

ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ  
ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์  
ของ  
ยุทธดนัย ชำรงรัตน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
มกราคม 2551

ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ  
ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ  
ของ  
ยุทธดนัย ชำรงรัตน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
มกราคม 2551

ยุทธดนัย ชำรงรัตน์. (2551). ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนว  
ตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ :  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ :  
รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ความพึงพอใจ และ  
แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร  
โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขต  
กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และทำ  
การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความ  
แตกต่างโดยใช้ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความสัมพันธ์โดย  
ค่าไคสแควร์และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้  
โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับสังคมศาสตร์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญที่ตอบแบบสอบถามส่วน  
ใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน / นิสิต /  
นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีแรงจูงใจในการชม  
ภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญ ด้านเหตุผลในการชมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีความถี่ใน  
การชมโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน ในช่วงเวลา 18.00-21.00 น. ณ โรงภาพยนตร์ ส่วนใหญ่ชม  
ภาพยนตร์กับเพื่อน แต่การเลือกชมภาพยนตร์ตัดสินใจด้วยตนเอง และมีความพึงพอใจในการชม  
ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญโดยรวมในระดับพอใจ นอกจากนี้ ผู้ชมมีแนวโน้มสนใจที่จะ  
ชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์ แนวตลกสยองขวัญ  
มากขึ้น และมีแนวโน้มที่อาจจะชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ชมที่มีเพศ อายุ และอาชีพแตกต่างกันมีความสนใจ  
ที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต ด้านความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลก  
สยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยอง  
ขวัญต่อไปในอนาคตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชม  
ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปใน  
อนาคตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์  
ไทยแนวตลกสยองขวัญด้านความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต  
ด้านความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และด้านการ  
ชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ .01

พฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ด้านความถี่ในการชม และด้านช่วงเวลาในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมด้านความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต และด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ด้านความถี่ในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมด้านความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมด้านความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต ด้านความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

SATISFACTION AND BEHAVIORAL TREND IN WATCHING THAI COMEDY  
HORROR FILM IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

AN ABSTRACT  
BY  
YUTHADANAI THAMRONGRAT

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master of Business  
Administration Degree in Management at Srinakharinwirot University  
January 2008

Yuthadanai Thamrongrat. (2008) *Satisfaction and Behavioral Trend in Watching Thai Comedy, Horror Films in Bangkok Metropolitan Area*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University.

Project Advisor: Associate Professor Supada Sirikudta.

The objective of the research was to study demographic data, satisfaction and behavioral trend in watching Thai comedy, horror films in Bangkok metropolitan area. The sample size of the research was based on 400 viewers who had watched Thai comedy, horror films in Bangkok metropolitan area. Data was collected through questionnaires. Percentage, mean, standard deviation, the t-test, One-way ANOVA, Chi-Square, and Pearson product moment correlation coefficient were applied as the statistical analysis tools. The Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) for Windows was utilized for data processing.

The findings were as follows:

1. Most viewers were male, between 20 to 29 years of age, bachelor degree earned, student and college-student, and having monthly income of 10,000 Baht or lower.
2. The motivation in watching Thai comedy, horror films was in high level for overall reasons.
3. The viewers' behaviors were as follows: the average frequency to watch Thai comedy, horror films was twice a month; the watching period was between 6 p.m. and 9 p.m.; the place to watch the film was at a theater; most viewers accompanied with friends; most viewers decided on their own to watch Thai comedy, horror films.
4. Most viewers were satisfied with watching Thai comedy, horror films in overall areas.
5. The viewers trended to continue to watch Thai comedy, horror films and to watch more Thai comedy, horror films. Also, they trended to convince their friends to watch Thai comedy, horror films too.

The hypothesis proving was as below:

1. The difference in demographic data such as gender, age, and occupation of the viewers had difference in behavioral trend in watching Thai comedy, horror films in categories of continuing to watch Thai comedy, horror films and convincing their friends to watch Thai comedy, horror films in the future with statistically significant at 0.01 level. Moreover, the difference in viewers' monthly income had difference in continuing to watch Thai comedy, horror films in the future with statistically significant at 0.01 level.

2. The correlation between the viewers' motivation and the behavioral trend in watching Thai comedy, horror films in the categories of continuing to watch Thai comedy, horror films in the future, preferring to watch Thai comedy, horror films more or less, and convincing their friends to watch Thai comedy, horror films in the future was in positive direction with statistically significant at 0.01 level.

3. The correlation between the viewers' behavior in categories of the frequency to watch Thai comedy, horror films, the watching period and the behavioral trend in categories of continuing to watch Thai comedy, horror films and convincing their friends to watch Thai comedy, horror films in the future was in positive direction with statistically significant at 0.05 level. Moreover, the correlation between the viewers' behavior in category of the frequency to watch Thai comedy, horror films and the behavioral trend in the category of preferring to watch Thai comedy, horror films more or less in the future was in positive direction with statistically significant at 0.05 level.

4. The correlation between the viewers' satisfaction and the behavioral trend in categories of continuing to watch Thai comedy, horror films, preferring to watch Thai comedy, horror films more or less and convincing their friends to watch Thai comedy, horror films in the future was in positive direction with statistically significant at 0.01 level.

ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ  
ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์  
ของ  
ยุทธดนัย ชำรงรัตน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
มกราคม 2551  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ  
การสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ  
โรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....  
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน  
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์  
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)  
วันที่.....เดือน มกราคม พ.ศ. 2551

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากท่านรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ และให้ข้อคิดเห็นที่มีประโยชน์ในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณิชกุล กุลิษฐ์ และท่านรองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่ให้ความกรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจคุณภาพแบบสอบถาม และเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ทางวิชาการ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ในโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อเพื่อทำสารนิพนธ์

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ บิดามารดา พี่น้อง อาจารย์ และ เพื่อนๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือ และคอยให้กำลังใจที่มีคุณค่าอย่างยิ่งแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอดจนกระทั่งประสบความสำเร็จในวันนี้

ยุทธดนัย ชำรงรัตน์

## สารบัญ

| บทที่                                       | หน้า      |
|---------------------------------------------|-----------|
| <b>1 บทนำ</b>                               | <b>1</b>  |
| ภูมิหลัง                                    | 1         |
| ความมุ่งหมายของการวิจัย                     | 2         |
| ความสำคัญของการวิจัย                        | 2         |
| ขอบเขตของการวิจัย                           | 2         |
| ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง                      | 3         |
| ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา                      | 3         |
| นิยามศัพท์เฉพาะ                             | 4         |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย                        | 5         |
| สมมติฐานในการวิจัย                          | 6         |
| <b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>     | <b>7</b>  |
| แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์             | 7         |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภค | 10        |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค | 13        |
| โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค                      | 13        |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ      | 17        |
| แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ       | 21        |
| ประวัติความเป็นมาภาพยนตร์ไทย                | 26        |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                       | 28        |
| <b>3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า</b>          | <b>31</b> |
| การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง     | 31        |
| เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล       | 32        |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล                         | 37        |
| การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล            | 37        |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล             | 38        |

## สารบัญ (ต่อ)

| บทที่                                             | หน้า       |
|---------------------------------------------------|------------|
| <b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>               | <b>45</b>  |
| สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....          | 45         |
| การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....                  | 45         |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....                         | 46         |
| การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....         | 56         |
| สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....                       | 122        |
| <b>5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....</b>       | <b>132</b> |
| ความมุ่งหมายในการวิจัย.....                       | 132        |
| สมมติฐานการวิจัย.....                             | 132        |
| การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....           | 134        |
| การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....                | 136        |
| สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....                        | 137        |
| อภิปรายผลการวิจัย.....                            | 160        |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....                         | 165        |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....               | 167        |
| <b>บรรณานุกรม.....</b>                            | <b>168</b> |
| <b>ภาคผนวก.....</b>                               | <b>172</b> |
| ภาคผนวก ก : แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....        | 173        |
| ภาคผนวก ข : รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม..... | 179        |
| <b>ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....</b>              | <b>181</b> |

## บัญชีภาพประกอบ

| ภาพประกอบ                                            | หน้า |
|------------------------------------------------------|------|
| 1. กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....                     | 5    |
| 2. โมเดลของกระบวนการจูงใจ.....                       | 12   |
| 3. แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค.....                    | 14   |
| 4. การตัดสินใจของผู้บริโภค.....                      | 17   |
| 5. ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า..... | 23   |

## สารบัญตาราง

| ตาราง                                                                                                                     | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1. แสดงรายชื่อสาขาที่สุ่มได้ในแต่ละเครือข่ายและจำนวนตัวอย่างแต่ละสาขา.....                                                | 32   |
| 2. แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว.....                                                                               | 41   |
| 3. แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลส่วนตัวของประชากร.....                                                          | 46   |
| 4. แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง<br>แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ..... | 49   |
| 5. แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง<br>พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ.....   | 50   |
| 6. แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย.....                                                         | 51   |
| แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการคลอตอบดูในอนาคต.....                                                                        | 75   |
| 7. แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการชม<br>ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม.....      | 54   |
| 8. แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวโน้มพฤติกรรมการ<br>ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม.....      | 55   |
| 9. แสดงการทดสอบค่าความแตกต่าง แนวโน้มพฤติกรรมการ ภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชมกับเพศ.....                         | 67   |
| 10. แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมการ ภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชมกับอายุ.....                       | 60   |
| 11. แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมการ ภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชมกับอายุ.....                       | 61   |
| 12. แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ แนวโน้มพฤติกรรมการ ภาพยนตร์ไทย<br>แนวตลกสยองขวัญของผู้ชมกับอายุ.....            | 63   |
| 13. แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ แนวโน้มพฤติกรรมการ ภาพยนตร์ไทย<br>แนวตลกสยองขวัญของผู้ชมกับอายุ.....            | 64   |
| 14. แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ แนวโน้มพฤติกรรมการ ภาพยนตร์ไทย<br>แนวตลกสยองขวัญของผู้ชมกับอายุ.....            | 66   |
| 15. แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมการ ภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชมกับระดับการศึกษา.....              | 68   |

## บัญชีตาราง(ต่อ)

| ตาราง                                                                                                                        | หน้า |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 16. แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมกร ภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชมกับระดับการศึกษา.....                  | 69   |
| 17. แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมกร ภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชมกับระดับอาชีพ.....                     | 71   |
| 18. แสดงการทดสอบค่าความแตกต่าง แนวโน้มพฤติกรรมกร ภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชมกับระดับอาชีพ.....                     | 72   |
| 19. แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ แนวโน้มพฤติกรรมกร ภาพยนตร์ไทย<br>แนวตลกสยองขวัญของผู้ชมกับระดับอาชีพ.....          | 74   |
| 20. แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ แนวโน้มพฤติกรรมกร ภาพยนตร์ไทย<br>แนวตลกสยองขวัญของผู้ชมกับระดับอาชีพ.....          | 75   |
| 21. แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ แนวโน้มพฤติกรรมกร ภาพยนตร์ไทย<br>แนวตลกสยองขวัญของผู้ชมกับระดับอาชีพ.....          | 76   |
| 22. แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมกร ภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชมกับระดับรายได้ต่อเดือน.....            | 78   |
| 23. แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมกร ภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชมกับระดับรายได้ต่อเดือน.....            | 79   |
| 24. แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ แนวโน้มพฤติกรรมกร ภาพยนตร์ไทย<br>แนวตลกสยองขวัญของผู้ชมกับระดับรายได้ต่อเดือน..... | 81   |
| 25. แสดงการวิเคราะห์แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของ<br>ผู้ชม.....                                                | 83   |
| 26. แสดงการวิเคราะห์แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของ<br>ผู้ชม.....                                                | 85   |
| 27. แสดงการวิเคราะห์แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของ<br>ผู้ชม.....                                                | 88   |
| 28. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการความถี่ในการชมภาพยนตร์.....                                                                  | 91   |
| 29. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการความถี่ในการชมภาพยนตร์.....                                                                  | 92   |
| 30. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการความถี่ในการชมภาพยนตร์.....                                                                  | 93   |
| 31. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการช่วงเวลาชมในการชมภาพยนตร์.....                                                               | 94   |
| 32. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการช่วงเวลาชมในการชมภาพยนตร์.....                                                               | 95   |

## บัญชีตาราง(ต่อ)

| ตาราง                                                                            | หน้า |
|----------------------------------------------------------------------------------|------|
| 33. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการช่วงเวลาที่ชมในการชมภาพยนตร์.....                | 96   |
| 34. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการสถานที่ชมในการชมภาพยนตร์.....                    | 97   |
| 35. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการสถานที่ชมในการชมภาพยนตร์.....                    | 98   |
| 36. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการสถานที่ชมในการชมภาพยนตร์.....                    | 99   |
| 37. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการชมกับใครในการชมภาพยนตร์.....                     | 100  |
| 38. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการชมกับใครในการชมภาพยนตร์.....                     | 101  |
| 39. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการชมกับใครในการชมภาพยนตร์.....                     | 102  |
| 40. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการชมเพื่อใครในการชมภาพยนตร์.....                   | 103  |
| 41. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการชมเพื่อใครในการชมภาพยนตร์.....                   | 104  |
| 42. แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการชมเพื่อใครในการชมภาพยนตร์.....                   | 105  |
| 43. แสดงการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของ<br>ผู้ชม..... | 107  |
| 44. แสดงการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของ<br>ผู้ชม..... | 112  |
| 45. แสดงการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของ<br>ผู้ชม..... | 117  |
| 46. แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....                                              | 122  |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

ในสภาพความเสี่ยงที่มีมากขึ้นต่อธุรกิจภาพยนตร์ไทยนี้ หากพิจารณาจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จะสามารถแบ่งผู้สร้างภาพยนตร์ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้นำและกลุ่มผู้ตามในวงการภาพยนตร์ กลุ่มผู้นำคือ ผู้ที่ค้นหาหนังใหม่ๆ ที่มีความน่าสนใจออกมานำเสนอและประสบความสำเร็จ ส่วนกลุ่มผู้ตามคือผู้ที่จับจ้องมองกระแสภาพยนตร์ที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคแล้วนำเสนอตามออกมา ตัวอย่างกลุ่มผู้นำ อาทิ ผศ. บรรจง โกศัลวัฒน์ (ตำแหน่งทางวิชาการในขณะนั้น) ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่องนวลฉวี (พ.ศ. 2527) คุณยุทนา มุกดาสนิท ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง น้ำพุ (พ.ศ. 2527) ที่เป็นผู้สร้างกระแสภาพยนตร์แนวชีวิต (Drama) อย่างน่าสนใจ ก่อให้เกิดกระแสภาพยนตร์แนวชีวิต ตามมาอีกนับร้อยเรื่อง คุณบัณฑิต ฤทธิกุล ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่องบุญชูผู้น่ารัก (พ.ศ. 2531) ภาพยนตร์แนวตลกสนุกสนาน (Comedy) ก็เปิดตลาดภาพยนตร์ตลกสนุกสนานทำให้มีภาพยนตร์แนวเดียวกันติดตามาจนกลายเป็นช่วงของภาพยนตร์ตลกจนไร้สาระอีกหลายสิบเรื่อง นอกจากนี้ ยังมีภาพยนตร์ที่ผุดขึ้นมาในแต่ละช่วงเวลาอีกหลายละลอก เช่น คุณทรง ศรีเชื้อ ผู้กำกับภาพยนตร์แนวโป๊ (Erotic) เรื่องกลกามแห่งความรัก (พ.ศ. 2532) คุณราเชนทร์ ลิ้มตระกูล ผู้กำกับภาพยนตร์วัยรุ่นเรื่อง โลกทั้งใบให้นายคนเดียว (พ.ศ. 2538) คุณนทธี นิมิบุตร กำกับการกลับมาของภาพยนตร์แนวชีวิตเรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง (พ.ศ. 2540) และนางนาก (พ.ศ. 2542) จนมาถึงการเกิดของภาพยนตร์ทุนต่ำแต่สร้างรายได้สูงของภาพยนตร์แนวตลก-สยองขวัญ เรื่องผีห่วยขาด (พ.ศ. 2545) ภาพยนตร์เรื่องบุพผาราตรี โดยนายยุทธเลิศ สิปปภาค (2546) และภาพยนตร์เรื่องต่อๆมาได้แก่ จี๋ ผีฉลุย โกยเถอะโยม และอีกมากมายเป็นผลให้มีหนังผีแนวตลกสยองขวัญเป็นที่นิยมเต็มตลาด ทั้งที่รอฉายอยู่และดำเนินการผลิตออกสู่ตลาดอีกเป็นจำนวนมาก ในช่วงปี พ.ศ. 2546 ถึงต้นปี พ.ศ. 2549 นับเป็นปรากฏการณ์ของกระแสภาพยนตร์ไทยที่น่าจับตามอง ในขณะนี้ว่า เหตุใดคนไทยในปัจจุบันจึงมีความนิยมในภาพยนตร์ ประเภทนี้ และสิ่งใดที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ประเภทดังกล่าว เพราะจะทำให้ทราบถึงความชอบและความต้องการที่แท้จริงของผู้ชมภาพยนตร์ เป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ไทยต่อไปในภายภาคหน้า

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อค้นหาแนวทางที่เหมาะสมในการผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาดในทิศทางที่ยั่งยืน

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้ ต่อเดือนที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการชมกับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมกับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการชมกับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

## ความสำคัญของการวิจัย

1. สามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาปรับปรุงภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
2. สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อภาพยนตร์ไทยในแนวอื่นๆ ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นและเป็นที่ยอมรับในตลาดได้
3. สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการประชาสัมพันธ์โฆษณาภาพยนตร์ไทยที่ผลิตออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. สามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูล (Database) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานหรือการกำหนดทิศทางนโยบายของบริษัทภาพยนตร์ในอนาคต

## ขอบเขตของการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

**ประชากรที่ใช้ในการวิจัย**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร

**กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กำหนดให้ค่าความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 25-26) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน เพิ่มจำนวนตัวอย่าง 4 % เท่ากับ 15 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

### ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกสุ่มสาขาของโรงพยาบาลในเครือเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์จากทั้งหมด 14 สาขา และเครืออจีวี จากทั้งหมด 7 สาขาที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มาจำนวนเครือละ 2 สาขา รวม 4 สาขา เนื่องจากเป็นโรงพยาบาลที่มีอยู่หลายสาขา และเป็นที่ยอมรับของผู้ชมภาพยนตร์มากที่สุด

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละสาขา ทั้ง 4 สาขาที่สุ่มได้ โดยเก็บตัวอย่างสาขาละเท่าๆกันคือ 100 ตัวอย่าง รวม 400 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากผู้ที่ใช้เข้าเกณฑ์ที่กำหนด คือเป็นผู้ที่ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ณ บริเวณหน้าโรงภาพยนตร์ทั้ง 4 สาขาที่สุ่มได้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเต็มใจตอบแบบสอบถาม จนครบ 400 ตัวอย่าง

### ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent variables) แบ่งได้ดังนี้

#### 1. ลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)

##### 1.1 เพศ

###### 1.1.1 ชาย

###### 1.1.2 หญิง

##### 1.2 อายุ

###### 1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

###### 1.2.2 20 – 29 ปี

###### 1.2.3 30 – 39 ปี

###### 1.2.4 40 ปี ขึ้นไป

##### 1.3 ระดับการศึกษา

###### 1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

###### 1.3.2 ปริญญาตรี

###### 1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

##### 1.4 อาชีพ

###### 1.4.1 นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

###### 1.4.2 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

1.4.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.4.4 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

1.4.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.5 รายได้ต่อเดือน

1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.5.2 10,001 – 20,000 บาท

1.5.3 20,001 – 30,000 บาท

1.5.4 30,001 บาทขึ้นไป

2. แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร

**ตัวแปรตาม (Dependent variables)** ได้แก่ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ภาพยนตร์ไทย** หมายถึง ภาพยนตร์ที่บริษัทผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยในประเทศไทย จัดแจ้งต่อแผนกควบคุมภาพยนตร์ กองทะเบียน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เมื่อครั้งนำภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ไปเข้ารับการตรวจพิจารณาก่อนนำออกฉายทางโรงภาพยนตร์ว่าเป็นภาพยนตร์จากประเทศไทย

**ผู้ชม** หมายถึง ผู้ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร

**ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย** หมายถึง ผู้ลงทุนสร้าง และผู้กำกับภาพยนตร์ไทย

**ดารานำแสดง** หมายถึง ดารานักแสดงที่ได้รับบทเด่นหรือมีชื่อเสียง มีประสบการณ์และความสามารถจนได้รับการยอมรับจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก โดยมีทั้งดารานำฝ่ายชายและดารานำฝ่ายหญิง

**แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์** หมายถึง พลังกระตุ้นหรือแรงผลักดัน ความมุ่งประสงค์หรือความต้องการต่าง ๆ ภายในตัวบุคคลแต่ละบุคคลที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมของบุคคล โดยมีสิ่งจูงใจ (Motives) เป็นตัวผลักดัน (Drive) ให้เกิดพฤติกรรมนั้นๆขึ้น ซึ่งได้แก่แรงจูงใจด้านเหตุผลในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ เมื่อผ่านการไตร่ตรองรอบคอบแล้ว

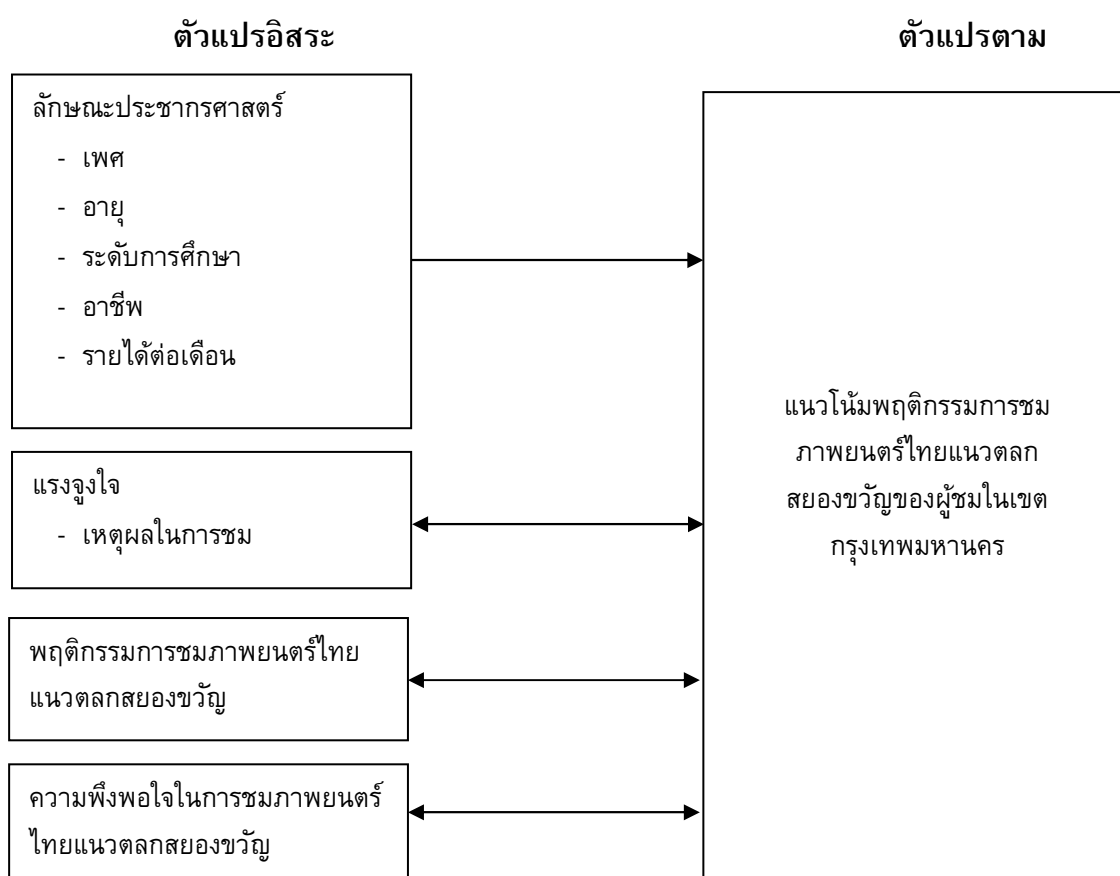
**พฤติกรรมการชมภาพยนตร์** หมายถึง การแสดงออกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเพื่อให้ได้มาและใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นโดยผ่านกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจชมภาพยนตร์ เช่น ความถี่ในการชม ช่วงเวลาที่ชม สถานที่ชม เป็นต้น

**ความพึงพอใจในการชม** หมายถึง องค์ประกอบต่างๆที่บุคคลรู้สึกยินดี ประทับใจ หรือบรรลุผลที่มีต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก-สยองขวัญ ในด้าน ความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์, ความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมทางการตลาด เป็นต้น

**แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชม** หมายถึง กระบวนการคิด การตัดสินใจอย่างถี่ถ้วนที่มีต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในอนาคต เช่น ความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป การชักชวนเพื่อนมาชม ความสนใจชมมากขึ้น-น้อยลง

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถกำหนดแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามในการวิจัยดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
2. แรงจูงใจในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. พฤติกรรมการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ความพึงพอใจในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎี รวมถึงผลงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ประกอบการกำหนดสมมติฐาน การกำหนดตัวแปร การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง กรอบแนวความคิด และแนวทางในการดำเนินงานวิจัย โดยได้กำหนดประเด็นในการนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. ประวัติความเป็นมาภาพยนตร์ไทย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

##### ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป โดยความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ลักษณะประชากรศาสตร์ คือ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2529: 312 – 315)

