้อหา ด้านเนื้อหาสาระ-แง่คิด ด้านความประทับใจ และด้านความตื่นเต้น

ผลการ Pre-test แบบสอบถามพบว่า ค่า Internal-Consistency Reliability ได้ค่า Cronbach's Alpha ของความคาดหวัง ด้านบันเทิง-ตลก = 0.828, ค่า Cronbach's Alpha ของความคาดหวังด้านความแปลกใหม่ของเนื้อหา = 0.792, ค่า Cronbach's Alpha ของความคาดหวังด้านเนื้อหาสาระ-แง่คิด = 0.798 ค่า Cronbach's Alpha ของความคาดหวังด้านความประทับใจ = 0.849 และค่า

⁷ ผลการวิเคราะห์ Factor Analysis ของแบบสอบถามมาตรวจวัดการให้ความสำคัญของปัจจัยในการออกไปชมภาพยนตร์ สะท้อนว่า คำตอบจากแบบสอบถามสามารถแบ่งการให้เป็นห้าด้านตามที่กำหนดไว้

Cronbach's Alpha ของความคาดหวังด้านความตื่นตัว = 0.815 สะท้อนว่า แบบสอบถาม⁸ มีความน่าเชื่อถือ (Reliable) ได้ดี

⁸ ผลการวิเคราะห์ Factor Analysis ของแบบสอบถามมาตรวัดความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ไทยและความคาดหวังในการชมภาพยนตร์ต่างประเทศ สะท้อนว่า คำตอบจากแบบสอบถามสามารถแบ่งการให้เป็นเพียงสองด้านเท่านั้น คือ ด้านบันเทิงตลก และด้านอื่นๆ ซึ่งต่างจากที่กำหนดไว้ว่ามีห้าด้าน ผลดังกล่าวสะท้อนว่า ด้านอื่นๆ ที่แยกมาเป็น 4 ด้านคือ ด้านความแปลกใหม่ของเนื้อหา ด้านเนื้อหาสาระ-แง่คิด ด้านความประทับใจ และด้านความตื่นตัว อาจจำแนกได้ไม่ดีเท่าที่ควร

ตารางที่ ก-1
รายละเอียดของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม แบ่งเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ, อายุ, การศึกษา, สถานภาพ, จำนวนบุตร, อาชีพ, และรายได้
2. พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ ประกอบด้วย ความถี่ในการชมภาพยนตร์, ภาพยนตร์ที่นิยมชม (ไทยหรือต่างประเทศ), สถานที่ชมภาพยนตร์ (โรงภาพยนตร์หรือที่บ้าน), ประเภทของภาพยนตร์ที่ชอบชม (ตลก, บู๊, แฟนตาซี, สยองขวัญ, แนวชีวิต), และวัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์ (ความบันเทิง, เนื้อหาสาระ, ความประทับใจ, ความตื่นเต้น)
3. ปัจจัยในการออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ ใช้การวัดโดยมาตรวัด Likert แบบ 5 ช่วง (เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, เฉยๆ, ไม่เห็นด้วย, เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยแบ่งปัจจัยในการออกไปชมภาพยนตร์ออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

<u>ด้านชื่อเสียงและรายได้ของภาพยนตร์</u>	<u>ด้านการประชาสัมพันธ์และบทวิจารณ์</u>
1. เป็นเรื่องที่ทำรายได้สูงในต่างประเทศ	9. เป็นภาพยนตร์ที่มีทุนสร้างสูง
2. เป็นเรื่องที่ทำรายได้สูงในประเทศ	10. สื่อประชาสัมพันธ์น่าสนใจ
3. เป็นภาพยนตร์ที่เข้าเฟื่องเข้าฉายใน สัปดาห์แรก	11. มีคนรู้จักแนะนำให้ไปชม
4. เป็นภาคต่อของภาพยนตร์ที่เคยทำรายได้ สูง	12. มีบทวิจารณ์ภาพยนตร์ในเชิงบวก
5. เป็นภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัล	<u>ด้านค่าใช้จ่ายและความสะดวก</u>
<u>ด้านฟอร์มของภาพยนตร์</u>	13. ได้รับส่วนลดในการชมภาพยนตร์
6. มีดารานำแสดงที่มีชื่อเสียง/ชื่นชอบ	14. มีเวลาว่างพอดี ไม่สนใจว่าจะเป็นเรื่องใด
7. มีผู้กำกับที่มีชื่อเสียง / ชื่นชอบ	15. สนใจว่าเป็น โรงภาพยนตร์แห่งไหน
8. มีโครงเรื่องที่น่าสนใจ	เท่านั้น ไม่สนใจว่าเป็นเรื่องใด

4. ความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ ใช้การวัดโดยมาตรวัด Likert แบบ 5 ช่วง (เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, เฉยๆ, ไม่เห็นด้วย, เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยแบ่งเป็นความคาดหวังจากภาพยนตร์ไทย และต่างประเทศ ซึ่งความคาดหวังจากการชมภาพยนตร์แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

ด้านบันเทิง-ตลก

1. ความรู้สึกผ่อนคลาย
2. ความรู้สึกจำขึ้น
3. ลืมความเครียดในขณะที่ชม

ด้านความประทับใจ

8. เกิดอารมณ์คล้อยตามไปกับภาพยนตร์
9. เห็นภาพที่สวยงาม
10. ผู้แสดงแสดงได้สมบทบาท

ด้านความแปลกใหม่ของเนื้อหา

4. ประสบการณ์แปลกใหม่
5. ความสมจริงของเนื้อเรื่อง

ด้านความตื่นเต้น

11. ความตื่นเต้นจากภาพยนตร์
12. เห็นความทันสมัยของเทคนิคของภาพและ

ด้านเนื้อหาสาระ-แง่คิด

6. แง่คิดใหม่ๆ
7. การลำดับเนื้อเรื่องที่น่าสนใจ

เสียง

5. ความคิดเห็นต่อการพัฒนาการของภาพยนตร์ไทย ประกอบด้วย ระดับการพัฒนา (ดีขึ้นมาก, เหมือนเดิม, แย่ลง), ด้านที่ควรเน้นพัฒนา (เนื้อเรื่อง, เทคนิค, ฉาก, ผู้แสดง, ผู้กำกับ, อื่นๆ), และ ระดับการส่งเสริมของรัฐบาลไทย (น้อยเกินไป, ด้อยอยู่แล้ว, ไม่มีความคิดเห็น)
6. คำถามปลายเปิด: ท่านคิดว่าภาพยนตร์ไทยควรมีการพัฒนาในด้านใดบ้าง

ภาคผนวก ข

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	70	35.0
	หญิง	130	65.0
อายุ	ต่ำกว่า 16 ปี	14	7.0
	17-22 ปี	42	21.0
	23-30 ปี	89	44.5
	31-40	41	20.5
	41 ปีขึ้นไป	14	7.0
การศึกษา	มัธยมตอนต้น	8	4.0
	มัธยมตอนปลาย	17	8.5
	ปวช./อนุปริญญา	9	4.5
	ปริญญาตรี	144	72.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	22	11.0
สถานภาพ	โสด	162	81.0
	สมรส	34	17.0
	หม้าย/หย่าร้าง	4	2.0
บุตร	ไม่มี	168	84.0
	1 คน	17	8.5
	2 คน	9	4.5
	มากกว่า 2 คน	6	3.0
อาชีพ	นักเรียน	19	9.5
	นักศึกษา	47	23.5
	ข้าราชการ	22	11.0
	ธุรกิจส่วนตัว	19	9.5
	พนักงานบริษัทเอกชน	74	37.0
	อื่นๆ	19	9.5
รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	37	18.5
	5,000 – 7,000 บาท	22	11.0
	7,001 – 10,000 บาท	30	15.0
	10,001 – 20,000 บาท	58	29.0
	มากกว่า 20,000 บาท	53	26.5
รวมข้อมูลทั้งสิ้น		200	100.0

ภาคผนวก ค
พฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

		จำนวน	ร้อยละ
ชมภาพยนตร์	เดือนละ 1 เรื่อง	75	37.5
	เดือนละ 2 เรื่อง	58	29.0
	เดือนละ 3 เรื่อง	30	15.0
	เดือนละ 4 เรื่อง	15	7.5
	เดือนละ 5 เรื่อง	13	6.5
	เดือนละ 6 เรื่องขึ้นไป	9	4.5
	เฉลี่ยเดือนละ 2.44 เรื่อง s.d.=1.99		
วัตถุประสงค์เพื่อ	1. ความบันเทิง	129	64.5
	2. ความประทับใจ	26	13.0
	3. เนื้อหาสาระ	25	12.5
	4. ความตื่นเต้น	20	10.0
ประเภท	1. ตลก (Comedy)	61	30.5
	2. บู้ (Action)	49	24.5
	3. แฟนตาซี (Fantasy)	34	17.0
	4. สยองขวัญ (Horror)	30	15.0
	5. แนวชีวิต (Drama)	26	13.0
ภาพยนตร์ที่นิยม	ภาพยนตร์ไทย	55	27.5
	ภาพยนตร์ต่างประเทศ	145	72.5
ชมทาง	โรงภาพยนตร์	103	51.5
	รายการทีวี	14	7.0
	ดีวีดี/วีซีดี	76	38.0
	อื่นๆ	7	3.5
รวมข้อมูลทั้งสิ้น		200	100.0

