

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชม ในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร" ผู้วิจัยได้นำข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาจำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาทำการวิเคราะห์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 มีอายุ 21-30 จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

##### 2. ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อที่มีต่อภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือเอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ คือ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 ช่วงเวลาที่ชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ คือ สัปดาห์ที่ 2-สัปดาห์สุดท้ายที่ภาพยนตร์เข้าฉายจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 วันของสัปดาห์ที่รับชมภาพยนตร์ คือ วันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รอบฉายที่ชมภาพยนตร์ คือ รอบเย็น 15.01-18.00 น. จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ประเภทภาพยนตร์ที่เลือกชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ คือ โรแมนติก จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 เหตุผลที่เลือกชมภาพยนตร์ไทย คือ เพื่อความบันเทิง/คลายความเครียด จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2

##### 3. ทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือเอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.73) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

องค์ประกอบด้านภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.82 รองลงมา องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.72 และองค์ประกอบด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับโดยมีรายละเอียดแยกเป็นรายด้านได้ดังนี้

3.1 องค์ประกอบด้านภาพยนตร์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.82) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ดารานำแสดง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.23 รองลงมา เนื้อเรื่องของภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ย 4.21 บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ย 4.01 ความคิดสร้างสรรค์/ความแปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.89 ผู้กำกับภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ย 3.82 เทคนิคพิเศษขั้นสูงในการถ่ายทำ/ตัดต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.71 เงินลงทุน/ความอลังการของฉาก/เสื้อผ้า มีค่าเฉลี่ย 3.45 และการได้รับรางวัลจากสถาบันภาพยนตร์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.26 ตามลำดับ

3.2 องค์ประกอบด้านราคา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.64) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์ไทยมีส่วนลด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.65 และราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์ไทยมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.64

3.3 องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.72) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์มีการสื่อสารในช่องทางออนไลน์ ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.12 รองลงมา การรีวิวภาพยนตร์จากเพจวิจารณ์ภาพยนตร์ต่างๆ อาทิ เพจอวยให้แตกแหกไส้ฉีก เพจแมวตัวนั้นนั่งอยู่ตรงแถว C เพจหนังโปรดของข้าพเจ้า เพจสมาคมนิยมหนังหวาน เป็นต้น มีส่วนทำให้ตัดสินใจชมภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ย 3.91 การโฆษณาภาพยนตร์ไทยสามารถดึงดูดใจให้ท่านมาชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์นี้มีค่าเฉลี่ย 3.88 มีโปสเตอร์ขนาดใหญ่ติดภายใน/หน้าโรงภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ย 3.45 และการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยของโรงภาพยนตร์ ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ การจัดกิจกรรมแถลงข่าว เปิดตัวภาพยนตร์รอบพิเศษ และการจัดการภาพยนตร์รอบพิเศษให้แก่มูลนิธิต่างๆ สามารถทำให้คุณรู้จักโรงภาพยนตร์ได้มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.27 ตามลำดับ

#### 4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมภาพยนตร์ไทยแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า

1.1 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ก็แตกต่างกัน ยกเว้น องค์ประกอบด้านภาพยนตร์ และองค์ประกอบด้านราคา ที่ไม่แตกต่างกัน

1.2 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรายด้านก็แตกต่างกัน ยกเว้น องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ที่ไม่แตกต่างกัน

1.3 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่าแตกต่างกัน ยกเว้น องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ไม่แตกต่างกัน

1.4 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่า แตกต่างกัน ยกเว้น องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ไม่แตกต่างกัน

1.5 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่า แตกต่างกัน ยกเว้น องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ไม่แตกต่างกัน

1.6 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่า ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมภาพยนตร์ไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีต่อภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีต่อภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแตกต่างกัน โดยพบว่า

3.1 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่าแตกต่างกัน ยกเว้น องค์ประกอบด้านราคา ที่ไม่แตกต่างกัน

3.2 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีช่วงเวลาที่ชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่าแตกต่างกันทุกด้าน

3.3 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีวันที่ชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่าแตกต่างกันทุกด้าน

3.4 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีรอบที่ชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่าแตกต่างกัน ยกเว้น องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ไม่แตกต่างกัน

3.5 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีประเภทที่เลือกชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่าแตกต่างกันทุกด้าน

3.6 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีเหตุผลที่ชมภาพยนตร์ไทยแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่าแตกต่างกันทุกด้าน

## อภิปรายผล

1. ทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านขององค์ประกอบด้านภาพยนตร์ องค์ประกอบด้านราคา และ องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรณรวิ วรณรัตน์ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และความพึง

พอใจของผู้ชมที่มีต่อการสื่อสารทางการตลาดของโรงพยาบาลนครีโอ เอส เอฟ ซีเนม่า-ซิติ์ ผลการวิจัย พบว่า ทศนคติต่อการสื่อสารทางการตลาดของโรงพยาบาลนครีโอเอสเอฟโดยรวมนั้นมีทศนคติที่ดี