1. เพศ (Sex) มีงานวิจัยที่พิสูจน์ว่าคุณลักษณะบางอย่างของเพศชาย และเพศหญิงที่ต่างกันส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน เช่น การวิจัยการชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่าเด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ส่วนเด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มากที่สุด แต่ก็มีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงว่า ชายและหญิงมีการสื่อสารและรับสื่อไม่ต่างกัน

2. อายุ (Age) การจะสอนผู้ที่อายุต่างกันให้เชื่อฟังหรือเปลี่ยนทัศนคติหรือเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นมีความยากง่ายต่างกัน ยิ่งมีอายุมากกว่าที่จะสอนให้เชื่อฟัง ให้เปลี่ยนทัศนคติและเปลี่ยนพฤติกรรมก็ยิ่งยากขึ้น (อิทธิพล สุชัยยะ. 2549: 8; อ้างอิงจาก Maple; Janis; & Rife. 1980) ได้ทำการวิจัยและให้ผลสรุปว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น อายุยังมีความสัมพันธ์ของข่าวสาร และสื่ออีกด้วย เช่น ภาษาที่ใช้ในวัยต่างกันก็ยังมี ความต่างกัน โดยจะพบว่าภาษาใหม่ๆ แปลกๆ จะพบในคนหนุ่มสาวสูงกว่าผู้สูงอายุ เป็นต้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร ดังงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสาร

มีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูง จะสนใจข่าวสาร ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ และมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มาก

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีรายงานหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้น มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน

การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. 2539: 41)

ส่วนทฤษฎีและแนวความคิดของนักวิชาการด้านประชากรศาสตร์นั้นได้มี ชูดาภา ปุณณะหิตานนท์ (2541: 15-16) นำเสนอทฤษฎีและแนวความคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสารมวลชนของผู้รับสาร โดยแนวความคิดดังกล่าวมีความเชื่อว่า คนที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ซึ่งการสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มเชื่อว่า บุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิตตลอดจนการมีเวลาว่างต่างกัน จากผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน ดังนี้ คือ

1. เพศ พบว่ามีความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชาย คือเพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า หากดูโทรทัศน์เพศชายมักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา

2. อายุ พบว่าในวัยเด็กจะดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่นๆ และจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น การ์ตูน เพลง วิทยุและวิทยุหนุ่มสาวจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิงโดยจะฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์มากพอๆ กัน แต่เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุทำงาน 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น

3. การศึกษา พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรซึ่งเกี่ยวข้องกับ การรับสาร ซึ่งคอนสตันท์และคณะอธิบายว่าการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเปิดรับข่าวสารและเรื่องเกี่ยวกับสาธารณชน และมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการ

เปิดรับเนื้อหาด้านบันเทิงจากสื่อ ลาซาร์เฟลด์และเคนเดิลพบว่า คนที่มีการศึกษาน้อย ฟังวิทยุมากกว่าคนที่มีการศึกษาสูง ลิงค์และออฟ พบว่าผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

4. รายได้ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน โดยชเรมม์และไวท์พบว่า ผู้มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง แมคเนลลีและคณะพบว่าคนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาพบว่า เป็นกลุ่มคนที่ได้รับเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด

นอกจากนี้ ปรมา สตะเวทิน (2533: 112) ยังได้นำเสนอทฤษฎีแนวความคิดในเรื่องของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้อีกด้วย โดยได้กล่าวไว้ว่า คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระวัง ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักมากกว่าความบันเทิง

2. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (ปรมา สตะเวทิน. 2533: 112; อ้างอิงจาก Will; & Yates. 1980: 87)

นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศแตกต่างกัน

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากมีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพล อย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

พีระ จิระโสภณ (2539: 645-646; อ้างอิงจาก Defleur. 1996) “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร” (Theories of Mass Communication) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันทีแต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น Defleur ได้สอน ทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) โดยมีหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยามนุษย์
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างกันที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกชุบเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อถือที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารมีบทบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิดนี้มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันนั้น มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภค

ในการบริหารการตลาดสินค้าและบริการนั้น สิ่งสำคัญที่นักการตลาดต้องทราบเพื่อหาแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมได้ก็คือ ความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งความต้องการของผู้บริโภคดังกล่าวนี้ นักการตลาดจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการโน้มน้าวความสนใจจากผู้บริโภค โดยการพยายามหาแนวทางที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับการตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุดมากที่สุด อย่างไรก็ตาม เนื่องจากความแตกต่างกันของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบุคคลที่ส่งผลให้ความคิด ความเชื่อ ค่านิยมของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน จึงทำให้นักการตลาดไม่สามารถทำให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นไปได้อย่างตรงจุดสมบูรณ์อย่างแท้จริง และจากการไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์แท้จริงนี้เอง ที่นักการตลาดได้นำมาเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่ทำให้เกิดแรงผลักดันที่จะ

โน้มน้าวและจูงใจผู้บริโภครให้หันมาบริโภคสินค้าและบริการต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของตนให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจัยที่ผลักดันและโน้มน้าวจิตใจของผู้บริโภคดังกล่าวนี้ก็คือ “แรงจูงใจ”

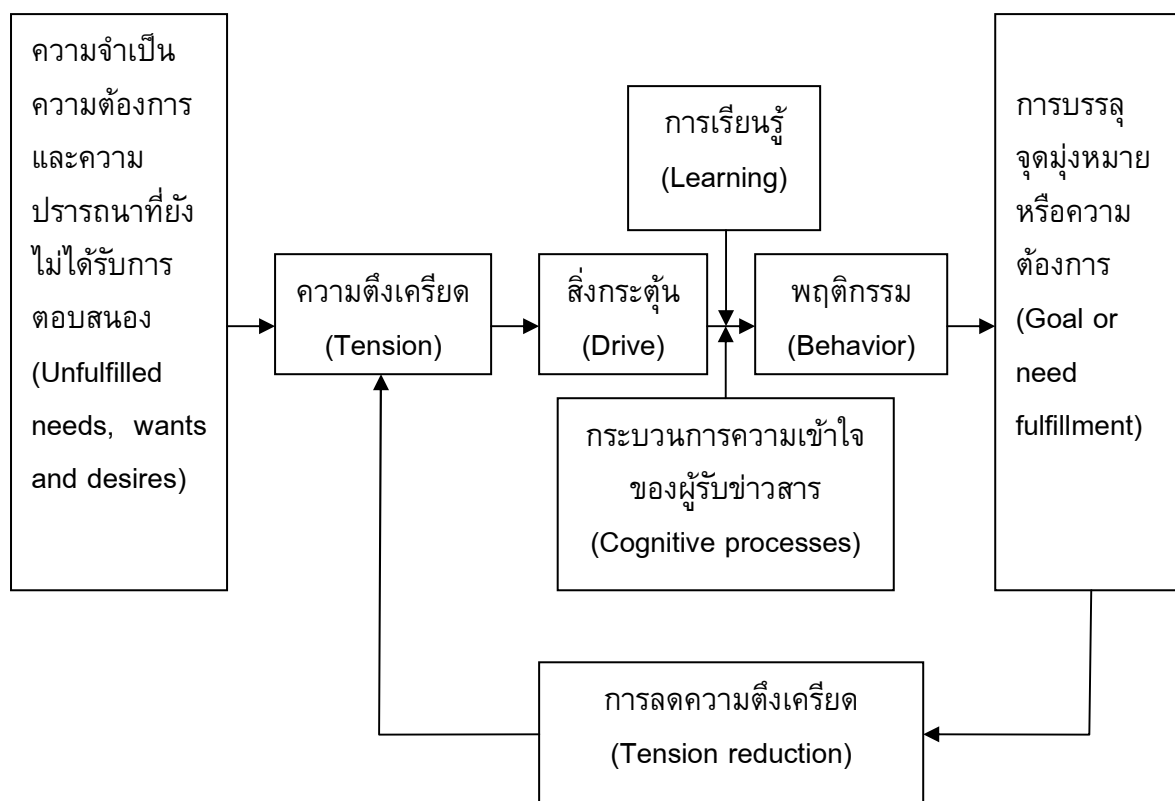
เนื่องจากความแตกต่างกันของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบุคคลที่ส่งผลให้แรงจูงใจของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน แรงจูงใจของผู้บริโภคแต่ละคนจึงมีความแตกต่างกันด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทราบถึงทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภคด้วย

### ความหมายของการจูงใจ (Motivation)

ในเรื่องของการจูงใจและการให้ความหมายของการจูงใจนี้ มีนักวิชาการต่างๆได้ให้นิยามความหมายและอธิบายทฤษฎีและแนวความคิดไว้อย่างหลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำมาสังเคราะห์เพื่อหาความหมายโดยรวมของการจูงใจ (Motivation) ได้ว่าเป็น พลังกระตุ้นหรือแรงผลักดัน ความมุ่งประสงค์หรือความต้องการต่าง ๆ ภายในตัวบุคคลแต่ละบุคคลที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมของบุคคล โดยมีสิ่งจูงใจ (Motives) เป็นตัวผลักดัน (Drive) ให้เกิดพฤติกรรมนั้นๆขึ้น นอกจากนี้ ยังมีทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความหมายของการจูงใจที่น่าสนใจอีก ดังนี้

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman; & Kanuk. 1994: 663) ได้ให้ความหมายการจูงใจ (Motivation) หรือสิ่งจูงใจ (Motives) ไว้ว่าหมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ภายในแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ ซึ่งพลังสิ่งกระตุ้นดังกล่าวประกอบด้วยพลังของความตึงเครียด ซึ่งเกิดจากความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง และความต้องการนี้มีความหมายรวมไปถึงความต้องการของบุคคลทั้งที่รู้สึกตัวและจิตใต้สำนึกที่จะพยายามลดความตึงเครียดโดยใช้พฤติกรรมที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคดังกล่าวได้ และมีผลทำให้ผู้บริโภคสามารถผ่อนคลายความรู้สึกตึงเครียดลง นอกจากนี้ จุดมุ่งหมายเฉพาะในการเลือกพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นยังเป็นผลจากความคิดและการเรียนรู้ประสบการณ์ของแต่ละบุคคลอีกด้วย

คีวีวรรณ เสรีรัตน์ (2539: 55) ได้กล่าวถึงความหมายของการจูงใจ (Motivation) หรือสิ่งจูงใจ (Motives) ไว้ว่า หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ภายในแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ



ภาพประกอบ 2 แสดงโมเดลของกระบวนการจูงใจ (Model of the Motivation Process)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน. หน้า. 56.

จากโมเดลของกระบวนการจูงใจ (Model of the Motivation Process) ข้างต้นสามารถอธิบายองค์ประกอบของกระบวนการจูงใจได้ว่า กระบวนการจูงใจต้องประกอบด้วย ความตึงเครียด (Tension) ซึ่งเกิดขึ้นจากความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled needs, Wants and Desires) ซึ่งความตึงเครียดดังกล่าวได้ส่งผลผลักดันให้เกิดพฤติกรรมของบุคคลขึ้นเพื่อสามารถบรรลุจุดมุ่งหมาย คือ ความต้องการ (Goal or Need Fulfillment) และเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการแล้วจะสามารถลดความตึงเครียดลงได้

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

#### ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ชิฟแมนและคานุก (Schiffman; & Kanuk. 1994) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมที่บุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2539: 3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การที่บุคคลแต่ละคนทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร (เงิน เวลา บุคลากร และอื่นๆ) เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการ

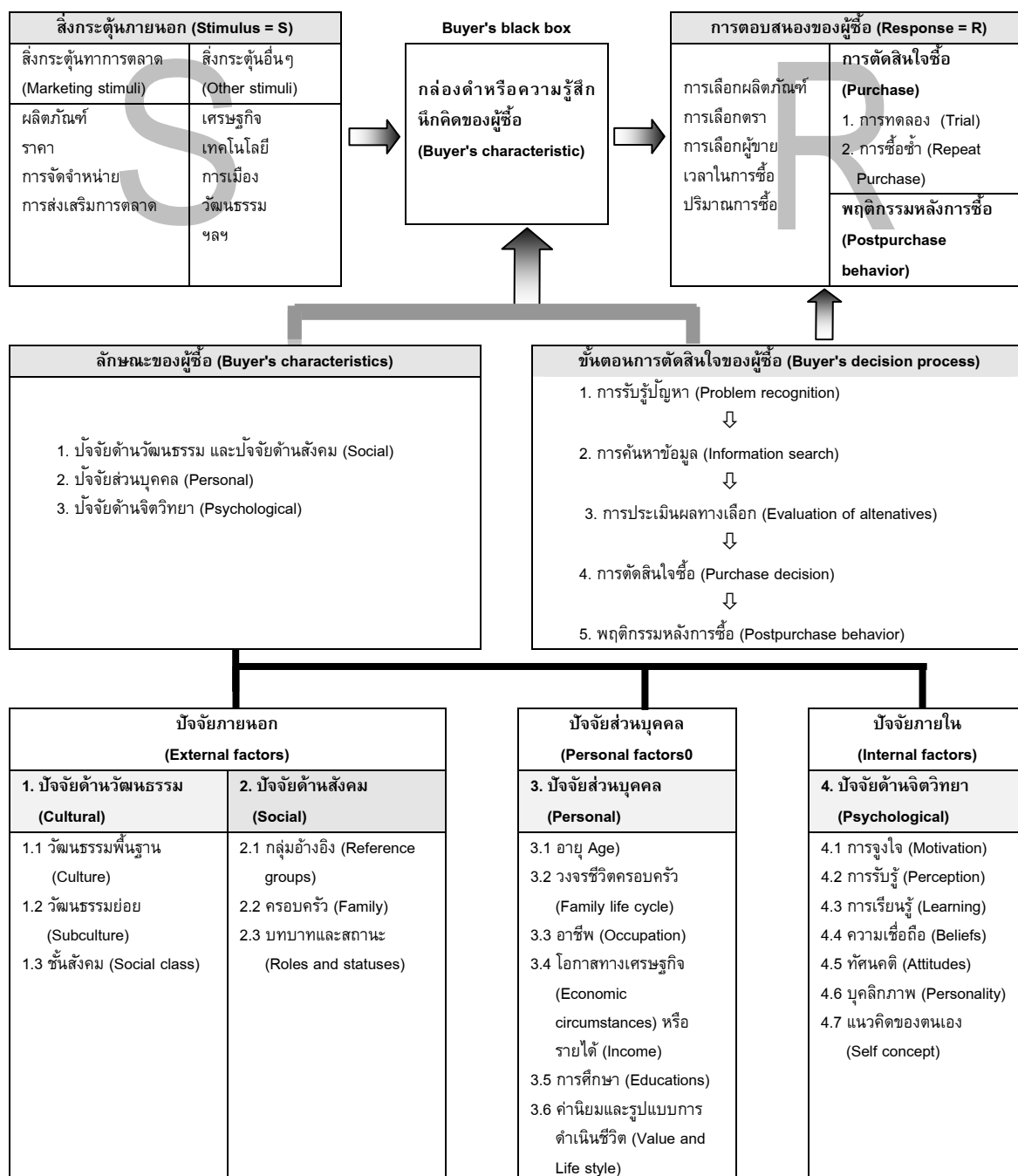
ศุภร เสรีรัตน์ (2544: 7) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การแสดงออกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเพื่อให้ได้มาและใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ อันได้แก่ การค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ

#### โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior mode)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541 : 128) กล่าวว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งที่กระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response)

## รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค



ภาพประกอบ 3 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) [Model of Buyer (Consumer) Behavior] และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factors Influencing consumer's buying behavior) (Kotler. 2003 : 184)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และเหตุให้จูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา(อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้ซื้อ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งเป็นบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่ม หรือลดภาษีสินค้าใดหรือสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการหรือผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายาม

ค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

1.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

1.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's response) ประกอบด้วยขั้นตอนคือ การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลการเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆดังนี้

การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice)

การเลือกตราสินค้า (Brand choice)

การเลือกผู้ขาย (Dealer choice)

การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing)

การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)

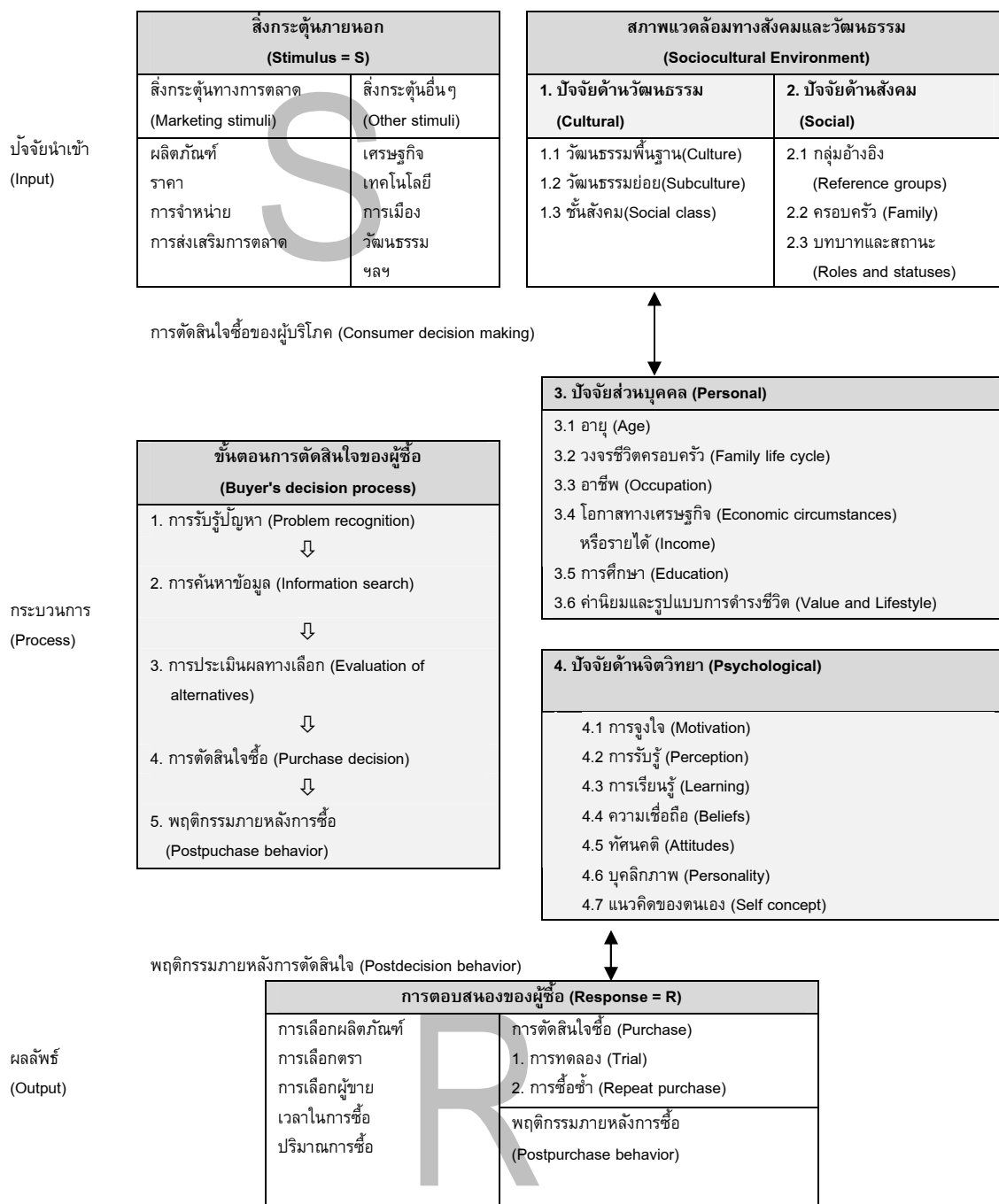
จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญว่ามีปัจจัยทางจิตวิทยาภายในและภายนอกอะไรบ้างที่จะมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ

### ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ

ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ (Internal variables affecting buying behavior) เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลแต่ละคน ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมการซื้อของบุคคล ดังแบบจำลองที่ใช้อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้

ปัจจัยภายใน คือ ตัวกระตุ้น (Stimulus) จะเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ศึกษาต้องระลึกเสมอว่า พฤติกรรมผู้บริโภคจะเป็นลักษณะกระบวนการและสำหรับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ในระดับพื้นฐานส่วนใหญ่จะมองพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่สนองต่อตัวกระตุ้น (Stimulus – Response Behavior = S - R) นั่นคือ ตัวกระตุ้น (Stimulus) จะเป็นตัวที่ทำให้เกิดการตอบสนองของผู้รับ ซึ่งก็คือผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. 2543 : 66-67)

## ปัจจัยภายนอก (External influences)



ภาพประกอบ 4 แสดงโมเดลอย่างง่ายของการตัดสินใจของผู้บริโภค (A Simple Model of Consumer Decision Making) (Mchiffman and Kanuk. 2000 : 7)

ในทางการตลาดตัวกระตุ้นต่าง ๆ ก็คือ ส่วนประสมตัวใดตัวหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ที่นักการตลาดนำเสนอต่อผู้บริโภค การตอบสนองขั้นสุดท้ายที่นักการตลาดต้องการคือ การที่ผู้บริโภคทำการสินค้าของธุรกิจ การตอบสนองของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องการตลาดของธุรกิจ (ตัวกระตุ้น) มีได้หลายแบบโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในต่าง ๆ ของบุคคล ซึ่งได้แก่ การจูงใจ (Motivation) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) และทัศนคติ (Attitudes) โดยผู้บริโภคอาจเริ่มกระบวนการตัดสินใจเมื่อได้รับตัวกระตุ้นดังแสดงในส่วนล่างของภาพ นอกจากนี้การตอบสนองต่อตัวกระตุ้น ในรูปของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคยังมีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อลักษณะของการตัดสินใจด้วย ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) ชั้นทางสังคม (Social class) กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) และครอบครัว (Family)

### ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยภายใน (ปัจจัยด้านจิตวิทยา) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Internal factors (Psychological) Influencing consumer behavior) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) เป็น ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึนึกคิดของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย (1) การจูงใจ (2) การรับรู้ (3) การเรียนรู้ (4) ความเชื่อถือ (5) ทัศนคติ (6) บุคลิกภาพ (7) แนวคิดของตนเองโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การจูงใจ (Motivation) เป็นสภาพจิตใจภายในของบุคคล ซึ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Solomon. 2002 : 530) การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ

2. การรับรู้ (Perception) เป็นขั้นตอนที่บุคคลมีการรับรู้ (Receive) จัดระเบียบ (Organize) หรือการกำหนด (Assign) ความหมายของสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า (Etzel, Walker ; & Stanton. 2001 : G-9) หรือเป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกสรร (Select) จัดระเบียบ (Organize) และตีความ (Interpret) เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) เพื่อให้เกิดความหมายที่สอดคล้องกัน (Schiffman ; & Kanuk. 2000 : G-9) หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่

3. การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ (Etzel, Walker ; & Stanton. 2001 : G-6) หรือหมายถึงขั้นตอนซึ่งบุคคลได้นำความรู้และประสบการณ์ไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า และพฤติกรรมการบริโภค (Schiffman ; & Kanuk. 2000 : G-7) หรือหมายถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมหรือ

ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมาการเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือ ทฤษฎีสันฐาน-การตอบสนอง (Stimulus-Response (SR) Theory) นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือจัดการส่งเสริมการขาย (ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้น) เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ (เป็นการตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทศนคติ ความเชื่อถือ และประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นที่มีอิทธิพลและทำให้เกิดการเรียนรู้ได้นั้นจะต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้า ตัวอย่างการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปการแจกของตัวอย่างจะมีอิทธิพลทำให้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งการให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าจะดีกว่าการแถม เพราะการแถมนั้นลูกค้าต้องเสียเงินเพื่อซื้อสินค้า ถ้าลูกค้าไม่ซื้อสินค้าก็并不会เกิดการทดลองใช้สินค้าที่แถม

4. ความเชื่อถือ (Beliefs) หมายถึง ความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 2003 : 198) หรือเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือในใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

5. ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 2003 : 199) หรือหมายถึง แนวโน้มของการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือความคิดที่มีลักษณะแสดงความพอใจหรือไม่พอใจ (Etzel, Walker ; & Stanton. 2001 : G-1) ทศนคติเป็นสิ่งที่มีความอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่ความเชื่อก็มีความอิทธิพลต่อทศนคติ ทศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อจะมีความสัมพันธ์กัน การเกิดของทศนคตินั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือ เกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้า หรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น ถ้านักการตลาดต้องการให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของเขา นักการตลาดมีทางเลือกคือ (1) สร้างทศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ (2) พิจารณาว่าทศนคติของผู้บริโภคเป็นอย่างไร แล้วจึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทศนคติของผู้บริโภค โดยทั่วไปการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทศนคติทำได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงทศนคติของผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้า เพราะต้องใช้เวลานานและใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารจึงจะสามารถเปลี่ยนแปลงทศนคติของบุคคลได้

6. บุคลิกภาพ (Personality) และทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ (Freud's Theory of motivation) บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่มีแนวโน้มคงที่ และสอดคล้องกัน (Blackwell, Minicard ; & Engel. 2001 : 547) บุคลิกภาพสามารถใช้เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกตราสินค้าได้

7. แนวคิดของตนเอง (Self concept) เป็นความรู้สึกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เป็นสิ่งประทับใจของบุคคล ซึ่งจะกำหนดลักษณะของบุคคลนั้น (Blackwell, Minicard ; & Engel. 2001 : 548) แต่ละบุคคลจะมีบุคลิกส่วนตัวหรือแนวคิดของตนเองซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยภายนอกอันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในรวมทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการพิจารณาลักษณะความสนใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยจะนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจด้านราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท

สรุปได้ว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคแบ่งได้ 2 ประเภท คือ ปัจจัยภายนอกได้แก่ วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง และครอบครัว ส่วนปัจจัยภายในได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติและบุคลิกภาพ สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

### ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotler; & Armstrong. 2001 : 198-201) กล่าวว่า ในปัจจุบันเรามองปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อผู้ซื้อ เราจะทำอย่างไรให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพื่อให้เกิดความเข้าใจจึงได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หมายถึง กระบวนการเริ่มต้นเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ โดยเกิดจากการกระตุ้นภายในของบุคคล ความต้องการโดยทั่วไป ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ เมื่อความต้องการดังกล่าวเพิ่มขึ้นในระดับสูงจนกลายเป็นแรงขับแล้วเปลี่ยนความต้องการดังกล่าวมาเป็นแรงขับภายนอก

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) หมายถึง ความสนใจของผู้บริโภค หรืออาจไม่ต้องการที่ค้นหาข้อมูลเลข แต่ถ้าแรงขับของผู้บริโภคสูง และผลิตภัณฑ์ที่ต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้านั้น หรือไม่ผู้บริโภคอาจต้องการค้นหาร้านที่ต้องการจากความจำเป็นหรือทำการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ ผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลจากตัวบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน หรือคนรู้จัก เป็นต้น ค้นหาจากแหล่งข้อมูลทางการค้า เช่น การโฆษณา จากพนักงานขาย จากผู้จัดจำหน่าย การบรรจุหีบห่อ เป็น หรืองานแสดงสินค้า การค้นหาจากแหล่งสาธารณะต่าง ๆ เช่น จากสื่อต่าง ๆ จากการจัดอันดับผู้บริโภคจากองค์กรต่าง ๆ เป็นต้น และจากประสบการณ์ เช่น จากการสัมผัสด้วยมือ การทดสอบ การใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง เป็นต้น

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคใช้ข้อมูลข่าวสารที่มีเพื่อประเมินทางเลือกในตราสินค้าและเพื่อใช้เป็นตัวกำหนดทางเลือก

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในขั้นตอนการประเมินผู้บริโภคจะจัดอันดับตราสินค้าและจุดมุ่งหมายของการซื้อ โดยทั่วไปการตัดสินใจของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าที่มีตราหือ โดยมีปัจจัยระหว่างความต้องการที่จะซื้อกับการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยแรกเป็นทัศนคติที่คำนึงถึง ราคา รายได้ ประโยชน์ของสินค้า เป็นต้น ส่วนปัจจัยที่สองคือปัจจัยที่ได้คาดหวังว่าจะซื้อแต่เปลี่ยนความตั้งใจที่จะซื้อ เช่น เมื่อเจอสินค้าที่ถูกใจ เป็นต้น

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ภายหลังจากที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าไปแล้ว จะเกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ และต้องการการรับประกันสินค้า นักการตลาดต้องค้นหาวาอะไรเป็นเหตุให้ผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการซื้อ คำตอบคือความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภค และการรับรู้ถึงวิธีการใช้ของสินค้า เช่น ถ้าสินค้ามีอายุการใช้งานที่สั้นผู้บริโภคก็จะไม่พึงพอใจ โดยความพึงพอใจของผู้บริโภคเกิดจากความคาดหวังที่สูงในตัวสินค้า และสินค้านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ผู้บริโภคก็จะเกิดความยินดี

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

##### ความหมายของความพึงพอใจ

โวลแมน (Wolman. 1973 : 384) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายความต้องการหรือแรงจูงใจ

วาเลสทีน (วราภรณ์ รุ่งรัตน์. 2538: 4; อ้างอิงจาก Wallestein. 1971) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือความรู้สึกขั้นสุดท้าย (Endstate in Feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

อีเลีย (Elia. 1972: 173) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลในด้านความพอใจ หรือสภาพจิตใจของบุคคลว่าชอบมากน้อยเพียงไร

เดสเซอร์ (Dessler. 1983) อธิบายเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า เป็นระดับความรู้ เมื่อความต้องการที่สำคัญของคนเรา เช่นการมีสุขภาพดี มีความมั่นคง มีความสมบูรณ์พูนสุข มีพวกพ้อง มีคนยกย่องต่างๆ เหล่านี้ได้รับการตอบสนองแล้ว

กู๊ด (Good. 1973: 320) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงสภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ทำอยู่

ความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของเจตนาคติ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึก น้ำใจที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นเหตุการณ์ บุคคล วัสดุ สิ่งของหรือสถานที่ โดยตอบสนองในรูปที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ การที่บุคคลจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ต้องมีประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมต่อสิ่งนั้นมาก่อน (ซูซีพ อ่อนโคกสูง. 2522: 108-109)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2546: 90-93; อ้างอิงจาก Kotler. 2003 : 61) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก สรุปจากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์

ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) ทั้งคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) ตลอดจนยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality) คุณค่าที่เกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) ซึ่งคุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) หรือราคาสินค้า (Price) นั้นเอง

ความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (Product competitive differentiation) เป็นการออกแบบลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งความแตกต่างนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ในสายตาของลูกค้า และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ความแตกต่างทางการแข่งขันประกอบด้วย (1) ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) (2) ความแตกต่างด้านบริการ (Services differentiation) (3) ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal differentiation) และ (4) ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image differentiation)

ความแตกต่างเหล่านี้เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer added value)

คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า (Total customer value) เป็นการรับรู้ในรูปของตัวเงินทางด้านเศรษฐกิจ หน้าที่และผลประโยชน์ทางด้านจิตวิทยาที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับจากตลาด หรือเป็นผลรวมของผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์ (Utility) จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากร และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้งสี่ด้านนี้ก่อให้เกิด

คุณค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้านเช่นกัน คือ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product value) คุณค่าด้านบริการ (Service value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image value) คุณค่าทั้ง 4 ประการรวมเรียกว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า

| ความแตกต่างทางการแข่งขันของ<br>ผลิตภัณฑ์<br>(Product Competitive Differentiation) |   | คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของ<br>ลูกค้า<br>(Total Customer Value) |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---|------------------------------------------------------------------|
| ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์<br>(Product Differentiation)                             | ⇒ | คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์<br>(Product Value)                           |
| ความแตกต่างด้านบริการ<br>(Services Differentiation)                               | ⇒ | คุณค่าด้านบริการ<br>(Service Value)                              |
| ความแตกต่างด้านบุคลากร<br>(Personal Differentiation)                              | ⇒ | คุณค่าด้านบุคลากร<br>(Personnel Value)                           |
| ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์<br>(Image Differentiation)                               | ⇒ | คุณค่าด้านภาพลักษณ์<br>(Image Value)                             |

ภาพประกอบ 5 แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า(Customer Added Value)

: ความสัมพันธ์ระหว่างความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (Product Competitive Differentiation) และคุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า (Total Customer Values)

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. (2546). การบริการการตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุง  
ปี 46. หน้า 96

### เกณฑ์การวัดความพึงพอใจ

โทมัสและเอิร์ล (Thomas; & Earl. 1995: 88) ได้ให้แนวคิดความพึงพอใจไว้ว่า การวัดความพึงพอใจเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันอยู่ เพื่อทราบผลของการให้บริการที่ดีเลิศที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เป็นสิ่งที่บริษัทเชื่อว่ามีคุณค่า และควรให้ความสนใจในความต้องการและปัญหาของลูกค้าในการให้บริการ ผู้บริการขององค์กรต้องมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดประสิทธิผล และได้ผลดีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสำรวจความพึงพอใจจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารจัดการ

ในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน มีเกณฑ์ในการวัดที่ลูกค้ามักอ้างอิงถึงดังต่อไปนี้ (วีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์. 2538: 17)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์ บุคลากร และวัสดุการติดต่อสื่อสาร
2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้และมีความน่าเชื่อถือ
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการในทันที
4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน
5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยนให้เกียรติมีน้ำใจและเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ
6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าเชื่อถือ ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจของผู้ให้บริการ
7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ
8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกในการติดต่อ
9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจและรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์
10. การเข้าใจและรู้สึกผู้รับบริการ (Customer understanding) หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตน

เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Tools for tracking and measuring customer satisfaction) เป็นวิธีการที่จะติดตาม วัดและค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า บริษัทที่ยึดปรัชญาหรือแนวความคิดทางการตลาด (Marketing concept) ที่มุ่งความสำคัญที่ลูกค้าจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงคือ (1) การสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของสินค้า ซึ่งจะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง (2) บริษัทจะต้องสามารถสร้างกำไรโดยวิธีใดวิธีหนึ่ง เช่น ลงทุนในการผลิตมากขึ้น หรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) เหล่านี้ถือว่ามีผลกระทบทั้งรายได้ของบริษัทและต้นทุนของสินค้า (3) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทประกอบด้วย

ผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้ขายปัจจัยการผลิต และคนกลาง การเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของคนเหล่านี้ด้วย

วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถทำได้ 4 วิธี ดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and suggestion systems) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ธุรกิจนิยมใช้ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ธุรกิจเหล่านี้ จะจัดเตรียมกล่องรับความคิดเห็นจากลูกค้า

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction surveys) ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งดีกว่าวิธีแรกที่มีกบปัญหาว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือและมักเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากผู้ขายรายอื่นแทน เป็นผลให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้าไป เครื่องมือที่นิยมใช้มากคือ การวิจัยตลาด วิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า เทคนิคต่างๆ ที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า มีดังนี้ (1) การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating customer satisfaction) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน เช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ ไม่แน่ใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง (2) การถามว่าลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่ อย่างไร (3) การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์และเสนอแนะประเด็นต่างๆ ที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า (Problem analysis) (4) เป็นการถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์ เรียกว่าเป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Product performance rating) วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ (5) เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า (Repurchase intention)

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย (Ghost shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost customer analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น เช่น บริษัท IBM ได้ใช้กลยุทธ์นี้ เพื่อทราบถึงสาเหตุต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ เช่น ราคาสูงเกินไป บริการไม่ดีพอ ผลิตภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งอาจจะศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดี ที่มีความสุขของบุคคลต่องานที่เกี่ยวข้อง เป็นความรู้สึกที่ชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ของงานและรับการตอบสนองความต้องการของเขาได้ อันจะมีผลให้เกิดความผูกพันกับหน่วยงาน ได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาสร้าง

เครื่องมือแบบสอบถามเพื่อใช้วัดระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ตลอดจนนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์และอภิปรายผลการวิจัยรวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจที่นำมาทำการวิจัยครั้งนี้ เป็นการการวัดความพึงพอใจโดยรวมแสดงให้เห็นภาพรวมที่ผู้ชมคิดเห็นต่อภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญว่าควรจะเสริมหรือปรับปรุงสิ่งใดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ผู้ชมได้สูงสุด

## 5. ประวัติความเป็นมาของภาพยนตร์ไทย

ภาพยนตร์ไทยเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงที่ได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างสูงและมีความต่อเนื่องยาวนานในบริบทที่ปราศจากคู่แข่งชั้นที่หลากหลายเหมือนเช่นในปัจจุบัน จึงทำให้ปริมาณการผลิตภาพยนตร์ไทยออกสู่ตลาดในแต่ละปีมีนับร้อยเรื่อง และสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิต และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์ไทยได้อย่างเป็นกอบเป็นกำ แม้ว่าทิศทางของเนื้อหาสาระและเทคนิคของภาพยนตร์จะไม่มี ความหวือหวา น่าตื่นตาตื่นใจแก่ผู้ชมมากนัก ทั้งนี้ เพราะเนื้อหาส่วนใหญ่มักดัดแปลงมาจากนวนิยายหรือแม้จะเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นใหม่ก็มีเนื้อหาการดำเนินเรื่องอย่างง่าย ๆ เนื่องจากจุดดึงดูดความสนใจของผู้ชมคือดารานำแสดงนั่นเอง ธุรกิจภาพยนตร์ไทยในช่วงสมัยดังกล่าวจึงอยู่ภายใต้อิทธิพลของสายหนังที่ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากรายได้จากสายหนังเป็นรายได้หลักอันเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดของผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย และนำมาซึ่งผลกำไรของธุรกิจภาพยนตร์ ซึ่งสายหนังจะตัดสินใจซื้อหรือลงทุนในภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยคำนึงถึงดารานำแสดงเป็นอันดับแรก นอกจากนั้น ดารานำแสดงยังเป็นหัวใจหลักที่สายหนังใช้พิจารณาในการกำหนดราคาและอาจรวมไปถึงการจ่ายเงินให้เป็นทุนสร้างก่อนล่วงหน้าอีกด้วย อิทธิพลของสายหนังและการให้ความสำคัญกับดารานำแสดงนี้ ทำให้เกิดยุคของดาราคู่ขวัญซึ่งจะเป็นหลักประกันรายได้ อาทิ มิตร ชัยบัญชา - เพชรา เชาวราษฎร์, สมบัติ เทมทะนี - อรัญญา นามวงศ์, นาท ภูวินัย - พิสมัย วิไลศักดิ์, สรพงศ์ ชาตรี - จารุณี สุขสวัสดิ์ เป็นต้น โดยดาราคู่ขวัญเหล่านี้สามารถยืนหยัดอยู่ในวงการภาพยนตร์ได้เป็นระยะเวลานาน เช่น มิตร ชัยบัญชา เป็นดาราคู่ขวัญกับ เพชรา เชาวราษฎร์ และเป็นดาราคู่ขวัญที่โด่งดังที่สุด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2505 จากภาพยนตร์เรื่องบันทึกรักของพิมพ์ฉวี จวบจนกระทั่งมิตร ชัยบัญชาเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ ในระหว่างการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง อินทรีทอง เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2513 รวมระยะเวลาถึง 8 ปี เป็นต้น

แม้ว่าหลังปี พ.ศ. 2520 สายหนังยังคงมีความหมายต่อผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยอยู่ แต่ อิทธิพลของดาราคู่ขวัญที่เคยเป็นหลักประกันของรายได้เริ่มมีลดน้อยลง เพราะดารานำแสดงแปรสภาพเป็นเพียงดาราชวัญใจประชาชนในแต่ละช่วงเวลาที่ไม่ยาวนานเหมือนก่อน อาทิ

ปรียา รุ่งเรือง วินัย ไกรบุตร ทราญ เจริญปุระ กฤษ ศรีภูมิเศรษฐญ พลอยไลลา บุญยศศักดิ์ เป็นต้น ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่อาจมีอิทธิพลต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวคือการหลั่งไหลเข้ามาของวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งรวมถึงภาพยนตร์อเมริกันที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อการเปลี่ยนแปลงการบริโภคของคนไทย ในรูปของภาพยนตร์ที่เทคนิคเหมือนจริงและเนื้อหาเข้มข้นขึ้น อีกทั้งยังมีภาพยนตร์ต่างประเทศที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของผู้บริโภคทางด้านความหลากหลายของเนื้อหาสาระและเทคนิคภาพยนตร์แนวสยองขวัญเช่นกัน ความเปลี่ยนแปลงในช่วงดังกล่าวส่งผลต่อผู้ผลิตภาพยนตร์ก่อนตัดสินใจสร้างภาพยนตร์มากขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากความเสี่ยงในการประสบกับภาวะขาดทุนเริ่มมีมากขึ้น จนบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์หลายแห่งต้องปิดตัวเอง และล้มหายตายจากไปเป็นจำนวนมาก นับจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ส่งผลให้เกิดการชะงักงันด้านการบริโภคอย่างรุนแรง แต่ธุรกิจสื่อภาพยนตร์โดยรวมกลับมีแนวโน้มเติบโตสวนกระแสความตกต่ำของเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ เพราะสื่อภาพยนตร์กลายเป็นสื่อเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจราคาถูก เมื่อเทียบกับการพักผ่อนหย่อนใจด้วยวิธีการอื่น แม้ว่าจะเกิดการชะลอตัวของการสร้างภาพยนตร์ไทยในช่วงเวลาดังกล่าว จนทำให้จำนวนภาพยนตร์ถึง “การใกล้สูญพันธุ์ของหนังไทย”

ในปี พ.ศ. 2544-2546 ปริมาณของภาพยนตร์ไทยที่ผลิตออกสู่ตลาดเริ่มมีจำนวนมากขึ้นจาก 12 เรื่อง ในปี 2544 มาเป็น 23 เรื่อง ในปี 2545 และมีปริมาณมากถึง 45 เรื่อง ในปี 2546 ซึ่งช่วงระยะเวลาดังกล่าว รูปแบบของโรงภาพยนตร์ได้มีพัฒนาจนกลายเป็นศูนย์รวมความบันเทิงที่มีความสะดวกสบายและทันสมัย จึงทำให้ขนาดของตลาดโรงภาพยนตร์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปริมาณโรงภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วควบคู่ไปกับการจัดเก็บรายได้ที่มีการขยายตัวเพิ่มในแต่ละปี ขณะเดียวกัน ปรากฏการณ์ด้านรายได้ของภาพยนตร์ไทยเรื่อง “2499 อันธพาลครองเมือง” (พ.ศ. 2540) สามารถสร้างรายได้เฉพาะโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งถึง 75 ล้านบาท และ ภาพยนตร์ไทยเรื่อง “นางนาก” (พ.ศ. 2542) สามารถสร้างรายได้เฉพาะทางโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งได้สูงเป็นประวัติการณ์ถึง 149.6 ล้านบาท นับเป็นการจุดประกายความหวังของผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยให้ตื่นตัวขึ้นอีกครั้ง

สืบเนื่องจากความอยู่รอดของภาพยนตร์ขึ้นอยู่กับผู้ชม ดังนั้น ในการผลิตภาพยนตร์จึงต้องมีพิจารณาความต้องการของตลาด ซึ่งก็หมายถึงผู้ชมอยู่เกือบตลอดเวลา ในสถานะหนึ่งที่ภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่ต้องแสวงหากำไรเพื่อความอยู่รอดนั้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในภาพลักษณ์ของตัวภาพยนตร์ จากที่เคยรับรู้ว่าเป็นศิลปะแขนงที่เจ็ด กลายมาเป็นภาพยนตร์ที่มุ่งด้านตลาดเป็นหลักหรือไปเปลี่ยอย่างไร้รสนิยม อันเป็นสูตรหนึ่งที่ค่อนข้างจะทำเงิน แต่ก็ทำลายภาพลักษณ์อันงดงามของภาพยนตร์ไปพร้อมๆ กัน

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2544 ถึงปี พ.ศ. 2545 เริ่มมีการเข้ามาของผู้ลงทุนรายใหม่ ซึ่งมีทั้งที่มีคุณภาพและด้อยคุณภาพ พร้อมกับแนวโน้มของจำนวนภาพยนตร์ไทยที่จะเพิ่มมาก

ขึ้น ก่อให้เกิดความหวั่นไหวในหมู่ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยอยู่บ้าง ในการที่จะควบคุมภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของภาพยนตร์ไทยโดยรวม รวมทั้งความพยายามที่จะรักษากระแสความนิยมที่มีต่อภาพยนตร์ไทยในหมู่ผู้บริโภคให้มีความมั่นคงต่อเนื่องในระยะยาว

ทั้งนี้ สิ่งที่ได้ค้นพบที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งจากการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ก็คือ การคาดหมายสภาพการณ์ที่น่าจะเกิดขึ้นกับธุรกิจภาพยนตร์ไทย ที่มีความคิดเห็นค่อนข้างจะสอดคล้องกันของผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยก็คือ การคาดหมายถึงสภาวะฟองสบู่แตกของภาพยนตร์ไทยภายในปี พ.ศ. 2546 ซึ่งสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงก็เป็นไปตามความคาดหมายเนื่องจากภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายตลอดปี พ.ศ. 2546 ที่สามารถจัดเก็บรายได้ถึงระดับที่รอดพ้นภาวะขาดทุนมีเพียง 6 เรื่องจากภาพยนตร์ที่เข้าฉายจำนวนมากถึง 45 เรื่อง ไม่นับรวมภาพยนตร์นอกกระแส หรือภาพยนตร์ที่ไม่หวังผลทางการค้าอีก 2 เรื่อง คือ ภาพยนตร์เรื่อง “สุดเสน่หา” และ “คืนพระจันทร์เต็มดวง” ดังนั้น ปลายปี พ.ศ. 2546 เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ไทยและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จในด้านรายได้ รวมทั้งแนวโน้มและทิศทางของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่จะเกิดขึ้นหลังปี พ.ศ. 2546 ซึ่งผลการศึกษาในประเด็นดังกล่าวพบว่า มีความไม่สอดคล้องกันระหว่างทิศทางในการผลิตภาพยนตร์ของผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยกับ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งนับเป็นการค้นพบที่น่าสนใจอย่างยิ่ง

อีกปรากฏการณ์หนึ่งที่น่าสนใจในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาคือ ภาพยนตร์ไทยที่ผลิตออกสู่ตลาด ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นภาพยนตร์ในแนวตลกสยองขวัญ เนื่องจากเป็นแนวภาพยนตร์ที่ใช้ทุนในการผลิตไม่สูง แต่สามารถสร้างรายได้กลับมาได้มาก และได้รับความนิยมสูง จึงมีแนวโน้มว่าจะมีภาพยนตร์แนวนี้ผลิตออกมาอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างภาพยนตร์ในแนวตลกสยองขวัญในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ได้แก่ บุปผาราตรี จี ฝึกลุย โกยเถาะโยม หอแหวแตก โกยเถาะเกย์ ฝูไม่จิ้มฟัน และอีกมายมาย รวมทั้งที่ยังรอออกฉายและดำเนินการผลิตออกสู่ตลาดอีกเป็นจำนวนมาก เป็นสิ่งที่ช่วยตอกย้ำถึงกระแสความนิยมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญของคนไทยในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้รวบรวมผลงานวิจัย เพื่อนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษา ดังต่อไปนี้

กิตติกานต์ ภูมิสวัสดิ์ (2529: 95-97) ได้วิจัยเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยปทุมธานีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพยนตร์ไทย” พบว่า นักศึกษาชายจะนิยมชมภาพยนตร์สงครามและภาพยนตร์บู๊ตุดีเด่นในขณะที่นักศึกษาหญิงจะนิยมชมภาพยนตร์

ชีวิต และสิ่งที่เป็นเหตุผลให้นักศึกษาตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ เป็นปัจจัยรองลงมาคือ ฉากหรือสถานที่ถ่ายทำ ดารานำแสดงจะต้องมีบุคลิก รูปร่าง หน้าตาดีเป็นสำคัญ ผู้กำกับการแสดงต้องมีลักษณะที่ตนพอใจหรือเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง

ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ (2531: 88) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของเยาวชนไทย” พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะเลือกชมภาพยนตร์ประเภทที่ต่างกัน โดยนักศึกษาชายจะนิยมชมภาพยนตร์สงครามและภาพยนตร์บู๊ตเด็ด ในขณะที่นักศึกษาหญิงจะนิยมชมภาพยนตร์ชีวิต ส่วนเหตุผลในการชมภาพยนตร์คือ เพื่อความบันเทิง ด้านเนื้อหาสาระในภาพยนตร์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์มากที่สุด รองลงมาคือ เทคนิคการถ่ายทำ ดารานำแสดง ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถทางการแสดงอย่างแท้จริง มีบุคลิก รูปร่างหน้าตาดี โดยไม่จำเป็นต้องเคยได้รับรางวัลมาก่อน ลักษณะของผู้กำกับการแสดงที่เยาวชนให้ความสนใจ คือผู้ที่มีผลงานที่เยาวชนเคยชมมาก่อนแล้ว สำหรับบทประพันธ์ ควรมีความทันสมัยและมีเนื้อเรื่องที่เหมาะกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในขณะนั้น

จิรบุญ ทศนบรรจง (2533: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเชิงวิเคราะห์ลักษณะของภาพยนตร์ไทยยอดนิยมประเภทวัยรุ่น” พบว่า รูปแบบของภาพยนตร์ประเภทวัยรุ่นนั้น โครงเรื่องส่วนใหญ่แสดงถึงวิถีชีวิตของ นักเรียน นักศึกษา ซึ่งล้วนเป็นเรื่องใกล้ตัววัยรุ่นทั้งสิ้น ส่วนในด้านเนื้อหา นั้น แนวความคิดสำคัญที่ปรากฏในภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะเป็นแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันระหว่างเพื่อนต่อเพื่อน ความเสียสละและความเอื้ออาทรต่อกัน และยังสะท้อนให้เห็นถึงบริบททางสังคมในแง่มุมที่แตกต่างกันออกไป ส่วนจุดมุ่งหมายของการสร้างภาพยนตร์ของผู้ผลิตนั้นก็เพื่อความบันเทิงของผู้ชม โดยจะสอดแทรกสาระหรือทัศนคติของผู้ผลิตลงไปด้วย

ปริญา จิตติรัตนกร (2539: บทคัดย่อ) ได้วิจัยศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ (ฮอลลีวูด) ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเครื่องมือสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมมากที่สุดคือ ภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์ และนิสิตนักศึกษาจะพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบภาพยนตร์ประกอบการตัดสินใจด้วย โดยเนื้อหาของภาพยนตร์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์มากที่สุด รองลงมาคือ เทคนิคการถ่ายทำ ดารานำแสดง เสียงในฟิล์ม บทประพันธ์ เพลงประกอบ ผู้กำกับการแสดง สำหรับลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะเลือกชมภาพยนตร์ในประเภทที่ต่างกัน โดยนิสิตนักศึกษาชายชอบภาพยนตร์แนวแอคชั่นมากที่สุด รองลงมาได้แก่ รักโรแมนติก ตลกขบขัน สงคราม หรือวิทยาศาสตร์ แฟนตาซี สยองขวัญ ชีวิตเศร้าโศก ในขณะที่นักศึกษาหญิงชอบชมภาพยนตร์อเมริกันฮอลลีวูดประเภทแอคชั่นมากที่สุด รองลงมาได้แก่รักโรแมนติก ตลกขบขัน สยองขวัญ แฟนตาซี หรือวิทยาศาสตร์ ชีวิตเศร้าโศก