ภาคผนวก ง

ความคิดเห็นต่อการพัฒนาการของภาพยนตร์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง

		จำนวน	ร้อยละ
พัฒนาของหนังไทย	ดีขึ้นมาก	143	71.5
	เหมือนเดิม	52	26.0
	แย่ลง	5	2.5
รัฐบาลสนับสนุน	น้อยเกินไป	131	65.5
ภาพยนตร์ไทย	ดีอยู่แล้ว	36	18.0
	ไม่มีความคิดเห็น	33	16.5
หนังไทยควรพัฒนา	ด้านเนื้อเรื่อง	99	49.5
	ด้านเทคนิค	52	26.0
	ด้านผู้แสดง	23	11.5
	ด้านผู้กำกับ	11	5.5
	ด้านฉาก	7	3.5
	ด้านอื่นๆ	8	4.0
รวมข้อมูลทั้งสิ้น		200	100.0
ข้อเสนอแนะจากคำถามปลายเปิด		จำนวน ^ก	ร้อยละ ^ข
ภาพยนตร์ไทยควรพัฒนา	1. ด้านเนื้อเรื่องของภาพยนตร์	46	54.12
	2. ด้านเทคนิคการผลิต	30	35.29
	3. ด้านนักแสดง	7	8.24
	4. ด้านผู้กำกับ	6	7.06
	5. ด้านเงินลงทุน	7	8.24
	6. ด้านการควบคุมของภาครัฐ	7	8.24
	7. ทุกด้าน	10	11.76
คำแนะนำทั้งหมด		85	42.50

^ก บางคำแนะนำมีการแนะนำหลายๆ ประเด็น อาทิ ควรพัฒนาทั้งด้านเนื้อเรื่อง เทคนิคและนักแสดง จึงทำให้จำนวนทั้ง 7 ด้านรวมกันได้เกิน จำนวนคำแนะนำทั้งหมด 85 คำแนะนำ

^ข ร้อยละของประเด็นแนะนำในด้านต่างๆ ทั้ง 7 ด้าน เป็นการเทียบกับจำนวนคำแนะนำทั้งหมด 85 คำแนะนำ จึงทำให้รวมกันทั้ง 7 ด้านมีค่าเกิน 100 ได้ ในขณะที่ร้อยละของคำแนะนำทั้งหมด เป็นการเทียบกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 ตัวอย่าง

ภาคผนวก จ

ตารางที่ จ-1

ภาพยนตร์ที่นิยมชมจำแนกตามประเภทของภาพยนตร์ที่ชอบชม

และความคิดเห็นต่อหนังไทย

ประเภทภาพยนตร์ที่ชอบชม	ผู้ชมนิยมชมภาพยนตร์		รวม
	ไทย	ต่างประเทศ	
<u>ประเภทภาพยนตร์ที่ชอบชม</u>			
1. ตลก	26 42.6%	35 57.4%	61 100.0%
2. นั้	4 8.2%	45 91.8%	49 100.0%
3. แฟนตาซี	9 26.5%	25 73.5%	34 100.0%
4. แนวชีวิต	7 23.3%	23 76.7%	30 100.0%
5. สยองขวัญ	9 34.6%	17 65.4%	26 100.0%
รวม	55 27.5%	145 72.5%	200 100.0%
ค่า Pearson Chi-Square 17.126***			
<u>ความคิดเห็นต่อหนังไทย</u>			
1. ดีขึ้นมาก	46 32.2%	97 67.8%	143 100.0%
2. เหมือนเดิม	9 17.3%	43 82.7%	52 100.0%
3. แย่ลง	0 .0%	5 100.0%	5 100.0%
รวม	55 27.5%	145 72.5%	200 100.0%
ค่า Pearson Chi-Square 6.169**			
* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1			
** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05			
*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01			

ตารางที่ จ-2

ประเภทของภาพยนตร์ที่ชอบชมจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์

ประเภทภาพยนตร์ที่ชอบชม	วัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์ เน้น				รวม
	บันเทิง	เนื้อหาสาระ	ประทับใจ	ตื่นเต้น	
1. ตลก	55	2	3	1	61
	90.2%	3.3%	4.9%	1.6%	100.0%
2. บู้	29	10	5	5	49
	59.2%	20.4%	10.2%	10.2%	100.0%
3. แฟนตาซี	19	5	5	5	34
	55.9%	14.7%	14.7%	14.7%	100.0%
4. แนวชีวิต	10	6	12	2	30
	33.3%	20.0%	40.0%	6.7%	100.0%
5. สยองขวัญ	16	2	1	7	26
	61.5%	7.7%	3.8%	26.9%	100.0%
รวม	129	25	26	20	200
	64.5%	12.5%	13.0%	10.0%	100.0%
ค่า Pearson Chi-Square 54.686***					

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01