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าองค์ประกอบด้านภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ และองค์ประกอบด้านราคา โดยสามารถอภิปรายเป็นรายด้านได้ดังนี้

1.1 องค์ประกอบด้านภาพยนตร์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงพยาบาลนครีโอ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้มีความสำคัญกับดารานำแสดงมากที่สุด ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า หากดารานำแสดงมีชื่อเสียง หรือมีฝีมือในการแสดง ผู้ชมภาพยนตร์ไทยในเขตกรุงเทพมหานครก็จะให้ความสำคัญในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยมากที่สุด

1.2 องค์ประกอบด้านราคา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงพยาบาลนครีโอ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้มีความสำคัญกับราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์ไทยมีส่วนลดมากที่สุด ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า หากราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์ไทยมีส่วนลด ผู้ชมก็จะให้ความสำคัญมากที่สุด ในการเลือกชมภาพยนตร์ไทย

1.3 องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงพยาบาลนครีโอ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้มีความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์มีการสื่อสารในช่องทางออนไลน์ ที่ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว มากที่สุด

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีต่อภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงพยาบาลนครีโอเอสเอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยในโรงพยาบาลนครีโอเอสเอฟ คือ 1 ครั้งต่อเดือน มีช่วงเวลาที่ชมภาพยนตร์ไทยในโรงพยาบาลนครีโอเอสเอฟ คือ สัปดาห์ที่ 2-สัปดาห์สุดท้ายที่ภาพยนตร์เข้าฉายวันของสัปดาห์ที่รับชมภาพยนตร์ คือ วันเสาร์-อาทิตย์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า วันเสาร์-อาทิตย์ สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท ซึ่งในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์นั้นจะเป็นวันหยุดพักผ่อนจากการทำงาน การเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมจึงนิยมมาชมวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด รอบฉายที่ชมภาพยนตร์ คือ รอบเย็น 15.01-18.00 น. ประเภทภาพยนตร์ที่เลือกชมในโรงพยาบาลนครีโอเอสเอฟ คือ โรแมนติก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจึงมีรสนิยมในการเลือกชมภาพยนตร์แนวนี้ได้เหตุผลที่เลือกชมภาพยนตร์ไทย คือ เพื่อความบันเทิง/คลายความเครียด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิจัยของ จุฑารัตน์ เสือทิม (2553) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิด

รับชมและความเห็นต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชัน 3 มิติ ต่างประเทศ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 19-20 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมี รายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท ด้านพฤติกรรมการเปิดรับชมพบว่า ส่วนใหญ่เข้าชมภาพยนตร์ในวัน เสาร์-อาทิตย์ และมาชมภาพยนตร์กับกลุ่มเพื่อนโดยเลือกสถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ที่อยู่ในห้าง/ ไกลห้างสรรพสินค้า สาเหตุที่เลือกชมภาพยนตร์คือ เพื่อความบันเทิงคลายเครียด

จากผลการวิจัยซึ่งระบุว่า กลุ่มตัวอย่างจะเลือกชมภาพยนตร์ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ซึ่งเป็นวันหยุด การชมภาพยนตร์นั้นถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจสามารถอธิบายแนวคิดจากทฤษฎีการ เปิดรับข่าวสารซึ่งกล่าวถึงการเลือกรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไป โดยบุคคลจะเลือกรับ ข่าวสารที่เห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อตนเอง หรือที่คิดว่าเป็นข่าวสารที่น่าสนใจสอดคล้องกับค่านิยมของ ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน ที่กล่าวว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล คือ ความต้องการ (Need) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกรับข่าวสารตามความต้องการบริโภคข่าวสารของตนเอง เพื่อให้ได้ข่าวสารตามที่ต้องการ เพื่อความพึงพอใจ (ร้อยละ 38.2) ซึ่งจากผลการวิจัยนี้ จะเห็นได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร เข้าชมภาพยนตร์ในวันเสาร์และวันอาทิตย์มากที่สุดเนื่องจากเป็นวันหยุดทำงาน ปรากฏนี้สามารถ อธิบายด้วยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลได้ ดังที่ แชมมวล เบคเกอร์ กล่าวว่า บุคคลจะ เปิดรับข่าวสาร (Information Receptivity) เพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้ หรือความสนใจของ ตนเอง นอกจากนี้ยังสอดคล้องรับกับแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกชมภาพยนตร์ ที่กล่าวว่า บุคคลจะเปิด รับชมภาพยนตร์เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเองและเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากการ ทำงาน อีกทั้งยังเปิดรับชมภาพยนตร์ เนื่องจากต้องการเข้ากลุ่มสังคม เป็นการใช้เวลาว่างกับเพื่อน สมาชิกในกลุ่ม สร้างมิตรภาพใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องรับกับผลการวิจัยชิ้นนี้ที่ระบุว่า กลุ่มตัวอย่างใน กรุงเทพมหานครจำนวนหนึ่งทำงานในวันปกติ คือวันจันทร์ถึงวันศุกร์ และใช้เวลาพักผ่อนในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ การที่ผู้รับสารเลือกรับข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารใดนั้น ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และ บทบาททางสังคมของตนเอง เช่น หลังจากรับข่าวสารแล้วก็จะนำข่าวสารนั้นไปพูดคุยกับบุคคลอื่น ซึ่ง สอดคล้องรับกับผลการวิจัยชิ้นนี้ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครจะเลือกรับชมภาพยนตร์ที่ตรง กับความพึงพอใจของตนเอง หลังจากชมภาพยนตร์ไทยแล้ว บุคคลก็จะนำไปพูดคุยกับเพื่อนร่วมงาน หรือเพื่อนสนิทในกลุ่ม