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก  
สยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยทั้งหมดข้างต้นมา  
เป็นแนวทางในการกำหนดชื่อเรื่อง กรอบแนวความคิด การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย  
นอกจากนั้นผู้วิจัยได้นำงานวิจัยและทฤษฎีที่กล่าวมา มาใช้ประกอบการเรียบเรียงความภูมิหลัง  
และนำตัวอย่างแบบสอบถามของงานวิจัยเหล่านั้นมาเป็นแนวทางประกอบการสร้างเครื่องมือ  
แบบสอบถาม ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการนำไปวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ด้วย

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากรที่ใช้ในการวิจัย**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร

**กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2545: 26) มีสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2_{(1-\alpha/2)} pq}{e^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$Z_{1-\alpha}$  = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งมีค่า 1.96

$e$  = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 5%

$p$  = ค่าประมาณเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวัง

$q$  =  $(1-p)$

แทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2} \\ &= 381.16 \end{aligned}$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไว้ที่ 385 คน โดยสำรองไว้ 15 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

### ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกสุ่มสาขาของโรงพยาบาลในเครือเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์จากทั้งหมด 14 สาขา และเครือ อีจีวี จากทั้งหมด 7 สาขาที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มาจำนวนเครือละ 2 สาขา รวม 4 สาขา เนื่องจากเป็นโรงพยาบาลที่มีอยู่หลายสาขา และเป็นที่นิยมของผู้ชมภาพยนตร์มากที่สุด

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละสาขา ทั้ง 4 สาขาที่สุ่มได้ โดยเก็บตัวอย่างสาขาละเท่าๆกันคือ 100 ตัวอย่าง รวม 400 ตัวอย่าง

ตาราง 1 แสดงรายชื่อสาขาที่สุ่มได้ในแต่ละเครือ และจำนวนตัวอย่างแต่ละสาขา

| เครือโรงพยาบาล         | สาขาที่สุ่มได้ | จำนวนตัวอย่างแต่ละสาขา |
|------------------------|----------------|------------------------|
| 1. เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ | 1. รัชโยธิน    | 100                    |
|                        | 2. ปิ่นเกล้า   | 100                    |
| 2. อีจีวี              | 3. ลาดพร้าว    | 100                    |
|                        | 4. มาบุญครอง   | 100                    |
| รวม                    | 4 สาขา         | 400                    |

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากผู้เข้าเกณฑ์ที่กำหนด คือเป็นผู้ที่ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ณ บริเวณหน้าโรงพยาบาลทั้ง 4 สาขาที่สุ่มได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเต็มใจตอบแบบสอบถามจนครบ 400 ตัวอย่าง

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close ended question)

มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous question) (ข้อ1) และหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) (ข้อ2-5) โดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว มีจำนวนรวม 5 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

- ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ข้อที่ 4 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ดังนี้
- ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนดังนี้

| คะแนน | ระดับแรงจูงใจ         |
|-------|-----------------------|
| 5     | มีแรงจูงใจ มากที่สุด  |
| 4     | มีแรงจูงใจ มาก        |
| 3     | มีแรงจูงใจ ปานกลาง    |
| 2     | มีแรงจูงใจ น้อย       |
| 1     | มีแรงจูงใจ น้อยที่สุด |

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค. 2537: 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยของแรงจูงใจต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

| คะแนนเฉลี่ย | ระดับแรงจูงใจ                  |
|-------------|--------------------------------|
| 4.21 - 5.00 | มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 3.41 - 4.20 | มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก       |

|             |                                 |
|-------------|---------------------------------|
| 2.61 - 3.40 | มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง    |
| 1.81 - 2.60 | มีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อย       |
| 1.00 - 1.80 | มีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญมี 5 ข้อประกอบด้วยลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 1 ข้อ (ข้อ1) และลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended question) มีหลายตัวเลือกให้ตอบ (Multiple choices question) จำนวน 4 ข้อ (ข้อ2-5) มีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 ความถี่ในการชม (ครั้ง / เดือน) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale) แต่จะทำการจัดเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

ข้อที่ 2 ช่วงเวลาที่ชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 3 สถานที่ชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 4 ผู้ร่วมชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 5 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 10 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale)

โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนดังนี้

| คะแนน | ระดับความพึงพอใจ                        |
|-------|-----------------------------------------|
| 5     | มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก         |
| 4     | มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ            |
| 3     | มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ            |
| 2     | มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจ         |
| 1     | มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจอย่างมาก |

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค. 2537 : 29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

เกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

| คะแนนเฉลี่ย | ระดับความพึงพอใจ                        |
|-------------|-----------------------------------------|
| 4.21 - 5.00 | มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก         |
| 3.41 - 4.20 | มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ            |
| 2.61 - 3.40 | มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ            |
| 1.81 - 2.60 | มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจ         |
| 1.00 - 1.80 | มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจอย่างมาก |

**ส่วนที่ 5** แบบสอบถามแนวโน้มนำพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 3 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential scale มี 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนดังนี้

| คะแนน | ระดับแนวโน้มนำพฤติกรรม                                                |
|-------|-----------------------------------------------------------------------|
| 5     | มีแนวโน้มนำพฤติกรรมอยู่ในระดับสนใจอย่างมาก / มากขึ้น / ชักชวน         |
| 4     | มีแนวโน้มนำพฤติกรรมอยู่ในระดับสนใจ / ค่อนข้างมากขึ้น / อาจจะชักชวน    |
| 3     | มีแนวโน้มนำพฤติกรรมอยู่ในระดับเฉยๆ / ปานกลาง / ไม่แน่ใจ               |
| 2     | มีแนวโน้มนำพฤติกรรมอยู่ในระดับไม่สนใจ / ค่อนข้างน้อย / อาจจะไม่ชักชวน |
| 1     | ไม่สนใจอย่างมาก / น้อยลง / ไม่ชักชวน                                  |

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค. 2537 : 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ

#### คะแนนเฉลี่ย

#### ระดับแนวโน้มพฤติกรรม

|             |                                                                       |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 4.21 – 5.00 | มีแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับสนใจอย่างมาก / มากขึ้น / ชักชวน           |
| 3.41 – 4.20 | มีแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับสนใจ / ค่อนข้างมากขึ้น / อาจจะชักชวน      |
| 2.62 – 3.40 | มีแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับเฉยๆ / ปานกลาง / ไม่แน่ใจ                 |
| 1.81 – 2.60 | มีแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับไม่สนใจ / ค่อนข้างน้อยลง / อาจจะไม่ชักชวน |
| 1.00 – 1.80 | มีแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับไม่สนใจอย่างมาก / น้อยลง / ไม่ชักชวน      |

#### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้งานวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัยตามลำดับขั้นดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามซึ่งเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขในขั้นที่ 3 เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity)

5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try out)

6. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือ โดยทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546) ผลลัพธ์ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 จากผลการวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้แบบสอบถามส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7293 ส่วนแบบสอบถามส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.4750

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8959 แบบสอบถามส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9412 และความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.8203

7. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ(Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อขายของผู้ชมภาพยนตร์โฆษณาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลมีดังนี้

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยในอดีต การรวบรวมจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ หนังสือพิมพ์ และข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง

### 4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การจัดกระทำข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริงแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง และคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. ลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับการประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
3. นำข้อมูลที่ลงรหัส แล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences for Windows) เวอร์ชัน 13

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติดังนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ (ข้อ2-5)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการชม ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชม (ข้อ1) ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการชมและส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการชม ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชม (ข้อ1) ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการชมและ ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ

2.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

2.3 สถิตีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 4

2.4 สถิตีค่าค่าไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติพื้นฐานหรือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ มีสูตรดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่ม} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}}$$

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูล  
ด้านต่าง ๆ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 39) โดยมีสูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

|       |           |     |                      |
|-------|-----------|-----|----------------------|
| เมื่อ | $\bar{X}$ | แทน | ค่าคะแนนเฉลี่ย       |
|       | $\sum X$  | แทน | ผลรวมของคะแนนทั้งหมด |
|       | $n$       | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปล  
ความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 38) โดยมีสูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

|       |              |     |                                          |
|-------|--------------|-----|------------------------------------------|
| เมื่อ | $S.D.$       | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง |
|       | $(\sum X)^2$ | แทน | ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง           |
|       | $\sum X^2$   | แทน | ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง          |
|       | $n$          | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง                     |

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

2.1. สถิติ  $t$  - test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่ม  
ตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent  $t$ - test) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 155) โดยมีสูตร  
ดังนี้

กรณีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ( $S_1^2 = S_2^2$ )

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{s_p^2 \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

$$\text{โดยที่ } df = n_1 + n_2 - 2$$

กรณีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ( $S_1^2 \neq S_2^2$ )

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[ \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

|       |                  |     |                                                  |
|-------|------------------|-----|--------------------------------------------------|
| เมื่อ | $t$              | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution         |
|       | $\overline{X}_1$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1                   |
|       | $\overline{X}_2$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2                   |
|       | $S_1^2$          | แทน | ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1              |
|       | $S_2^2$          | แทน | ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2              |
|       | $n_1, n_2$       | แทน | ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2 |
|       | $df$             | แทน | ชั้นแห่งความเป็นอิสระ                            |

2.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) เพื่อใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยพิจารณาค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเพื่อกำหนดสถิติวิเคราะห์ ดังนี้

2.2.1 ใช้ค่า F-test (ANOVA) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 293) มีสูตรดังนี้

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance)

| แหล่งความแปรปรวน | df  | SS         | MS                                | F                           |
|------------------|-----|------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| ระหว่างกลุ่ม(B)  | k-1 | $SS_{(B)}$ | $MS_{(B)} = \frac{SS_{(B)}}{k-1}$ | $\frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$ |
| ภายในกลุ่ม(W)    | n-k | $SS_{(W)}$ | $MS_{(W)} = \frac{SS_{(W)}}{n-k}$ |                             |
| รวม (T)          | n-1 | $SS_{(T)}$ |                                   |                             |

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

|       |            |     |                                                                     |
|-------|------------|-----|---------------------------------------------------------------------|
| เมื่อ | F          | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution                              |
|       | df         | แทน | ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) และภายในกลุ่ม (n-k) |
|       | k          | แทน | จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน                           |
|       | n          | แทน | จำนวนตัวอย่างทั้งหมด                                                |
|       | $SS_{(B)}$ | แทน | ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม(Between Sum of Squares)                   |
|       | $SS_{(W)}$ | แทน | ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Squares)                     |
|       | $MS_{(B)}$ | แทน | ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม<br>(Mean Square between groups) |
|       | $MS_{(W)}$ | แทน | ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม<br>(Mean Square within groups)    |

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบ เป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2545 : 333) มีสูตรดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[ \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่  $n_i \neq n_j$

เมื่อ  $t_{1-\alpha/2; n-k}$  แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-distribution ที่

ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระ  
ภายในกลุ่ม =  $n - k$

|            |     |                                                  |
|------------|-----|--------------------------------------------------|
| <b>MSE</b> | แทน | ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม ( $MS_{(w)}$ ) |
| $n_i$      | แทน | จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ $i$                     |
| $n_j$      | แทน | จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ $j$                     |
| $\alpha$   | แทน | ค่าความคลาดเคลื่อน                               |

2.2.2. ใช้ค่า Brown-Forsythe ( $\beta$ ) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม  
ไม่เท่ากัน (Hartung. 2001:300) มีสูตรดังนี้

$$\beta = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}} \quad \text{โดย ค่า} \quad MS_{(W)} = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_j}{N}\right) S_i^2$$

|       |            |     |                                                                                    |
|-------|------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------|
| เมื่อ | $\beta$    | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe                                             |
|       | $MS_{(B)}$ | แทน | ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between group)                    |
|       | $MS_{(W)}$ | แทน | ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Brown-Forsythe |
|       | $k$        | แทน | จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง                                                              |
|       | $n_i$      | แทน | จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ $i$                                                       |
|       | $N$        | แทน | ขนาดของประชากร                                                                     |
|       | $S_i^2$    | แทน | ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ $i$                                              |

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Dunnett's T3 (วิเชียร เกศสิงห์.2543 : 116) มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_i - \bar{X}_j}{MS_{(W)} \left( \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

|       |             |     |                                                                                    |
|-------|-------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------|
| เมื่อ | $t$         | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution                                             |
|       | $MS_{(W)}$  | แทน | ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Brown-Forsythe |
|       | $\bar{X}_i$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i                                                     |
|       | $\bar{X}_j$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j                                                     |
|       | $N_i$       | แทน | จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ i                                                         |
|       | $N_j$       | แทน | จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ j                                                         |

2.3 สถิตีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่อิสระต่อกัน หรือหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

|       |           |     |                                     |
|-------|-----------|-----|-------------------------------------|
| เมื่อ | $r_{xy}$  | แทน | สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์              |
|       | $\sum x$  | แทน | ผลรวมของคะแนน x                     |
|       | $\sum y$  | แทน | ผลรวมของคะแนน y                     |
|       | $\sum xy$ | แทน | ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y ทุกคู่ |
|       | $n$       | แทน | จำนวนกลุ่มคนหรือกลุ่มตัวอย่าง       |

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง  $-1 \leq r \leq 1$  สำหรับการแปลความหมายระดับความสัมพันธ์โดยมีข้อกำหนดดังนี้

ถ้าค่า r มีค่าเป็นลบ (-) แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ถ้าค่า r มีค่าเป็นลบ (+) แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ถ้าค่า r มีค่าเป็นศูนย์ (0) แสดงว่า x และ y ไม่มีมีความสัมพันธ์กันเลย

ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก

เกณฑ์การแปลความหมาย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 316)

|                                 |                                      |
|---------------------------------|--------------------------------------|
| ถ้าค่า r มีค่าตั้งแต่ 0.9       | แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก  |
| ถ้าค่า r มีค่าตั้งแต่ 0.7-0.89  | แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง     |
| ถ้าค่า r มีค่าตั้งแต่ 0.3-0.69  | แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| ถ้าค่า r มีค่าตั้งแต่ 0.01-0.29 | แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ     |
| ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0         | แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย      |

2.4 การทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปร (Chi-square test of independence or association)

$$\chi^2 = \frac{\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c (O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$\text{โดยที่ } E_{ij} = \frac{(r_i)(c_j)}{N}$$

|       |                 |     |                                                                 |
|-------|-----------------|-----|-----------------------------------------------------------------|
| เมื่อ | $\chi^2$        | แทน | ค่าไคสแควร์                                                     |
|       | n               | แทน | จำนวนคู่ของค่าตัวแปรหรือจำนวนสมาชิกในกลุ่ม                      |
|       | $O_{ij}$        | แทน | ความถี่ที่ได้จากการสังเกต (ข้อมูลจริง) ในแถวที่ i และสดมภ์ที่ j |
|       | $E_{ij}$        | แทน | ความถี่ที่คาดหวัง (ข้อมูลสมมุติ) ในแถวที่ i และสดมภ์ที่ j       |
|       | $r_i$           | แทน | ความถี่ (ข้อมูลจริง) ในแถวที่ i                                 |
|       | $c_j$           | แทน | ความถี่ (ข้อมูลจริง) ในสดมภ์ที่ j                               |
|       | df = (r-1)(c-1) | แทน | องศาความเป็นอิสระ                                               |

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิเคราะห์และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อต่างๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

|           |     |                                                        |
|-----------|-----|--------------------------------------------------------|
| $n$       | แทน | จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม                                   |
| $\bar{X}$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)                       |
| S.D.      | แทน | ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)           |
| $t$       | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-Distribution                 |
| F-Ratio   | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution                 |
| F-Prob.,p | แทน | ความน่าจะเป็นสำหรับการบอกนัยสำคัญทางสถิติ(Probability) |
| SS        | แทน | ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)      |
| MS        | แทน | ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนนเฉลี่ย(Mean of Squares)  |
| df        | แทน | ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)              |
| LSD       | แทน | Least Significant Difference                           |
| $r$       | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์                              |
| *         | แทน | นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05                           |
| **        | แทน | นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01                           |

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น

##### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้านเหตุผลในการชม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

**ตาราง 3** แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน ( คน ) | ร้อยละ |
|---------------------------------------------|--------------|--------|
| 1. เพศ                                      |              |        |
| ชาย                                         | 242          | 60.50  |
| หญิง                                        | 158          | 39.50  |
| รวม                                         | 400          | 100.00 |
| 2. อายุ                                     |              |        |
| ต่ำกว่า 20 ปี                               | 109          | 27.20  |
| 20-29 ปี                                    | 218          | 54.50  |
| 30-39 ปี                                    | 51           | 12.80  |
| 40 ปีขึ้นไป                                 | 22           | 5.50   |
| รวม                                         | 400          | 100.00 |

ตาราง 3 (ต่อ)

| ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน ( คน ) | ร้อยละ |
|---------------------------------------------|--------------|--------|
| 3. ระดับการศึกษา                            |              |        |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี                            | 119          | 29.80  |
| ปริญญาตรี                                   | 253          | 63.20  |
| สูงกว่าปริญญาตรี                            | 28           | 7.00   |
| รวม                                         | 400          | 100.00 |
| 4. อาชีพ                                    |              |        |
| นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา                     | 193          | 48.20  |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ                | 25           | 6.20   |
| พนักงานบริษัทเอกชน                          | 121          | 30.30  |
| ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย                        | 51           | 12.80  |
| อื่น ๆ เช่น สถาปนิก, แพทย์                  | 10           | 2.50   |
| รวม                                         | 400          | 100.00 |
| 5. รายได้ต่อเดือน                           |              |        |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท               | 196          | 49.00  |
| 10,001 – 20,000 บาท                         | 144          | 36.00  |
| 20,001 – 30,000 บาท                         | 36           | 9.00   |
| 30,001 บาทขึ้นไป                            | 24           | 6.00   |
| รวม                                         | 400          | 100.00 |

จากตาราง 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

**เพศ** กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีเพศชาย จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 และรองลงมาผู้มีเพศหญิง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ตามลำดับ

**อายุ** กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.20 ผู้มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 และผู้มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 รองลงมาผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 และผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

**อาชีพ** กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมา ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 ผู้มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 และผู้มีอาชีพอื่นๆ เช่น สถาปนิก, แพทย์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

**รายได้ต่อเดือน** กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมา ผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 ผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001บาทขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

เนื่องจาก ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในข้อผู้มีอาชีพอื่นๆ เช่น สถาปนิก, แพทย์ มีความถี่ของข้อมูลน้อยกว่าร้อยละ 5 ของข้อมูลอาชีพทั้งหมด ดังนั้นเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมกลุ่มข้อมูลใหม่เพื่อให้การกระจายของข้อมูลมีความสม่ำเสมอ ซึ่งได้กลุ่มข้อมูลใหม่ดังนี้ คือ

ตาราง 3.1 จำนวนและค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ หลังจากนำข้อมูลมาแบ่งชั้น ความถี่ใหม่

| ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม        | จำนวน ( คน ) | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------|--------------|--------|
| 1. อาชีพ                                           |              |        |
| นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา                            | 193          | 48.20  |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ                       | 25           | 6.20   |
| พนักงานบริษัทเอกชน                                 | 121          | 30.30  |
| ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น สถาปนิก, แพทย์ | 61           | 15.30  |
| รวม                                                | 400          | 100.00 |

จากตาราง 3.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมา ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายและอื่นๆ เช่น สถาปนิก, แพทย์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 และผู้มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้านเหตุผลในการชม

ตาราง 4 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้านเหตุผลในการชม

| แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับแรงจูงใจ |
|--------------------------------------------------|-----------|------|---------------|
| <b>ด้านเหตุผลในการชม</b>                         |           |      |               |
| - เพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง                    | 4.24      | .756 | มากที่สุด     |
| - เพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด               | 3.99      | .790 | มาก           |
| - เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น           | 3.08      | .998 | ปานกลาง       |
| - เป็นความชื่นชมพิเศษส่วนตัว                     | 3.55      | .979 | มาก           |
| ความคิดเห็นด้านเหตุผลในการชม                     | 3.72      | .708 | มาก           |

จากตาราง 4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมโดยรวม มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ )

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อที่ว่าเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.24$ ) เป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ข้อที่ว่าเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด ( $\bar{X} = 3.99$ ) และข้อที่ว่าชื่นชมพิเศษส่วนตัว ( $\bar{X} = 3.55$ ) มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และข้อที่ว่าเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น ( $\bar{X} = 3.08$ ) มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

**ตาราง 5** แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญประมาณ (ครั้ง/เดือน)

| พฤติกรรมชมภาพยนตร์                 | ความถี่          | ร้อยละ |
|------------------------------------|------------------|--------|
| 1. ความถี่ในการชม                  |                  |        |
| 1.1 1 ครั้ง ต่อเดือน               | 195              | 48.75  |
| 1.2 2 - 3 ครั้งต่อเดือน            | 108              | 27.00  |
| 1.3 มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน        | 97               | 24.25  |
| รวม                                | 400              | 100.00 |
| ความถี่ในการชมสูงสุด (Max)         | 15 ครั้งต่อเดือน |        |
| ความถี่ในการชมต่ำสุด (Min)         | 1 ครั้งต่อเดือน  |        |
| ความถี่ในการชมเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) | 2 ครั้งต่อเดือน  |        |

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ 1 ครั้ง ต่อเดือน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ผู้ชมภาพยนตร์ 2 - 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 และผู้ชมภาพยนตร์ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน มีน้อยที่สุด จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญน้อยที่สุด 1 ครั้งต่อเดือน อีกทั้งผู้ชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญมากที่สุด 15 ครั้งต่อเดือน และความถี่ในการชมเฉลี่ยแล้วผู้ชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ 2 ครั้งต่อเดือน

**ตาราง 6** แสดงแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม

| พฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ<br>ของผู้ชม                          | จำนวน (คน) | ร้อยละ        |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|---------------|
| <b>1. ช่วงเวลาที่ชม</b>                                                  |            |               |
| 11.00 - 15.00 น.                                                         | 17         | 4.20          |
| 15.00 - 18.00 น.                                                         | 80         | 20.00         |
| 18.00 - 21.00 น.                                                         | 169        | 42.30         |
| 21.00 - 24.00 น.                                                         | 134        | 33.50         |
| <b>รวม</b>                                                               | <b>400</b> | <b>100.00</b> |
| <b>2. สถานที่ชม</b>                                                      |            |               |
| โรงภาพยนตร์                                                              | 225        | 56.20         |
| บ้าน                                                                     | 170        | 42.50         |
| อื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร, ห้างสรรพสินค้า                                    | 5          | 1.30          |
| <b>รวม</b>                                                               | <b>400</b> | <b>100.00</b> |
| <b>3. ท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร</b>                            |            |               |
| ชมคนเดียว                                                                | 60         | 15.00         |
| ชมกับเพื่อน                                                              | 157        | 39.20         |
| ชมกับแฟน                                                                 | 98         | 24.50         |
| ชมกับสมาชิกในครอบครัว                                                    | 85         | 21.30         |
| <b>รวม</b>                                                               | <b>400</b> | <b>100.00</b> |
| <b>4. บุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก<br/>สยองขวัญ</b> |            |               |
| ตัวท่านเอง                                                               | 179        | 44.80         |
| เพื่อน                                                                   | 131        | 32.80         |
| แฟน                                                                      | 53         | 13.20         |
| ญาติ                                                                     | 37         | 9.20          |
| <b>รวม</b>                                                               | <b>400</b> | <b>100.00</b> |

**ตาราง 6** แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม

**ช่วงเวลาที่ยื่น** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในช่วงเวลา 21.00 - 24.00 น. จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในช่วงเวลา 15.00 - 18.00 น. จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในช่วงเวลา 11.00 - 15.00 น. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ตามลำดับ

**สถานที่ชม** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในโรงภาพยนตร์ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20 เป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในบ้าน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 และทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในที่อื่น ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าและร้านอาหาร จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

**ท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อชมกับเพื่อน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 เป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อชมกับแฟน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อชมกับสมาชิกในครอบครัว จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 และทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อชมคนเดียว จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

**บุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อตัวเอง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 เป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อเพื่อน จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม โดยแฟน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 และทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม โดยญาติ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 ตามลำดับ

เนื่องจาก ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ชม ในข้ออื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร, ห้างสรรพสินค้า มีความถี่ของข้อมูลน้อยกว่าร้อยละ 5 ของข้อมูลสถานที่ชมทั้งหมด ดังนั้นเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมกลุ่มข้อมูลใหม่เพื่อให้การกระจายของข้อมูลมีความสม่ำเสมอ ซึ่งได้กลุ่มข้อมูลใหม่ดังนี้ คือ

**ตาราง 6.1** แสดงแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อสถานที่ชม หลังจากนำข้อมูลมาแบ่งชั้นความถี่ใหม่

| พฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม   | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------|------------|--------|
| 2. สถานที่ชม                                  |            |        |
| โรงภาพยนตร์                                   | 225        | 56.20  |
| บ้าน และอื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร, ห้างสรรพสินค้า | 175        | 43.80  |
| รวม                                           | 400        | 100.00 |

จากตาราง 6.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในโรงภาพยนตร์ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20 เป็นอันดับหนึ่งรองลงมา คือ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในบ้านและในที่อื่น ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า, ร้านอาหาร จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.80 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

**ตาราง 7** แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้านเหตุผลในการชม

| ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม                        | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. ความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์                                   | 3.87      | .836 | พอใจ             |
| 2. ความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง                                  | 3.82      | .719 | พอใจ             |
| 3. ความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง                              | 3.70      | .849 | พอใจ             |
| 4. การถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง                        | 3.55      | .903 | พอใจ             |
| 5. ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต                             | 3.68      | .725 | พอใจ             |
| 6. การสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์                                              | 4.08      | .789 | พอใจ             |
| 7. ความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม                                         | 3.34      | .935 | เฉย ๆ            |
| 8. ความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม                                  | 3.61      | .755 | พอใจ             |
| 9. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด                             | 3.74      | .788 | พอใจ             |
| 10. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น ไปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง | 3.63      | .848 | พอใจ             |
| ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม โดยรวม                 | 3.70      | .569 | พอใจ             |

จากตาราง 7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมโดยรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ ( $\bar{X} = 3.70$ )

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ ( $\bar{X} = 4.08$ ) เป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ รายข้อที่ว่าความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ ( $\bar{X} = 3.87$ ) รายข้อที่ว่าความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง ( $\bar{X} = 3.82$ ) รายข้อที่ว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.74$ ) รายข้อที่ว่าความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง ( $\bar{X} = 3.70$ ) รายข้อที่ว่าความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต ( $\bar{X} = 3.68$ ) รายข้อที่ว่าความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น ไปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง ( $\bar{X} = 3.63$ ) รายข้อที่ว่าความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือก

รับชม ( $\bar{X} = 3.61$ ) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ และรายข้อที่ว่าความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม ( $\bar{X} = 3.34$ ) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวนอนพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

**ตาราง 8** แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

| แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม                                                  | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับ<br>แนวโน้ม    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------------------|
| 1. ท่านสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่<br>(สนใจอย่างมาก—————>ไม่สนใจอย่างมาก)                | 3.73      | .985 | สนใจ                |
| 2. ท่านสนใจชมภาพยนตร์ แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต (มากขึ้นอย่างแน่นอน—————>น้อยลงอย่างแน่นอน)   | 3.51      | .971 | ค่อนข้าง<br>มากขึ้น |
| 3. ท่านจะชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่<br>(ชักชวนอย่างแน่นอน—————>ไม่ชักชวนอย่างแน่นอน) | 3.83      | .996 | อาจจะ<br>ชักชวน     |
| แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม<br>โดยรวม                                        | 3.66      | .668 | สนใจ                |

จากตาราง 8 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมโดยรวม มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับสนใจ ( $\bar{X} = 3.66$ )

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อท่านจะชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่ ระดับแนวโน้มอาจจะชักชวน ( $\bar{X} = 3.83$ ) ส่วนข้อที่ว่าท่านสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่ ระดับแนวโน้มอยู่ในระดับสนใจ ( $\bar{X} = 3.73$ ) และรายข้อที่ว่าท่านสนใจชมภาพยนตร์ แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ( $\bar{X} = 3.51$ ) มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับค่อนข้างมากขึ้น

## ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1.1** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$  : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนเพศชาย = ค่าแปรปรวนเพศหญิง

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนเพศชาย  $\neq$  ค่าแปรปรวนเพศหญิง

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง 9

**ตาราง 9** แสดงการทดสอบความแตกต่าง แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก  
 สยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะซื้อภาพยนตร์แนวตลก  
 สยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลง  
 ในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

| แนวโน้มพฤติกรรมชม<br>ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยอง<br>ขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร                 |                                              | Levene's Test<br>for Equality of<br>Variances |       | เพศ  | t-test for Equality of Means |       |         |        |       |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------|------|------------------------------|-------|---------|--------|-------|
|                                                                                      |                                              | F                                             | Sig.  |      | $\bar{X}$                    | S.D.  | T       | df     | Prob. |
| ในข้อแนวโน้มความ<br>สนใจที่จะชม<br>ภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญ                        | Equal<br>variances                           |                                               |       | ชาย  | 3.83                         | 0.910 |         |        |       |
|                                                                                      | Assumed<br>Equal<br>variances<br>not assumed | 7.017**                                       | 0.008 | หญิง | 3.56                         | 1.073 | 2.623** | 296.31 | 0.009 |
| ในข้อแนวโน้มความ<br>สนใจชมภาพยนตร์<br>แนวตลกสยองขวัญ<br>มากขึ้นหรือน้อยลง<br>ในอนาคต | Equal<br>variances                           | 0.654                                         | 0.419 | ชาย  | 3.62                         | 0.932 | 2.651** | 398    | 0.008 |
|                                                                                      | Assumed<br>Equal<br>variances<br>not assumed |                                               |       | หญิง | 3.35                         | 1.010 |         |        |       |
| ในข้อแนวโน้มในการ<br>ชักชวนเพื่อนชม<br>ภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญต่อไป               | Equal<br>variances                           | 1.211                                         | 0.272 | ชาย  | 3.57                         | 0.984 | 2.860** | 398    | 0.008 |
|                                                                                      | Assumed<br>Equal<br>variances<br>not assumed |                                               |       | หญิง | 3.28                         | 1.124 |         |        |       |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์  
 ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที  
 (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร  
 ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มีค่า Probability (p) เท่ากับ  
 0.008 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติ  
 ฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน (Equal variances not assumed)  
 ผลการทดสอบสมมติฐาน แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขต

กรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ชมภาพยนตร์ ที่มีเพศที่ต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศชายมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่า เพศหญิง

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.419 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศชายและเพศหญิง เท่ากัน จึงใช้การทดสอบค่า t กรณีค่าความแปรปรวนเท่ากัน (Equal variances assumed) ผลการทดสอบสมมติฐาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.008 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ชมภาพยนตร์ ที่มีเพศที่ต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศชายมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่า เพศหญิง

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.272 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน จึงใช้การทดสอบค่า t กรณีค่าความแปรปรวนเท่ากัน (Equal variances assumed) ผลการทดสอบสมมติฐาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.008 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ชมภาพยนตร์ ที่มีเพศที่ต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศชายมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มากกว่า เพศหญิง

## อายุ

**สมมติฐานข้อที่ 1.2** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่าง

กัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ นั้นในขั้นแรกจะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของ ระดับอายุ ทั้งสี่โดยใช้สถิติ Levene's Test ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่า ระดับอายุ ทั้งสี่มีความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่ม (ค่า Prob. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05) ก็จะใช้ค่าสถิติ F-test ทดสอบความแตกต่างของ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ของกลุ่มระดับอายุ ทั้งสี่ แต่หากผลการทดสอบพบว่า กลุ่มช่วงระดับอายุ ทั้งสี่ ไม่ได้มีความแปรปรวนเท่ากันทั้งหมด (ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05) ก็จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ทดสอบความแตกต่างของ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ของกลุ่ม ระดับอายุ ทั้งสี่ ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ความแปรปรวนของกลุ่มช่วงระดับอายุ ทั้งสี่ โดยใช้ Levene's Test เป็นดังตาราง 10

แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

**ตาราง 10** แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนว  
ตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร กับระดับอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนว<br>ตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร            | Levene's<br>Statistic | df1 | df2 | Prob.p |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----|-----|--------|
| 1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์<br>แนวตลกของขวัญ                    | 1.475                 | 3   | 396 | 0.221  |
| 2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนว<br>ตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต | 0.480                 | 3   | 396 | 0.696  |
| 3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป           | 0.533                 | 3   | 396 | 0.660  |

จากตาราง 10 ผลการทดสอบ Levene's Statistic Test พบว่า

แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร  
ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชม  
ภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวน  
เพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.221, 0.696 และ  
0.660 มากกว่า 0.05 หมายความว่า ระดับอายุ มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ที่ระดับนัยสำคัญ  
ทางสถิติ 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทาง  
เดียว (One Way Analysis of Variance :One Way ANOVA) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%  
ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Probability (p). น้อยกว่า .05 และถ้าข้อใด  
ปฏิเสธหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะ  
นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant  
Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผล  
การทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 11

**ตาราง 11** แสดงความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญใน  
เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

| แนวโน้มพฤติกรรมชม<br>ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยอง<br>ขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร            | แหล่งความ<br>แปรปรวน | df  | SS      | MS    | F-ratio | F-prob |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----|---------|-------|---------|--------|
| 1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ                        | ระหว่างกลุ่ม         | 3   | 11.508  | 3.836 | 4.042** | .008   |
|                                                                                 | ภายในกลุ่ม           | 396 | 357.789 | .949  |         |        |
|                                                                                 | รวม                  | 399 | 387.297 |       |         |        |
| 2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้น<br>หรือน้อยลงในอนาคต | ระหว่างกลุ่ม         | 3   | 10.674  | 3.558 | 3.857*  | .010   |
|                                                                                 | ภายในกลุ่ม           | 396 | 365.263 | .922  |         |        |
|                                                                                 | รวม                  | 399 | 375.937 |       |         |        |
| 3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อน<br>ชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ<br>ต่อไป           | ระหว่างกลุ่ม         | 3   | 12.036  | 4.012 | 3.719*  | .012   |
|                                                                                 | ภายในกลุ่ม           | 396 | 427.241 | 1.079 |         |        |
|                                                                                 | รวม                  | 399 | 439.277 |       |         |        |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ จำแนกตามอายุ โดยการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มีค่า Probability(p) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังแสดงตาราง 12

แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต

จำแนกตามอายุ โดยการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีค่า Probability(p) เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงตาราง 13

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป จำแนกตามอายุ โดยการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีค่า Probability(p) เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงตาราง 14

**ตาราง 12** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอายุที่แตกต่างกันกับแนวโน้มพฤติกรรม  
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจ  
ที่จะซื้อภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ

| แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์<br>ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขต<br>กรุงเทพมหานคร<br>ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ | $\bar{X}$ | ต่ำกว่า<br>หรือเท่ากับ 20 ปี |                  |                 |                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------------|------------------|-----------------|-----------------|
|                                                                                                                               |           | 20 – 29 ปี                   | 30 – 39 ปี       | 40 ปีขึ้นไป     |                 |
|                                                                                                                               | 4.00      | 3.63                         | 3.65             | 3.50            |                 |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี                                                                                                      | 4.00      | -                            | 0.37**<br>(.001) | 0.35*<br>(.033) | 0.50*<br>(.029) |
| 20 – 29 ปี                                                                                                                    | 3.63      | -                            | -0.14<br>(.926)  | 0.13<br>(.542)  |                 |
| 30– 39 ปี                                                                                                                     | 3.65      |                              | -                | 0.15<br>(.554)  |                 |
| 40 ปีขึ้นไป                                                                                                                   | 3.50      |                              |                  | -               |                 |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30–39 ปี พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30–39 ปี พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่

จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30– 39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.050 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างกัน

**ตาราง 13** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอายุที่แตกต่างกันกับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต

| แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์<br>ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขต<br>กรุงเทพมหานคร<br>ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์<br>แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลง<br>ในอนาคต | $\bar{X}$ | ต่ำกว่า<br>หรือเท่ากับ<br>20 ปี | 20 – 29 ปี       | 30 – 39 ปี      | 40 ปีขึ้นไป     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------|------------------|-----------------|-----------------|
|                                                                                                                                                         |           |                                 |                  |                 |                 |
|                                                                                                                                                         | 3.76      | 3.76                            | 3.44             | 3.41            | 3.18            |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี                                                                                                                                | 3.76      | -                               | 0.32**<br>(.005) | 0.35*<br>(.032) | 0.58*<br>(.010) |
| 20 – 29 ปี                                                                                                                                              | 3.44      |                                 | -                | 0.33<br>(.824)  | 0.26<br>(.221)  |
| 30– 39 ปี                                                                                                                                               | 3.41      |                                 |                  | -               | 0.23<br>(.348)  |
| 40 ปีขึ้นไป                                                                                                                                             | 3.18      |                                 |                  |                 | -               |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-39 ปี พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-39 ปี พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30-39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.58

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างกัน

**ตาราง 14** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอายุที่แตกต่างกันกับแนวโน้มพฤติกรรม  
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการ  
ชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

| แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์<br>ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขต<br>กรุงเทพมหานคร<br>ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป | $\bar{X}$ | ต่ำกว่า<br>หรือเท่ากับ 20 ปี |                  |                |                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------------|------------------|----------------|-----------------|
|                                                                                                                                        |           | 20 – 29 ปี                   | 30 – 39 ปี       | 40 ปีขึ้นไป    |                 |
|                                                                                                                                        | $\bar{X}$ | 3.68                         | 3.35             | 3.61           | 3.09            |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี                                                                                                               | 3.68      | -                            | 0.33**<br>(.007) | 0.07<br>(.687) | 0.59*<br>(.016) |
| 20 – 29 ปี                                                                                                                             | 3.35      | -                            | -0.26<br>(.109)  | 0.26<br>(.268) |                 |
| 30– 39 ปี                                                                                                                              | 3.61      |                              | -                | 0.52<br>(.052) |                 |
| 40 ปีขึ้นไป                                                                                                                            | 3.09      |                              |                  | -              |                 |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้ม

พฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแน่วโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.59

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างกัน

## ระดับการศึกษา

**สมมติฐานข้อที่ 1.3** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแน่วโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแน่วโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแน่วโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ นั้นในขั้นแรกจะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของ ระดับการศึกษา ทั้งสามโดยใช้สถิติ Levene's Test ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่า ระดับการศึกษา ทั้งสามมีความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่ม (ค่า Prob. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05) ก็จะใช้ค่าสถิติ F-test ทดสอบความแตกต่างของ แน่วโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ของกลุ่มระดับการศึกษา ทั้งสาม แต่หากผลการทดสอบพบว่า กลุ่มช่วงระดับการศึกษา ทั้งสาม ไม่ได้มีค่าความแปรปรวนเท่ากันทั้งหมด (ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05) ก็จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ทดสอบความแตกต่างของ แน่วโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ของกลุ่ม ระดับการศึกษา ทั้งสาม ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ความแปรปรวนของกลุ่มช่วงระดับการศึกษา ทั้งสาม โดยใช้ Levene's Test เป็นดังตาราง 15

แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป

**ตาราง 15** แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร กับระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร            | Levene's Statistic | df1 | df2 | Prob.p |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----|-----|--------|
| 1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญ                    | 0.069              | 2   | 397 | 0.934  |
| 2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต | 0.112              | 2   | 397 | 0.894  |
| 3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป           | 1.114              | 2   | 397 | 0.329  |

จากตาราง 15 ผลการทดสอบ Levene's Statistic Test พบว่า

แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.934, 0.894 และ 0.329 มากกว่า 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษา มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance :One Way ANOVA) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Probability (p). น้อยกว่า .05 และถ้าข้อใดปฏิเสธหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 16

**ตาราง 16** แสดงความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญใน  
เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

| แนวโน้มพฤติกรรมชม<br>ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยอง<br>ขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร            | แหล่งความ<br>แปรปรวน | df  | SS      | MS    | F-ratio | F-prob |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----|---------|-------|---------|--------|
| 1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ                        | ระหว่างกลุ่ม         | 2   | 3.600   | 1.800 | 1.862   | .157   |
|                                                                                 | ภายในกลุ่ม           | 397 | 383.697 | .966  |         |        |
|                                                                                 | รวม                  | 399 | 387.298 |       |         |        |
| 2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้น<br>หรือน้อยลงในอนาคต | ระหว่างกลุ่ม         | 2   | 3.368   | 1.684 | 1.794   | .168   |
|                                                                                 | ภายในกลุ่ม           | 397 | 372.569 | .938  |         |        |
|                                                                                 | รวม                  | 399 | 375.938 |       |         |        |
| 3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อน<br>ชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ<br>ต่อไป           | ระหว่างกลุ่ม         | 2   | 4.986   | 4.012 | 2.279   | .104   |
|                                                                                 | ภายในกลุ่ม           | 397 | 434.292 | 1.079 |         |        |
|                                                                                 | รวม                  | 399 | 439.278 |       |         |        |

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา ของลูกค้ำที่ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เมื่อพิจารณาผลการทดสอบพบว่า Probability (p). ที่ได้เท่ากับ 0.157, 0.168 และ 0.104 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## อาชีพ

**สมมติฐานข้อที่ 1.4** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่าง

กัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ นั้นในขั้นแรกจะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของ ระดับอาชีพ ทั้งสี่โดยใช้สถิติ Levene's Test ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่าระดับอาชีพ ทั้งสี่มีความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่ม (ค่า Prob. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05) ก็จะใช้ค่าสถิติ F-test ทดสอบความแตกต่างของ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ของกลุ่มระดับอาชีพ ทั้งสี่ แต่หากผลการทดสอบพบว่ากลุ่มช่วงระดับอาชีพ ทั้งสี่ ไม่ได้มีความแปรปรวนเท่ากันทั้งหมด (ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05) ก็จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ทดสอบความแตกต่างของ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ของกลุ่ม ระดับอาชีพ ทั้งสี่ ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ความแปรปรวนของกลุ่มช่วงระดับอาชีพ ทั้งสี่ โดยใช้ Levene's Test เป็นดังตาราง 17

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

ตาราง 17 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนว  
ตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร กับระดับอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนว<br>ตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร            | Levene's<br>Statistic | df1 | df2 | Prob.p |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----|-----|--------|
| 1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์<br>แนวตลกของขวัญ                    | 1.247                 | 3   | 396 | 0.292  |
| 2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนว<br>ตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต | 0.337                 | 3   | 396 | 0.798  |
| 3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป           | 0.774                 | 3   | 396 | 0.509  |

จากตาราง 17 ผลการทดสอบ Levene's Statistic Test พบว่า

แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.292, 0.798 และ 0.509 มากกว่า 0.05 หมายความว่า ระดับอาชีพ มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance :One Way ANOVA) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Probability (p). น้อยกว่า .05 และถ้าข้อใดปฏิเสธหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 18

**ตาราง 18** แสดงความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

| แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร            | แหล่งความแปรปรวน | df  | SS      | MS    | F-ratio | F-prob |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|-------|---------|--------|
| 1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ                    | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 16.688  | 5.563 | 5.944** | .001   |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 370.609 | .936  |         |        |
|                                                                         | รวม              | 399 | 387.298 |       |         |        |
| 2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 15.068  | 5.023 | 5.511** | .001   |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 360.870 | .911  |         |        |
|                                                                         | รวม              | 399 | 375.938 |       |         |        |
| 3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป           | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 12.409  | 4.136 | 3.837*  | .010   |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 426.868 | 1.078 |         |        |
|                                                                         | รวม              | 399 | 439.278 |       |         |        |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ จำแนกตามอาชีพ โดยการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มีค่า Probability(p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังแสดงตาราง 19

แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต

จำแนกตามอาชีพ โดยการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีค่า Probability(p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังแสดงตาราง 20

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป จำแนกตามอาชีพ โดยการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีค่า Probability(p) เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงตาราง 21

**ตาราง 19** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพที่แตกต่างกันกับแนวโน้ม  
พฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้ม  
ความสนใจที่จะซื้อภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ

| แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์<br>ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขต<br>กรุงเทพมหานคร<br>ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ |           | นักเรียน/<br>นิสิต/<br>นักศึกษา | ข้าราชการ/<br>พนักงาน<br>รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท<br>เอกชน | ธุรกิจส่วนตัว<br>ค้าขาย และ<br>อื่น ๆ เช่น<br>สถาปนิก,<br>แพทย์ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                      | $\bar{X}$ | 3.90                            | 3.72                                 | 3.43                       | 3.77                                                            |
| นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา                                                                                                              | 3.90      | -                               | 0.18<br>(.378)                       | 0.47**<br>(.000)           | 0.13<br>(.357)                                                  |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ                                                                                                         | 3.72      |                                 | -                                    | 0.29<br>(.173)             | -0.05<br>(.826)                                                 |
| พนักงานบริษัทเอกชน                                                                                                                   | 3.43      |                                 |                                      | -                          | -0.34<br>(.025)                                                 |
| ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น<br>สถาปนิก, แพทย์                                                                                | 3.77      |                                 |                                      |                            | -                                                               |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างกัน

**ตาราง 20** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพที่แตกต่างกันกับแนวโน้ม

พฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้ม  
ความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต

| แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์<br>ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขต<br>กรุงเทพมหานคร<br>ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์<br>แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลง<br>ในอนาคต |           | นักเรียน/<br>นิสิต/<br>นักศึกษา | ข้าราชการ/<br>พนักงาน<br>รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท<br>เอกชน | ธุรกิจส่วนตัว<br>ค้าขาย และ<br>อื่น ๆ เช่น<br>สถาปนิก,<br>แพทย์ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                             | $\bar{X}$ | 3.67                            | 3.44                                 | 3.23                       | 3.59                                                            |
| นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา                                                                                                                                     | 3.67      | -                               | 0.23<br>(.250)                       | 0.44**<br>(.000)           | 0.08<br>(.552)                                                  |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ                                                                                                                                | 3.44      |                                 | -                                    | 0.21<br>(.321)             | -0.15<br>(.508)                                                 |
| พนักงานบริษัทเอกชน                                                                                                                                          | 3.23      |                                 |                                      | -                          | -0.36*<br>(.017)                                                |
| ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น<br>สถาปนิก, แพทย์                                                                                                       | 3.59      |                                 |                                      |                            | -                                                               |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น สถาปนิก , แพทย์ พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.01หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างเป็น

รายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น สถาปนิก , แพทย์ พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต น้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น สถาปนิก , แพทย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.36

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างกัน

**ตาราง 21** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพที่แตกต่างกันกับแนวโน้ม

พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

| แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์<br>ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขต<br>กรุงเทพมหานคร<br>ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป |           | นักเรียน/<br>นิสิต/<br>นักศึกษา | ข้าราชการ/<br>พนักงาน<br>รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท<br>เอกชน | ธุรกิจส่วนตัว<br>ค้าขาย และ<br>อื่น ๆ เช่น<br>สถาปนิก,<br>แพทย์ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                           | $\bar{X}$ | 3.58                            | 3.24                                 | 3.22                       | 3.62                                                            |
| นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา                                                                                                                   | 3.58      | -                               | 0.34<br>(.124)                       | 0.36**<br>(.003)           | -0.04<br>(.780)                                                 |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ                                                                                                              | 3.24      |                                 | -                                    | 0.17<br>(.941)             | -0.38<br>(.121)                                                 |
| พนักงานบริษัทเอกชน                                                                                                                        | 3.22      |                                 |                                      | -                          | -0.40*<br>(.015)                                                |
| ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น<br>สถาปนิก, แพทย์                                                                                     | 3.62      |                                 |                                      |                            | -                                                               |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

แตกต่างกันรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น สถาปนิก , แพทย์ พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.01หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น สถาปนิก , แพทย์ พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต น้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น สถาปนิก , แพทย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.40

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างกัน

## รายได้ต่อเดือน

**สมมติฐานข้อที่ 1.4** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ นั้นในขั้นแรกจะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของ ระดับรายได้ต่อเดือน ทั้งสี่โดยใช้สถิติ Levene's Test ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่า ระดับรายได้ต่อเดือน ทั้งสี่มีความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่ม (ค่า Prob. มีค่า

มากกว่าหรือเท่ากับ 0.05) ก็จะใช้ค่าสถิติ F-test ทดสอบความแตกต่างของ แนวโน้มพฤติกรรม การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ของกลุ่มระดับรายได้ต่อเดือน ทั้งสี่ แต่หากผลการทดสอบพบว่า กลุ่มช่วงระดับรายได้ต่อเดือน ทั้งสี่ ไม่ได้มีความแปรปรวน เท่ากันทั้งหมด (ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05) ก็จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ทดสอบความ แตกต่างของ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขต กรุงเทพมหานคร ของกลุ่ม ระดับรายได้ต่อเดือน ทั้งสี่ ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ความแปรปรวนของกลุ่มช่วงระดับรายได้ต่อเดือน ทั้งสี่ โดยใช้ Levene's Test เป็นดังตาราง 22

แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะ วิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

ตาราง 22 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวน แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนว ตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร กับระดับรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนว<br>ตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร            | Levene's<br>Statistic | df1 | df2 | Prob.p |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----|-----|--------|
| 1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์<br>แนวตลกสยองขวัญ                    | 1.628                 | 3   | 396 | 0.182  |
| 2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนว<br>ตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต | 0.832                 | 3   | 396 | 0.477  |
| 3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป           | 0.604                 | 3   | 396 | 0.613  |

จากตาราง 22 ผลการทดสอบ Levene's Statistic Test พบว่า

แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชม ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวน เพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.182, 0.477 และ

0.613 มากกว่า 0.05 หมายความว่า ระดับรายได้ต่อเดือน มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Probability (p). น้อยกว่า .05 และถ้าข้อใดปฏิเสธหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 23

**ตาราง 23** แสดงความแตกต่างแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร            | แหล่งความแปรปรวน | df  | SS      | MS    | F-ratio | F-prob |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|-------|---------|--------|
| 1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ                    | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 8.715   | 2.905 | 3.039*  | .029   |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 378.583 | .956  |         |        |
|                                                                         | รวม              | 399 | 387.297 |       |         |        |
| 2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 6.939   | 2.313 | 2.482   | .061   |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 368.998 | .932  |         |        |
|                                                                         | รวม              | 399 | 375.937 |       |         |        |
| 3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป           | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 3.054   | 1.018 | 0.924   | .429   |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 436.224 | 1.102 |         |        |
|                                                                         | รวม              | 399 | 439.278 |       |         |        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนว

ตลกสยองขวัญ มีค่า Probability(p) เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงตาราง 24