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมภาพยนตร์ไทยแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการ เลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เคือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า

3.1 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่เป็นเพศหญิงจะมีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ โดยภาพรวมมากกว่าผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่เป็นเพศชายทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เพศหญิงจะชอบภาพยนตร์ไทยแนวโรแมนติก และจะให้ความสำคัญกับดารานำแสดงเป็นหลัก

3.2 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีอายุ 41-50 ปี จะมีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ โดยภาพรวมมากกว่าผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปีทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี อาจไปดูภาพยนตร์กับเพื่อนหรือกับแฟน หรืออาจเป็นการดูเพื่อฆ่าเวลา จึงไม่ค่อยได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านภาพยนตร์ องค์ประกอบด้านราคา และองค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์มากนัก ส่วนผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีอายุ 41-50 ปี อาจไปดูภาพยนตร์ไทยกับคนในครอบครัว ไปชมเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด และเพื่อความบันเทิง จึงเลือกชมภาพยนตร์ไทยด้วยการให้ความสำคัญกับเนื้อเรื่อง และความคิดสร้างสรรค์/ความแปลกใหม่ของภาพยนตร์มากกว่า

3.3 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม มากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีสถานภาพโสดทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จะให้ความสำคัญกับเทคนิคพิเศษขั้นสูงในการถ่ายทำ/ตัดต่อผู้กำกับภาพยนตร์ และดารานำแสดงมากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีสถานภาพโสด ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมาชมภาพยนตร์กับเพื่อนหรือคู่รัก เลยไม่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านภาพยนตร์มากนัก

3.4 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และการศึกษาระดับปริญญาตรี มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม มากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีระดับการศึกษاپริญญาเอกทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานบริษัทส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากอินเทอร์เน็ต จึงให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์ในช่องทางออนไลน์ ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว มากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีระดับการศึกษاپริญญาเอกที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ไม่ค่อยมีเวลาเข้าไปดูข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากนัก

3.5 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และมีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือเอส เอฟ โดยภาพรวมมากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีอาชีพที่มีอาชีพอื่นๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มี

อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และมีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จะมีรูปแบบการวางแผนการเงินที่ดี เมื่อจะใช้จ่ายอะไรก็เน้นประหยัด จึงให้ความสำคัญกับราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์ไทยมีส่วนลดมากกว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีอาชีพที่มีอาชีพอื่นๆ

3.6 ผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยไม่ว่าจะมีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ผู้ชมภาพยนตร์ไทยก็ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์ที่มีการสื่อสารในช่องทางออนไลน์ ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิเคราะห์ ดังปรากฏผลการศึกษาวิจัยที่น่าเสนอและสรุปไว้แล้ว ผู้ศึกษาวิจัยเห็นว่าประเด็นบางอย่างที่สำคัญจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อองค์ประกอบด้านภาพยนตร์ในเรื่อง ดารานำแสดงมีความสำคัญต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ มากที่สุด แต่ทั้งนี้เราได้พบว่าทัศนคติในด้านอื่นๆ ก็ไม่ต่างจากดารานำแสดงมากนัก ผู้สร้างภาพยนตร์จึงควรที่จะให้ความสำคัญในทุกจุดของการทำภาพยนตร์

2. จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อองค์ประกอบด้านราคาในเรื่องราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์ไทยมีส่วนลดมีความสำคัญต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ มากที่สุด ดังนั้น ทางโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ ควรพิจารณาให้มีส่วนลดบ่อยครั้ง อาจส่งผลให้ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ มากยิ่งขึ้น

3. จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อองค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์ที่มีการสื่อสารในช่องทางออนไลน์ ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็วมีความสำคัญต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ มากที่สุด ดังนั้นทางโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ ควรเน้นการประชาสัมพันธ์

เกี่ยวกับภาพยนตร์ทางช่องทางออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น อาจส่งผลให้ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในโรงภาพยนตร์เครือ เอส เอฟ มากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชม ในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ กับในเครืออื่นๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติที่มีต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศของผู้ชม ในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟในประเทศไทย
3. ควรศึกษาปัจจัยการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้ชม ในโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