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา ของลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) เมื่อพิจารณาผลการทดสอบพบว่า Probability (p). ที่ได้เท่ากับ 0.061 และ 0.429 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**ตาราง 24** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันกับแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ

| แนวโน้มพฤติกรรมการชม                                                                                     |                                     |                        |                        |                      |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------|------------------------|----------------------|--|
| ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ<br>ในเขตกรุงเทพมหานคร<br>ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชม<br>ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ | ต่ำกว่าหรือ<br>เท่ากับ<br>10,000บาท | 10,001 –<br>20,000 บาท | 20,001 –<br>30,000 บาท | 30,001 บาท<br>ขึ้นไป |  |
| $\bar{X}$                                                                                                | 3.83                                | 3.71                   | 3.56                   | 3.25                 |  |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000<br>บาท                                                                         | 3.83                                | -<br>(.251)            | 0.12<br>(.120)         | 0.58**<br>(.006)     |  |
| 10,001 – 20,000 บาท                                                                                      | 3.71                                | -                      | 0.15<br>(.402)         | 0.46*<br>(.034)      |  |
| 20,001 – 30,000 บาท                                                                                      | 3.56                                |                        | -                      | 0.31<br>(.236)       |  |
| 30,001 บาทขึ้นไป                                                                                         | 3.25                                |                        |                        | -                    |  |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท กับผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท แตกต่าง

เป็นรายคู่กับผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2** แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้านเหตุผลในการชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$ : แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ไม่มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

$H_1$ : แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความสัมพันธ์ที่เป็นอิสระต่อกัน ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดัง ตาราง 25 - ตาราง 27

**ตาราง 25** แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ

| แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม | แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ |                 |                              |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------|
|                                                  | Pearson Correlation (r)                                                                                           | Sig. (2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์            |
| <b>ด้านเหตุผลในการชม</b>                         |                                                                                                                   |                 |                              |
| - เพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง                    | .480**                                                                                                            | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| - เพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด               | .345**                                                                                                            | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| - เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น           | .372**                                                                                                            | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| - เป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว                    | .553**                                                                                                            | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 25 โดยใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ได้ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อดังนี้

### ด้านเหตุผลในการชม

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .480 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .345 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .372 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเป็นความชื่นชมพิเศษส่วนตัว พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเป็นความชื่นชมพิเศษส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .553 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเป็นความชื่นชมพิเศษส่วนตัว จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

**ตาราง 26** แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต

| แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม | แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต |                 |                              |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------|
|                                                  | Pearson Correlation (r)                                                                                                              | Sig. (2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์            |
| <b>ด้านเหตุผลในการชม</b>                         |                                                                                                                                      |                 |                              |
| - เพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง                    | .437**                                                                                                                               | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| - เพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด               | .329**                                                                                                                               | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| - เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น           | .395**                                                                                                                               | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| - เป็นความชื่นชมพิเศษส่วนตัว                     | .563**                                                                                                                               | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 26 โดยใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ได้ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อดังนี้

### ด้านเหตุผลในการชม

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน บันทึกลง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน บันทึกลง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .437 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .329 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจใน

การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .395 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเป็นความชื่นชมพิเศษส่วนตัว พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเป็นความชื่นชมพิเศษส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .563 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเป็นความชื่นชมพิเศษส่วนตัว จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

**ตาราง 27** แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

| แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม | แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป |                 |                              |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------|
|                                                  | Pearson Correlation (r)                                                                                                    | Sig. (2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์            |
| <b>ด้านเหตุผลในการชม</b>                         |                                                                                                                            |                 |                              |
| - เพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง                    | .411**                                                                                                                     | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| - เพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด               | .331**                                                                                                                     | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| - เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น           | .423**                                                                                                                     | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| - เป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว                    | .534**                                                                                                                     | .000            | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 โดยใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ได้ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อดังนี้

#### ด้านเหตุผลในการชม

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขต

กรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .411 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน จะมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .331 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .423 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น จะมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขต

กรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .534 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว จะมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

**สมมติฐานข้อที่ 3** พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$ : พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ไม่มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

$H_1$ : พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

**ตาราง 28** ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อเดือน

|                                                      | แนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์<br>แนวตลกสยองขวัญต่อไป |             |               |               |              | รวม            | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------|---------------|---------------|--------------|----------------|----------|--------------------|---------------|
| ความถี่ในการชม<br>ภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญต่อเดือน | ไม่สนใจ                                               |             | สนใจ          |               |              |                |          |                    |               |
|                                                      | อย่าง<br>มาก                                          | ไม่<br>สนใจ | เฉย ๆ         | สนใจ          | อย่าง<br>มาก |                |          |                    |               |
| 1 ครั้งต่อเดือน                                      | 7<br>1.75%                                            | 21<br>5.25% | 56<br>14.00%  | 86<br>21.50%  | 25<br>6.25%  | 195<br>48.75%  | 29.619** | 0.000              | 0.227         |
| 2 - 3 ครั้งต่อเดือน                                  | 1<br>0.25%                                            | 3<br>0.75%  | 19<br>4.75%   | 46<br>11.50%  | 39<br>9.75%  | 108<br>27.00%  |          |                    |               |
| มากกว่า<br>3 ครั้งต่อเดือน                           | 3<br>0.75%                                            | 8<br>2.00%  | 26<br>6.50%   | 35<br>8.75%   | 25<br>6.25%  | 97<br>24.25%   |          |                    |               |
| รวม                                                  | 11<br>2.75%                                           | 32<br>8.00% | 101<br>25.25% | 167<br>41.75% | 89<br>22.25% | 400<br>100.00% |          |                    |               |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อเดือน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า แนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อเดือน ร้อยละ 22.70

ตาราง 29 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเดือน

|                                              | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต |             |               |               |              | รวม            | $\chi^2$ | Sig. (2-tailed) | Cramer's V |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------|---------------|---------------|--------------|----------------|----------|-----------------|------------|
| ความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเดือน | ไม่สนใจ                                                         |             | สนใจ          |               |              | รวม            |          |                 |            |
|                                              | อย่าง<br>มาก                                                    | ไม่<br>สนใจ | เฉย ๆ         | สนใจ          | อย่าง<br>มาก |                |          |                 |            |
| 1 ครั้งต่อเดือน                              | 9<br>2.25%                                                      | 29<br>7.25% | 71<br>17.75%  | 68<br>17.00%  | 18<br>4.50%  | 195<br>48.75%  | 26.882** | 0.000           | 0.204      |
| 2 - 3 ครั้งต่อเดือน                          | 0<br>0.00%                                                      | 3<br>0.75%  | 35<br>8.75%   | 48<br>12.00%  | 22<br>5.50%  | 108<br>27.00%  |          |                 |            |
| มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน                      | 4<br>1.00%                                                      | 7<br>1.75%  | 32<br>8.00%   | 34<br>8.50%   | 20<br>5.00%  | 97<br>24.25%   |          |                 |            |
| รวม                                          | 13<br>3.25%                                                     | 39<br>9.75% | 138<br>34.50% | 150<br>37.50% | 60<br>15.00% | 400<br>100.00% |          |                 |            |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้น หรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเดือน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเดือน ร้อยละ 20.40

**ตาราง 30** ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเนื่อง

|                                                       | แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์<br>แนวตลกสยองขวัญต่อไป |             |               |               |              | รวม            | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------|---------------|---------------|--------------|----------------|----------|--------------------|---------------|
| ความถี่ในการชม<br>ภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญต่อเนื่อง | ไม่สนใจ                                                   |             | สนใจ          |               |              |                |          |                    |               |
|                                                       | อย่าง<br>มาก                                              | ไม่<br>สนใจ | เฉย ๆ         | สนใจ          | อย่าง<br>มาก |                |          |                    |               |
| 1 ครั้งต่อเดือน                                       | 17<br>4.25%                                               | 22<br>5.50% | 79<br>19.75%  | 49<br>12.25%  | 28<br>7.00%  | 195<br>48.75%  | 20.066** | 0.010              | 0.210         |
| 2 - 3 ครั้งต่อเดือน                                   | 2<br>0.50%                                                | 3<br>0.75%  | 40<br>10.00%  | 40<br>10.00%  | 23<br>5.75%  | 108<br>27.00%  |          |                    |               |
| มากกว่า<br>3 ครั้งต่อเดือน                            | 4<br>1.00%                                                | 5<br>1.25%  | 40<br>10.00%  | 28<br>7.00%   | 20<br>5.00%  | 97<br>24.25%   |          |                    |               |
| รวม                                                   | 23<br>5.75%                                               | 30<br>7.50% | 159<br>39.75% | 117<br>29.25% | 71<br>17.75% | 400<br>100.00% |          |                    |               |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเนื่อง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเนื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเนื่อง ร้อยละ 21.00

ตาราง 31 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับช่วงเวลาที่ชม

| ช่วงเวลาที่ชม    | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญต่อไป |             |        |        |              | รวม     | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|------------------|--------------------------------------------------|-------------|--------|--------|--------------|---------|----------|--------------------|---------------|
|                  | ไม่สนใจ                                          |             | สนใจ   |        |              |         |          |                    |               |
|                  | อย่าง<br>มาก                                     | ไม่<br>สนใจ | เฉย ๆ  | สนใจ   | อย่าง<br>มาก |         |          |                    |               |
| 11.00 - 15.00 น. | 1                                                | 2           | 3      | 4      | 7            | 17      | 31.122** | 0.002              | 0.161         |
|                  | 0.25%                                            | 0.50%       | 0.75%  | 1.00%  | 1.75%        | 4.25%   |          |                    |               |
| 15.00 - 18.00 น. | 1                                                | 8           | 33     | 26     | 12           | 80      |          |                    |               |
|                  | 0.25%                                            | 2.00%       | 8.25%  | 6.50%  | 3.00%        | 48.75%  |          |                    |               |
| 18.00 - 21.00 น. | 8                                                | 14          | 43     | 70     | 34           | 169     |          |                    |               |
|                  | 2.00%                                            | 3.50%       | 10.75% | 17.50% | 8.50%        | 27.00%  |          |                    |               |
| 21.00 - 24.00 น. | 1                                                | 8           | 22     | 67     | 36           | 134     |          |                    |               |
|                  | 0.50%                                            | 2.00%       | 5.50%  | 16.75% | 9.00%        | 24.25%  |          |                    |               |
| รวม              | 11                                               | 32          | 101    | 167    | 89           | 400     |          |                    |               |
|                  | 2.75%                                            | 8.00%       | 25.25% | 41.75% | 22.25%       | 100.00% |          |                    |               |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ชม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ชม ร้อยละ 16.10

ตาราง 32 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับช่วงเวลาที่ชม

| ช่วงเวลาที่ชม    | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต |       |        |        |        | รวม     | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|------------------|---------------------------------------------------------------------|-------|--------|--------|--------|---------|----------|--------------------|---------------|
|                  | ไม่สนใจ                                                             |       | สนใจ   |        |        |         |          |                    |               |
|                  | อย่าง                                                               | ไม่   |        |        | อย่าง  |         |          |                    |               |
|                  | มาก                                                                 | สนใจ  | เฉย ๆ  | สนใจ   | มาก    |         |          |                    |               |
| 11.00 - 15.00 น. | 1                                                                   | 2     | 4      | 6      | 4      | 17      | 19.424   | 0.079              | -             |
|                  | 0.25%                                                               | 0.50% | 1.00%  | 1.50%  | 1.00%  | 4.25%   |          |                    |               |
| 15.00 - 18.00 น. | 1                                                                   | 10    | 37     | 24     | 8      | 80      |          |                    |               |
|                  | 0.25%                                                               | 2.50% | 9.25%  | 6.00%  | 1.75%  | 20.00%  |          |                    |               |
| 18.00 - 21.00 น. | 8                                                                   | 21    | 56     | 60     | 24     | 169     |          |                    |               |
|                  | 2.00%                                                               | 5.25% | 14.00% | 15.00% | 6.00%  | 42.25%  |          |                    |               |
| 21.00 - 24.00 น. | 3                                                                   | 6     | 41     | 60     | 24     | 134     |          |                    |               |
|                  | 0.75%                                                               | 1.50% | 61.50% | 15.00% | 6.00%  | 33.50%  |          |                    |               |
| รวม              | 13                                                                  | 39    | 138    | 150    | 60     | 400     |          |                    |               |
|                  | 3.25%                                                               | 9.75% | 34.50% | 37.50% | 15.00% | 100.00% |          |                    |               |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาชม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.012 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาชม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตาราง 33 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับช่วงเวลาที่เหมาะสม

| ช่วงเวลาที่เหมาะสม | แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์<br>แนวตลกสยองขวัญต่อไป |             |        |        |              | รวม     | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|--------------------|-----------------------------------------------------------|-------------|--------|--------|--------------|---------|----------|--------------------|---------------|
|                    | ไม่สนใจ                                                   |             | สนใจ   |        |              |         |          |                    |               |
|                    | อย่าง<br>มาก                                              | ไม่<br>สนใจ | เฉย ๆ  | สนใจ   | อย่าง<br>มาก |         |          |                    |               |
| 11.00 - 15.00 น.   | 1                                                         | 1           | 8      | 5      | 2            | 17      | 25.766*  | 0.012              | 0.147         |
|                    | 0.25%                                                     | 0.25%       | 2.00%  | 1.25%  | 0.50%        | 4.25%   |          |                    |               |
| 15.00 - 18.00 น.   | 1                                                         | 10          | 42     | 16     | 11           | 80      |          |                    |               |
|                    | 0.25%                                                     | 2.50%       | 10.50% | 4.00%  | 2.75%        | 20.00%  |          |                    |               |
| 18.00 - 21.00 น.   | 17                                                        | 11          | 65     | 48     | 28           | 169     |          |                    |               |
|                    | 4.25%                                                     | 2.75%       | 16.25% | 12.00% | 7.00%        | 42.25%  |          |                    |               |
| 21.00 - 24.00 น.   | 4                                                         | 8           | 44     | 28     | 30           | 134     |          |                    |               |
|                    | 1.00%                                                     | 2.00%       | 11.00% | 7.00%  | 7.50%        | 33.50%  |          |                    |               |
| รวม                | 23                                                        | 30          | 159    | 117    | 71           | 400     |          |                    |               |
|                    | 5.75%                                                     | 7.50%       | 39.75% | 29.25% | 17.75%       | 100.00% |          |                    |               |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่เหมาะสม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่เหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่เหมาะสม ร้อยละ 14.70

ตาราง 34 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับสถานที่ชม

| สถานที่ชม                                           | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญต่อไป |             |               |               |              | รวม            | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------|---------------|---------------|--------------|----------------|----------|--------------------|---------------|
|                                                     | ไม่สนใจ                                          |             | สนใจ          |               |              |                |          |                    |               |
|                                                     | อย่าง<br>มาก                                     | ไม่<br>สนใจ | เฉย ๆ         | สนใจ          | อย่าง<br>มาก |                |          |                    |               |
| โรงภาพยนตร์                                         | 7<br>1.75%                                       | 14<br>3.50% | 52<br>13.00%  | 96<br>24.00%  | 56<br>14.00% | 225<br>56.25%  | 6.444    | 0.598              | -             |
| บ้าน และอื่น ๆ เช่น<br>ร้านอาหาร,<br>ห้างสรรพสินค้า | 4<br>1.00%                                       | 18<br>4.50% | 49<br>12.25%  | 71<br>17.75%  | 33<br>8.25%  | 175<br>43.75%  |          |                    |               |
| รวม                                                 | 11<br>5.75%                                      | 32<br>7.50% | 101<br>39.75% | 167<br>29.25% | 89<br>17.75% | 400<br>100.00% |          |                    |               |

ตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.598 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตาราง 35 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับสถานที่ชม

| สถานที่ชม                                           | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต |             |               |               |              | รวม            | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------|---------------|---------------|--------------|----------------|----------|--------------------|---------------|
|                                                     | ไม่สนใจ                                                             |             | สนใจ          |               |              |                |          |                    |               |
|                                                     | อย่าง                                                               | ไม่         | เฉย ๆ         | สนใจ          | อย่าง        |                |          |                    |               |
|                                                     | มาก                                                                 | สนใจ        |               |               | มาก          |                |          |                    |               |
| โรงภาพยนตร์                                         | 7<br>1.75%                                                          | 21<br>5.25% | 72<br>18.00%  | 87<br>21.75%  | 38<br>9.50%  | 225<br>56.25%  | 3.697    | 0.883              | -             |
| บ้าน และอื่น ๆ เช่น<br>ร้านอาหาร,<br>ห้างสรรพสินค้า | 6<br>1.50%                                                          | 18<br>4.50% | 66<br>16.50%  | 63<br>15.75%  | 22<br>5.50%  | 175<br>43.75%  |          |                    |               |
| รวม                                                 | 13<br>3.25%                                                         | 39<br>9.75% | 138<br>34.50% | 150<br>37.50% | 60<br>15.00% | 400<br>100.00% |          |                    |               |

ตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.883 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตาราง 36 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับสถานที่ชม

| สถานที่ชม                                           | แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์<br>แนวตลกสยองขวัญต่อไป |             |               |               |              | รวม            | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------|---------------|---------------|--------------|----------------|----------|--------------------|---------------|
|                                                     | ไม่สนใจ                                                   |             | สนใจ          |               |              |                |          |                    |               |
|                                                     | อย่าง                                                     | ไม่         |               |               | อย่าง        |                |          |                    |               |
|                                                     | มาก                                                       | สนใจ        | เฉย ๆ         | สนใจ          | มาก          |                |          |                    |               |
| โรงภาพยนตร์                                         | 11<br>2.75%                                               | 13<br>3.25% | 83<br>20.75%  | 71<br>17.75%  | 47<br>11.75% | 225<br>56.25%  | 11.163   | 0.193              | -             |
| บ้าน และอื่น ๆ เช่น<br>ร้านอาหาร,<br>ห้างสรรพสินค้า | 12<br>3.00%                                               | 17<br>4.25% | 76<br>19.00%  | 46<br>11.50%  | 24<br>6.00%  | 175<br>43.75%  |          |                    |               |
| รวม                                                 | 23<br>5.75%                                               | 30<br>7.50% | 159<br>39.75% | 117<br>29.25% | 71<br>17.75% | 400<br>100.00% |          |                    |               |

ตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.193 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตาราง 37 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับท่านชมภาพยนตร์  
แนวตลก สยองขวัญกับใคร

|                                             | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญต่อไป |                      |               |                 |              | รวม            | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------|---------------|-----------------|--------------|----------------|----------|--------------------|---------------|
| ท่านชมภาพยนตร์<br>แนวตลก สยองขวัญ<br>กับใคร | ไม่<br>สนใจ<br>อย่าง<br>มาก                      | ไม่<br>สนใจ<br>เฉย ๆ | สนใจ<br>น้อย  | สนใจ<br>ปานกลาง | สนใจ<br>มาก  |                |          |                    |               |
| ชมคนเดียว                                   | 1<br>0.25%                                       | 3<br>0.75%           | 20<br>5.00%   | 24<br>6.00%     | 12<br>3.00%  | 60<br>15.00%   | 11.490   | 0.487              | -             |
| ชมกับเพื่อน                                 | 5<br>1.25%                                       | 13<br>3.25%          | 40<br>10.00%  | 65<br>16.25%    | 34<br>8.50%  | 157<br>39.25%  |          |                    |               |
| ชมกับแฟน                                    | 2<br>0.50%                                       | 6<br>1.50%           | 26<br>6.50%   | 36<br>9.00%     | 28<br>7.00%  | 98<br>24.50%   |          |                    |               |
| ชมกับสมาชิกใน<br>ครอบครัว                   | 3<br>0.75%                                       | 10<br>2.50%          | 15<br>3.75%   | 42<br>10.50%    | 15<br>3.75%  | 85<br>21.25%   |          |                    |               |
| รวม                                         | 11<br>2.75%                                      | 32<br>8.00%          | 101<br>25.25% | 167<br>41.75%   | 89<br>22.25% | 400<br>100.00% |          |                    |               |

ตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.487 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่มีความสัมพันธ์กับท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

**ตาราง 38** ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับท่านชมภาพยนตร์  
แนวตลก สยองขวัญกับใคร

|                                             | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต |       |        |        |        | รวม     | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------|--------|--------|--------|---------|----------|--------------------|---------------|
| ท่านชมภาพยนตร์<br>แนวตลก สยองขวัญ<br>กับใคร | ไม่                                                                 |       |        |        |        |         |          |                    |               |
|                                             | สนใจ                                                                | สนใจ  |        |        |        |         |          |                    |               |
|                                             | อย่าง                                                               | ไม่   |        |        | อย่าง  |         |          |                    |               |
|                                             | มาก                                                                 | สนใจ  | เฉย ๆ  | สนใจ   | มาก    |         |          |                    |               |
| ชมคนเดียว                                   | 2                                                                   | 3     | 23     | 21     | 11     | 60      | 11.517   | 0.485              | -             |
|                                             | 0.50%                                                               | 0.75% | 5.75%  | 5.25%  | 2.75%  | 15.00%  |          |                    |               |
| ชมกับเพื่อน                                 | 6                                                                   | 13    | 58     | 57     | 23     | 157     |          |                    |               |
|                                             | 1.50%                                                               | 3.25% | 14.50% | 14.25% | 5.75%  | 39.25%  |          |                    |               |
| ชมกับแฟน                                    | 2                                                                   | 9     | 33     | 36     | 18     | 98      |          |                    |               |
|                                             | 0.50%                                                               | 2.25% | 8.25%  | 9.00%  | 4.50%  | 24.50%  |          |                    |               |
| ชมกับสมาชิกใน<br>ครอบครัว                   | 3                                                                   | 14    | 24     | 36     | 8      | 85      |          |                    |               |
|                                             | 0.75%                                                               | 3.50% | 6.00%  | 9.00%  | 2.00%  | 21.25%  |          |                    |               |
| รวม                                         | 13                                                                  | 39    | 138    | 150    | 60     | 400     |          |                    |               |
|                                             | 3.25%                                                               | 9.75% | 34.50% | 37.50% | 15.00% | 100.00% |          |                    |               |

ตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร พบว่าค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.485 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ไม่มีความสัมพันธ์กับท่านชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญกับใคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตาราง 39 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับท่านชมภาพยนตร์  
แนวตลก สยองขวัญกับใคร

|                                             | แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์<br>แนวตลกสยองขวัญต่อไป |                      |               |                 |              | รวม            | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------|---------------|-----------------|--------------|----------------|----------|--------------------|---------------|
| ท่านชมภาพยนตร์<br>แนวตลก สยองขวัญ<br>กับใคร | ไม่<br>สนใจ<br>อย่าง<br>มาก                               | ไม่<br>สนใจ<br>เฉย ๆ | สนใจ<br>น้อย  | สนใจ<br>ปานกลาง | สนใจ<br>มาก  |                |          |                    |               |
| ชมคนเดียว                                   | 2<br>0.50%                                                | 5<br>1.25%           | 23<br>5.75%   | 20<br>5.00%     | 10<br>2.50%  | 60<br>15.00%   | 11.292   | 0.590              | -             |
| ชมกับเพื่อน                                 | 8<br>2.00%                                                | 11<br>2.75%          | 65<br>16.25%  | 44<br>11.00%    | 29<br>7.25%  | 157<br>39.25%  |          |                    |               |
| ชมกับแฟน                                    | 4<br>1.0%                                                 | 5<br>1.25%           | 39<br>9.75%   | 28<br>7.00%     | 22<br>5.50%  | 98<br>24.50%   |          |                    |               |
| ชมกับสมาชิกใน<br>ครอบครัว                   | 9<br>2.25%                                                | 9<br>2.25%           | 32<br>8.00%   | 25<br>6.25%     | 10<br>2.50%  | 85<br>21.25%   |          |                    |               |
| รวม                                         | 23<br>5.75%                                               | 30<br>7.50%          | 159<br>39.75% | 117<br>29.25%   | 71<br>17.75% | 400<br>100.00% |          |                    |               |

ตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.590 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญต่อไป ไม่มีความสัมพันธ์กับท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

**ตาราง 40** ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับท่านชมภาพยนตร์  
แนวตลก สยองขวัญกับใคร

| บุคคลที่มี                                               | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญต่อไป |             |               |               |              | รวม            | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------|---------------|---------------|--------------|----------------|----------|--------------------|---------------|
| ความสัมพันธ์กับการ<br>เลือกชมภาพยนตร์<br>แนวตลก สยองขวัญ | ไม่<br>สนใจ                                      |             |               |               | สนใจ         |                |          |                    |               |
|                                                          | อย่าง<br>มาก                                     | ไม่<br>สนใจ | เฉย ๆ         | สนใจ          | อย่าง<br>มาก |                |          |                    |               |
| ตัวท่านเอง                                               | 4<br>1.00%                                       | 17<br>4.25% | 50<br>12.50%  | 64<br>16.00%  | 44<br>11.00% | 179<br>44.75%  | 12.378   | 0.416              | -             |
| เพื่อน                                                   | 3<br>0.75%                                       | 8<br>4.50%  | 28<br>7.00%   | 62<br>15.50%  | 30<br>7.50%  | 131<br>32.75%  |          |                    |               |
| แฟน                                                      | 1<br>0.25%                                       | 4<br>1.00%  | 14<br>3.50%   | 23<br>5.75%   | 11<br>2.75%  | 53<br>13.25%   |          |                    |               |
| ญาติ                                                     | 3<br>0.75%                                       | 3<br>0.75%  | 9<br>2.25%    | 18<br>4.50%   | 4<br>1.00%   | 37<br>9.25%    |          |                    |               |
| รวม                                                      | 11<br>2.75%                                      | 32<br>8.00% | 101<br>25.25% | 167<br>41.75% | 89<br>22.25% | 400<br>100.00% |          |                    |               |

ตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.416 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญต่อไป ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

**ตาราง 41** ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับท่านชมภาพยนตร์  
แนวตลก สยองขวัญกับใคร

| บุคคลที่มี                                               | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลก<br>สยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต |       |        |        |        | รวม     | $\chi^2$ | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------|--------|--------|--------|---------|----------|--------------------|---------------|
| ความสัมพันธ์กับการ<br>เลือกชมภาพยนตร์<br>แนวตลก สยองขวัญ | ไม่                                                                 |       |        |        |        |         |          |                    |               |
|                                                          | สนใจ                                                                | สนใจ  |        |        |        |         |          |                    |               |
|                                                          | อย่าง                                                               | ไม่   |        |        | อย่าง  |         |          |                    |               |
|                                                          | มาก                                                                 | สนใจ  | เฉย ๆ  |        | มาก    |         |          |                    |               |
| ตัวท่านเอง                                               | 5                                                                   | 16    | 69     | 0.627  | 24     | 0.096   | 9.876    | 0.096              | -             |
|                                                          | 1.25%                                                               | 4.00% | 17.25% | 16.25% | 6.00%  | 44.75%  |          |                    |               |
| เพื่อน                                                   | 4                                                                   | 12    | 40     | 51     | 24     | 131     |          |                    |               |
|                                                          | 1.00%                                                               | 3.00% | 10.00% | 12.75% | 6.00%  | 32.75%  |          |                    |               |
| แฟน                                                      | 1                                                                   | 6     | 17     | 19     | 10     | 53      |          |                    |               |
|                                                          | 0.25%                                                               | 1.50% | 4.25%  | 4.75%  | 2.50%  | 13.25%  |          |                    |               |
| ญาติ                                                     | 3                                                                   | 5     | 12     | 15     | 2      | 37      |          |                    |               |
|                                                          | 0.75%                                                               | 1.25% | 3.00%  | 3.75%  | 0.50%  | 9.25%   |          |                    |               |
| รวม                                                      | 13                                                                  | 39    | 138    | 150    | 60     | 400     |          |                    |               |
|                                                          | 3.25%                                                               | 9.75% | 34.50% | 37.50% | 15.00% | 100.00% |          |                    |               |

ตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.627 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตาราง 42 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของกระบวนการกับท่านชมภาพยนตร์  
แนวตลก สยองขวัญกับใคร

| บุคคลที่มี                                               | แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์ |       |        |        |        | รวม     | χ <sup>2</sup> | Sig.<br>(2-tailed) | Cramer's<br>V |
|----------------------------------------------------------|------------------------------------|-------|--------|--------|--------|---------|----------------|--------------------|---------------|
|                                                          | แนวตลกสยองขวัญต่อไป                |       |        |        |        |         |                |                    |               |
| ความสัมพันธ์กับการ<br>เลือกชมภาพยนตร์<br>แนวตลก สยองขวัญ | ไม่                                |       |        |        |        |         |                |                    |               |
|                                                          | สนใจ                               | สนใจ  |        |        |        |         |                |                    |               |
|                                                          | อย่าง                              | ไม่   |        |        |        | อย่าง   |                |                    |               |
|                                                          | มาก                                | สนใจ  | เฉย ๆ  | สนใจ   | มาก    |         |                |                    |               |
| ตัวท่านเอง                                               | 9                                  | 10    | 75     | 55     | 30     | 179     | 10.977         | 0.096              | -             |
|                                                          | 2.25%                              | 2.50% | 18.75% | 13.75% | 7.50%  | 44.75%  |                |                    |               |
| เพื่อน                                                   | 6                                  | 11    | 52     | 34     | 28     | 131     |                |                    |               |
|                                                          | 1.50%                              | 2.75% | 13.00% | 8.50%  | 7.00%  | 32.75%  |                |                    |               |
| แฟน                                                      | 3                                  | 5     | 17     | 19     | 9      | 53      |                |                    |               |
|                                                          | 0.75%                              | 1.25% | 4.25%  | 4.75%  | 2.25%  | 13.25%  |                |                    |               |
| ญาติ                                                     | 5                                  | 4     | 15     | 9      | 4      | 37      |                |                    |               |
|                                                          | 1.25%                              | 1.00% | 3.75%  | 2.25%  | 1.00%  | 9.25%   |                |                    |               |
| รวม                                                      | 23                                 | 30    | 159    | 117    | 71     | 400     |                |                    |               |
|                                                          | 5.75%                              | 7.50% | 39.75% | 29.25% | 22.25% | 100.00% |                |                    |               |

ตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ พบว่าค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.531 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

**สมมติฐานข้อที่ 4** ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$ : ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ไม่มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

$H_1$ : ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความสัมพันธ์ที่เป็นอิสระต่อกัน ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการ ทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

**ตาราง 43** แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทย  
แนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์  
ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชม  
ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ

| ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชม                       | แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยอง<br>ขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจ<br>ที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ |                    |                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------|
|                                                                               | Pearson<br>Correlation<br>(r)                                                                                             | Sig.<br>(2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์                                |
| 1. ความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์                                      | .567**                                                                                                                    | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 2. ความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง                                     | .502**                                                                                                                    | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 3. ความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการ<br>สร้าง                             | .586**                                                                                                                    | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 4. การถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่<br>เหมือนจริง                       | .557**                                                                                                                    | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 5. ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต                                | .448**                                                                                                                    | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 6. การสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์                                                 | .575**                                                                                                                    | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 7. ความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม                                            | .390**                                                                                                                    | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 8. ความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือก<br>รับชม                                 | .316**                                                                                                                    | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 9. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริม<br>การตลาด                            | .271**                                                                                                                    | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับต่ำ     |
| 10. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์<br>เช่น ไปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง | .425**                                                                                                                    | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 43 โดยใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อ  
แนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ได้ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อดังนี้

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ  
น่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั้น  
คือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจใน  
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของ  
ภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญใน  
เขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .567 แสดงว่า ตัว  
แปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ  
ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของ  
ภาพยนตร์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขต  
กรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อ  
ความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า  
0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึง  
พอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความสามารถของนักแสดง  
และผู้กำกับการแสดง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก  
สยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยอง  
ขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .502  
แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง  
กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความสามารถของนักแสดงและ  
ผู้กำกับการแสดง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมใน  
เขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ  
ต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01  
นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจ  
ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและ  
เทคนิคในการสร้าง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยอง  
ขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .586  
แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .557 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความนำเชื่อก๊อและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความนำเชื่อก๊อและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .448 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความนำเชื่อก๊อและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .575 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ

ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .390 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .316 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .271 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ใน

ระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น ไปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น ไปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .425 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น ไปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

**ตาราง 44** แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทย  
แนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์  
ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์  
แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต

| ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก<br>สยองขวัญของผู้ชม                       | แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยอง<br>ขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจ<br>ชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงใน<br>อนาคต |                    |                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------|
|                                                                               | Pearson<br>Correlation<br>(r)                                                                                                                    | Sig.<br>(2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์                                |
| 1. ความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์                                      | .546**                                                                                                                                           | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 2. ความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง                                     | .470**                                                                                                                                           | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 3. ความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการ<br>สร้าง                             | .599**                                                                                                                                           | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 4. การถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่<br>เหมือนจริง                       | .543**                                                                                                                                           | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 5. ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต                                | .412**                                                                                                                                           | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 6. การสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์                                                 | .553**                                                                                                                                           | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 7. ความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม                                            | .371**                                                                                                                                           | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |
| 8. ความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือก<br>รับชม                                 | .284**                                                                                                                                           | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับต่ำ     |
| 9. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริม<br>การตลาด                            | .224**                                                                                                                                           | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับต่ำ     |
| 10. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์<br>เช่น ไปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง | .432**                                                                                                                                           | .000               | มีความสัมพันธ์ในทิศทาง<br>เดียวกันในระดับปานกลาง |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 44 โดยใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ  
เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์

ระหว่างความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อ แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ได้ผลการ วิเคราะห์เป็นรายข้อดังนี้

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ น่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่น คือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของ ภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญใน เขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่า เท่ากับ .546 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ใน ระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความน่าสนใจ ในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยอง ขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อ ความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึง พื่อใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความสามารถของนักแสดง และผู้กำกับการแสดง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .470 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ใน ข้อความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ ต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจ ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและ เทคนิคในการสร้าง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยอง ขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมาก

ขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .599 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .543 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความนำเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความนำเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .412 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความนำเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือ

น้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .553 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการสอแตกมุกตลกในภาพยนตร์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .371 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .284 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมาก

ขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .224 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทย แนวตกลงของขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตกลงของขวัญของในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตกลงของขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตกลงของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตกลงของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .432 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตกลงของขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

**ตาราง 45** แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

| ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม                        | แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป |                 |                                              |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------------------------------|
|                                                                            | Pearson Correlation (r)                                                                                                   | Sig. (2-tailed) | ระดับความสัมพันธ์                            |
| 1. ความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์                                   | .465**                                                                                                                    | .000            | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง |
| 2. ความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง                                  | .465**                                                                                                                    | .000            | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง |
| 3. ความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง                              | .550**                                                                                                                    | .000            | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง |
| 4. การถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง                        | .531**                                                                                                                    | .000            | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง |
| 5. ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต                             | .371**                                                                                                                    | .000            | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง |
| 6. การสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์                                              | .520**                                                                                                                    | .000            | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง |
| 7. ความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม                                         | .362**                                                                                                                    | .000            | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง |
| 8. ความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม                                  | .311**                                                                                                                    | .000            | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง |
| 9. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด                             | .229**                                                                                                                    | .000            | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ     |
| 10. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง | .441**                                                                                                                    | .000            | มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 45 โดยใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อ  
แนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ได้ผลการวิเคราะห์เป็นราย  
ข้อดังนี้

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ  
น่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่น  
คือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจใน  
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของ  
ภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญใน  
เขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .465  
แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง  
กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความน่าสนใจในบท และ  
เนื้อหาของภาพยนตร์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของ  
ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อ  
ความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า  
0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึง  
พอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความความสามารถของนักแสดง  
และผู้กำกับการแสดง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก  
สยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลก  
สยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่า  
เท่ากับ .465 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ใน  
ระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความสามารถ  
ของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยอง  
ขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ  
ต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01  
นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจ  
ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและ  
เทคนิคในการสร้าง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยอง  
ขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ  
ต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่า

เท่ากับ .550 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .531 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความนำเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความนำเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .371 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความนำเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .520

แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการสอหดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .362 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .311 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่า

เท่ากับ .229 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .441 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ตาราง 46 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

| ข้อที่ | สรุปสมมติฐาน                                                                                                                                                                       | สถิติที่ใช้      | ผลการทดสอบ             |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------|
| 1      | ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร                                                                             |                  |                        |
|        | <b>เพศ</b><br>เพศที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญแตกต่างกัน                         | t-test           | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | เพศที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต แตกต่างกัน                   | t-test           | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | เพศที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป แตกต่างกัน                             | t-test           | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | <b>อายุ</b><br>อายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญแตกต่างกัน                       | One Way Analysis | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | อายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต แตกต่างกัน                  | One Way Analysis | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | อายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป แตกต่างกัน                            | One Way Analysis | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | <b>ระดับการศึกษา</b><br>ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญ ไม่แตกต่างกัน | One Way Analysis | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |

ตาราง 46 (ต่อ)

| ข้อที่                | สรุปสมมติฐาน                                                                                                                                                                     | สถิติที่ใช้      | ผลการทดสอบ             |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------|
|                       | ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ไม่แตกต่างกัน  | One Way Analysis | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
|                       | ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่แตกต่างกัน            | One Way Analysis | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
| <b>อาชีพ</b>          | อาชีพที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญแตกต่างกัน                                 | One Way Analysis | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|                       | อาชีพที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต แตกต่างกัน             | One Way Analysis | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|                       | อาชีพที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป แตกต่างกัน                       | One Way Analysis | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| <b>รายได้ต่อเดือน</b> | รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ แตกต่างกัน                       | One Way Analysis | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|                       | รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ไม่แตกต่างกัน | One Way Analysis | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |

ตาราง 46 (ต่อ)

| ข้อที่ | สรุปสมมติฐาน                                                                                                                                                                                           | สถิติที่ใช้                                    | ผลการทดสอบ             |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------|
|        | รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่แตกต่างกัน                                 | One Way Analysis                               | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
| 2      | แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้าน เหตุผลในการชม                                                                                                          |                                                |                        |
|        | 2.1 ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ (0.01)                         | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | 2.2 ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ (.01)                    | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | 2.3 ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ (.01)                | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | 2.4 ในข้อเป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ (.01)                          | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | 2.5 ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต(.01)        | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | 2.6 ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต (.01) | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |

ตาราง 46 (ต่อ)

| ข้อที่ | สรุปสมมติฐาน                                                                                                                                                                                            | สถิติที่ใช้                                    | ผลการทดสอบ             |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------|
| 2.7    | ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต (.01) | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.8    | ในข้อเป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต (.01)           | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.9    | ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป (.01)                     | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.10   | ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป (.01)               | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.11   | ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป (.01)           | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 2.12   | ในข้อเป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป (.01)                     | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 3      | พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร<br>3.1 แนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเดือน แตกต่างกัน     | Chi-Square                                     | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |

ตาราง 46 (ต่อ)

| ข้อที่ | สรุปสมมติฐาน                                                                                                                             | สถิติที่ใช้ | ผลการทดสอบ             |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------|
| 3.2    | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเดือน แตกต่างกัน | Chi-Square  | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 3.3    | แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อเดือน แตกต่างกัน           | Chi-Square  | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 3.4    | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ยิม แตกต่างกัน                                                  | Chi-Square  | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 3.5    | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ชม ไม่แตกต่าง                                | Chi-Square  | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
| 3.6    | แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ชม แตกต่างกัน                                          | Chi-Square  | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 3.7    | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชม ไม่แตกต่าง                                                       | Chi-Square  | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
| 3.8    | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชม ไม่แตกต่าง                                    | Chi-Square  | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
| 3.9    | แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับสถานที่ชม ไม่แตกต่าง                                              | Chi-Square  | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
| 3.10   | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร ไม่แตกต่าง                             | Chi-Square  | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
| 3.11   | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร ไม่แตกต่าง          | Chi-Square  | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
| 3.12   | แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร ไม่แตกต่าง                    | Chi-Square  | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
| 3.13   | แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ ไม่แตกต่าง      | Chi-Square  | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |

ตาราง 46 (ต่อ)

| ข้อที่ | สรุปสมมติฐาน                                                                                                                                                                                       | สถิติที่ใช้                                    | ผลการทดสอบ             |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------|
|        | 3.14 แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ ไม่แตกต่าง                                        | Chi-Square                                     | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
|        | 3.15 แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ ไม่แตกต่าง                                                  | Chi-Square                                     | สอดคล้องกับสมมติฐาน    |
| 4      | ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร                                                                                                                             |                                                |                        |
|        | 4.1 ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ (.01)           | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | 4.2 ในข้อความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ (.01)          | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | 4.3 ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ(.01)       | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | 4.4 ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ(.01) | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
|        | 4.5 ในข้อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ (.01)     | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |

ตาราง 46 (ต่อ)

| ข้อที่ | สรุปสมมติฐาน                                                                                                                                                                                                          | สถิติที่ใช้                                    | ผลการทดสอบ             |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------|
| 4.6    | ในข้อการสออดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ(.01)                                            | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.7    | ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ(.01)                                        | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.8    | ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ (.01)                                 | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.9    | ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ (.01)                            | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.10   | ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ (.01) | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.11   | ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต (.01)               | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.12   | ในข้อความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต (.01)              | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |

ตาราง 46 (ต่อ)

| ข้อที่ | สรุปสมมติฐาน                                                                                                                                                                                                   | สถิติที่ใช้                                    | ผลการทดสอบ             |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------|
| 4.13   | ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต (.01)      | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.14   | ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต(.01) | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.15   | ในข้อความนำเชื่อก้าวและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต (.01)     | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.16   | ในข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต(.01)                       | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.17   | ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต(.01)                  | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.18   | ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต(.01)           | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |

ตาราง 46 (ต่อ)

| ข้อที่ | สรุปสมมติฐาน                                                                                                                                                                                                                         | สถิติที่ใช้                                    | ผลการทดสอบ             |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------|
| 4.19   | ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต(.01)                            | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.20   | ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต(.01) | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.21   | ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป(.01)                                             | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.22   | ในข้อความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป(.01)                                            | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.23   | ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป(.01)                                        | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.24   | ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป(.01)                                  | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |

ตาราง 46 (ต่อ)

| ข้อที่ | สรุปสมมติฐาน                                                                                                                                                                                                                     | สถิติที่ใช้                                    | ผลการทดสอบ             |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------|
| 4.25   | ในข้อความนำเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตมีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป(.01)                              | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.26   | ในข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป(.01)                                             | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.27   | ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป(.01)                                        | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.28   | ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป(.01)                                 | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.29   | ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป(.01)                            | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |
| 4.30   | ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป(.01) | Pearson Product Moment Correlation Coefficient | ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน |

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

##### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้ ต่อเดือนที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการชมกับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมกับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการชมกับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

##### สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
2. แรงจูงใจในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. พฤติกรรมการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ความพึงพอใจในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2545: 26) มีสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2_{(1-\alpha/2)} pq}{e^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$Z_{1-\alpha}$  = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งมีค่า 1.96

$e$  = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 5%

$p$  = ค่าประมาณเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวัง

$q$  =  $(1-p)$

แทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$= 381.16$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไว้ที่ 385 คน โดยสำรองไว้ 15 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

### ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกสุ่มสาขาของโรงภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์จากทั้งหมด 14 สาขา และเครือ อีจิวี จากทั้งหมด 7 สาขาที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มาจำนวนเครือละ 2 สาขา รวม 4 สาขา เนื่องจากเป็นโรงภาพยนตร์ที่มีอยู่หลายสาขา และเป็นที่ยอมรับของผู้ชมภาพยนตร์มากที่สุด

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละสาขา ทั้ง 4 สาขาที่สุ่มได้ โดยเก็บตัวอย่างสาขาละเท่าๆกันคือ 100 ตัวอย่าง รวม 400 ตัวอย่าง

ตาราง 1 แสดงรายชื่อสาขาที่สุ่มได้ในแต่ละเครือ และจำนวนตัวอย่างแต่ละสาขา

| เครือโรงภาพยนตร์       | สาขาที่สุ่มได้ | จำนวนตัวอย่างแต่ละสาขา |
|------------------------|----------------|------------------------|
| 1. เมเจอร์ ซิเนเพล็กซ์ | 1. รัชโยธิน    | 100                    |
|                        | 2. ปิ่นเกล้า   | 100                    |
| 2. อีจีวี              | 3. ลาดพร้าว    | 100                    |
|                        | 4. มาบุญครอง   | 100                    |
| รวม                    | 4 สาขา         | 400                    |

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากผู้เข้าเกณฑ์ ที่กำหนด คือเป็นผู้ที่ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ณ บริเวณหน้าโรงภาพยนตร์ทั้ง 4 สาขาที่สุ่มได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเต็มใจตอบแบบสอบถามจนครบ 400 ตัวอย่าง

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close ended question) มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous question) (ข้อ 1) และหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) (ข้อ 2-5) โดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว มีจำนวนรวม 5 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 4 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ดังนี้

ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนดังนี้

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญมี 5 ข้อประกอบด้วยลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 1 ข้อ (ข้อ1) และลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended question) มีหลายตัวเลือกให้ตอบ (Multiple choices question) จำนวน 4 ข้อ (ข้อ2-5) มีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 ความถี่ในการชม (ครั้ง / เดือน) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale) แต่จะทำการจัดเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

ข้อที่ 2 ช่วงเวลาที่ชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 3 สถานที่ชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 4 ผู้ร่วมชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 5 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 10 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale)

**ส่วนที่ 5** แบบสอบถามแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 3 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential scale มี 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนดังนี้

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ(Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของผู้ชมภาพยนตร์โฆษณาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลมีดังนี้

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยในอดีต การรวบรวมจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ หนังสือพิมพ์ และข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง

#### 4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

##### การจัดกระทำข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริงแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง และคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. ลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับการประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
3. นำข้อมูลที่ลงรหัส แล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences for Windows) เวอร์ชัน 13

##### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติดังนี้
  - 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ (ข้อ2-5)
  - 1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการชม ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชม (ข้อ1) ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการชมและส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
  - 1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการชม ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชม (ข้อ1) ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการชมและ ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้
  - 2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ

2.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

2.3 สถิติตค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 4

2.4 สถิติตค่าไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

### สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

**เพศ** กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีเพศชาย จำนวน 242 คน และรองลงมาผู้มีเพศหญิง จำนวน 158 คน

**อายุ** กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 218 คน รองลงมาผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 109 คน ผู้มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 51 คน และผู้มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน

**ระดับการศึกษา** กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 253 คน รองลงมาผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 119 คน และผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 28 คน

**อาชีพ** กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 193 คน รองลงมา ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 121 คน ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายและอื่นๆ เช่น สถาปนิก, แพทย์ จำนวน 61 คน และผู้มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คน

**รายได้ต่อเดือน** กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ผู้มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 196 คน รองลงมา ผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 144

คน ผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 37 คน และผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001บาทขึ้นไป จำนวน 24 คน

## **ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้านเหตุผลในการชม**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมโดยรวม มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อที่ว่าเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับ1 รองลงมาได้แก่ ข้อที่ว่าเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด และข้อที่ว่าเพื่อความชื่นชมพิเศษส่วนตัว มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และข้อที่ว่าเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง

## **ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้**

จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญประมาณ (ครั้ง/เดือน) โดยมีค่าเฉลี่ย ประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน

**ช่วงเวลาที่ชม** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. จำนวน 169 คน เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในช่วงเวลา 21.00 - 24.00 น. จำนวน 134 คน ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในช่วงเวลา 15.00 - 18.00 น. จำนวน 80 คน และทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในช่วงเวลา 11.00 - 15.00 น. จำนวน 17 คน

**สถานที่ชม** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในโรงภาพยนตร์ จำนวน 225 คน เป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในบ้านและในที่อื่น ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า, ร้านอาหาร จำนวน 175 คน

**ท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อชมกับเพื่อน จำนวน 157 คน เป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อชมกับแฟน จำนวน 98 คน ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อชมกับ

สมาชิกในครอบครัว จำนวน 85 คน และทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อชมคนเดียว จำนวน 60 คน

**บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อตัวเอง จำนวน 179 คน เป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อเพื่อน จำนวน 131 คน ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม โดยแฟน จำนวน 53 คน และทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม โดยญาติ จำนวน 37 คน

#### **ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร**

จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมโดยรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ

เมื่อพิจารณาคำเฉลี่ยรายข้อการสอหดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ เป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ รายข้อที่ว่าความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ รายข้อที่ว่าความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง รายข้อที่ว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด รายข้อที่ว่าความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง รายข้อที่ว่าความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต รายข้อที่ว่าความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น ไปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง รายข้อที่ว่าความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ และรายข้อที่ว่าความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ

#### **ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร**

จากการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมโดยรวม มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับสนใจ

เมื่อพิจารณาคำเฉลี่ยรายข้อท่านจะชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่ ระดับแนวโน้มอาจจะชักชวนอยู่ในระดับค่อนข้างมากขึ้น ส่วนข้อที่ว่าท่านสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่ ระดับแนวโน้มสนใจอยู่ในระดับสนใจ และรายข้อที่ว่าท่านสนใจชมภาพยนตร์ แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับค่อนข้างมากขึ้น

## **ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน**

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Statistic Test สรุปได้ว่า ผลการทดสอบความแปรปรวนพบว่า

ผู้ชมภาพยนตร์ ที่มีเพศที่ต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศชายมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่า เพศหญิง

ผู้ชมภาพยนตร์ ที่มีเพศที่ต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศชายมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่า เพศหญิง

ผู้ชมภาพยนตร์ ที่มีเพศที่ต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลก

สยองขวัญต่อไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศชายมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มากกว่า เพศหญิง

### **สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน**

แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ผลการทดสอบ Levene's Statistic Test พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37



แบบสอบถามอายุ 20-29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.59

### **สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน**

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ผลการทดสอบ Levene's Statistic Test พบว่า

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป หมายความว่า ระดับระดับการศึกษา มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

### สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่าง

กัน  
แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ผลการทดสอบ Levene's Statistic Test พบว่า

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป หมายความว่า ระดับอาชีพ มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น สถาปนิก , แพทย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอื่น ๆ เช่น สถาปนิก , แพทย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.40

**สมมติฐานข้อที่ 1.4** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ผลการทดสอบ Levene's Statistic Test พบว่า

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป หมายความว่า ระดับรายได้ต่อเดือน มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 2** แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้านเหตุผลในการชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

### ด้านเหตุผลในการชม

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครต่ำ

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครต่ำ

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครต่ำ

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชม ในข้อเป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครต่ำ



ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อความเพลิดเพลิน จะมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครต่ำ

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครต่ำ

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น จะมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครต่ำ

แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมในข้อเป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้า ผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อเป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว จะมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 3** พฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่าแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีอิทธิพลต่อความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อเดือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า แนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีอิทธิพลต่อความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อเดือน มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ร้อยละ 22.7

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่าแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีอิทธิพลต่อความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อเดือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีอิทธิพลต่อความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อเดือน มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ร้อยละ 20.40

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่าแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีอิทธิพลต่อความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อเดือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีอิทธิพลต่อความถี่ในการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อเดือน มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ร้อยละ 21.00

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่าแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาที่ชอบชม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไป มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาที่ชอบชม มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ร้อยละ 16.10

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ไม่มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาที่ชม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาที่ชมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบต่อด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาที่ชม มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ร้อยละ 14.70

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่มีอิทธิพลต่อสถานที่ชม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ไม่มีอิทธิพลต่อสถานที่ชม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่มีอิทธิพลต่อสถานที่ชม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่มีอิทธิพลต่อท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ไม่มีอิทธิพลต่อท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่มีอิทธิพลต่อท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต ไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบโดยใช้สถิติไค-สแควร์ เพื่อเปรียบเทียบว่า แนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป ไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

**สมมติฐานข้อที่ 4** ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานครจะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ
2. ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต
3. ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0. แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับในการแสดง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความ

พึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ  
ต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชม  
ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชม  
ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมี  
ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความ  
พึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง จะมี  
แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร  
เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ  
 น่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชม  
 ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชม  
 ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมี  
 ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความ  
 พึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต จะมี  
 แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร  
 เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการ  
สอດແຕກມຸກຕລກໃນກາຢນຕຣ໌ ມີຄວາມສຳພັນກັບ ແນວໂນ້ມພຸດິກຣມກາຢນຕຣ໌ໄທຍ  
ແນວຕລກສຍອງຂວັຍໃນເຂຕກຸຣງເທພມຫນຸກ ໃນຂໍ້ແນວໂນ້ມຄວາມສນໃຈທີ່ຈະຢນຕຣ໌ແນວ  
ຕລກສຍອງຂວັຍ ອຢ່າງມີນັຍສຳຄັນທາງສຕິຕິທີ່ຣັດັບ 0.01 ແສດງ່າ ຕັວແປຣ້ທັງສອງມີຄວາມສຳພັນ  
ໃນທິສທາງເຕີຍວັກ ແລະມີຄວາມສຳພັນໃນຣັດັບປານກລາງ ຄລ່າວຄື ຖ້າຜູ້ຢນມີຄວາມພິ່ງພອໃນ

การชมภาพยนตร์มาก ในข้อการสวดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ สะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชม ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปกหนัง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อ

ต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

จากผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ .599 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปาน

กลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษการแต่งหน้าที่เหมือนจริง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ  
นำเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมชม  
ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชม  
ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  
0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปาน  
กลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความนำเชื่อถือและ  
ภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต จะมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ  
ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการ  
สอດແຫຼກມຸກຕລກໃນກາພຍນຕຣ໌ ມີຄວາມສຳພັນກັບ ແນວໂນ້ມພຸດຕິກຣມກາພຍນຕຣ໌ ທາຍ  
ແນວຕລກສຍອງຂວັຍໃນເຂຕກຸຣງເຕມຫານຕຣ໌ ໃນຂໍ້ແນວໂນ້ມຄວາມສນໃຈມກາພຍນຕຣ໌ ແນວຕລກ  
ສຍອງຂວັຍມາກຂຶ້ນຫຼືຫຼຸດລຽນໃນອາຄຕ ອ່າຍມີນັຍສຳຄັດທາງສຕິຕິທີ່ຣະຕັບ 0.01 ແສດງ່າ ຕັ້ວແປຣ  
ທັງສອງມີຄວາມສຳພັນໃນທິຕທາງເຕີຍກັນ ແລະມີຄວາມສຳພັນໃນຣະຕັບປານກລາງ ຄລ່າວຄື ຄ້າ  
ຜູ້ຂມມີຄວາມພິ່ງພອໃຈໃນກາພຍນຕຣ໌ມາກ ໃນຂໍ້ກາສອດແຫຼກມຸກຕລກໃນກາພຍນຕຣ໌ ຈະມີ  
ແນວໂນ້ມພຸດຕິກຣມກາພຍນຕຣ໌ ທາຍແນວຕລກສຍອງຂວັຍ ຂອງຜູ້ຂມໃນເຂຕກຸຣງເຕມຫານຕຣ໌  
ເພີ່ມຂຶ້ນໃນຣະຕັບປານກລາງ

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ สะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชม ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความสะดวกสบายและช่องทาง

ในการเลือกรับชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

จากผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับในการแสดง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมี

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการ สอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนว ตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมี ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความ พึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ จะมีแนวโน้ม

พฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความ สะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชม ภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในข้อความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิตหนัง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อแนวโน้มในการชักชวนเพื่อชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มาก ในข้อความพึงพอใจ

ที่มีสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

## อภิปรายผล

### 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ที่มีเพศชาย มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูธาดา ปุณณะหิตานนท์ (2541: 15-16) นำเสนอทฤษฎีและแนวความคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อสารมวลชนของผู้รับสาร เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า หากดูโทรทัศน์เพศชายมักนิยมดูรายการข่าว และกีฬา ในวัยเด็กจะดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่นๆ และจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น การ์ตูน เพลง วิทยุ และวิทยุหนุ่มสาวจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิงโดยจะฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์มากพอๆ กัน แต่เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุทำงาน 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น การศึกษามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับสาร ซึ่งคอนสตันและคณะอธิบายว่า การเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเปิดรับข่าวสาร และเรื่องเกี่ยวกับสาธารณชน และมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการ รายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน โดยชแรมม์และไวท์พบว่า ผู้มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง แมคเนลลีและคณะพบว่าคนที่มีความรู้ดี และมีการศึกษาพบว่า เป็นกลุ่มคนที่ได้รับเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด

### 2. แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมโดยรวม

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อที่ว่าเพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ข้อที่ว่าเพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด) และข้อที่ว่าเป็นความชื่นชมพิเศษส่วนตัว มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และข้อที่ว่าเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของคิริววรรณ เสรีรัตน์ (2539: 55) ได้กล่าวถึงความหมายของการจูงใจ (Motivation) หรือ สิ่งจูงใจ (Motives) ไว้ว่า หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ภายในแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ สามารถอธิบายองค์ประกอบของกระบวนการจูงใจได้ว่า กระบวนการจูงใจต้องประกอบด้วย ความตึงเครียด (Tension) ซึ่งเกิดขึ้นจากความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled needs, Wants and Desires) ซึ่งความตึง

เครือข่ายดังกล่าวได้ส่งผลกระทบทำให้เกิดพฤติกรรมของบุคคลขึ้นเพื่อสามารถบรรลุจุดมุ่งหมาย คือ ความต้องการ (Goal or Need Fulfillment) และเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการแล้วจะสามารถลดความตึงเครียดลงได้

3. พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญประมาณ (ครั้ง/เดือน) โดยมีค่าเฉลี่ย ประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. โดยทำการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในโรงภาพยนตร์ เลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม เพื่อชมกับเพื่อน เพื่อตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541 : 128) กล่าวว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งที่กระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response)

4. ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมโดยรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายการสอหดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ เป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ รายการที่ว่าความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ รายการที่ว่าความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง รายการที่ว่าความโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด รายการที่ว่าความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง รายการที่ว่าความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต รายการที่ว่าความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น ไปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง รายการที่ว่าความสะดวกสบายและช่องทางในการเลือกรับชม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ และรายการที่ว่าความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2546: 90-93; อ้างอิงจาก Kotler. 2003 : 61) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและถ้าผลการดำเนินงาน

ของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจอย่างมาก สรุปจากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์

5. แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมโดยรวม มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับสนใจ

เมื่อพิจารณาคำเฉลียวรายข้อท่านจะชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่ มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับอาจจะชักชวน ส่วนข้อที่ว่าท่านสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่ มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับสนใจ และรายข้อที่ว่าท่านสนใจชมภาพยนตร์ แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับค่อนข้างมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotler; & Armstrong. 2001 : 198-201) กล่าวว่า ในปัจจุบันเรามองปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อผู้ซื้อ เราจะทำอะไรให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ เพื่อให้เกิดความเข้าใจจึงได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หมายถึง กระบวนการเริ่มต้นเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ โดยเกิดจากการกระตุ้นภายในของบุคคล ความต้องการโดยทั่วไป ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ เมื่อความต้องการดังกล่าวเพิ่มขึ้นในระดับสูงจนกลายเป็นแรงขับแล้วเปลี่ยนความต้องการดังกล่าวมาเป็นแรงขับภายนอก 2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) หมายถึง ความสนใจของผู้บริโภค หรืออาจไม่ต้องการที่ค้นหาข้อมูลเลย แต่ถ้าแรงขับของผู้บริโภคสูง และผลิตภัณฑ์ที่ต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้านั้น หรือไม่ผู้บริโภคอาจต้องการค้นหาว่าที่ต้องการจากความจำเป็นหรือทำการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ ผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลจากตัวบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน หรือคนรู้จัก เป็นต้น ค้นหาจากแหล่งข้อมูลทางการค้า เช่น การโฆษณา จากพนักงานขาย จากผู้จัดจำหน่าย การบรรจุหีบห่อเป็น หรืองานแสดงสินค้า การค้นหาจากแหล่งสาธารณะต่าง ๆ เช่น จากสื่อต่าง ๆ จากการจัดอันดับผู้บริโภคจากองค์กรต่าง ๆ เป็นต้น และจากประสบการณ์ เช่น จากการสัมผัสด้วยมือ การทดสอบ การใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง เป็นต้น 3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคใช้ข้อมูลข่าวสารที่มีเพื่อประเมินทางเลือกในตราสินค้า และเพื่อใช้เป็นตัวกำหนดทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในขั้นตอนการประเมินผู้บริโภคจะจัดอันดับตราสินค้าและจุดมุ่งหมายของการซื้อ โดยทั่วไปการตัดสินใจของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าที่มีตราหือ โดยมีปัจจัยระหว่างความต้องการที่จะซื้อกับการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยแรกเป็นทัศนคติที่คำนึงถึง ราคา รายได้ ประโยชน์ของสินค้า เป็นต้น ส่วนปัจจัยที่สองคือปัจจัยที่ได้คาดหวังว่าจะซื้อแต่เปลี่ยนความ

ตั้งใจที่จะซื้อ เช่น เมื่อเจอสินค้าที่ถูกใจ เป็นต้น 5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ภายหลังจากที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าไปแล้ว จะเกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ และต้องการการรับประกันสินค้า นักการตลาดต้องค้นหาว่าอะไรเป็นเหตุให้ผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในการซื้อ คำตอบคือความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภค และการรับรู้ถึงวิธีการใช้ของสินค้า เช่น ถ้าสินค้านั้นมีอายุการใช้งานที่สั้นผู้บริโภคก็จะไม่พึงพอใจ โดยความพึงพอใจของผู้บริโภคเกิดจากความคาดหวังที่สูงในตัวสินค้า และสินค้านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ผู้บริโภคก็จะเกิดความยินดี

6. การศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน พบว่า

6.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต ด้านความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคตแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ชมเพศชายจะมีความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต มีความสนใจชมภาพยนตร์ แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นในอนาคต และมีแนวโน้มที่จะชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคตมากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับปริญา จิตติรัตนกร (2539) ได้วิจัยศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ (ฮอลลีวูด) ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะเลือกชมภาพยนตร์ในประเภทที่ต่างกัน

6.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต ด้านความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคตแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต และมีความสนใจชมภาพยนตร์ แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นในอนาคต มากกว่าผู้ชมที่มีอายุ 20 - 29 ปี 30 - 39 ปี และ 40 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีแนวโน้มที่จะชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต มากกว่าผู้ชมที่มีอายุ 20 - 29 ปี และ 40 ปีขึ้นไป

6.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต ด้านความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคตไม่แตกต่างกัน

6.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต ด้านความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต และด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคตแตกต่างกัน

กล่าวคือ พบว่า ผู้ชมที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และผู้ชมที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย มีความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไปในอนาคต มีความสนใจชมภาพยนตร์ แนวตลกของขวัญมากขึ้นในอนาคต และมีแนวโน้มที่จะชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไปในอนาคต มากกว่าผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน

6.5 ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไปในอนาคตแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไปในอนาคต มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป

7. การศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการชมกับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญของผู้ชม พบว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญด้านความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไปในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมเพิ่มขึ้นก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญด้านความสนใจที่จะชมต่อไปในอนาคตเพิ่มขึ้น

ส่วนแรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญด้านความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมเพิ่มขึ้นก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญด้านความสนใจชมภาพยนตร์ในอนาคตมากขึ้นในขณะเดียวกันเมื่อผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมน้อยลงในอนาคตก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญด้านความสนใจชมภาพยนตร์ในอนาคตน้อยลง

นอกจากนี้ยังพบว่า แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไปในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ชมมีแรงจูงใจในการชมเพิ่มขึ้นก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไปในอนาคตเพิ่มขึ้นด้วย

8. การศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมกับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของขวัญ พบว่า พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ด้านความถี่ในการชมและด้านช่วงเวลาในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมด้านความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกของขวัญต่อไปในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ส่วนพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ด้านความถี่ในการชม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมด้านความสนใจชมภาพยนตร์ แนวตลกของขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ด้านความถี่ในการชม และด้านช่วงเวลาในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

9. การศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการชมกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ พบว่า ความพึงพอใจในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมด้านความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมเพิ่มขึ้นก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญด้านความสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต

ส่วนความพึงพอใจในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมด้านความสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมเพิ่มขึ้นก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญด้านความสนใจชมภาพยนตร์ในอนาคตมากขึ้นในขณะเดียวกันเมื่อผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมน้อยลงในอนาคตก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญด้านความสนใจชมภาพยนตร์ในอนาคตน้อยลง

นอกจากนี้ยังพบว่า ความพึงพอใจในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้ชมมีความพึงพอใจในการชมเพิ่มขึ้นก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญด้านการชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปในอนาคตเพิ่มขึ้นด้วย

## ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษาการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ สรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ที่มีเพศชาย มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ดังนั้นการบริการจึงควรเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อวางกลยุทธ์และนโยบายในการวางแผนอย่างรัดกุม เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้นในอนาคต

2. แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมโดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ด้านเหตุผลในการชมโดยรวม รายข้อที่ 4 เพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 4 เพื่อเป็นการพักผ่อน ลด

ความเครียด) และข้อที่ว่าเป็นความชื่นชมพิเศษส่วนตัว มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก และข้อที่ว่าเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง จากสภาวะสังคมไทยในปัจจุบันจะสังเกตได้ว่า มีภาวะกดดันทำให้เกิดความตึงเครียด ทำให้มีความต้องการผ่อนคลายสภาวะจิตใจ และสุขภาพเพื่อลดความตึงเครียด โดยการหาความบันเทิง ที่เพลิดเพลิน ทางผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยควรให้ความสำคัญ อีกทั้งควรให้สาระ และข้อคิด เพื่อสอดแทรกในภาพยนตร์ไทย

3. พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญประมาณ (ครึ่ง/เดือน) โดยมีค่าเฉลี่ย ประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน ชมในช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. โดยชมในโรงภาพยนตร์ เลือกชมกับเพื่อน เพื่อตัวเอง ดังนั้น ความต้องการชมภาพยนตร์ไทย ส่วนให้ให้ความสำคัญ อีกทั้งยังใช้เวลาตอนเย็นหลังเลิกเรียน และเลิกงาน เพื่อลดความตึงเครียด อีกทั้งหลีกเลี่ยงสภาวะรถติด บนท้องถนน ผู้ผลิตภาพยนตร์ควรทำให้เกิดความประทับใจ อันก่อให้เกิดการใช้บริการซ้ำและบอกต่อกับผู้พบเห็นเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และความคุ้มค่าในเรื่องราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณประโยชน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับ

4. ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญของผู้ชมโดยรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ รายชื่อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ เป็นอันดับ1 รองลงมาได้แก่ รายชื่อที่ว่าความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ รายชื่อที่ว่าความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง รายชื่อที่ว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด รายชื่อที่ว่าความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิคในการสร้าง รายชื่อที่ว่าความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต รายชื่อที่ว่าความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ของภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง รายชื่อที่ว่าความสะดวกสบาย และช่องทางในการเลือกรับชม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ และรายชื่อที่ว่าความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ ดังนั้น เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ผลการผลิตภาพยนตร์ไทยควรจะทำการโฆษณา ถึงขีดความสามารถในการนำเสนอผลงาน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและถ้าผลงานการผลิตภาพยนตร์ไทยสูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจอย่างมาก โดยสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์

5. แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมโดยรวม มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับสนใจ ส่วนรายชื่อท่านจะชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่ มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับอาจจะชักชวน รายชื่อที่ว่าท่านสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่ มีระดับแนวโน้มอยู่ใน

ระดับสนใจ และรายชื่อที่ว่าท่านสนใจชมภาพยนตร์ แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต มีระดับแนวโน้มอยู่ในระดับค่อนข้างมากขึ้นดังนั้น โดยผู้ผลิตควรพัฒนาให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ให้สอดคล้องกับแนวโน้มการขยายตัวในอนาคต

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของรูปแบบและราคาของภาพยนตร์ไทยที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้บริโภคเพิ่มเติม โดยอาจกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างราคาของผู้บริโภคยินดีที่จะชมภาพยนตร์ เมื่อเทียบกับรูปแบบของภาพยนตร์ต่างประเทศที่ผู้บริโภคต้องการ เพื่อจำแนกกลุ่มลูกค้าในภาพยนตร์ไทยแต่ละรูปแบบที่ชัดเจนมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการชมภาพยนตร์ไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงความชัดเจนของข้อมูลในการชมภาพยนตร์ไทยที่มากขึ้น
3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการชมภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน ในกรอบของราคาที่ต้องการเพื่อพัฒนาภาพยนตร์ไทยให้มีศักยภาพ และมีนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาภาพยนตร์ไทยต่อไป
4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ที่ผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าควรมีทิศทางและรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ในภาพยนตร์ไทยในอนาคตต่อไปอย่างไร
5. การศึกษาความคาดหวังของผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย เกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กิตติกานต์ ภูมิสวัสดิ์. (2529) *การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยปิดในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อภาพยนตร์ไทย*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรบุญย์ ทศนบรรจง. (2534). *การศึกษาเชิงวิเคราะห์ ลักษณะของภาพยนตร์ไทยยอดนิยมประเภทวัยรุ่น*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชุตานา ปุณณะหิตานนท์. (2541). *การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลัม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูชีพ อ่อนโคกสูง. 2522. *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ชัยสิทธิ์ เณลิมมีประเสริฐ. (ม.ป.ป.). *สถิติสำหรับนักบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริญดา จิตติรัตนกร. (2539). *ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์อเมริกัน (ฮอลลีวูด) ของนิสิตศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2529). *การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พีระ จิระโสภณ. (2539). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค. (2531). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของเยาวชนไทย*. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- มัลลิกา บุญนาค. (2537). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วราภรณ์ รุ่งรัมย์. (2538). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อระบบการให้บริการของห้องสมุดโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดอุบลราชธานี*. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2538). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ. (2535). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.
- (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา
- (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์
- (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา
- (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 46*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์.บีซิเนส เพรส.
- อิทธิพล สุขชัยยะ. (2549). *ทัศนคติและประโยชน์ที่ได้รับของพนักงานบริษัท ชัมมิต โอโต ซีโออินดัสตรี จำกัด ต่อมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ ISO/TS 16949*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- Dessler, G. (1983). *Human Behavior : Improving Performance of Work*. Vergiania : Reston Publishing Company, Inc.
- Elia, D. G. & Partrick, M. (n.d,July). *The Determinants of Job Satisfaction Among Beginning Librarians*. 49 : 283-302.
- Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. 3rd ed. New York : McGraw – Hill Book Inc.
- Hartung, Joachim. (2001). Testing for Homogeneity in Combining of two-armed trials with normally distributed responses. *The Indian Journal of Statistics*. Sankhya. Volume 63 : 293-310.
- Kotler, Philip ; & Armstrong, Gary. (2001). *Principles of Marketing*. 9 th ed. New Jersey : Prentice-Hall
- Maslow , Abraham H. (1974). *Motivation and Personality*. New York : Harper and Brothers.
- Schiffman, Leon G.;&Kanuk, Leslie Lazer. (1994). *Consumer Behavior*. 7<sup>th</sup> ed. New Jersey : Prentice-Hall.

Thomas, J.O. & Earl, S.W. (1985, November – December) "Why Satisfied Customer Defect," *Harvard Business Review*. 73(6) : 88-89.

Wallestein, Robert S. (1972). *The teaching and learning of psychotherapy by Rudolf*

*Ekstein and Robert S. Wallerstein*. New York : International Universities Press.

Wolman, B.D. (1973). *Dictionary of Behavior Science*. New York : Van Newstand Reinhold.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

## แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญ ในเขต กรุงเทพมหานคร

### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ  
☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ  
☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20 - 29 ปี  
☐ 30 – 39 ปี ☐ 40 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา  
☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี  
☐ สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ  
☐ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา  
☐ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ  
☐ พนักงานบริษัทเอกชน  
☐ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย  
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้ต่อเดือน  
☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ☐ 10,001 – 20,000 บาท  
☐ 20,001 – 30,000 บาท ☐ 30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ตามความเป็นจริงมากที่สุด

| แรงจูงใจในการชมภาพยนตร์ไทย<br>แนวตลก สยองขวัญ | ระดับแรงจูงใจ |     |         |      |            |
|-----------------------------------------------|---------------|-----|---------|------|------------|
|                                               | มากที่สุด     | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| ด้านเหตุผลในการชม                             |               |     |         |      |            |
| 1. เพื่อความเพลิดเพลิน บันเทิง                |               |     |         |      |            |
| 2. เพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความเครียด           |               |     |         |      |            |
| 3. เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น       |               |     |         |      |            |
| 4. เป็นความชื่นชอบพิเศษส่วนตัว                |               |     |         |      |            |

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขต

กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ตามความเป็นจริงมากที่สุด

- ท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญประมาณ \_\_\_\_ ครั้ง / เดือน
- ช่วงเวลาที่ชอบชม
 

|                                          |                                          |
|------------------------------------------|------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 11.00 -15.00 น. | <input type="checkbox"/> 15.00 -18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 18.00-21.00 น.  | <input type="checkbox"/> 21.00-24.00 น.  |
- สถานที่ชม
 

|                                              |                               |
|----------------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> โรงภาพยนตร์         | <input type="checkbox"/> บ้าน |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |                               |

4. ท่านชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญกับใคร
- |                                    |                                                |
|------------------------------------|------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชมคนเดียว | <input type="checkbox"/> ชมกับเพื่อน           |
| <input type="checkbox"/> ชมกับแฟน  | <input type="checkbox"/> ชมกับสมาชิกในครอบครัว |
5. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ
- |                                     |                                 |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง | <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> แฟน        | <input type="checkbox"/> ญาติ   |

#### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขต

กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ตามความเป็นจริงมากที่สุด

| ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทย<br>แนวตลก สยองขวัญ                                 | ระดับความพึงพอใจ |      |      |             |                     |
|----------------------------------------------------------------------------------|------------------|------|------|-------------|---------------------|
|                                                                                  | พอใจมาก          | พอใจ | เฉยๆ | ไม่<br>พอใจ | ไม่พอใจ<br>อย่างมาก |
| 1. ความน่าสนใจในบท และเนื้อหาของ<br>ภาพยนตร์                                     |                  |      |      |             |                     |
| 2. ความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับ<br>การแสดง                                    |                  |      |      |             |                     |
| 3. ความต่อเนื่องของนักแสดงและเทคนิค<br>ในการสร้าง                                |                  |      |      |             |                     |
| 4. การถ่ายทอดและเทคนิคพิเศษ<br>การแต่งหน้าที่เหมือนจริง                          |                  |      |      |             |                     |
| 5. ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของ<br>บริษัทผู้ผลิต                               |                  |      |      |             |                     |
| 6. การสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์                                                    |                  |      |      |             |                     |
| 7. ความพึงพอใจด้านราคาของการเข้าชม                                               |                  |      |      |             |                     |
| 8. ความสะดวกสบายและช่องทางในการ<br>เลือกเข้าชม                                   |                  |      |      |             |                     |
| 9. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการ<br>ส่งเสริมการตลาด                               |                  |      |      |             |                     |
| 10. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่างๆของ<br>ภาพยนตร์ เช่น โปสเตอร์หรือแผ่น<br>ปิดหนัง |                  |      |      |             |                     |

## ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญของผู้ชมในเขต

### กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ..... ตามความเป็นจริงมากที่สุด

#### 1. ท่านสนใจที่จะชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่

สนใจอย่างมาก ..... : ..... : ..... : ..... : ..... ไม่สนใจอย่างมาก  
5                      4                      3                      2                      1

#### 2. ท่านสนใจชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญมากขึ้นหรือน้อยลงในอนาคต

มากขึ้นอย่างแน่นอน ..... : ..... : ..... : ..... : ..... น้อยลงอย่างแน่นอน  
5                      4                      3                      2                      1

#### 3. ท่านจะชักชวนเพื่อนชมภาพยนตร์แนวตลกสยองขวัญต่อไปหรือไม่

ชักชวนอย่างแน่นอน ..... : ..... : ..... : ..... : ..... ไม่ชักชวนอย่างแน่นอน  
5                      4                      3                      2                      1

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

### รายชื่อ

1. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์

### ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

อาจารย์พิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณิชภัฏ กุลิสร์

รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

|                                |                                                                                                                                                       |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ ชื่อสกุล                  | ยุทธดนัย ชำรงรัตน์                                                                                                                                    |
| วันเดือนปีเกิด                 | 4 พฤศจิกายน 2508                                                                                                                                      |
| สถานที่เกิด                    | จังหวัดกรุงเทพ                                                                                                                                        |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน            | 149/63 หมู่บ้านราชพฤกษ์ธานี ถ.ประชาชื่น<br>แขวง/เขต ทุ่งสองห้อง กรุงเทพฯ 10210                                                                        |
| ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน | Producer                                                                                                                                              |
| สถานที่ทำงานปัจจุบัน           | บริษัท บีมสตูดิโอ จำกัด                                                                                                                               |
| ประวัติการศึกษา                | มัธยมศึกษา จากโรงเรียนหอวัง<br>ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร<br>คณะนิเทศศาสตร์<br>ปริญญาโท การจัดการ คณะสังคมศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |