

๑
658.8343
๖546พ

พฤติกรรมการณ์เลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร



27 S.A. 2553

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
สิงหาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๑376833

พฤติกรรมกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

สิงหาคม 2553

เยาวเรศ โอศิริพันธุ์. (2553). พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร.

สารนิพนธ์ บช.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุณิสร์.

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดความมุ่งหมายในการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก และความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป

ผลการวิจัยพบว่า

1. ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านความรู้สึกด้านเนื้อหา ด้านผู้กำกับ ด้านดารานักแสดง ด้านสถานที่ ด้านบริษัทผู้ผลิตโดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี และด้านโปรแกรมของภาพยนตร์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอยู่ในระดับพอใจ และการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอยู่ในระดับเฉยๆ และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกอยู่ในระดับเฉยๆ

3. ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

5. ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. ทักษะในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมใน
การชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ใน
ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง



BEHAVIORAL TREND IN WATCHING THAI COMEDY FILM IN BANGKOK
METROPOLITAN AREA



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University

August 2010

Yaowares Osiripan. (2010). *Behavioral Trend in Watching Thai Comedy Films in Bangkok Metropolitan Area*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc Prof. Dr. Nak Gulid.

The objective of the research was to study behavioral trend in watching Thai comedy films in Bangkok metropolitan area by studying demographic data, standpoint of Thai comedy films, and satisfaction in watching Thai comedy films in Bangkok metropolitan area.

The sample size of the research was based on 400 viewers who had watched Thai comedy films in Bangkok metropolitan area. Data was collected by easy random and using questionnaires. Statistics for analyze which are percentage, mean, standard deviation, the t-test, One-way analysis of variance, Chi-Square, and Pearson product moment correlation coefficient were applied

The finding viewers were mostly female between 21-30 years of age, earned bachelor degree, officer worker, single, and had monthly income of more than 25,001 Baht.

The hypotheses testing were as below:

1. Attitude in watching Thai comedy films in Bangkok Metropolitan Area, on overall feeling of story, director, actors, places, and producer are at good levels. For overall promotion of the movie aspect is at moderate level
2. The totally satisfaction of watching Thai comedy films by compare of expectation and time worth for watching is at neither agree nor disagree level and the totally satisfaction of watching Thai comedy films is at neither agree nor disagree level.
3. The viewers with different education level have different on total satisfaction on watching Thai comedy movies compared with their expectation at statistical significance of 0.05 level.
4. The viewers with different job level have different on total satisfaction on watching Thai comedy movies with the time worth for watching at statistical significance of 0.01 level. The viewers with different job level have different on total satisfaction on watching Thai comedy movies at statistical significance of 0.01 level.
5. The viewers with different revenue have different on satisfaction of watching Thai comedy films different by statistical significance at 0.05 level.

6. Attitude on watching Thai comedy films has correlation with the totally satisfaction in watching Thai comedy films in Bangkok Metropolitan Areas in positive direction in the moderate level with statistical significance at 0.01 level.



อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร
ของ เยาวเรศ โอศิริพันธ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
คหฬ กณฬ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
คหฬ ค

(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

.....
คหฬ กณฬ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์)

ประธาน

.....
คหฬ ค

(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
คหฬ ค

(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....
คหฬ ค

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่ 19 เดือน ส.ค. พ.ศ. 2553

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จักสำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดีอันเนื่องมาจากผู้วิจัยได้รับความเมตตา และความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รศ.ดร.ณัฏฐ์ กุลิสร ซึ่งท่านได้สละเวลาอันมีค่าให้ความช่วยเหลือ และให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ รวมไปถึงการตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโร และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกๆ ท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย ตลอดจนเจ้าหน้าที่ในโครงการทุกๆ ท่านที่คอยอำนวยความสะดวก และประสานงานดูแลในเรื่องของตารางเรียน อาหารและของว่างต่างๆ นานา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดาและมารดาผู้ประเสริฐ ที่ให้การอบรมเลี้ยงดูและสั่งสอนให้ผู้วิจัยารู้จักการดำเนินชีวิต การทำงานและอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นในสังคม ถ้อยทีถ้อยอาศัย ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการศึกษา นอกเหนือจากกำลังใจแล้วยังรวมถึงอาหารและยารักษาต่างๆ ที่ท่านได้มอบให้แก่ผู้วิจัยในยามที่เหนื่อยล้าจากการสอบ และการทำวิจัยในทุกครั้ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัยครั้งนี้ในทุกๆ ท่าน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เขวเรศ โอศิริพันธุ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	18
ความพึงพอใจและการวัดความพึงพอใจ.....	29
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาพยนตร์.....	31
ประวัติและภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน.....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	124
5 สรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	127
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	127
สมมติฐานการวิจัย.....	128
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	128
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	130
อภิปรายผลการวิจัย.....	150
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	154
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	155
บรรณานุกรม	156
ภาคผนวก	161
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	162
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	168

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว	49
2 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	54
3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตาม อายุ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน รวมชั้นใหม่.....	57
4 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร.....	58
5 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร.....	58
6 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร.....	59
7 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านการนำนักแสดงไทยแนวตลก.....	59
8 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่เลือกชม.....	60
9 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์	61
10 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านบริษัทผู้ผลิต.....	61
11 แสดงข้อมูลด้านความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของ คนกรุงเทพมหานคร	62
12 แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร.....	62
13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของ คนกรุงเทพมหานครรวมชั้นใหม่.....	63
14 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามเพศ.....	67
15 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามเพศ.....	67
16 แสดงค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก จำแนกตามอายุ.....	69

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามอายุ.....	70
18 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามอายุ.....	70
19 แสดงค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	72
20 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	72
21 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	73
22 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ วิธีการทดสอบ Dunnett's T3.....	74
23 แสดงค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก จำแนกตามอาชีพ.....	76
24 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	76
25 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามอาชีพ.....	77
26 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของความความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ ไทย แนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ LSD.....	78
27 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลก จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ LSD.....	80
28 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามสถานภาพ.....	82

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามสถานภาพ.....	83
30 แสดงค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก จำแนกตามรายได้.....	84
31 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามรายได้.....	85
32 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ จำแนกตามรายได้...	86
33 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ จำแนกตามรายได้ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3.....	87
34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับ ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร.....	89
35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง.....	91
36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของ เรื่องกับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับ สิ่งที่คาดหวัง	93
37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับ ภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง.....	94
38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง.....	95

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านสถานที่ เลือกชมกับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับ สิ่งที่คาดหวัง.....	97
40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านโปรโมชัน ของภาพยนตร์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง.....	99
41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้าน บริษัทผู้ผลิต กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง.....	100
42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม ภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ.....	102
43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของ เรื่องกับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและ ผลที่ได้รับ.....	103
44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับ ภาพยนตร์ไทย แนวตลก กับ ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลา และผลที่ได้รับ.....	104
45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารา นักแสดงไทย แนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ.....	105
46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านสถานที่เลือก ชมกับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ.....	107

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านโปรโมชัน ของภาพยนตร์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับ เวลา และผลที่ได้รับ.....	109
48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้าน บริษัทผู้ผลิต กับ ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลา และผลที่ได้รับ.....	110
49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึก ต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก.....	111
50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของ เรื่อง กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก.....	112
51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับ ภาพยนตร์ไทย แนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก.....	114
52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารา นักแสดงไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก.....	115
53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านสถานที่ เลือกชมกับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก	117
54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านโปรโมชัน ของภาพยนตร์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก.....	118
55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้าน บริษัทผู้ผลิต กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก.....	120
56 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	121
57 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	123
58 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	124

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
2 อิทธิพลต่าง ๆ ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	24
3 แนวคิดส่วนประสมการตลาด.....	27



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันนี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ถือว่ามีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจไทย ทั้งในด้านของ ภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศที่นำเข้า โดยทั้งหมดสามารถสร้างรายได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ จากการส่งออกภาพยนตร์ไทยออกไปในต่างประเทศทั่วโลก เป็นมูลค่าหลายหมื่นล้านบาทต่อปี (สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2551) อีกทั้งอุตสาหกรรมภาพยนตร์ยังสามารถก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก เนื่องจากได้มีบริษัทต่างประเทศ เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย รวมถึงใช้แรงงานคนไทยในการผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศ ซึ่งเป็นเพราะความสามารถของคนไทยและด้วยอุปกรณ์ต่างๆ ในประเทศไทย ที่ราคาถูก จึงทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ทั้งจากฮอลลีวูดหรือในเอเชียหลังไหลเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก จึงเป็นสาเหตุ ทำให้ภาพยนตร์ไทยได้มีการเรียนรู้และพัฒนาทั้งในด้านเทคนิคต่างๆ รวมถึงการแสดงต่างๆ ในประเทศไทย ทำให้ภาพยนตร์ไทยได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศสามารถแบ่งออกหลักๆ ได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ภาพยนตร์ไทย ภาพยนตร์ต่างประเทศ ภาพยนตร์รวมทุนระหว่างไทยและต่างประเทศโดยมีสัดส่วน ร้อยละ 30 60 และ 10 ตามลำดับ (สยามรัศมี เลาสุขเกษม: สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2551)

ภาพยนตร์ไทยที่นิยมผลิตมีทั้ง ภาพยนตร์ต่อสู้ ภาพยนตร์ผี ภาพยนตร์ตลก ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ ภาพยนตร์สยองขวัญ ภาพยนตร์วัยรุ่น ภาพยนตร์ชีวิต แต่เนื่องจากผู้บริโภคส่วนหนึ่งนิยมชมชอบกับการได้ชมภาพยนตร์ไทย เพราะเป็นการส่งเสริมและพัฒนาภาพยนตร์ไทยให้ก้าวหน้าต่อเนื่องเพื่อคนไทยโดยเฉพาะ รวมไปถึงในภาพยนตร์ไทยยังมีคาราที่ตนเองรู้จักและชื่นชอบอีกด้วย

ในอดีตจะเห็นว่าคนส่วนใหญ่ไม่ได้มีการเลือกชมระหว่างภาพยนตร์ไทยกับภาพยนตร์ต่างประเทศมากนัก เนื่องจากภาพยนตร์ทั้งไทยและต่างประเทศได้มีการฉายน้อยกว่าในปัจจุบันเป็นอย่างมาก แต่ในทุกวันนี้ภาพยนตร์ทั้งไทยและต่างประเทศได้มีการผลิต และนำมาฉายในประเทศไทยมีเป็นจำนวนมาก โดยในปีหนึ่ง ได้มีการฉายภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ รวมกันมากกว่าหนึ่งร้อยเรื่อง (สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2551) โดยภาพยนตร์ไทยต่อปีได้มีการนำมาฉายถึงสี่สิบถึงห้าสิบเรื่องต่อปี เฉลี่ยภาพยนตร์ไทยจะมีการฉายในแต่ละเดือนประมาณหนึ่งถึงสองเรื่องต่อเดือน จึงทำให้ผู้บริโภคได้มีการเลือกชมภาพยนตร์ในปัจจุบันได้มากขึ้นกว่าเดิม และเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ในปัจจุบันได้มีการส่งเสริมคนไทยด้วยกัน โดยการเลือกชมภาพยนตร์ไทยมากขึ้น จึงทำให้ภาพยนตร์ไทยได้มีการพัฒนาและปรับปรุงมากขึ้นกว่าเดิม และได้มีการพัฒนาอย่าง

ต่อเนื่อง ทำให้ภาพยนตร์ไทยมีการแข่งขันกันสูงมากขึ้น การลงทุนผลิตภาพยนตร์ได้เพิ่มขึ้น และภาพยนตร์ที่ไม่ถูกใจกลุ่มคนไทย ก็จะทำให้ยอดขายได้ขาดทุน เพราะธุรกิจภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงมาก โดยโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยมีการจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร และ ต่างจังหวัด โดยปัจจุบันนี้ โรงภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ ยังมีมากกว่าต่างจังหวัดมาก โดยเทียบแล้ว โรงภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ มีประมาณ 70-80% ถ้าเทียบกับต่างจังหวัด (<http://www.marketeer.co.th/>) ดังนั้นรายได้ธุรกิจภาพยนตร์หลักๆ จึงอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ด้วยยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนไป ความเครียดของคนกรุงเทพฯ ได้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงคนไทยส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายตัวเอง แต่ไม่สามารถไปผ่อนคลายได้ในช่วงเวลายาวนาน จึงเลือกที่จะได้ผ่อนคลายความเครียดกับการได้ชมภาพยนตร์ เพราะภาพยนตร์แต่ละเรื่องใช้เวลาไม่เกินสองชั่วโมงเท่านั้น จึงทำให้ผู้บริโภคที่เป็นคนไทยส่วนใหญ่ได้หันมาเลือกชมภาพยนตร์เพื่อความผ่อนคลาย ดังนั้น ภาพยนตร์ที่สามารถผ่อนคลายความเครียดได้ สำหรับผู้บริโภคจึงเป็นภาพยนตร์แนวตลก จึงทำให้ภาพยนตร์ไทยได้มีการผลิตภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มมากขึ้น ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพราะสามารถตอบโจทย์และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ได้รวมถึงความเสี่ยงในการผลิตภาพยนตร์มีน้อยลงด้วย

จากแนวโน้มการเติบโตทางด้านธุรกิจภาพยนตร์ไทยแนวตลกที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น รวมถึงผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยในยุคนี้ เริ่มมีการสนใจภาพยนตร์ไทยแนวตลกมากขึ้นและได้ผลิตภาพยนตร์ไทยแนวตลกมากขึ้น จึงทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการพิจารณา ก่อนการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมากกว่าในอดีต การหาข้อมูลของภาพยนตร์ไทยแนวตลกทั้งทางด้านเนื้อหาผู้กำกับดารา บริษัทผู้สร้างได้เข้ามามีส่วนในการเปรียบเทียบความคุ้มค่าและความพึงพอใจในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ

จากที่กล่าวมาทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ตลกในประเทศไทยแนวตลกจึงต้องพัฒนาทั้งในด้านคุณภาพ เทคนิค รวมไปถึงเนื้อเรื่องและการตลาด เพื่อสร้างความแตกต่างและดึงดูดใจผู้บริโภคให้มากที่สุด อันจะนำไปสู่การเติบโตของยอดขายและรายได้ที่มากขึ้น จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยในด้านตลกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยปัจจัยอะไรบ้าง ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้มุ่งศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก เพื่อจะทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยแนวตลก ได้ทราบถึงความต้องการ และแนวคิดของกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาภาพยนตร์ไทยแนวตลก และปัจจัยทางการตลาดอื่นๆ ให้ตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค รวมถึงการวางแผนการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังทำให้ผู้ประกอบการทางธุรกิจภาพยนตร์ไทยแนวตลก ได้นำปัจจัยนี้ไปใช้ในการศึกษาตลาดภาพยนตร์ไทยแนวตลก เพื่อนำไปวางแผนดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด ให้เหมาะสมกับความต้องการของคนกรุงเทพฯ อีกด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลให้นักการตลาดหรือผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทย โดยเฉพาะ ภาพยนตร์ไทยแนวตลก นำผลการวิจัยไปใช้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาด หรือพัฒนาภาพยนตร์ไทยแนวตลก ให้ตรงกับความต้องการของคนกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหม่ที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจภาพยนตร์ไทยแนวตลก ได้นำผลการวิจัยไปใช้ในการศึกษาตลาดภาพยนตร์ไทย เพื่อนำไปใช้วางแผนดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของคนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจศึกษาหาความรู้ในภาพยนตร์ไทยแนวตลก นำผลการวิจัยในการศึกษาค้นคว้าและเป็นข้อมูลอ้างอิงต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยตลกในคนกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปในกรุงเทพมหานครที่ชมภาพยนตร์ไทย และเป็นผู้ที่เลือกชมภาพยนตร์ไทยตลก ซึ่งไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ที่เลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้สูตรคำนวณของ กัลยา วานิชย์บัญชา (การวิเคราะห์สถิติ 2546:74) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% โดยความผิดพลาดไม่เกิน 5% เนื่องจาก

กลุ่มตัวอย่างที่สำรวจต้องเป็นผู้ชมภาพยนตร์ไทย จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน และ เพิ่มกลุ่มตัวอย่าง 15 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 กลุ่ม โดยการเลือกสถานที่ที่เป็นโรงภาพยนตร์เครือใหญ่ๆ ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

1. กลุ่มเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ จำนวน 16 แห่ง ได้แก่ รัชโยธิน สุขุมวิท พารากอน ปิ่นเกล้า รังสิต พระราม2 พระราม3 บางนา รามคำแหง เอสพรานาด เพชรเกษม เสรีเชนเตอร์ สำโรง ศรีนคริน บางกะปิ แฟชั่น
2. กลุ่มอีจี้ จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ เมโทร โพลิส บางแค ซีคอน ลาดพร้าว ปิ่นเกล้า รังสิต แกรนด์อีจี้ อ้อมใหญ่
3. กลุ่มเอสเอฟซีเนม่า จำนวน 11 แห่ง ได้แก่ มานูญครอง ลาดพร้าว แจ้งวัฒนะ รามอินทรา บางกะปิ งามวงศ์วาน centralworld รัตนาธิเบศ emporium บางแค ท่าพระ
4. กลุ่มเมเจอร์ฮอลลีวูด จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ แจ้งวัฒนะ สุขสวัสดิ์ รามคำแหง
5. กลุ่มเซ็นจูรี่ จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีจับสลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ดังกล่าวข้างต้น โดยสุ่มจับสลากกลุ่มละ 1 แห่ง ได้จำนวน 5 แห่ง ดังนี้ เมเจอร์ รัชโยธิน อีจี้ปิ่นเกล้า เอสเอฟมานูญครอง เมเจอร์ฮอลลีวูดรามคำแหง เซ็นจูรี่อนุสาวรีย์ชัย

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีกำหนดโควต้า (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างจากแต่ละแห่งตามขั้นตอนที่ 1 กลุ่มละ 80 ชุด เท่าๆกัน จึงจะเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีเลือกแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนครบ 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

1.1.2.2 21-30 ปี

1.1.2.3 31-40 ปี

1.1.2.4 41-50 ปี

1.1.2.5 51-60 ปี

1.1.2.6 61 ปีขึ้นไป

1.1.3 อาชีพ

1.1.3.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

1.1.3.2 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.3.3 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.3.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.1.3.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.1.4 ระดับการศึกษา

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรี

1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 สถานภาพสมรส

1.1.5.1 โสด

1.1.5.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

1.1.5.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.1.6 รายได้ต่อเดือน

1.1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.1.6.2 10,001 – 15,000 บาท

1.1.6.3 15,001 – 20,000 บาท

1.1.6.4 20,001 – 25,000 บาท

1.1.6.5 25,001 บาท ขึ้นไป

1.2 ทักษะที่มีต่อภาพยนตร์ตลก

- 1.2.1 ด้านความรู้สึก
- 1.2.2 ด้านเนื้อหาของเรื่อง
- 1.2.3 ด้านผู้กำกับภาพยนตร์
- 1.2.4 ด้านดารานักแสดง
- 1.2.5 สถานที่เลือกชม
- 1.2.6 โปรโมชั่นของภาพยนตร์
- 1.2.7 บริษัทที่สร้างภาพยนตร์

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

- 2.1 ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์ตลกของคนกรุงเทพ
- 2.2 พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลกของคนกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ภาพยนตร์ หมายถึง ภาพนิ่งหลาย ๆ ภาพเรียงติดต่อกันอย่างต่อเนื่อง ใช้หลักการที่เรียกว่า การเห็นภาพติดตา (persistence of vision) และเมื่อนำเอาภาพนิ่งเหล่านั้นมาฉายดูทีละภาพด้วยอัตราความเร็วในการฉายต่อ ภาพเท่า ๆ กัน สายตามนุษย์จะยังคงรักษาภาพไว้ที่เรติน่าเป็นช่วงระยะเวลาสั้นๆ ประมาณ 1 ส่วน 3 วินาที ถ้าหากภายในระยะเวลาดังกล่าวมีอีกภาพแทรกเข้ามาแทนที่ สมองของคนจะทำการเชื่อมโยงสองภาพเข้าด้วยกัน และจะทำหน้าที่ดังกล่าวต่อไปเรื่อยๆ หากมีภาพต่อไปปรากฏในเวลาใกล้เคียงกัน ในกรณีที่ภาพแต่ละภาพที่มองเห็น เป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องในลักษณะของการเคลื่อนไหว เมื่อนำมาเรียงต่อกันในระยะเวลาระยะสั้นๆ ภาพนิ่งเหล่านั้นจะกลายเป็นภาพเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่องกันเป็นธรรมชาติ ปัจจุบัน ความเร็วที่ใช้ในการถ่ายทำคือ 24 เฟรม ต่อ 1 วินาที

2. ภาพยนตร์ตลก หมายถึง ภาพยนตร์ที่สร้างเพื่อให้ผู้ชมเกิดความขำขัน สนุก เฮฮา ตลก หัวเราะ โดยอาจจะมีนักแสดงตลกร่วมด้วย หรือไม่มีก็ได้

3. ทักษะที่มีต่อภาพยนตร์ตลก หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดของผู้ชมที่มีต่อภาพยนตร์ตลก ประกอบด้วย

3.1 ความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อภาพยนตร์ตลก เช่น ดารา สถานที่ คุณภาพผู้กำกับ และ ความรู้สึกที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ตลก โดยทั่วไป

3.2 ด้านเนื้อหา หมายถึง การเลือกชมภาพยนตร์ตลก โดยการเลือกด้านเนื้อหา เช่น เนื้อเรื่องของภาพยนตร์น่าสนใจ

3.3 ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ หมายถึง การเลือกชมภาพยนตร์ตลก โดยการเลือกผู้กำกับเช่น ผู้กำกับยุทธเลิศกำกับหนังหรือไม่

3.4 ด้านดารานักแสดง หมายถึง การเลือกชมภาพยนตร์ตลก โดยการเลือกจากดารานักแสดงที่แสดง เช่น หม่ำ จ๊กมิก เล่นด้วยหรือไม่

3.5 สถานที่เลือกชม หมายถึง สถานที่ที่ผู้ชมเลือกที่จะไปชมภาพยนตร์ โดยความสะดวกของผู้ชมหรือความพอใจ

3.6 โปรโมชันของภาพยนตร์ หมายถึง โปรโมชันต่างๆของภาพยนตร์เพื่อเป็นแผนการตลาดในการโปรโมทและดึงดูดผู้ชมให้เข้าไปชมภาพยนตร์ของตน เช่น ดูภาพยนตร์เรื่องเมล์นรกหวนย้อนลือแจศมุดทุกที่นั่ง

3.7 บริษัทที่สร้างภาพยนตร์ หมายถึง การเลือกชมภาพยนตร์ตลก โดยการเลือกบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์เนื่องจากเรื่องที่ผ่านมาหรือคุณภาพของบริษัทนั้นๆ เช่น GTH สร้างใหม่

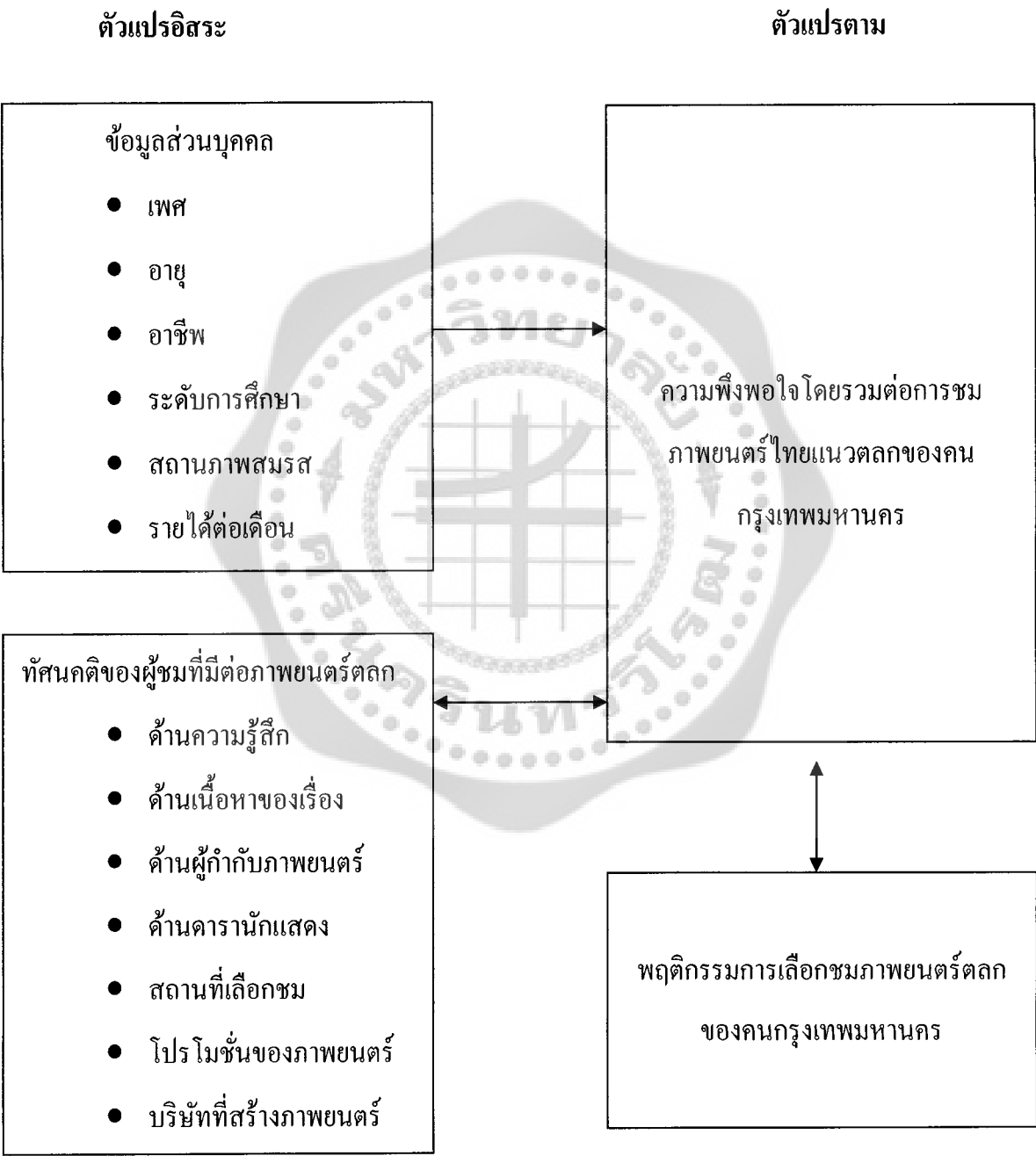
4. พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก หมายถึง พฤติกรรมในการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ได้แก่ สถานที่เลือกชม ดารานักแสดง เนื้อเรื่อง บริษัทที่สร้างภาพยนตร์ โปรโมชันของภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์ คุณภาพของภาพยนตร์

5. คนกรุงเทพ หมายถึง ประชากรที่เป็นผู้คนในกรุงเทพมหานคร รวมทั้ง ทุกเพศ ทุกวัย ทุกการศึกษา ทุกอายุ ทุกรายได้ รวมๆแล้วคือทุกคนที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร

6. ความพึงพอใจโดยรวม หมายถึง ระดับความรู้สึกที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์ที่ได้รับกับความคาดหวัง ความคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไปและความพึงพอใจที่มีผู้ชมมีต่อภาพยนตร์แนวตลก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร”
มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ผู้ชมที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. ทักษะคิดของผู้ชมภาพยนตร์ตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี ผลงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. ความพึงพอใจและการวัดความพึงพอใจ
5. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาพยนตร์
6. ประวัติและภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป โดยความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2529: 312-316) ได้พิจารณาผู้บริโภคเป็นเสมือนผู้รับสาร โดยความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ จะมีอิทธิพลต่อการรับ และวิเคราะห์สารลักษณะประชากรศาสตร์ดังกล่าวคือ

1. เพศ (Sex) มีงานวิจัยที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างของเพศชายและเพศหญิงที่แตกต่างกันส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน เช่นกันส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน เช่น การวิจัยเกี่ยวกับการชม

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

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมาก ที่มีผลต่อพฤติกรรมของการสื่อสารของผู้รับสาร ดังงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสาร ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ และมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มาก

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีรายงานหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 41) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะงานประชากรศาสตร์ เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึง และมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายคนที่มิลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน

โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดี มากกว่า คนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่มีอายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกันคนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะ

ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสาร ที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่นปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

พระ จิระ โสภณ (2539: 645-646; อ้างอิงจาก Defleur. 1996) “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร” (Theories of Mass Communication) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารเห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันทีแต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารของแต่ละคน เช่นปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น Defleur ได้สอน ทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory)

เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยาเช่น ทักษะ ค่านิยมและความเชื่อ ทำให้คนสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลมีดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่างๆจะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป
4. การเรียนรู้สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารมีบทบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิดนี้มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน ด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันนั้น มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทย แนวคลกในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสารและมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคตินั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมาย การก่อตัวทางทัศนคติ องค์ประกอบของทัศนคติ หน้าที่และกลไกของทัศนคติ ไว้ดังนี้
ข้อมูลจาก <http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>

2.1 ความหมายของทัศนคติ

โรเจอร์ (Roger , 1978 : 208 – 209 อ้างอิงจาก สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533: 122) ได้กล่าวถึงทัศนคติ ว่าเป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้น คิดและรู้สึกอย่างไร กับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดย ทัศนคติ นั้นมีรากฐานมาจาก ความเชื่อที่อาจส่งผลถึง พฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิติของการ ประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่งๆซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

โรเซนเบิร์ก และฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland , 1960: 1) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่าทัศนคติโดยปกติ สามารถนิยามว่าเป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่ง ที่เกิดขึ้น

เคลเลอร์ (Howard H. Kendler , 1963: 572) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึงสภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรม ออกมาในทางสนับสนุนหรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์หรือแนวความคิด

คาร์เตอร์ วี. กูด (Carter V. Good , 1959: 48) ให้คำจำกัดไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใด ลักษณะหนึ่งที่เป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งใด ๆ

นิวคอมบ์ (Newcomb , 1854: 128) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติ ซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคนนั้นขึ้นกับสิ่งแวดล้อมอาจแสดงออก ในพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิดความรักใคร่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้นๆ หรืออีก ลักษณะหนึ่งแสดงออกในรูปความไม่พอใจ เกลียดชัง ไม่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น

นอร์แมน แอล มูน (Norman L. Munn , 1971: 71) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง ด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

จี เมอร์ฟี , แอล เมอร์ฟี และ ที นิวคอมบ์ (G. Murphy , L. Murphy and T. Newcomb , 1973: 887) ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติ หมายถึง ความชอบหรือไม่ชอบ พึงใจหรือไม่พึงใจที่บุคคล แสดงออกมาต่อสิ่งต่าง ๆ

เดโซ สวานานท์ (2512: 28) กล่าวถึง ทัศนคติ ว่าเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้เปลี่ยนแปลงได้ และเป็นแรงจูงใจที่กำหนด พฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ

ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531: 2) กล่าวถึง ทัศนคติ ที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคลว่า ทัศนคติ หมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก หรือการมีอคติของบุคคลในการที่จะ สร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตาม ประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา
2. ความโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางที่ดีหรือต่อต้าน สิ่งแวดล้อมที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด

3. ในด้าน พฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัว หรือความพร้อมที่จะตอบสนอง จากคำจำกัดความต่างๆเหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ

1. ความรู้สึกภายใน
2. ความพร้อม หรือ แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทัศนคติ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น

โดยสรุป ทัศนคติ ในงานที่นี้เป็นเรื่องของจิตใจ ทำให้ ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคล ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ทัศนคติมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม

2.2 การก่อตัวทางทัศนคติ (Formation of Attitude)

กอร์ดอน อัลพอร์ต (Gordon Allport , 1975) ได้ให้ความเห็นเรื่อง ทัศนคติ ว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กเกิดใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับ วัฒนธรรม และ ประเพณีจากบิดามารดา ทั้งโดยตรง และทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป
2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับเด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน

3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนมีทัศนคติไม่ดีต่อครู เพราะเคยตำหนิตน แต่บางคน มี ทัศนคติ ที่ดีต่อครูคนเดียวเท่านั้น เพราะเคยชมเชยชมตนเสมอ

4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือ รับเอา ทัศนคติ ของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติ ของบิดามารดา หรือ ครูที่ตนนิยมชมชอบ มาเป็น ทัศนคติ ของตนได้

เกรซ และ ครัทซ์ฟิลด์ (Krech; & Crutchfield , 1948) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติ อาจเกิดขึ้นจาก

1. การตอบสนองความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็มี ทัศนคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลนั้นก็จะมี ทัศนคติ ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. การได้เรียนรู้ความจริงต่าง ๆ อาจโดยการอ่าน หรือ จากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้นบางคนจึงอาจเกิด ทัศนคติ ไม่ดีต่อผู้อื่น จากการฟังคำติฉินที่ใคร ๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้

3. การเข้าไปเป็นสมาชิก หรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอา ทัศนคติ ของกลุ่มมาเป็นของตน หาก ทัศนคติ นั้นไม่ขัดแย้งกับ ทัศนคติ ของตนเกินไป

4. ทัศนคติ ส่วนสำคัญกับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย คือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมี ทัศนคติ ในทางตรงข้าม คือ มักมองว่า มีคนคอยอิจฉาริษยา หรือ กิดร้ายต่าง ๆ ต่อตน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520: 64 – 65) กล่าวถึงการเกิด ทัศนคติ ว่า ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่ง ทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่อยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิด ทัศนคติ ที่สำคัญคือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิด ทัศนคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิด ทัศนคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิด ทัศนคติ จากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่น ได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิด ทัศนคติ ต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่เคยรับรู้มา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิด ทัศนคติ ขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบ หรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติ หลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

ธงชัย สันติวงษ์, (2539: 166 – 167) กล่าวว่า ทักษะ ก่อตัวเกิดขึ้นมา และเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากปัจจัย หลายประการ ด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) ทักษะ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้าง ทักษะ ที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของ ที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้

2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทักษะ จะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารที่ได้รับรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มา ของข่าวสาร ด้วย กลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็นและเข้าใจ ปัญหาต่าง ๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิด และสร้างเป็น ทักษะ ขึ้นมาได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทักษะ บางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่าง ๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้องกับอยู่ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว วัด กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่าง ๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่าง ๆ แต่ยังมีการ ถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้าง ทักษะ ขึ้นได้ โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะเป็แหล่งสร้าง ทักษะ ให้แก่บุคคลได้

4. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของ ย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่าง ๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มี ประสบการณ์มาจนกลายเป็น ทักษะ ได้

5. ลักษณะท่าทาง (Personality) ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญ ในการสร้าง ทักษะ ให้กับตัวบุคคล

ปัจจัยต่าง ๆ ของการก่อตัวของ ทักษะ เท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริง จะมีได้มีการเรียงลำดับตาม ความสำคัญ แต่อย่างใดเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทาง เหล่านี้ ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของ ทักษะ มากหรือน้อย ย่อมสุดแล้ว แต่ว่าการพิจารณาสร้าง ทักษะ ต่อสิ่งดังกล่าว จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด

2.3 องค์ประกอบของทักษะ (Component of Attitude)

นักวิชาการส่วนใหญ่ ได้จัดแบ่งองค์ประกอบของทักษะ (Attitude components) ออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านความรู้ (ความเชื่อ) องค์ประกอบด้านความรู้สึก และ องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (แนวโน้มที่จะตอบสนอง) องค์ประกอบแต่ละอย่างอธิบายได้ดังนี้ (Hawkins, Best; & Coney.1998: 397-400)

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ (Cognitive component : learn)

ประกอบด้วยความเชื่อของผู้บริโภค เกี่ยวกับ “วัตถุ” อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เรามีความเชื่อว่า “ไดเอทโค้ก” (Diet Coke) เกือบจะไม่มีแคลอรี มีคาเฟอีน ราคาถูก และผลิตโดยบริษัทใหญ่” หรือ “มันฝรั่งมีแคลอรีสูง” ซึ่งความเชื่อนี้ไม่จำเป็นจะต้องถูกต้องหรือเป็นความจริงเสมอไป

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective component : feel)

คือ ปฏิกริยาทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ เป็นความรู้สึกทั้งในแง่บวกหรือแง่ลบของผู้บริโภคที่มีต่อวัตถุอย่างหนึ่ง อันแสดงถึงระดับความชอบหรือไม่ชอบว่ามีมากน้อยเพียงไร (Bovee, et al.1995:121) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอาจกล่าวว่า “ฉันชอบไดเอทโค้ก” “ฉันชอบโยเกิร์ต” เป็นการแสดงผลของการประเมินทางด้านอารมณ์หรือความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น บุคคลอาจมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่างกัน จากความเชื่อเหมือนกัน จากตัวอย่างข้างต้นผู้บริโภคอาจมีความเชื่อว่า (1) ไดเอทโค้ก มีคาเฟอีน และ (2) คาเฟอีนทำให้ไม่ง่วงนอน ความเชื่อเหล่านี้อาจเป็นเหตุให้บุคคลบางคนตอบสนองหรือแสดงความรู้สึกทางบวก เช่น นักศึกษาที่กำลังเตรียมตัวสอบเป็นต้น ในขณะที่บางคนอาจตอบสนองหรือแสดงความรู้สึกในทางลบ เช่น ผู้ที่ต้องการดื่มบางอย่างก่อนนอน แต่ไม่ต้องการให้นอนไม่หลับ เป็นต้น

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral component : to)

หมายถึง แนวโน้มที่จะตอบสนอง (tendency to response) ในลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งต่อวัตถุหรือกิจกรรม เช่น ตัดสินใจที่จะซื้อหรือไม่ซื้อไดเอทโค้ก หรือแนะนำให้ผู้อื่นซื้อหรือเสนอให้ซื้อตราใหม่ บางครั้งแม้ว่าผู้บริโภคมีทัศนคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ แต่ก็มิได้หมายความว่า ผู้บริโภคจะรีบออกไปซื้อผลิตภัณฑ์นั้นทันทีที่หาไม่ เขาอาจจะยังไม่จำเป็นในขณะนั้น อาจไม่สามารถซื้อได้ เพราะยังไม่มีเงินพอ อาจจะต้องซื้อสิ่งอื่นก่อนที่มีความสำคัญมากกว่า หรืออาจจะรอให้สมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวเข้าร่วมพิจารณาด้วย เป็นต้น

2.4 หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ

แดเนียล แคทซ์ (Daniel Katz , 1960: 163 – 191) ได้อธิบายถึง หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ ที่สำคัญไว้ 4 ประการดังนี้คือ

1. เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว (Adjustment) หมายความว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัย ทัศนคติเป็นเครื่องมือสำหรับการปรับ พฤติกรรม ของ ตนให้เป็นไปใน ทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตน สูงที่สุด และให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนี้ ทัศนคติ จึงสามารถเป็นกลไก ที่จะสะท้อน ให้เห็น ถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และที่ไม่พึงประสงค์ของเขา และด้วยสิ่งเหล่านี้เอง ที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรม เป็นไป ในทางที่ ต้องการมากที่สุด

2. เพื่อป้องกันตัว (Ego – Defensive) โดยปกติในทุกขณะ คนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริง ในสิ่งซึ่งเป็นที่ขัดแย้ง กับ ความนึกคิดของตน (Self – Image) ดังนั้น ทักษคติ จึงสามารถ สะท้อนออกมาเป็น กลไกที่ป้องกันตัว โดย การแสดงออก เป็นความรู้สึก ถูกเหยียดหยาม หรือติฉินนินทาคนอื่น และขณะเดียวกัน ก็จะยกตนเองให้สูงกว่า ด้วยการมี ทักษคติ ที่ถือว่า ตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น

การก่อตัวที่เกิดขึ้นมาของทักษคติในลักษณะนี้ จะมีลักษณะแตกต่างจากการมี ทักษคติ เป็นเครื่องมือ ในการปรับตัว ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ ทักษคติ จะมีใช้พัฒนาขึ้นมาจาก การมีประสบการณ์กับสิ่งนั้น ๆ โดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้ใช้นั้นเอง และสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการแสดงออก มาซึ่ง ทักษคติ นั้น ก็เป็นเพียงสิ่งที่เขาผู้นั้น หวังใช้เพียงเพื่อการ ระบายความรู้สึก เท่านั้น

3. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive) ทักษคติ นั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่าง ๆ และด้วย ทักษคติ นี้เอง ที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่าง ๆ ในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ดังนั้น ทักษคติ จึงสามารถใช้สำหรับ อรรถาธิบาย และบรรยายความเกี่ยวกับค่านิยม ต่าง ๆ ได้

4. เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) ทักษคติ จะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมิน และทำความเข้าใจ กับ สภาพแวดล้อม ที่มีอยู่รอบตัวเขา ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เอง ที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้ และเข้าใจถึงระบบ และระเบียบของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในรอบตัวเขาได้

ทักษคติของแต่ละบุคคลล้วนมีหน้าที่หรือกลไกที่แตกต่างกันไปตามสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม การอบรมเลี้ยงดู บุคคลิกของแต่ละบุคคลหรือสถานการณ์ต่างๆ ณ ขณะนั้น ซึ่งบางสถานการณ์ทักษคติอาจทำหลายหน้าที่พร้อมกันหรืออาจจะทำงานที่หน้าที่ก็ได้

3. แนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

3.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของคน ที่ เกี่ยวกับการซื้อ และการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการกล่าวคือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์การตลาดสามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดที่ว่า การทำให้ลูกค้าพึงพอใจด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541: 124)

3.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who? What? Why? Who? When? Where? และ How? เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7 Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants Objects Objectives Organizations Occasions Outlets และ Operations โดยสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงส่วนประกอบของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ตลาดเป้าหมายประกอบด้วยประเภทของบุคคลลักษณะอาชีพ จำนวนรายได้

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดซื้อ (Objects) ซึ่งก็คือ ผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการจากสินค้า เช่น คุณสมบัติหรือ องค์ประกอบของสินค้า (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ (Objectives) ในการซื้อหรือใช้บริการสินค้า เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคทางด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยภายใน หรือ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล

4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าหรือใช้บริการประกอบด้วยผู้ริเริ่มผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) สินค้าหรือบริการนั้น ๆ เช่น ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาหรือโอกาสพิเศษต่าง

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสถานที่ (Outlets) ที่ผู้บริโภคจะไป ซึ่งนักการตลาดจะต้องศึกษาเพื่อจัดช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมเช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดสด ร้านขายของชำ เป็นต้น

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกละหลังการซื้อ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541: 125-126)

แนวความคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ เป็นการนำทฤษฎีมาประยุกต์ เพื่อทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการที่จะตัดสินใจใช้บริการ เพื่อใช้ในการวางแผนเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของ Philips Kotler ซึ่งจะทำให้สามารถตอบคำถามที่ได้ตั้งไว้ 7 ข้อ อันประกอบด้วย ต้องการซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร ซื้ออย่างไร ซื้อที่ไหน ใครเป็นคนซื้อ ใครเป็นคนตัดสินใจซื้อ และซื้อบ่อยแค่ไหน จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ว่าทำไมเราจึงต้องทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคนั่นเอง

3.3 ทฤษฎีและตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) เปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อจะได้รับ อิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

จุดเริ่มต้นของตัวแบบที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นตัวแบบนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541: 128-130)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดต้องสนใจ และจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล หรือใช้เหตุ จูงใจซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) นักการตลาดต้องสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น ในที่นี้จะนำส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เข้ามาศึกษาประกอบด้วย

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม น่าสนใจ และมีความหลากหลายเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 ด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

1.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก สะอาด ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งองค์กรควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ประกอบด้วย

1.2.1 ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศ รายได้ของผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 ด้านเทคโนโลยี (Technology) การเกิดขึ้นของนวัตกรรมใหม่ๆ ปัจจุบัน

1.2.3 ด้านการเมืองและกฎหมาย (Law and Political) กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษี การนำเข้า การเปิดแข่งขันเสรีทางการค้า เป็นต้น ทำให้บุคคลเปลี่ยนไปใช้ของตามสถานการณ์

1.2.4 ด้านวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ประเพณีคนไทยเชื้อสายจีนนิยมซื้อของเพื่อไหว้บรรพบุรุษในงานเทศกาล

2. กล้องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกเป็นกระบวนการที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้ซื้อ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถหยั่งรู้ได้ ดังนั้นจำเป็นต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดนี้เกิดขึ้นจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อดังนี้

2.1 ด้านลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น จะได้รับการกระตุ้นประกอบด้วย 4 ประการ

2.1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factor) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลแต่ละกลุ่มให้มีความแตกต่างกัน วัฒนธรรม แบ่งออกเป็น

2.1.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อ พฤติกรรม การซื้อของบุคคล

2.1.1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย มีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา ภูมิภาคที่แตกต่างกัน สืบทอด เป็นต้น กลุ่มย่อยมีวัฒนธรรมปฏิบัติแตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ทำให้ต้องมีการวางแผนชีวิตต่อความเป็นอยู่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น

2.1.1.3 ชั้นของสังคม เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมจากระดับสูงไประดับล่าง โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ รายได้ ฐานะ ชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่และบุคลิกลักษณะของบุคคล เพื่อเป็นแนวทางในส่วนแบ่งการตลาด

2.1.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางด้านสังคมประกอบด้วย

2.1.2.1 กลุ่มอ้างอิง เช่น ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมอาชีพ ร่วมสถาบัน

2.1.2.2 ครอบครัว โดยที่ทุกคนนั้นจะมีพฤติกรรมพื้นฐานมาจาก ครอบครัวที่ตนอยู่ ซึ่งบางครั้งยากที่จะเปลี่ยนแปลง

2.1.2.3 บทบาทและสถานะ คือ บางครั้งผู้ซื้อไม่ได้ใช้ หรือผู้ใช้ก็ไม่มีอำนาจในการซื้อ

2.1.3 ปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนด้านต่าง ๆ

2.1.3.1 อายุ วัฏจักรชีวิตครอบครัว

2.1.3.2 อาชีพและโอกาสทางเศรษฐกิจ

2.1.3.3 รูปแบบการดำเนินชีวิต

2.1.3.4 เอกลักษณ์บุคคล และความคิดส่วนตัว

2.1.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลด้านกระบวนการ ด้านจิตวิทยา คือ การสนใจ ความเข้าใจ การเรียนรู้ ความเชื่อถือได้ และทัศนคติ เช่น ผู้เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อคือ ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพลในการซื้อ ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อจนถึงผู้ใช้นอก จากนี้ยังมีรูปแบบการซื้อ คือ ซื้อแบบซ้ำซ้อน แบบลดความซ้ำซ้อน ซื้อประจำและแบบเลือกมาก

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) มีขั้นตอน ดังนี้

2.2.1 การรับรู้ปัญหา เช่น ความต้องการ ความจำเป็น ความเสี่ยงในการเลือกซื้อ

2.2.2 การค้นหาข้อมูล เช่น จากแหล่งบุคคล การค้า ชุมชน และประสบการณ์

2.2.3 การประเมินทางเลือก

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ เมื่อทุกอย่างได้ตามความต้องการและพึงพอใจก็ตัดสินใจซื้อ

2.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ต้องมีความพึงพอใจ

3. การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision) ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

ดังนั้นหากจะกล่าวถึงความหมายของ พฤติกรรมของมนุษย์นั้น หมายถึง การกระทำของมนุษย์ที่ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น ย่อมเป็นการแสดงออกเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งจะมีกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกำกับอยู่จากภายในตัวบุคคลนั้น ๆ เสมอ กล่าวคือ จะมีกลไกของการกำกับสั่งการจากความคิด และความรู้สึกที่มีอยู่ภายใน

3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นทำให้เกิด ความต้องการผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด ผู้บริโภคแต่ละรายมีความรู้สึกนึกคิด ที่ได้รับอิทธิพลจาก คุณลักษณะต่าง ๆ ของตนเอง และสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งจะส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ เพื่อทำ ให้เกิดการตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ภาพที่ 1) รูปแบบจำลองของ พฤติกรรมผู้บริโภค (อดุลย์, 2543: 139)

พฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหรือสิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจให้เกิดการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์และบริการอาจเกิดจากเหตุจูงใจด้านเหตุผล หรือด้านจิตวิทยาก็ได้ สำหรับ ผู้ประกอบธุรกิจ ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

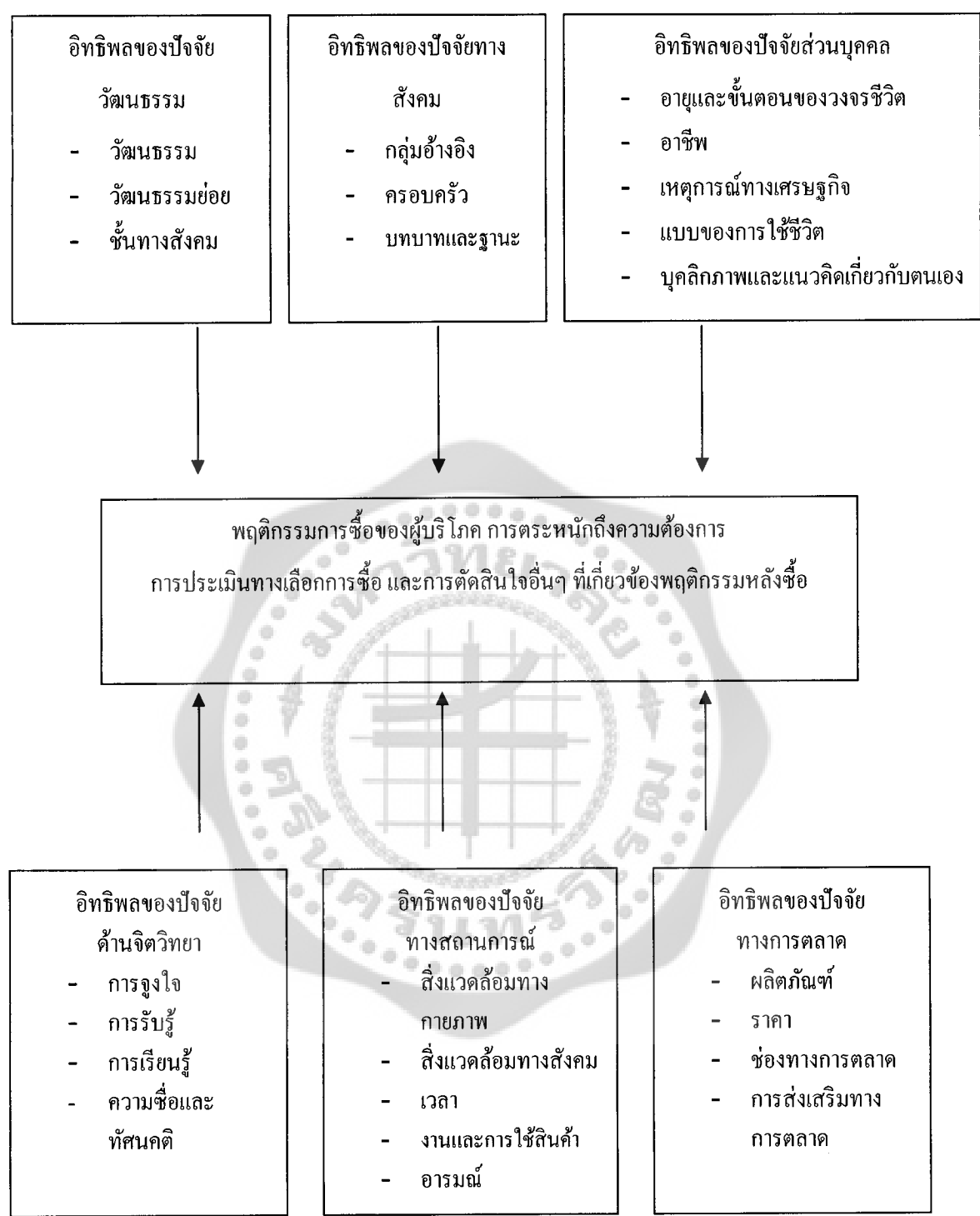
1. ปัจจัยที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้ ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางการตลาด ตัวอย่างเช่น กำหนดราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย หาแหล่งจำหน่ายและให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า จัดรายการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการต้องการซื้อ

2. ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่สามารถทำการควบคุมได้ แต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่

2.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นลักษณะพื้นฐานของพฤติกรรมที่บุคคลในแต่ละสังคมเป็นผู้สร้างขึ้น และเป็นที่ยอมรับ จากบุคคลรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะ ส่งผลถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละสังคมที่แตกต่างกัน ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์การตลาดต้อง พิจารณาให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรมของสังคมกลุ่มนั้น

2.2 ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยทางด้านสังคมประกอบด้วย

2.2.1 กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล ตัวอย่างกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมสถาบัน เป็นต้น



ภาพประกอบ 2 อิทธิพลต่างๆ ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : อดุลย์ (2543: 139)

2.2.2 ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่าเป็นอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลสมาชิกในครอบครัวประกอบกันขึ้นเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อพฤติกรรมการซื้อขาย

2.2.3 บทบาท และสถานะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง บุคคลที่มีบทบาทและสถานที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น มีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อหรือผู้ใช้

2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นคุณสมบัติส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่

2.3.1 อายุ ความแตกต่างกันของอายุมีผลต่อความต้องการผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ดังนั้น นักการตลาดอาจใช้อายุผู้บริโภคเป็นเกณฑ์การแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้

2.3.2 วงจรชีวิตครอบครัว ในแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิตแต่ละคน จะมีค่านิยมและทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นในวัยเด็ก จะต่างจากพฤติกรรมการเลือกซื้อของเล่นในวัยรุ่นสาว

2.3.3 อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการของผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน

2.3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ หมายถึง โอกาสของผู้บริโภคจะมีรายได้ เพื่อการจับจ่าย มีการออมสินทรัพย์หรืออำนาจในการขอยืมเงิน และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ นักการตลาดต้องไวต่อโอกาสเหล่านี้ เพื่อที่จะได้ปรับปรุงออกแบบสินค้าใหม่ และการวางราคาสินค้าใหม่ เพื่อที่จะนำเสนอคุณค่าให้ลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่อง

2.4 ปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ การเรียน ความเชื่อมั่น ทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวความคิดของตนเอง

2.5 อิทธิพลของปัจจัยทางสถานการณ์ หมายถึง พฤติกรรมการซื้อได้รับอิทธิพลมาจากเหตุการณ์สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น โดยมีได้คาดคิดมาก่อนว่าจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ได้แก่

2.5.1 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเมื่อร้านค้านั้นอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการซื้อ

2.5.2 สิ่งแวดล้อมสังคม ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพื่อให้สังคมยอมรับว่าตนเองเป็นผู้มี

2.5.3 เวลา เช่น เมื่อฤดูกาลเปลี่ยนไปพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าก็แตกต่างกันออกไป

2.5.4 งาน เช่น พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพื่อใช้งานจะแตกต่างกับที่ซื้อเพื่อเป็นของขวัญให้คนอื่น

2.5.5 สถานะทางอารมณ์ เช่น การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เมื่อผู้บริโภคได้รับการต้อนรับจากผู้ขายเป็นอย่างดี

3.5 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่มีการควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจสามารถใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (ภาพที่ 2)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งจะประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ กิจกรรม องค์การ หรือบุคคล ในการกำหนด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย

1.1 การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน หมายถึง การดำเนินการในเรื่องของการออกแบบชุดความแตกต่างที่มีความหมายให้การเสนอของบริษัทมีความโดดเด่นแตกต่างจากการเสนอของกลุ่มแข่งขัน

1.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นกิจกรรมในการกำหนดข้อเสนอและภาพลักษณ์ของบริษัท เพื่อเข้าครอบครองตำแหน่งทางการแข่งขันโดดเด่นและมีมูลค่า/คุณค่าให้อยู่ในจิตใจของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

1.3 กลยุทธ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติที่มีลักษณะที่โดดเด่นและแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งได้แก่

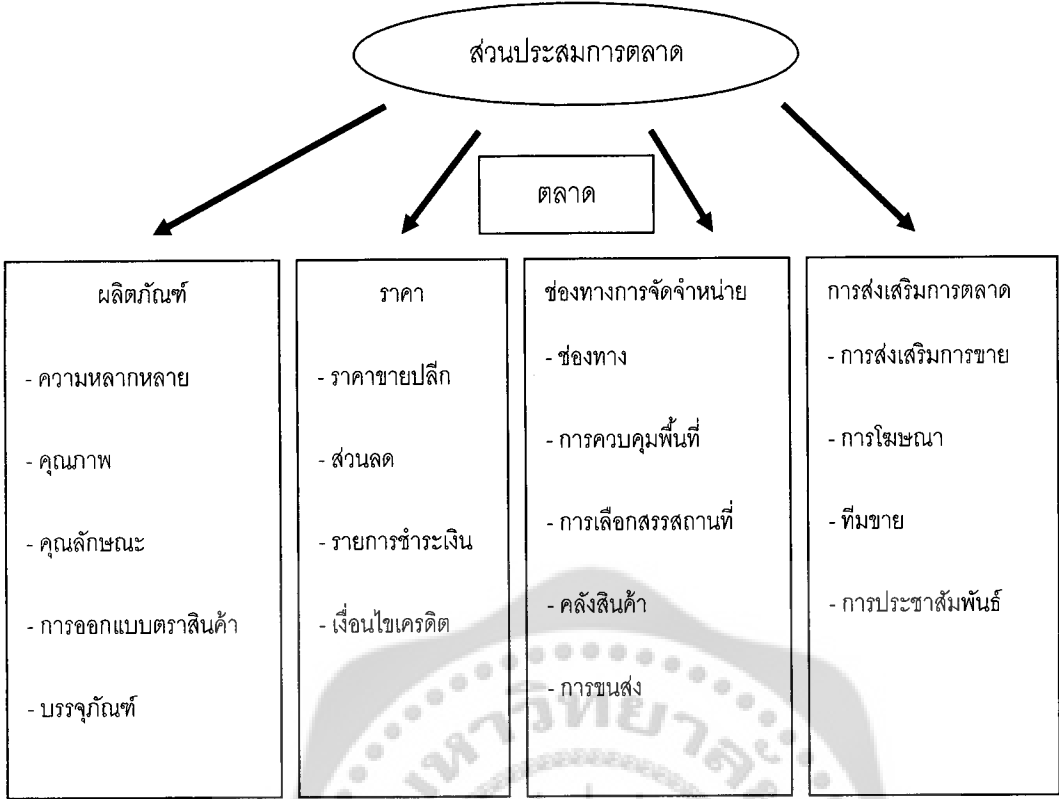
1.3.1 ผลิตภัณฑ์ ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง

1.3.2 รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ อันประกอบด้วย คุณภาพ รูปร่างลักษณะ รูปแบบ การบรรจุหีบห่อ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3.3 ผลิตภัณฑ์ควบ ผลประโยชน์หรือบริการเพิ่มเติม ที่ลูกค้าได้รับหลังจากการซื้อสินค้านั้น

1.3.4 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจาก การซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์

1.3.5 ศักยภาพผลิตภัณฑ์ มีลักษณะริเริ่มที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้



ภาพประกอบ 3 แนวคิดส่วนประสมการตลาด

ที่มา: Kotler, 1997: 98

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกในรูปของตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของลูกค้า ดังนั้นผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบมูลค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา หากมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์มีสูงกว่าราคา ก็จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น เพราะฉะนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึง

- 2.1 การยอมรับของลูกค้า โดยต้องสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
- 2.2 ต้นทุนของสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายและกำไรของผู้ผลิต
- 2.3 ลักษณะการแข่งขัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภค

3.2 การกระจายตัวสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการประสานงานให้เกิดขึ้นทุนใน การจัดจำหน่ายต่ำสุด โดยมีระดับการให้บริการลูกค้าที่เหมาะสมและมุ่งหวังกำไร ในการกระจายตัวสินค้า ซึ่งสามารถสรุปหน้าที่ได้ดังนี้

3.2.1 การคาดคะเนยอดขาย เป็นการประมาณยอดขายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งเพราะยอดขายที่เกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการเตรียมสินค้าคงเหลือให้เหมาะสม

3.2.2 การวางแผนการจัดจำหน่าย เป็นการเตรียมงานแต่ละงานที่จะปฏิบัติเกี่ยวกับการกระจายตัวสินค้า

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ เป็นการจัดการให้มีผลิตภัณฑ์ขายในตลาดโดยไม่ขาดแคลนและมีในปริมาณที่เหมาะสม

3.2.4 การดำเนินงานเกี่ยวกับการสั่งซื้อ เป็นขั้นตอนในการจัดการตามใบสั่งซื้อของลูกค้า

3.2.5 การบรรจุภัณฑ์ เพื่อรักษาและคุ้มครองสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดี

3.2.6 การคลังสินค้า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดทิศทาง การเคลื่อนไหวของสินค้า เพื่อให้เกิดการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

3.2.7 การจัดการวัสดุ เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้อุปกรณ์ เครื่องมือที่เหมาะสม เพื่อให้การเคลื่อนย้ายเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

3.2.8 การขนส่ง เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าว่าจะใช้วิธีไหน และอย่างไรจึงเหมาะสมและประหยัดที่สุด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ

4.1 การโฆษณา เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุด สำหรับการสร้างรูปแบบของการติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช่บุคคลที่ต้องจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์ เพื่อนำเสนอ และส่งเสริมความคิดของสินค้าหรือบริการ

4.2 การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือระยะสั้นเพื่อส่งเสริมให้มีการติดตามหรือซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น เช่น คุปอง การประกวด การให้ของแจก เป็นต้น โดยบริษัทจะใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างการตอบสนองที่เร็วให้กับข้อเสนอของผลิตภัณฑ์ และเพื่อกระตุ้นยอดขาย

4.3 การประชาสัมพันธ์ เป็นแผนการที่กำหนดขึ้นมาเพื่อส่งเสริมหรือสร้างภาพพจน์ของบริษัท เนื่องจากการประชาสัมพันธ์จะมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจะมีความเป็นจริงต่อลูกค้ามาก

4.4 การขายโดยใช้พนักงานขาย จะเป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยตรง เป็นลักษณะของการเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้า โดยพนักงานขายสามารถ นำเสนอสินค้า และตอบ ข้อซักถาม ให้กับลูกค้าจนเกิดความต้องการและเกิดการตัดสินใจซื้อได้มากที่สุด

4.5 การตลาดทางตรง เป็นรูปแบบการตลาดที่มีการใช้สื่อหลายรูปแบบเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น โทรศัพท์ จดหมาย เป็นต้น ซึ่งลักษณะข่าวสารที่ส่งไปสามารถเจาะให้กับผู้รับแต่ละคนได้

4. ความพึงพอใจและการวัดความพึงพอใจ

4.1 ความพึงพอใจ

ได้มีผู้ให้คำอธิบายความหมายของความพึงพอใจดังนี้

ไพบุลย์ ช่างเรียน (2516: 146-147 อ้างอิงจาก นริษา นราศรี 2544: 28) ได้กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความต้องการทางร่างกาย มีความรุนแรงในตัวบุคคล ในการร่วมกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการทางร่างกายเป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจแล้วจะรู้สึกต้องการความมั่นคง ปลอดภัยเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนอง ความต้องการทางร่างกายและความต้องการความมั่นคง แล้วบุคคลจะเกิดความผูกพันมากขึ้นเพื่อให้เป็นที่ยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

อุทัย หิรัญโต (2523: 272 อ้างอิงจาก นริษา นราศรี 2544: 28) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า “ ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกคนเกิดความสบายใจ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของเขา ทำให้เขาเกิดความสุข ”

กิตติมา ปรีดีดิลก (2524: 278-279) ได้รวบรวมความหมายของความพึงพอใจ ใน การทำงาน ดังนี้

1. ความพึงพอใจในการทำงานตามแนวคิดของ คาร์เตอร์ (Carter) หมายถึง คุณภาพสภาพ หรือระดับความพึงพอใจของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจ และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อคุณภาพและสภาพของงานนั้น ๆ

2. ความพึงพอใจในการทำงานตามแนวคิดของ เบนจามิน (Benjamin) หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

3. ความพึงพอใจในการทำงานตามแนวคิดของ เอิร์นสท์ (Ernest) และ โจเซฟ (Joseph) หมายถึง สภาพความต้องการต่าง ๆ ที่เกิดจากการปฏิบัติหน้าที่การงานแล้วได้รับการตอบสนอง

4. ความพึงพอใจตามแนวคิดของ จอร์จ (George) และเลโอนาร์ด (Leonard) หมายถึง ความรู้สึกพอใจในสิ่งที่ทำและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือตามพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน (2525: 577-578) ความหมายจากพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายว่า

พอใจ หมายถึง สมใจ ชอบใจ เหมาะ

พึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ธงชัย สันติวงษ์ (2533: 359) กล่าวว่า ถ้าบุคคลหนึ่งได้มองเห็นช่องทางหรือโอกาสจะสามารถสนองแรงงูใจที่ตนมีอยู่แล้ว ก็จะทำให้ความพึงพอใจของเขาดีขึ้น หรืออยู่ในระดับสูง

สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง (2542: 278-279) กล่าวว่า

1. ความพึงพอใจเป็นผลรวมของความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับระดับความชอบหรือไม่ชอบต่อสภาพต่าง ๆ

2. ความพึงพอใจเป็นผลของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่าง ๆ

3. ความพึงพอใจในการทำงานเป็นผลมาจากการปฏิบัติงานที่ดี และสำเร็จจนเกิดเป็นความภูมิใจ และได้ผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ ตามที่หวังไว้

กิลเมอร์ (Gilmer 1966: 80) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจในการทำงานเป็นทัศนคติของบุคคล ที่มีต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตโดยทั่วไปที่ได้รับมา

ไพรัช และมุลเลอร์ (Price; & Muller, 1986: 215) ให้ทัศนะว่าความพึงพอใจในงานคือระดับของความรู้สึกในทางบวกหรือในทางที่ดีของพนักงานหรือลูกจ้างต่องาน จากความคิดเห็นของนักวิชาการ ได้กล่าวถึงสิ่งที่สร้างความพึงพอใจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจจะทำให้บุคคลเกิดความสุขใจหรือสนองความต้องการทำให้เกิดความสุขเป็นผลดีต่อการปฏิบัติงาน

4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

สมพงศ์ เกษมสิน (2518: 298 อ้างอิงมาจาก นริษา นราศรี 2544: 28) บุคคลจะเกิดความพึงพอใจได้นั้น จะต้องมีการงูใจ ได้กล่าวถึงการงูใจว่า “ การงูใจเป็น การชักงูให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม โดยมีมูลเหตุความต้องการ 2 ประการ คือ ความต้องการทางร่างกายและความต้องการทางจิตใจ ”

นฤมล มีชัย (2535: 15) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานตามภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบนั้น ๆ ด้วยใจรัก มีความกระตือรือร้นในการทำงานพยายามตั้งใจทำงานให้บรรลุเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพสูงสุด มีความสุขกับงาน ที่ทำและมีความพอใจ เมื่องานนั้นได้ผลประโยชน์ตอบแทน

จรรยา ทองถาวร (2536: 222-24 อ้างอิงจาก นริษา นราศรี 2544: 28) ได้กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ โดยได้สรุปเนื้อหาความมาจากแนวคิดของมาสโลว์ (Maslow) สรุปได้ว่าความต้องการพื้นฐานของมนุษย์แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย เป็นความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค

2. ความต้องการมั่นคงและปลอดภัย ได้แก่ ความต้องการมีความเป็นอยู่อย่างมั่นคงมีความปลอดภัยในร่างกายและทรัพย์สิน มีความมั่นคงในการทำงาน และมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคงในสังคม

3. ความต้องการทางสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง ได้แก่ ความภูมิใจ การได้รับความยกย่องจากบุคคลอื่น

5. ความต้องการความสำเร็จแห่งตน เป็นความต้องการระดับสูงสุด เป็นความต้องการระดับสูง เป็นความต้องการที่อยากจะให้เกิดความสำเร็จทุกอย่างตามความคิดของตน

สไตรส์ และเซเลย์ (Strauss; & Sayles, 1960: 119-121) กล่าวว่า ความรู้สึกพอใจในงานที่ทำ และเต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร คนที่จะพอใจในงานที่ทำเมื่องานนั้นให้ผลประโยชน์ตอบแทนด้านวัตถุและจิตใจ ซึ่งสามารถสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของเขาได้

ไวแมน (Wolman, 1973: 95) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจคือความรู้สึกมีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ต้องการ หรือ แรงจูงใจ

4.3 การวัดความพึงพอใจ

หทัยรัตน์ ประทุมสูตร (2542: 14) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจ เป็นเรื่องที่เปรียบเทียบได้กับความเข้าใจทั่ว ๆ ไป ซึ่งปกติจะวัดได้โดยการสอบถามจากบุคคลที่ต้องการจะถาม มีเครื่องมือที่ต้องการจะใช้ในการวิจัยหลาย ๆ อย่าง อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะมีการวัดอยู่หลายแนวทางแต่การศึกษาความพึงพอใจอาจแยกตามแนวทางวัด ได้สองแนวความคิดตามความคิดเห็นของ ชาลีชนิกค์ คริสเทนส์ กล่าวคือ

1. วัดจากสภาพทั้งหมดของแต่ละบุคคล เช่น ที่ทำงาน ที่บ้านและทุก ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับชีวิต การศึกษาตามแนวทางนี้จะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ แต่ทำให้เกิดความยุ่งยากกับการที่จะวัดและเปรียบเทียบ

2. วัดได้โดยแยกออกเป็นองค์ประกอบ เช่น องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงาน การนิเทศงานเกี่ยวกับนายจ้าง

5. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาพยนตร์

5.1 ความหมายของภาพยนตร์

ภาพยนตร์ คือ เป็นกระบวนการบันทึกภาพด้วยฟิล์ม แล้วนำออกฉายในลักษณะที่แสดงให้เห็นภาพเคลื่อนไหว (motion pictures) ภาพที่ปรากฏบนฟิล์มภาพยนตร์หลังจากผ่านกระบวนการถ่ายทำแล้วเป็นเพียงภาพนิ่ง จำนวนมาก ที่มีอิริยาบถหรือแสดงอาการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปทีละน้อยต่อเนื่องกัน เป็นช่วงๆ ตามเรื่องราวที่ได้รับการถ่ายทำและตัดต่อมา ซึ่งอาจเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นการแสดงให้เหมือนจริง หรืออาจเป็นการแสดงและสร้างภาพจากจินตนาการของผู้สร้างก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นชนิดฟิล์มเนกาทีฟ (negative) หรือฟิล์มโพซิทีฟ (positive) ซึ่งได้ถูกถ่าย

อัด หรือกระทำด้วยวิธีใด ๆ ให้ปรากฏรูปหรือเสียงหรือทั้งรูปและเสียง เป็นเรื่องหรือเหตุการณ์ หรือข้อความอันจักถ่ายทอดรูปหรือเสียง หรือทั้งรูปและเสียงได้ด้วยเครื่องฉายภาพยนตร์หรือเครื่องอย่างอื่น ทำนองเดียวกัน และหมายความตลอดถึงฟิล์มซึ่งได้ถูกถ่ายอัด หรือทำด้วยวิธีใด ๆ ให้ปรากฏสี เพื่ออัดลงในฟิล์มชนิดดังกล่าว เป็นสาขาที่สร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะในรูปของภาพเคลื่อนไหว และเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบันเทิง

5.2 เทคโนโลยีภาพยนตร์

ภาพยนตร์ คือ ภาพนิ่ง หลาย ๆ ภาพเรียงติดต่อกันอย่างต่อเนื่อง ใช้หลักการที่เรียกว่า การเห็นภาพติดตา (persistence of vision) และเมื่อนำเอาภาพนิ่งเหล่านั้นมาฉายดูที่ละภาพด้วยอัตราความเร็วในการฉายต่อ ภาพเท่า ๆ กัน สายตามนุษย์จะยังคงรักษาภาพไว้ที่เรตินาเป็นช่วงระยะเวลาสั้นๆ ประมาณ 1 ส่วน 3 วินาที ถ้าหากภายในระยะเวลาดังกล่าวมีอีกภาพแทรกเข้ามาแทนที่ สมอของคนที่ทำการเชื่อมโยงสองภาพเข้าด้วยกัน และจะทำให้หน้าที่ดังกล่าวต่อไปเรื่อยๆ หากมีภาพต่อไปปรากฏในเวลาใกล้เคียงกัน ในกรณีที่ภาพแต่ละภาพที่มองเห็น เป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องในลักษณะของการเคลื่อนไหว เมื่อนำมาเรียงต่อกันในระยะเวลาระยะสั้นๆ ภาพนิ่งเหล่านั้นจะกลายเป็นภาพเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่องกันเป็นธรรมชาติ ปัจจุบัน ความเร็วที่ใช้ในการถ่ายทำคือ 24 เฟรม ต่อ 1 วินาที

5.3 ประวัติของภาพยนตร์

ผู้ที่คิดประดิษฐ์ ต้นแบบของภาพยนตร์ขึ้นคือ โทมัส แอลวา เอดิสัน (Thomas Alva Edison) และผู้ร่วมงานของเขาชื่อ วิลเลียม เคนเนดี้ ดิกสัน (William Kenady Dickson) เมื่อ พ.ศ. 2432 ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 5 เรียกชื่อว่า "คิเนโตสโคป" (Kinetoscope) มีลักษณะเป็นตู้สูงประมาณ 4 ฟุต มักเรียกชื่อว่า "ถ้ำมอง" มีลักษณะการดูผ่านช่องเล็กๆ ดูได้ที่ละคน ภายในมีฟิล์มภาพยนตร์ซึ่งถ่ายด้วยกล้องคิเนโตกราฟ (Kinetograph) ที่เอดิสันประดิษฐ์ขึ้นเอง ฟิล์มยาวประมาณ 50 ฟุต วางพาดไปมา เคลื่อนที่เป็นวงรอบ ผ่านช่องที่มีแว่นขยายกับหลอดไฟฟ้าด้วยความเร็ว 48 ภาพต่อวินาที ต่อมาลดลงเหลือ 16 ภาพต่อวินาที

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นคนไทยพระองค์แรกที่ได้ชมภาพยนตร์แบบนี้ที่ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีผู้นำมาถวายให้ทอดพระเนตรเมื่อคราวเสด็จประพาสสิงคโปร์และชวา ในปี พ.ศ. 2439

ต่อมาพี่น้องตระกูลลูมิแอร์ (Lumiere) ชาวฝรั่งเศสได้ พัฒนาภาพยนตร์ถ้ำมองของเอดิสันให้สามารถฉายขึ้นจอขนาดใหญ่ และดูได้พร้อมกันหลายคน เรียกเครื่องฉายภาพยนตร์แบบนี้ว่า แบบ "ซีเนมาโตกราฟ" (Cinematograph) ซึ่งถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2438

ต่อมาได้นำออกมาฉายตามเมืองใหญ่ๆ ทั่วโลกตั้งแต่ พ.ศ. 2439 เป็นต้นมา ซึ่งคำว่า "ซีเนมา" (Cinema) ได้ใช้เรียกเกี่ยวกับภาพยนตร์มาถึงปัจจุบัน

ภาพยนตร์ที่สามารถฉายภาพให้ปรากฏบนจอขนาดใหญ่ ได้พัฒนาสมบูรณ์ขึ้นในอเมริกาในปี พ.ศ. 2438 โดยความร่วมมือระหว่างโทมัส อาร์มาท (Thomas Armat) ซีฟรานซิส เจนกินส์ (C. Francis Jenkins) และเอ็ดสัน เรียกเครื่องฉายภาพยนตร์ชนิดนี้ว่า ไบโอบีโกราฟ (Biograph) ในเวลาต่อมาหลังจากนั้นภาพยนตร์ได้แพร่หลายไปในประเทศต่างๆ ทั่วโลก เกิดอุตสาหกรรมการผลิตจำหน่ายและบริการฉายภาพยนตร์ขนาดใหญ่หลายแห่ง ทั้งในอังกฤษ ฝรั่งเศสและอเมริกา ภาพยนตร์ได้กลายเป็นสื่อถ่ายทอดเหตุการณ์ ศิลปะการบันเทิงและวรรณกรรมต่างๆ ที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางตลอดมา พ.ศ. 2440 พระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 เสด็จประพาสประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรป ซึ่งในครั้งนั้นได้มีช่างภาพของบริษัทลูมิแอร์ ประเทศฝรั่งเศส บันทึกภาพยนตร์การเสด็จถึงกรุงเบอร์ลินของพระเจ้ากรุงสยามไว้ 1 ม้วน ใช้เวลาประมาณ 1 นาที นับว่าเป็นการถ่ายภาพยนตร์ม้วนแรกของโลกที่บันทึกเกี่ยวกับชนชาติไทย

ภาพยนตร์ในปัจจุบันมีการเผยแพร่อยู่ 4 ทางคือ ฉายตามโรงภาพยนตร์ ภาพยนตร์กลางแปลง และภาพยนตร์เร่ ถ่ายทอดลงแผ่น vcd และ dvd เผยแพร่ทางโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต

6. ประวัติและภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน

6.1 ประวัติภาพยนตร์ไทยยุคแรก

ชาวสยามได้รู้จักและชื่นชมซีเนมาโตกราฟ ประดิษฐ์กรรมภาพยนตร์ของตระกูลลูมิแอร์แห่งฝรั่งเศส โดยนักฉายภาพยนตร์เร่คนหนึ่ง นาม เอส. จี. มาร์คอฟสกี เข้ามาจัดฉายเก็บค่าดูจากสาธารณชนเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2440 ณ โรงละครหม่อมเจ้าอลังการ กรุงเทพฯ ชาวสยามเรียกมหรสพนี้ว่า หนังฝรั่ง เป็นมหรสพฉายแสงเล่นเงาบนจอผ้าขาว ทำนองเดียวกับ หนังใหญ่ หนังตะลุง มหรสพดั้งเดิมที่ชาวสยามรู้จักกันคืออยู่แล้ว ปี พ.ศ. 2447 คณะฉายภาพยนตร์แบบหนังเร่ชาวญี่ปุ่นนำหนังเข้ามาฉาย โดยเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเหตุการณ์การสู้รบระหว่าง ญี่ปุ่นกับรัสเซีย เมื่อเห็นว่าการฉายหนังครั้งแรกได้ผลดี จึงกลับมาฉายหนังเร่ในเมืองไทยอีกครั้ง และครั้งนี้ได้สร้างโรงภาพยนตร์ชั่วคราวขึ้น จนในที่สุดตั้งโรงฉายหนังฝรั่งเป็นโรงถาวรรายแรกของสยาม เปิดฉายหนังประจำ บริเวณหลังวัดตึก ถนนเจริญกรุง ชาวสยามจึงได้ดูหนังฝรั่งกันทุกคืน จึงค่อย ๆ เปลี่ยนมาเรียกมหรสพชนิดนี้ว่า หนังญี่ปุ่น แทนคำว่าหนังฝรั่ง

พ.ศ. 2465 ในสมัยรัชกาลที่ 6 ได้มีกลุ่มนักสร้างภาพยนตร์ชาวอเมริกันจากบริษัทยูนิเวอร์ซัล ได้มาถ่ายภาพยนตร์ในประเทศไทยเรื่อง นางสาวสุวรรณ โดยได้รับความช่วยเหลือ จากกรมมหรสพหลวงและกรมรถไฟหลวง โดยใช้นักแสดงไทยทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นภาพยนตร์เรื่องแรกของเมืองไทย โดยมีนายเสนีย์ แมกเรย์ กำกับการแสดง นายเคล คลองสัน ถ่ายภาพ นำแสดงโดย ขุนรามภรตศาสตร์

นางสาวเสียม นาวีเสียม และหลวงภคกรรมโกศล ซึ่งถือได้ว่าทั้งสามได้เล่นเป็นพระเอก นางเอกและผู้ร้าย คนแรกของเมืองไทย ภาพยนตร์เรื่อง นางสาวสุวรรณ ออกฉายในกรุงสยามเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2466 ท่ามกลางความตื่นเต้นของประชาชนต่อมาในปี พ.ศ. 2468 คณะสร้างภาพยนตร์จากฮอลลีวูดอีกคณะ เดินทางเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง "ช้าง" โดยใช้ผู้แสดงเป็นชาวสยามทั้งหมดเช่นกัน ในเวลาที่ภาพยนตร์เรื่อง ช้าง ออกฉายในประเทศสยามนั้น คนไทยได้สร้างหนังสือบันเทิงและนำออกฉายแล้วหลายเรื่อง ผู้คนจึงไม่ค่อยตื่นเต้นกับภาพยนตร์เรื่อง ช้าง กันมากเท่าที่ควร

6.2 ประวัติภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน

เมื่อเริ่มต้นทศวรรษใหม่ในปีพ.ศ. 2540 ก็มีปรากฏการณ์ที่สร้างความตื่นตัวให้แก่วงการหนังไทยอีกครั้ง นั่นคือความสำเร็จชนิดทำลายสถิติหนังไทยทุกเรื่อง ด้วยรายได้มากกว่า 70 ล้านบาทจากหนังของไทยเ็นเตอร์เทนเมนต์ เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2548 ทางด้านการทำรายได้มีการสร้างสถิติอย่างต่อเนื่อง ภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดตลอดกาล 20 อันดับแรกล้วนอยู่ในช่วง ปี 2540 – 2548 มีภาพยนตร์ไทย 9 เรื่องสามารถทำรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท โดยภาพยนตร์เรื่อง สุริโยไท (2544) รายได้ภายในประเทศกว่า 700 ล้านบาท เป็นภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุด นางนาก ที่ออกฉายต้นปี 2542 กวาดรายได้ไปถึง 150 ล้านบาท บางระจัน ของ ธนิตย์ จิตนุกูล กวาดรายได้ 150.4 ล้าน มือปืน/โลก/พระ/จัน ของผู้กำกับฯ ยุทธเลิศ สิปปภาค 120 ล้าน และ สตรีเหล็ก ของ ยงยุทธ ทองกองทุน 99 ล้าน ในปี 2544 ถือเป็นปีทองที่น่าจดจำของวงการภาพยนตร์ไทย

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกำลังเข้าไปสู่ยุคการแข่งขันที่รุนแรงอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน นั่นเป็นเพราะกระแสโลกที่เป็นตัวกำหนดรสนิยมของการดูภาพยนตร์ของคนไทยเริ่ม เปลี่ยนไป พร้อม ๆ กับการเข้ามาของกลุ่มผู้กำกับฯ คลื่นลูกใหม่ ที่มีศิลปะในการจัดการทางด้านธุรกิจ การใช้สื่อโฆษณาทุกรูปแบบกระตุ้นผู้บริโภค

แนวภาพยนตร์ มีทั้งแนวอิงประวัติศาสตร์ ภาพยนตร์ตลก ภาพยนตร์สยองขวัญ ภาพยนตร์ที่สร้างให้เกิดกระแสสังคม ภาพยนตร์ที่สะท้อนอุดมคติของความเป็นไทย ภายหลังการล่มสลายทางเศรษฐกิจ ผู้คนเริ่มหันกลับมาค้นหาคุณค่าของความเป็นไทยด้วยความรู้สึกาตินิยมจึงถูก ปลุกขึ้นมาในช่วงนี้

นอกจากนี้ ภาพยนตร์ไทยยังได้รับการยอมรับในต่างประเทศ ภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้ง หรือ The Protector ถือเป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกในประวัติศาสตร์ที่สามารถขึ้นไปอยู่บนตารางบ็อกซ์ออฟฟิศ ภาพยนตร์ไทยหลายเรื่องได้ติดตลาดต่างประเทศ อย่างภาพยนตร์เรื่อง โกลดลับ, สุริโยไท, จัน ดารา, บางระจัน, ขวัญเรียม, นางนาก, สตรีเหล็ก, ฟ้าทะลายโจร, บางกอกแดนเจอร์ส และ 14 ตุลาฯ และมี ภาพยนตร์ไทยหลายเรื่องที่เป็นที่ยอมรับในเทศกาลภาพยนตร์อย่าง บางกอกแดนเจอร์ส (2543) ไป

เปิดตัวในงานเทศกาลหนังที่โทรอนโต หรือ เรื่องรักน้อยนิคมหาศาล ของเป็นเอก รัตนเรือง และในปี 2550 ภาพยนตร์ในรูปแบบชายรักชายเรื่อง เพื่อน...กูรักมึงวะ โดยผู้กำกับ พจน์ อานนท์ คว่ำรางวัล ภาพยนตร์ยอดเยี่ยม จากการประกวดในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่ประเทศเบลเยียมมาได้

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้รวบรวมผลงานวิจัย เพื่อนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษา ดังต่อไปนี้

ยุทธฉัย ชำรงรัตน์ (2551: 165-166) ได้วิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของวัยรุ่นของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของวัยรุ่นของผู้ชมโดยรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ รายชื่อการสอดแทรกมุกตลกในภาพยนตร์ เป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ รายชื่อที่ว่าความ น่าสนใจในบท และเนื้อหาของภาพยนตร์ รายชื่อที่ว่าความสามารถของนักแสดงและผู้กำกับการแสดง รายชื่อที่ว่าความน่าสนใจของนักแสดง และการส่งเสริมการตลาด รายชื่อที่ว่าความต่อเนื่องของนักแสดง และเทคนิคในการสร้าง รายชื่อที่ว่าความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต รายชื่อที่ว่าความ พึงพอใจที่มีต่อสื่อต่างๆ ของภาพยนตร์เช่นโปสเตอร์หรือแผ่นปิดหนัง รายชื่อที่ว่าความสะดักสะบายน และช่องทางในการเลือกชม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ และรายชื่อที่ว่าความพึงพอใจ ด้านราคาของเข้าชม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ ดังนั้นเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ผลการผลิตภาพยนตร์ไทยควรจะทำโฆษณา ถึงขีดความสามารถในการนำเสนอผลงานเพื่อให้เกิด ความพึงพอใจและถ้าผลงานการผลิตภาพยนตร์ไทยสูงกว่าความคาดหวังมาก ถูกคำก็จะเกิดความ พึงพอใจอย่างมาก โดยสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจาก ความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดของยุทธฉัย ชำรงรัตน์ (2551:165-166) โดยใช้ทัศนคติทั้ง 7 ด้าน อัน ประกอบไปด้วย ด้านความรู้สึก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ ด้านดารานักแสดง ด้านสถานที่เลือกชม โปรโมชันของภาพยนตร์ และ บริษัทที่สร้างภาพยนตร์ มีผลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

กิตติกานต์ ภูมิสวัสดิ์ (2529: 95-97) ได้วิจัยเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยปิดในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพยนตร์ไทย” พบว่า นักศึกษาชายจะนิยมชมภาพยนตร์ สงครามและภาพยนตร์บู๊ตุดี๊ด ในขณะที่นักศึกษาหญิงจะนิยมชมภาพยนตร์ชีวิต และสิ่งที่เป็นเหตุผล ทำให้นักศึกษาตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ เป็นปัจจัยรองลงมาคือฉากหรือสถานที่ถ่ายทำ ดารานำแสดง

จะต้องมีบุคลิก รูปร่าง หน้าตาดีเป็นสำคัญ ผู้กำกับการแสดงต้องมีลักษณะที่ตนพอใจหรือเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง

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

จิรบุญ ทัศนบรรจง (2533) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเชิงวิเคราะห์ ลักษณะของภาพยนตร์ไทย ยอดนิยมประเภทวัยรุ่น” พบว่า รูปแบบของภาพยนตร์ประเภทวัยรุ่นนั้น โครงเรื่องส่วนใหญ่แสดงถึงวิถีชีวิต ของ นักเรียน นักศึกษา ซึ่งล้วนเป็นเรื่องใกล้ตัววัยรุ่นทั้งสิ้น ส่วนในด้านเนื้อหานั้น แนวความคิดสำคัญที่ปรากฏในภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะเป็นแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันระหว่างเพื่อนต่อเพื่อน ความเสียสละและความเอื้ออาทรต่อกันและยังสะท้อนให้เห็นถึงบริบททางสังคมในแง่มุมที่แตกต่างกันออกไป ส่วนจุดมุ่งหมายของการสร้างภาพยนตร์ของผู้ผลิตนั้นก็เพื่อนความบันเทิงของผู้ชม โดยจะสอดแทรกสาระหรือทัศนคติของผู้ผลิตลงไปด้วย

ปริยดา จิตติรัตนาร (2539) ได้วิจัยศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ (ฮอลลีวูด) ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าเครื่องมือสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมมากที่สุดคือ ภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์ และนิสิตนักศึกษาจะพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบภาพยนตร์ประกอบการตัดสินใจด้วย โดยเนื้อหาของภาพยนตร์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์มากที่สุด รองลงมาคือ เทคนิคการถ่ายทำ ดารานำแสดง เสียงในฟิล์ม บทประพันธ์ เพลงประกอบ ผู้กำกับการแสดง สำหรับลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะเลือกชมภาพยนตร์ในประเภทที่แตกต่างกัน โดยนิสิตนักศึกษาชายชอบภาพยนตร์แนวแอคชั่นมากที่สุด รองลงมาได้แก่ รักโรแมนติก ตลกขบขัน สงคราม หรือวิทยาศาสตร์ แฟนตาซี สยองขวัญ ชีวิตเศร้าโศก ในขณะที่นักศึกษาหญิงชอบชมภาพยนตร์อเมริกัน ฮอลลีวูดประเภทแอคชั่นมากที่สุด รองลงมาได้แก่รักโรแมนติก ตลกขบขัน สยองขวัญ แฟนตาซี หรือวิทยาศาสตร์ชีวิต เศร้าโศก

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกในเขต กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิด และ ทฤษฎีทางด้านประชากรศาสตร์ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 41) และพรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2529: 312-316) รวมไปถึง พีระ จิระโสภณ (2539: 645-646; อ้างอิงจาก Defleur. 1996) ได้วิจัยศึกษาเรื่องทฤษฎีด้านความแตกต่างระหว่างบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ รายได้ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหา คำตอบ ว่าด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันนั้น มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

นอกจากนั้นแนวความคิด และ ทฤษฎี ทางด้านแนวโน้มพฤติกรรม แนวความคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ เป็นการนำทฤษฎีมาประยุกต์ เพื่อทำการศึกษาดังปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการที่จะตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ ในการวางแผนเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของ Philips Kotler (2001) ซึ่งจะทำให้สามารถตอบคำถามที่ได้ตั้งไว้ 6 ข้อ อันประกอบด้วย ต้องการเลือกซื้อ(ชม)อะไร ทำไมจึงซื้อ(ชม) ซื้อ(ชม)เมื่อไร ซื้อ(ชม)ที่ไหน ซื้อ(ชม)กับใคร และซื้อ(ชม)บ่อยแค่ไหน จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ผู้วิจัยจึงต้องทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคนั่นเอง

รวมไปถึงยุทธฉินัย ชำรงรัตน์ (2551: 165-166) ได้วิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ทักษะคิดทั้ง 7 ด้าน อันประกอบไปด้วย ด้านความรู้สึกรู้จัก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ ด้านดารานักแสดง ด้านสถานที่เลือกชม โปรโมชั่นของภาพยนตร์ และ บริษัทที่สร้างภาพยนตร์ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยทั้งหมดข้างต้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดชื่อเรื่อง กรอบแนวความคิด การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยนอกจากนั้นผู้วิจัยได้นำงานวิจัยและทฤษฎีที่กล่าวมา มาใช้ประกอบการเรียบเรียงความภูมิหลังและนำตัวอย่างแบบสอบถามของงานวิจัยเหล่านั้นมาเป็นแนวทางประกอบการสร้างเครื่องมือ แบบสอบถาม ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการนำไปวิเคราะห์ ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

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

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง ที่เลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ซึ่งไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง ที่เลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้สูตรคำนวณของ กัลยา วาณิชย์บัญชา (การวิเคราะห์สถิติ 2546:74) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% โดยความผิดพลาดไม่เกิน 5% มีสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

แทนค่า

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งมีค่า 1.96

e = ค่าความคลาดเคลื่อนกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5%
ดังนั้น $e = 0.05$

p = ค่าประมาณเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวัง

q = $(1-p)$

แทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

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

$$= 384.16$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไว้ที่ 385 คน โดยสำรวจไว้ 15 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 กลุ่ม โดยการเลือกสถานที่ที่เป็นโรงพยาบาลหรือใหญ่ๆ ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

1. กลุ่มเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ จำนวน 16 แห่ง ได้แก่ รัชโยธิน สุขุมวิท พารากอน ปิ่นเกล้า รังสิต พระราม2 พระราม3 บางนา รามคำแหง เอสพลานาด เพชรเกษม เสรีเชนเตอร์ สำโรง ศรีนคริน บางกะปิ แฟชั่น
2. กลุ่มอีจี้ จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ เมโทร โพลิส บางแค ซีคอน ลาดพร้าว ปิ่นเกล้า รังสิต แกรนด์อีจี้ อ้อมใหญ่
3. กลุ่มเอสเอฟซีนีมา จำนวน 11 แห่ง ได้แก่ มาบุญครอง ลาดพร้าว แจ้งวัฒนะ รามอินทรา บางกะปิ จามวงศ์วาน centralworld รัตนาธิเบศ emporium บางแค ท่าพระ
4. กลุ่มเมเจอร์ฮอลลีวูด จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ แจ้งวัฒนะ สุขสวัสดิ์ รามคำแหง
5. กลุ่มเซ็นจูรี่ จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Rando Sampling) ด้วยวิธีจับสลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ดังกล่าวข้างต้น โดยสุ่มจับสลากกลุ่มละ 1 แห่ง ได้จำนวน 5 แห่ง ดังนี้ เมเจอร์ รัชโยธิน อีจี้ปิ่นเกล้า เอสเอฟมาบุญครอง เมเจอร์ฮอลลีวูดรามคำแหง เซ็นจูรี่อนุสาวรีย์ชัย

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างจากแต่ละแห่งตามขั้นตอนที่ 1 กลุ่มละ 80 ชุด เท่าๆกัน จึงจะเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีเลือกแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนครบ 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionare) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 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 เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- 1. ชาย
- 2. หญิง

ข้อที่ 2 อายุ เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ช่วงอายุ = $\frac{70 - 10}{6} = 10$ (อุคม เนตรรัตนกุล 2551: 36)

- 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20
- 2. 21 – 30 ปี
- 3. 31 – 40 ปี
- 4. 41 – 50 ปี
- 5. 51 – 60 ปี
- 6. 61ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

- 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2. ปริญญาตรี
- 3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 อาชีพ ใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal Scale)

- 1. นักศึกษา
- 2. พนักงานบริษัทเอกชน
- 3. ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
- 4. เจ้าของกิจการ
- 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 5 สถานภาพ ใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal Scale)

- 1. โสด
- 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน
- 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ข้อที่ 6 รายได้ต่อเดือน ใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยการ

กำหนดช่วงรายได้ (วิเชียร เกตุสิงห์ 2538: 8-11) คำนวณดังนี้

ความกว้างของอันตรภาคชั้น =
$$\frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$
$$= \frac{30,000 - 5,000}{5} = 5,000 \text{ (อุดม เนตรรัตนากุล 2551:37)}$$

- 1. 10,000 – 20,000 บาท
- 2. 20,001 – 30,000 บาท
- 3. 30,001 – 40,000 บาท
- 4. 40,001 – 50,000 บาท
- 5. 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำนวน 31 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง เห็นด้วย
3	หมายถึง ไม่แน่ใจ
2	หมายถึง ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค. 2537:29)

$$\begin{aligned} I = \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากสูตรข้างต้นสามารถสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

- 4.21 – 5.00 หมายถึง มีทัศนคติระดับดีมาก
- 3.41 – 4.20 หมายถึง มีทัศนคติระดับดี
- 2.60 – 3.40 หมายถึง มีทัศนคติระดับปานกลาง
- 1.81 – 2.60 หมายถึง มีทัศนคติระดับไม่ดี
- 1.00 – 1.80 หมายถึง มีทัศนคติระดับไม่ดีย่างมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 3 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Ration Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค(Interval Scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนดังนี้

- 5 หมายถึงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก
- 4 หมายถึงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ
- 3 หมายถึงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ
- 2 หมายถึงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจ
- 1 หมายถึงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจอย่างมาก

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณา ระดับความถี่ โดยมีวิธีคำนวณหาความกว้างของอันตรภาค (Class Interval: I) (มัลลิกา บุญนาค2537: 29) ดังนี้

I = ความกว้างของอันตรภาคชั้น

=

(ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด – ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด (

จำนวนชั้น

=

5 – 1

5

=

0.8

เกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ
2.60 – 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจ
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจอย่างมาก

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมี 8 ข้อประกอบด้วย ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 2 ข้อ (ข้อ1)และลักษณะคำถามแบบ ปลายปิด (Close-ended question) มีหลายตัวเลือกให้ตอบ (Multiple choices question) จำนวน 6 ข้อ (ข้อ3-8) มีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 สัดส่วนร้อยละของการชมภาพยนตร์ไทยตลก (ร้อยละ) เป็นระดับการวัดข้อมูล ประเภทอัตราส่วน(Ratio scale)

ข้อที่ 2 ความถี่ในการชม (ครั้ง / 3เดือน) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)

ข้อที่ 3 ช่วงเวลาที่ชมเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 วันที่ชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 สถานที่ชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 ผู้ร่วมชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 7 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 8 เหตุผลหรือแรงจูงใจที่ท่านเลือกชม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ สอบถามผู้เชี่ยวชาญ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามซึ่งเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก และ ภาพยนตร์ต่างชาติแนวตลก โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และ เสนอแนะเพื่อนำมาแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขในข้อ 3 เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา
5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาดูอีกครั้งก่อนนำไปทดลองใช้ (Try out)
6. นำแบบสอบที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือ โดยทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา α -Coefficient ของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์ ปัญญา. 2546) ผลลัพธ์ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีระดับความเชื่อมั่นสูง ได้ค่าความเชื่อมั่นดังต่อไปนี้

แบบสอบถามในส่วนที่ 2 ทศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ด้านสถานที่เลือกชม โปรโมชันของภาพยนตร์ และบริษัทผู้ผลิต มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.914

ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก	0.809
ด้านเนื้อหาของเรื่อง	0.815
ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก	0.818
ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก	0.910
สถานที่เลือกชม	0.760
โปรโมชันของภาพยนตร์	0.703
บริษัทผู้ผลิต	0.928

แบบสอบถามในส่วนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.893

สำหรับค่าความเชื่อมั่นโดยรวมของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.907

7. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาแนวโน้มพฤติกรรม การซื้อของผู้ชมภาพยนตร์โฆษณาในเขต กรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ชม หรือเคยชมภาพยนตร์ไทยและต่างชาติแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยในอดีตการ รวบรวมจากเอกสารวิชาการต่างๆ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องที่เชื่อถือได้

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำข้อมูล

1.1 หลังจากเก็บข้อมูลแล้วนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

1.2 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรม SPSS For Windows (Statistical Package for Social Science) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงอนุมานตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้สถิติ ดังนี้

1.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และ ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยและต่างชาติแนวตลก

1.1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการชม ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชม (ข้อ 1) ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการชม และส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยและต่างชาติแนวตลก ของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานคร

1.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการชม ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชม (ข้อ 1) ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการชมและ ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยและต่างชาติแนวตลกของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้สถิติดังนี้

2.2.1 ใช้สถิติสถิติวิเคราะห์ค่าที (t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ด้านเพศ

2.2.2 การวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน)

2.2.3 การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆมีสูตรดังนี้

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

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2545: 36)

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

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

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 38)

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

เมื่อ S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2549: 35)

$$Cronbach's \alpha = \frac{k \overline{covariance} / \overline{variance}}{1 + (k-1) \overline{covariance} / \overline{variance}}$$

เมื่อ α แทน ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

k แทน จำนวนคำถาม

$\overline{covariance}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถาม

$\overline{variance}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ประกอบด้วย

3.1 สถิติ Independent t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2549: 108) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้านเพศและสถานภาพ

ในการทดสอบ t-test หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่ม ให้

ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances not assumed โดยจะทำการทดสอบค่าแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene test

3.1.1 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($S_1^2 = S_2^2$)

$$t = \frac{\overline{X_1} - \overline{X_2}}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ	$\overline{X_i}$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ i ; i = 1, 2
	S_p	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม
	n_i	แทน	ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ i
	S_i^2	แทน	ค่าแปรปรวนของตัวอย่างกลุ่มที่ i ; i = 1, 2

3.1.2 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$)

$$t = \frac{\overline{X_1} - \overline{X_2}}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ = V

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

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\overline{X_1}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\overline{X_2}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	V	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance)

แบบการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 293) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3.2.1 ใช้ค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน อ้างอิงจาก (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 293) มีสูตรดังนี้

ตาราง 1 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 (Mean Square between groups)
	$MS_{(W)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within groups)

3.2.2 ใช้ค่า Brown-Forsythe (β) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน (Hartung, 2001: 300) มีสูตรดังนี้

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

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

เมื่อ	β	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

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Dunnett's T3 (วิเชียร เกศสิงห์, 2543: 116) มีสูตรดังนี้

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

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

3.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544: 311-312) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน มีสูตรดังนี้

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ

r	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$\sum X$	แทน	ผลรวมคะแนน X
$\sum Y$	แทน	ผลรวมคะแนน Y
$\sum X^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างคะแนนชุด X และชุด Y
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

- โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ความหมายของค่า r (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544: 437) คือ
- ค่า r เป็น (-) แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
 - ค่า r เป็น (+) แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย
 - ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
 - ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
 - ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
 - r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย และมีค่าระดับความสัมพันธ์ของค่าสหสัมพันธ์

การอ่านความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ : r (กลยา วณิชย์บัญชา. 2544: 437)

0.01 – 0.20	มีความสัมพันธ์ต่ำ
0.21 – 0.40	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง
0.81 – 1.00	มีความสัมพันธ์สูง



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอ
นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และเสนอผลการวิจารณ์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการศึกษาค้างนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size)
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
F-Prop. ,p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญในสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
H ₀	แทน	สมมุติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมุติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for Social Science) ซึ่งในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และดำเนินการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 2 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	161	40.25
หญิง	239	59.75
รวม	400	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4	1.00
21 – 30 ปี	248	62.00
31 – 40 ปี	113	23.0
41 – 50 ปี	28	7.00
51 – 60 ปี	7	1.75
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	6.25
ปริญญาตรี	252	63.00
สูงกว่าปริญญาตรี	123	30.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	48	12.00
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	5.75
พนักงานบริษัทเอกชน	292	73.00
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	37	9.25
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	290	72.50
สมรส / อยู่ด้วยกัน	98	24.50
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	12	3.00
รวม	400	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	23	5.75
10,001 – 15,000 บาท	26	6.50
15,001 – 20,000 บาท	61	15.25
20,001 – 25,000 บาท	71	17.75
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	219	54.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 และ เพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคืออายุ 31 – 40 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 23 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี จำนวน 252 คน คิดเป็น ร้อยละ 63.00 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.75 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมาคือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โสด จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมา สมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็น ร้อยละ 22.0 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และรายได้10,001 – 15,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

เนื่องจากมีบางอันตรภาคชั้นของอายุและสถานภาพ มีความถี่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการจัดกลุ่มใหม่ เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตาม อายุ สถานภาพ และ รายได้ต่อเดือน รวมชั้นใหม่

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	252	63.00
31 – 40 ปี	113	28.25
41 ปีขึ้นไป	35	8.75
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	290	72.50
สมรส / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	110	24.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 31 ปี จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาคืออายุ 31 – 40 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 อายุ 41ปีขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โสด จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 สมรส / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

ตาราง 4 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน	4.25	0.766	ดีมาก
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อน ลดความเครียด	4.24	0.732	ดีมาก
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก	3.72	0.961	ดี
รวม	4.07	0.626	ดี

จากตาราง 4 พบว่า ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี มีคะแนนเฉลี่ย 4.07 เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน มีคะแนนเฉลี่ย 4.25 เป็นทัศนคติระดับดีมาก รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อน ลดความเครียด มีคะแนนเฉลี่ย 4.24 เป็นทัศนคติระดับดีมาก และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก มีคะแนนเฉลี่ย 3.72 เป็นทัศนคติระดับดี ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

ด้านเนื้อหาของเรื่อง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา	3.57	1.018	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์	3.42	1.061	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี	3.19	1.034	ปานกลาง
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา	3.95	0.838	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ / เรื่องจริง	3.07	1.116	ปานกลาง
รวม	3.44	0.769	ดี

จากตาราง 5 พบว่า ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านเนื้อหา โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.44 เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา มีคะแนนเฉลี่ย 4.00 เป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา มีคะแนนเฉลี่ย 3.57 เป็นทัศนคติ

ระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.42 เป็นทัศนคติ
ระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.19 เป็นทัศนคติระดับปาน
กลาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ / เรื่องจริง มีคะแนนเฉลี่ย 3.07 เป็นทัศนคติ
ระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีชื่อเสียง	3.43	1.099	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ	3.60	0.996	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล	3.37	1.070	ปานกลาง
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ	3.65	1.054	ดี
รวม	3.51	0.940	ดี

จากตาราง 6 พบว่าระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร
ด้านผู้กำกับ โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.51 เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือ
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ มีคะแนนเฉลี่ย 3.65 เป็นทัศนคติระดับดี รองลงมา
คือผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ มีคะแนนเฉลี่ย 3.60 เป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้
กำกับมีชื่อเสียง มีคะแนนเฉลี่ย 3.43 เป็นทัศนคติระดับดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับ
รางวัล มีคะแนนเฉลี่ย 3.37 เป็นทัศนคติระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านดารา
นักแสดงไทยแนวตลก

ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง	3.67	0.897	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ	3.92	0.828	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล	3.49	0.895	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง	3.71	0.918	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดี	3.47	1.045	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม	3.44	0.987	ดี
รวม	3.61	0.699	ดี

จากตาราง 7 พบว่า ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านการ โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.61 เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ มีคะแนนเฉลี่ย 3.92 เป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง มีคะแนนเฉลี่ย 3.71 เป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง มีคะแนนเฉลี่ย 3.67 เป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล มีคะแนนเฉลี่ย 3.49 เป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.47 เป็นทัศนคติระดับดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม มีคะแนนเฉลี่ย 3.44 เป็นทัศนคติระดับดี ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่เลือกชม

สถานที่เลือกชม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง	3.69	1.054	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง	3.72	0.966	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก	3.63	0.975	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ	3.61	1.044	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย	3.42	1.186	ดี
รวม	3.61	0.880	ดี

จากตาราง 8 พบว่า ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.61 เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมหลายช่องทาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.72 เป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.69 เป็นทัศนคติดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมี สิ่งอำนวยความสะดวก มีคะแนนเฉลี่ย 3.63 เป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ มีคะแนนเฉลี่ย 3.61 เป็นทัศนคติระดับดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย มีคะแนนเฉลี่ย 3.42 เป็นทัศนคติระดับดี ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์

โปรโมชันของภาพยนตร์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์	3.31	1.162	ปานกลาง
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์	3.52	1.099	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น	3.19	1.079	ปานกลาง
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล	2.81	1.119	ปานกลาง
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล	3.10	1.149	ปานกลาง
รวม	3.18	0.943	ปานกลาง

จากตาราง 9 พบว่า ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.18 เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคา ค่าชมภาพยนตร์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.52 เป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.31 เป็นทัศนคติระดับปานกลาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น มีคะแนนเฉลี่ย 3.19 เป็นทัศนคติระดับปานกลาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล มีคะแนนเฉลี่ย 3.10 เป็นทัศนคติระดับปานกลาง และ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล มีคะแนนเฉลี่ย 2.81 เป็นทัศนคติระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านบริษัทผู้ผลิต

บริษัทผู้ผลิต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์	3.69	0.904	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนมีความสามารถ	3.50	1.060	ดี
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี	3.45	1.037	ดี
รวม	3.55	0.888	ดี

จากตาราง 10 พบว่า ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านบริษัทผู้ผลิต โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.69

เป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนมีความสามารถ มีคะแนนเฉลี่ย 3.50 เป็นทัศนคติระดับดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.45 เป็นทัศนคติระดับดี ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

ตาราง 11 แสดงข้อมูลด้านความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	3.60	0.823	พอใจ
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	3.28	0.841	เฉยๆ
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	3.24	0.863	เฉยๆ

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอยู่ในระดับพอใจ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอยู่ในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ย 3.28 และความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกอยู่ในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

ตาราง 12 แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร	Minimun	Maximun	$\bar{X}$	S.D.
สัดส่วนร้อยละของการชมภาพยนตร์ไทยตลก (ร้อยละ)	10	80	34.15	20.52
ความถี่ในการชม (ครั้ง / 3เดือน)	0	9	1.86	1.55

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบสอบถามชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีรายละเอียดดังนี้

สัดส่วนร้อยละของการชมภาพยนตร์ไทยตลกต่ำสุดร้อยละ 10 และสูงสุดร้อยละ 80 โดยมี

สัดส่วนร้อยละของการชมภาพยนตร์ไทยตลกเฉลี่ยประมาณร้อยละ 34.15

ความถี่ในการชมต่อ3 เดือนต่ำสุด 0 ครั้งต่อ 3 เดือน และสูงสุด 9 ครั้งต่อ 3 เดือน โดยมีความถี่

ในการชมเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้งต่อ 3 เดือน

ตาราง 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

รวมชั้นใหม่

พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่ชม		
11.00 – 15.00 น.	8	2.0
15.01 – 18.00 น.	102	25.4
18.01 – 21.00 น.	257	64.3
21.01 – 24.00 น.	33	8.3
รวม	400	100.00
วันที่ท่านเลือกชมมากที่สุด		
วันจันทร์	3	0.75
วันอังคาร	2	0.50
วันพุธ	104	26.0
วันพฤหัสบดี	36	9.00
วันศุกร์	41	10.25
วันเสาร์	110	27.5
วันอาทิตย์	94	23.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	9	2.5
รวม	400	100.00

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานที่ชม		
โรงภาพยนตร์	281	70.2
บ้าน	115	28.8
อื่นๆเช่นบ้านเพื่อน	4	1.0
รวม	400	100.00
พฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านเลือกชมภาพยนตร์แนวตลกกับใคร		
ชมคนเดียว	21	5.3
ชมกับเพื่อน	171	42.7
ชมกับแฟน	165	41.3
ชมกับสมาชิกในครอบครัว	43	10.7
รวม	400	100.00
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก		
ตัวท่านเอง	252	63.0
เพื่อน	80	20.0
แฟน	44	11.0
สมาชิกในครอบครัว	9	2.3
นักการตลาด / ประชาสัมพันธ์	15	3.7
รวม	400	100.00
เหตุผลหรือแรงจูงใจที่ท่านเลือกชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก คือ		
แรงจูงใจส่วนบุคคล ความชอบส่วนตัว	69	17.2
แรงจูงใจด้านสังคมเช่นเพื่อน หรือคนในครอบครัวชักชวน	59	14.8
แรงจูงใจด้านอารมณ์ ต้องการความบันเทิง ผ่อนคลาย ความเครียด	189	47.2
แรงจูงใจจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	83	20.8
รวม	400	100.00

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบสอบถามชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีรายละเอียดดังนี้

ช่วงเวลาที่ชอบ มากที่สุดเวลา 18.01 – 21.00 น. จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 เวลา
รองลงมาคือช่วง 15.01 – 18.00 น. จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 ช่วงเวลา 21.01 – 24.00 น.
จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.3 และเวลา 11.00 – 15.00 น. จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0
ตามลำดับ

วันที่เลือกชม วันที่เลือกชมมากที่สุดคือวันเสาร์ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมา
คือวันพุธ จำนวน 104 คน คิดเป็นจำนวน 26.0 วันอาทิตย์ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 วันศุกร์
จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 วันพฤหัสบดี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 วันหยุดนักขัตฤกษ์
จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 วันจันทร์ จำนวน 3 คนคิดเป็น ร้อยละ 0.75 วันอังคาร จำนวน 2 คน
คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

สถานที่ชม สถานที่ชมมากที่สุด โรงภาพยนตร์ จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมา
คือที่บ้าน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และสถานที่อื่นๆเช่นบ้านเพื่อน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อย
ละ 1.0 ตามลำดับ

ชมภาพยนตร์แนวตลกกับใคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชมกับเพื่อน จำนวน 171 คน คิด
เป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ ชมกับแฟน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ชมกับสมาชิกใน
ครอบครัว จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และชมคนเดียว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3
ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือตัวเอง
จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 เพื่อน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาคือแฟน จำนวน
44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 นักการตลาด / ประชาสัมพันธ์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 และสมาชิก
ในครอบครัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

เหตุผลหรือแรงจูงใจที่เลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก เหตุผลหรือแรงจูงใจมากที่สุดคือ
แรงจูงใจด้านอารมณ์ ต้องการความบันเทิง ผ่อนคลาย ความเครียด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2
รองลงมาคือแรงจูงใจจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 แรงจูงใจ
ส่วนบุคคล ความชอบส่วนตัว จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และแรงจูงใจด้านสังคมเช่นเพื่อน
หรือคนในครอบครัวชักชวน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ชมที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig 2-tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variance not assumed

ตาราง 14 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.698	0.404
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	0.566	0.452
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	1.477	0.225

จากตาราง 14 Levene's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.404, 0.566 และ 1.477 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงต้องใช้ t-test ในส่วน Equal Variances assumed ตามตาราง 15

ตาราง 15 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจโดยรวมในการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	เพศ	Mean	Std. deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการ ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ชาย	3.51	0.784	-1.764	398	0.079
	หญิง	3.66	0.845			
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ชาย	3.21	0.854	-1.296	398	0.196
	หญิง	3.32	0.831			
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการ ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ชาย	3.27	0.821	0.633	398	0.527
	หญิง	3.22	0.890			

จากตาราง 15 เมื่อพิจารณาค่า Sig. จาก t-test ในส่วน Equal Variances assumed ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่างับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามเพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.079, 0.196 และ 0.527 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ชมที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่างับเวลาและผลที่ได้รับ และ ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ชมที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และหากค่าแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

- H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ค่าความแปรปรวนของอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 16 แสดงค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนว				
ตลก	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	9.674**	2	397	0.000
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	0.774	2	397	0.462
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	0.744	2	397	0.465

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 16 Levene's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00052 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรของกลุ่มนี้แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ใช้ค่า Sig จากตาราง Brown-Forsythe การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ทั้ง 2 ด้าน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.462 และ 0.465 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรของกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ละใช้ค่า Sig จากตาราง ANOVA

ตาราง 17 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจโดยรวมในการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	สถิติที่ใช้	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	Brown-Forsythe	0.450	2	170.369	0.638

จากตาราง 17 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.638 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้ชมที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 18 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจโดยรวมในการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	Sig.
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.704	2	0.352	0.496	0.609
	ภายในกลุ่ม	281.494	397	0.709		
	รวม	282.198	399			
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ระหว่างกลุ่ม	0.357	2	0.179	0.239	0.787
	ภายในกลุ่ม	296.603	397	0.747		
	รวม	296.960	399			

จากตาราง 18 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามอายุ ทั้ง 2 ด้านมีค่า Sig. เท่ากับ 0.609 และ 0.787 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้ชมที่มีอายุต่างกัน มีการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และหากค่าแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 19 แสดงค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกจำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	3.813*	2	397	0.023
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	1.235	2	397	0.292
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	0.203	2	397	0.817

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 19 Levene’s test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังมีค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรของกลุ่มนี้แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และดูค่า Sig. จากตาราง Brown-Forsythe การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.292 และ 0.817 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรของกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig. จากตาราง ANOVA

ตาราง 20 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจโดยรวมในการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	สถิติที่ใช้	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	Brown-Forsythe	3.720*	2	157.116	0.026

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 20 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังมีค่า Sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง แตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ซึ่งปรากฏผลดังตาราง 22

ตาราง 21 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจโดยรวมในการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	Sig.
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคู้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	1.342	2	0.671	0.948	0.388
	ภายในกลุ่ม	280.856	397	0.707		
	รวม	282.198	399			
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ระหว่างกลุ่ม	2.494	2	1.247	1.681	0.187
	ภายในกลุ่ม	294.466	397	0.742		
	รวม	296.960	399			

จากตาราง 21 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคู้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับและด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.388 และ 0.187 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคู้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับและด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 22 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทย
แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธีการทดสอบ
Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	Mean	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.84	3.52	3.70
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.84	-	0.316* (0.044)	0.141 (0.707)
ปริญญาตรี	3.52		-	-0.175 (0.162)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.70			-

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ของด้านความพึงพอใจโดยรวม โดย
เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า

1. ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ชมที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่า Sig.
เท่ากับ 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมที่มีอายุระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความ
พึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง แตกต่างกับผู้ชมที่มี
ระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา
ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มากกว่าผู้ชมที่มีระดับ
การศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.316

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และหากค่าแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 23 แสดงค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	4.642**	3	396	0.003*
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	1.126	3	396	0.338
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	1.679	3	396	0.171

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 23 Levene’s test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังมีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรของกลุ่มนี้แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ดูค่า Sig จากตาราง Brown-Forsythe ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.338 และ 0.171 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนประชากรของกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig จาก ตาราง ANOVA

ตาราง 24 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	สถิติที่ใช้	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	Brown-Forsythe	2.722	3	130.068	0.057

จากตาราง 24 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.057 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 25 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจโดยรวมในการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	Sig.
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	9.126	3	3.042	4.411**	0.005
	ภายในกลุ่ม	273.072	396	0.690		
	รวม	282.198	399			
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ระหว่างกลุ่ม	10.248	3	3.416	4.718**	0.003
	ภายในกลุ่ม	286.712	396	0.724		
	รวม	296.960	399			

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 25 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลา และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลา และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลา และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก แตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ LSD ซึ่งปรากฏผลดังตาราง 26 และตาราง 27

ตาราง 26 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของความความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ วิธีการทดสอบแบบ LSD

อาชีพ	Mean	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว
		3.50	2.91	3.23	3.57
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.50	-	0.587** (0.006)	0.267* (0.040)	-0.068 (0.710)
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.91		-	-0.320 (0.076)	-0.655** (0.003)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.23			-	-0.335* (0.021)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	3.57				-

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

1. ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ มากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.587

3. ผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับแตกต่างเป็นรายคู่ กับผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ น้อยกว่าอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอื่นๆเช่นพ่อบ้าน แม่บ้าน โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.655

4. ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคู้มค่ากับเวลาและผลที่ ได้รับแตกต่างเป็นรายคู่ กับผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคู้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ น้อยกว่าอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอื่นๆเช่นพ่อบ้าน แม่บ้าน โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.335

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนว
ตลก จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ LSD

อาชีพ	Mean	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว
		3.46	3.00	3.17	3.62
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.46	-	0.458* (0.034)	0.284* (0.033)	-0.163 (0.381)
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.00		-	-0.175 (0.344)	-0.622** (0.006)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.17			-	-0.447** (0.003)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	3.62				-

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามอาชีพ พบว่า

1. ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.458

2. ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.284

3. ผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก น้อยกว่าผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.662

4. ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก น้อยกว่าผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.447

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้ชมที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ชมที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig 2-tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

- H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variance not assumed

ตาราง 28 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามสถานภาพ

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	3.624	0.058
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	0.658	0.418
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	1.344	0.247

จากตาราง 28 Levene's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับและความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.058, 0.418 และ 0.247 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงต้องใช้ t-test ในส่วน Equal Variances assumed ตามตาราง 29

ตาราง 29 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามสถานภาพ

ความพึงพอใจโดยรวมในการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	สถานภาพ	Mean	Std. deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการ ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	โสด	3.62	0.794	0.915	398	0.361
	สมรส/หม้าย	3.54	0.895			
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	โสด	3.27	0.831	-0.196	398	0.845
	สมรส/หม้าย	3.29	0.871			
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการ ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	โสด	3.24	0.879	0.052	398	0.959
	สมรส/หม้าย	3.24	0.823			

จากตาราง 29 พบว่า เมื่อพิจารณาค่า Sig. จาก t-test ในส่วน Equal Variances assumed ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับและความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามสถานภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.361, 0.845 และ 0.959 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ชมที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับและความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามสถานภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ให้ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และหากค่าแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

- H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ค่าความแปรปรวนของอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 30 แสดงค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกจำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	1.777	4	395	0.133
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่างบเวลาและผลที่ได้รับ	4.816**	4	395	0.001
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	1.922	4	395	0.106

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 30 Levene’s test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.133 และ 0.106 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรของกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig จากตาราง ANOVA

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คู่มีค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าค่าความแปรปรวน ประชากรของกลุ่มนี้แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) และ ใช้ค่า Sig จากตาราง Brown-Forsythe

ตาราง 31 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจโดยรวมในการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ระหว่างกลุ่ม	5.695	4	1.424	2.126	0.077
	ภายในกลุ่ม	264.502	395	0.670		
	รวม	270.198	399			
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ระหว่างกลุ่ม	6.066	4	1.516	2.059	0.085
	ภายในกลุ่ม	290.894	395	0.736		
	รวม	296.960	399			

จากตาราง 31 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังและด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.077 และ0.085 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า0.05 นั่นคือ ยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 32 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจโดยรวมในการชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก	สถิติที่ใช้	Statistic	df1	df2	Sig.
การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับ เวลาและผลที่ได้รับ	Brown-Forsythe	2.935*	4	201.968	0.022

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 32 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ จำแนกตามรายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ชมที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับแตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ซึ่งปรากฏผลดังต่อไปนี้

ตาราง 33 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนว
ตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ จำแนกตามรายได้ โดยใช้
วิธีการทดสอบแบบ Dunnett’s T3

รายได้	Mean	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
		3.00	2.96	3.46	3.18	3.32
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	3.00	-	0.038 (0.872)	-0.459* (0.025)	-0.183 (0.361)	-0.3240 (0.077)
10,001-15,000 บาท	2.96		-	-0.497* (0.011)	-0.222 (0.247)	-0.363* (0.037)
15,001-20,000บาท	3.46			-	0.276 (0.059)	0.135 (0.265)
20,001-25,000 บาท	3.18				-	-0.141 (0.216)
มากกว่า 25,000 บาท	3.32					-

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม
ภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามรายได้ พบว่า

1. ผู้ชมที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ10,000บาท กับผู้ชมที่มีรายได้15,001-20,000 บาท มีค่า
Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ10,000 บาท มีความ
พึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลา
และผลที่ได้รับแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมที่มีรายได้15,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 โดยผู้ชมที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ10,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทย
แนวตลก ด้านความ พึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทย
แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ น้อยกว่าผู้ชมที่มีรายได้15,001-20,000 บาท โดยมีผลต่างเฉลี่ย
เท่ากับ 0.459

2. ผู้ชมที่มีรายได้ 10,000 - 15,000 บาท กับผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมที่มีรายได้ 10,000 - 15,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมที่มีรายได้ 10,000 - 15,000 บาท มีความ พึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ น้อยกว่าผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.363

3. ผู้ชมที่มีรายได้ 10,000 - 15,000 บาท กับผู้ชมที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมที่มีรายได้ 10,000 - 15,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมที่มีรายได้ 10,000 - 15,000 บาท มีความ พึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ น้อยกว่าผู้ชมที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.497

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครวิเคราะห์ 3 ด้าน

1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง
2. การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่
3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ทศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก	0.440**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
2. ด้านเนื้อหาของเรื่อง	0.504**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
3. ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก	0.258**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
4. ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก	0.493**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
5. สถานที่เลือกชม	0.147**	0.003	สัมพันธ์ต่ำ
6. โปรโมชั่นของภาพยนตร์	0.316**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
7. บริษัทผู้ผลิต	0.183**	0.000	สัมพันธ์ต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลกด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.440 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านเนื้อหาของเรื่อง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.504 แสดงว่าตัวแปร ทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่องเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.258 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลกมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.493 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางโดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

สถานที่เลือกชมมีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.147 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำโดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชมเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

โปรโมชันของภาพยนตร์มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.316 แสดงว่าตัวแปรทั้ง

สองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำโดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

บริษัทผู้ผลิตมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.183 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำโดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ตาราง 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก			
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน	0.169**	0.001	สัมพันธ์ต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด	0.220**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก	0.323**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง พบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน มีค่าSig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.169 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลินเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก ทั้ง2ด้าน มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก มีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.220 และ 0.323 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกโดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและ เนื้อหา	0.410**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็น ประโยชน์	0.489**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี	0.409**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรก ตลอดเวลา	0.151**	0.002	สัมพันธ์ต่ำ
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/ เรื่องจริง	0.493**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง กับด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง พบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริงมีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ทุกข้อ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริง มีความสัมพันธ์กับด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.410, 0.489, 0.409 และ 0.493 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้

ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี และชมภาพยนตร์แนวตลก เพราะอ้างอิงจากหนังสือ /เรื่องจริงเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นระดับปานกลาง

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลามีค่าSig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชม ภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.151 แสดงว่าตัวแปรทั้งสอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลาเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ตาราง 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกโดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง	0.359**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิด น่าสนใจ	0.282**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล	0.272**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมี ความสามารถ	0.300**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง พบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ ทั้ง 4 ด้านมีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.359, 0.282, 0.272 และ 0.300 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทักษะคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

ทักษะคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกโดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง	0.397**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ	0.214**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล	0.385**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง	0.265**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดี	0.485**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
6. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม	0.195**	0.000	สัมพันธ์ต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง พบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ทุกข้อ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.397, 0.214, 0.385 และ 0.265 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดีมีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ทุกข้อ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.485 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดีเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ทุกข้อ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.195 แสดงว่าตัว

แปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านคารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ตาราง 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านสถานที่เลือกชมกับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สถานที่เลือกชม	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกโดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง	0.283**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง	0.227**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก	0.153**	0.002	สัมพันธ์ต่ำ
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ	0.152**	0.002	สัมพันธ์ต่ำ
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่สบาย	0.073	0.142	ไม่สัมพันธ์

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านสถานที่เลือกชมกับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง พบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง มีความสัมพันธ์กับความ

พึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.283 และ 0.227 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านคารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทางเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าSig. เท่ากับ 0.002 และ 0.002 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.153 และ 0.152 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย มีค่าSig. เท่ากับ 0.142 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านโปรม์ชั้นของภาพยนตร์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลกโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โปรม์ชั้นของภาพยนตร์	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกโดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์	0.365**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชม ภาพยนตร์	0.277**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อ สินค้าอื่น	0.403**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล	0.113*	0.024	สัมพันธ์ต่ำ
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล	0.399**	0.00๑	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

**ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01
* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านโปรม์ชั้นของภาพยนตร์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง พบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ทุกข้อ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรม์ชั้นของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.365, 0.277 และ 0.399 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรม์ชั้นของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ทุกข้อ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชั่นของชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.403 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชั่นของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่นเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจิบรางวัล มีค่าSig. เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชั่นของชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจิบรางวัล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.113 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชั่นของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจิบรางวัลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ตาราง 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก บริษัทผู้ผลิต	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกโดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์	0.302**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ	0.142**	0.004	สัมพันธ์ต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี	0.179**	0.000	สัมพันธ์ต่ำ

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง พบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์มีค่าSig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.302 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์เพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าSig. เท่ากับ 0.004 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.142 และ 0.179 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดีเพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ตาราง 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน	0.276**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด	0.256**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก	0.400**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับพบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก ทั้ง 3 ด้าน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก มีความสัมพันธ์กับด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.276, 0.256 และ 0.400 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความ พึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง	ด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนว ตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและ เนื้อหา	0.279**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่ เป็นประโยชน์	0.384**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี	0.523**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรก ตลอดเวลา	0.277**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้าง
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/ เรื่องจริง	0.411**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับพบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา ทั้ง 3 ด้าน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา มีความสัมพันธ์ กับความ พึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.279, 0.384 และ 0.277 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้

ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลาเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริง ทั้ง 2 ด้าน มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริง มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.523 และ 0.411 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริงเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ตาราง 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับ ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงน่ามีชื่อเสียง	0.222**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ	0.334**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล	0.228**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ	0.275**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับพบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ ทั้ง 4 ด้าน มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.222, 0.334, 0.228 และ 0.275 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทักษะคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ

ทักษะคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก	ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง	0.426**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ	0.280**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล	0.307**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง	0.487**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดี	0.246**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
6. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม	0.498**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับพบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.280, 0.307 และ 0.246 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดีเพิ่มขึ้น จะมีความ พึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.426, 0.487 และ 0.498 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับ ปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ตาราง 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านสถานที่เลือกชม กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร ความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณกับเวลาและผลที่ได้รับ

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก สถานที่เลือกชม	ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณกับเวลาและผลที่ได้รับ		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง	0.295**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง	0.222**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก	0.227**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ	0.112*	0.025	สัมพันธ์ต่ำ
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่สบาย	-0.142**	0.004	สัมพันธ์ต่ำ

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านสถานที่เลือกชม กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณกับเวลาและผลที่ได้รับพบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณกับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.295, 0.222 และ 0.227 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้น จะความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าSig. เท่ากับ 0.025 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.112 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอเพิ่มขึ้น จะความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย มีค่าSig. เท่ากับ 0.004 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) -0.142 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชม มีที่นั่งกว้างใหญ่ สบายเพิ่มขึ้น จะความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่า กับเวลาและผลที่ได้รับ ลดลงในระดับต่ำ ซึ่งอาจเนื่องมาจาก โรงภาพยนตร์ที่ได้มาตรฐานเป็นนิยามจะมีที่นั่งที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกโรงภาพยนตร์ การที่ข้อคำถามได้กล่าวถึงความกว้าง ใหญ่ สบายของที่นั่ง หมายความว่า เป็นที่นั่งพิเศษที่มีราคาสูงกว่า ที่นั่งปกติ ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์จะต้องชำระค่าบัตรชมภาพยนตร์ที่สูงกว่าเพื่อชมภาพยนตร์เรื่องเดิม จึงทำให้ความพึงพอใจลดลง ข้อมูลจาก เว็บไซต์ www.majorcineplex.com

ตาราง 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณกับเวลาและผลที่ได้รับ

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โปรโมชันของภาพยนตร์	ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณกับเวลาและผลที่ได้รับ		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์	0.254**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์	0.241**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น	0.297**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล	0.163**	0.001	สัมพันธ์ต่ำ
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล	0.279**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณกับเวลาและผลที่ได้รับพบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล ทั้ง 4 ด้านมีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณกับเวลาและผลที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.254, 0.241, 0.297 และ 0.279 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น และชมภาพยนตร์

แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก
คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล มีค่าSig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึง
ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษคติของผู้ชมภาพยนตร์
ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล มีความสัมพันธ์ กับ
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.163 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ใน
ทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของ
ภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม
ภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ตาราง 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต กับ
ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก บริษัทผู้ผลิต	ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียง ด้านการสร้างภาพยนตร์	0.200**	0.000	สัมพันธ์ต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคน เก่งมีความสามารถ	0.094	0.060	ไม่สัมพันธ์
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มี ภาพลักษณ์ที่ดี	0.176**	0.000	สัมพันธ์ต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทย
แนวตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและ
ผลที่ได้รับพบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ และชมภาพยนตร์
แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ทั้ง 2 ด้าน มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึง
ยอมรับปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษคติของผู้ชม

ภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.200 และ 0.176 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดีเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ มีค่าSig. เท่ากับ 0.060 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ ไม่มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน	0.298**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด	0.283**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก	0.362**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก ทั้ง 3 ด้าน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁)

หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.298, 0.283 และ 0.362 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับก่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับก่อนข้างต่ำ

ตาราง 50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา	0.171**	0.001	สัมพันธ์ต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์	0.112*	0.025	สัมพันธ์ต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี	0.352**	0.000	สัมพันธ์ก่อนข้างต่ำ
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา	0.305**	0.000	สัมพันธ์ก่อนข้างต่ำ
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริง	0.211**	0.000	สัมพันธ์ก่อนข้างต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01
* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกพบว่า ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา มีค่าSig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชม

ภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบท และเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับด้านความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.171 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหาเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ มีค่าSig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.112 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริง ทั้ง 3 ด้านมี ค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.352, 0.305 และ 0.211 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริง เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง	0.012	0.813	ไม่สัมพันธ์
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ	0.116*	0.021	สัมพันธ์ต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล	-0.010	0.849	ไม่สัมพันธ์
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ	0.061	0.225	ไม่สัมพันธ์

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกพบว่า ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ มีค่าSig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.116 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ มีค่าSig. เท่ากับ 0.813, 0.849 และ 0.225 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลก		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง	0.263**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ	0.234**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล	0.196**	0.000	สัมพันธ์ต่ำ
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง	0.480**	0.000	สัมพันธ์ปานกลาง
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดี	0.106*	0.034	สัมพันธ์ต่ำ
6. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม	0.381**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01
* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกพบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยมทั้ง 3 ด้าน มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.263, 0.234 และ 0.381 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.196 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.480 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดี มีค่าSig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.106 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดีเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ตาราง 53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านสถานที่เลือกชม กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านสถานที่เลือกชม	ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง	0.198**	0.000	สัมพันธ์ต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง	0.087	0.083	ไม่สัมพันธ์
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก	0.068	0.176	ไม่สัมพันธ์
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ	0.043	0.392	ไม่สัมพันธ์
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย	-0.251**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านสถานที่เลือกชม กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกพบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.198 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชมชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทางเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) -0.251 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบายเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกลดลงในระดับต่ำ ซึ่งอาจเนื่องมาจากโรงภาพยนตร์ที่ได้มาตรฐานเป็นนิยามจะมีที่นั่งที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกโรงภาพยนตร์ การที่ข้อคำถามได้กล่าวถึงความกว้าง ใหญ่ สบายของที่นั่ง หมายความว่าที่นั่งพิเศษที่มีราคาสูงกว่า ที่นั่งปกติ ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์จะต้อง ชำระค่าบัตรชมภาพยนตร์ที่สูงกว่าเพื่อชมภาพยนตร์เรื่องเดิม จึงทำให้ความพึงพอใจลดลง ข้อมูลจาก เว็บไซต์ www.majorcineplex.com

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าSig. เท่ากับ 0.083, 0.176 และ 0.392 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้าน โปรโมชันของภาพยนตร์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลก		
	ด้าน โปรโมชันของภาพยนตร์	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig. ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแถมจากภาพยนตร์		0.107*	0.033 สัมพันธ์ต่ำ
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์		0.198**	0.000 สัมพันธ์ต่ำ
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น		0.176**	0.000 สัมพันธ์ต่ำ
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล		0.146**	0.003 สัมพันธ์ต่ำ
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล		0.096	0.056 ไม่สัมพันธ์

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01
* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทย แนวตก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตก พบว่า

ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ มีค่าSig. เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ในการชมภาพยนตร์แนวตกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.107 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะของแจกจากภาพยนตร์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตกลดลงในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น และ ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะมีการจับรางวัล มีค่าSig. เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตก เพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น และ ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะมีการจับรางวัล มีความสัมพันธ์ กับความ พึงพอใจโดยรวม ในการชมภาพยนตร์แนวตกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.198, 0.176 และ 0.146 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุป กล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตก เพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น และ ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะมีการจับรางวัลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล ลดราคาค่าชมภาพยนตร์ มีค่าSig. เท่ากับ 0.056 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล ลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต กับ ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต	ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียง ด้านการสร้างภาพยนตร์	0.084	0.095	ไม่สัมพันธ์
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็น คนเก่งมีความสามารถ	0.058	0.251	ไม่สัมพันธ์
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มี ภาพลักษณ์ที่ดี	0.079	0.117	ไม่สัมพันธ์

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลก พบว่า ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าSig. เท่ากับ 0.095, 0.251 และ 0.117 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานครวิเคราะห์ 2 ด้าน

- 1. สัดส่วนร้อยละในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก
- 2. ความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกใน3เดือน

โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก	พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก		
	สัดส่วนร้อยละในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.169**	0.001	สัมพันธ์ต่ำ
2. การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่	0.177**	0.000	สัมพันธ์ต่ำ
3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	0.206**	0.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านสัดส่วนร้อยละในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และการชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่างับเวลาและผลที่ได้รับ ทั้ง 2 ด้าน มีค่าSig. เท่ากับ 0.001 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และการชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่างับเวลาและผลที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.169 และ 0.177 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และการชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่างับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้น จะมีพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน) เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีค่าSig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และการชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่างับเวลาและผลที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.206 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน) เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 57 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก กับ พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก	พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก		
	ความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน)		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.052	0.298	ไม่สัมพันธ์
2. การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่	-0.018	0.716	ไม่สัมพันธ์
3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	-0.035	0.487	ไม่สัมพันธ์

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน)

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ทั้ง 3 ด้าน มีค่าSig. เท่ากับ 0.298, 0.716 และ 0.487 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 58 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติ
สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ชมที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
1.1 เพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
-การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
1.2 อายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown-Forsythe
-การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA
1.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวัง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown-Forsythe
-การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA
1.4 อาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown-Forsythe
-การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่	สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA

ตาราง 58 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติ
1.5 สถานภาพที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
-การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
1.6 รายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA
-การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ANOVA
-ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown-Forsythe
สมมติฐานที่ 2 ทักษะคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร		
1. ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก	สอดคล้องกับ	Pearson Product
	สมมติฐาน	Moment Correlation
2. ด้านเนื้อหาของเรื่อง	สอดคล้องกับ	Pearson Product
	สมมติฐาน	Moment Correlation
3. ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก	สอดคล้องกับ	Pearson Product
	สมมติฐาน	Moment Correlation
4. ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก	สอดคล้องกับ	Pearson Product
	สมมติฐาน	Moment Correlation
5. สถานที่เลือกชม	สอดคล้องกับ	Pearson Product
	สมมติฐาน	Moment Correlation
6. โปรโมชันของภาพยนตร์	สอดคล้องกับ	Pearson Product
	สมมติฐาน	Moment Correlation

ตาราง 58 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติ
7. บริษัทผู้ผลิต	สอดคล้องกับ สมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร		
สัดส่วนร้อยละในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก		
1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
2. การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
ความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน)		
1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
2. การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation

บทที่ 5

สรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษานี้มีผู้ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทักษะคิด รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก เพื่อจะทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยแนวตลก ได้ทราบถึงความต้องการ และแนวคิดของกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาภาพยนตร์ไทยแนวตลก และปัจจัยทางการตลาดอื่นๆ ให้ตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค รวมถึงการวางแผนการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังทำให้ผู้ประกอบการทางธุรกิจภาพยนตร์ไทยแนวตลก ได้นำวิจัยนี้ไปใช้ในการศึกษาตลาดภาพยนตร์ไทยแนวตลก เพื่อนำไปวางแผนดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด ให้เหมาะสมกับความต้องการของคนกรุงเทพฯ อีกด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ไทยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลให้นักการตลาดหรือผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทย โดยเฉพาะ ภาพยนตร์ไทยแนวตลก นำผลการวิจัยไปใช้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาด หรือพัฒนาภาพยนตร์ไทยแนวตลก ให้ตรงกับความต้องการของคนกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหม่ที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจภาพยนตร์ไทยแนวตลก ได้นำผลการวิจัยไปใช้ในการศึกษาตลาดภาพยนตร์ไทย เพื่อนำไปใช้วางแผนดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของคนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจศึกษาหาความรู้ในภาพยนตร์ไทยแนวตลก นำผลการวิจัยในการศึกษาค้นคว้าและเป็นข้อมูลอ้างอิงต่อไป

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ชมที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
- 2.ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง ที่เลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ซึ่งไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง ที่เลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้สูตรคำนวณของ กัลยา วาณิชย์บัญชา (การวิเคราะห์ สถิติ 2546:74) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% โดยความผิดพลาดไม่เกิน 5% มีสูตรดังนี้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionare) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 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

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จำนวน 31 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูล ประเภทอันตรภาค (Interval scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 3 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Ration Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค(Interval Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมี 8 ข้อประกอบด้วย ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 2 ข้อ (ข้อ1)และลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended question) มีหลายตัวเลือกให้ตอบ (Multiple choices question) จำนวน 6 ข้อ (ข้อ3-8)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของผู้ชมภาพยนตร์โฆษณาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ชมหรือเคยชมภาพยนตร์ไทยและต่างชาติแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยในอดีตการรวบรวมจากเอกสารวิชาการต่างๆ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องที่เชื่อถือได้

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำ

หลังจากเก็บข้อมูลแล้วนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

1.2 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม

SPSS For Windows (Statistical Package for Social Science) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงอนุมานตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการวิเคราะห์จำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก และส่วนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร และส่วนที่ 4 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไป ด้านเพศ และด้านสถานภาพ

2.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) แบบการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

2.3 สถิติตำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน โดยใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 และเพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคืออายุ 31 – 40 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี จำนวน 252 คน คิดเป็น ร้อยละ 63.00 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมาคือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โสด จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมา สมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก

จากการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยแนวตลกของผู้ชมโดยรวม มีระดับทัศนคติดี

ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ของคนกรุงเทพมหานคร ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อ ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน 25 เป็นทัศนคติระดับดีมาก รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อน ลดความเครียด เป็นทัศนคติระดับดีมาก และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก เป็นทัศนคติระดับดี ตามลำดับ

ด้านเนื้อหาของเรื่องระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านเนื้อหา โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลาเป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหาเป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์เป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดีเป็นทัศนคติระดับปานกลาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ / เรื่องจริงเป็นทัศนคติระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านผู้กำกับ โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อ ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถเป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจเป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีชื่อเสียงเป็นทัศนคติระดับดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัลเป็นทัศนคติระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านดารา โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อ ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถเป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือชมภาพยนตร์

แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียงเป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียงเป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัลเป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดีเป็นทัศนคติระดับดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยมเป็นทัศนคติระดับดี ตามลำดับ

ด้านสถานที่เลือกชม ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี เมื่อพิจารณารายชื่อ ลำดับแรกคือ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมหลายช่องทางเป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทางเดินทางเป็นทัศนคติดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นทัศนคติระดับดี ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอเป็นทัศนคติระดับดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบายเป็นทัศนคติระดับดี ตามลำดับ

ด้านโปรโมชั่นของภาพยนตร์ ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านโปรโมชั่นของภาพยนตร์ โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายชื่อ ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์เป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์เป็นทัศนคติระดับปานกลาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่นเป็นทัศนคติระดับปานกลาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัลเป็นทัศนคติระดับปานกลาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัลเป็นทัศนคติระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านบริษัทผู้ผลิต ระดับทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ด้านบริษัทผู้ผลิต โดยภาพรวมอยู่ในทัศนคติระดับดี เมื่อพิจารณารายชื่อ ลำดับแรกคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์เป็นทัศนคติระดับดี รองลงมาคือชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนมีความสามารถเป็นทัศนคติระดับดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นทัศนคติระดับปานกลาง ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร พบว่าความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอยู่ในระดับพอใจ และการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอยู่ในระดับเฉยๆ และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกอยู่ในระดับเฉยๆ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคน

กรุงเทพมหานคร

สัดส่วนร้อยละของการชมภาพยนตร์ไทยตลก ต่ำสุดร้อยละ 10 และสูงสุดร้อยละ 80 โดยมีสัดส่วนร้อยละของการชมภาพยนตร์ไทยตลกเฉลี่ยประมาณร้อยละ 34.15

ความถี่ในการชม ต่อ 3 เดือนต่ำสุด 0 ครั้งต่อ 3 เดือน และสูงสุด 9 ครั้งต่อ 3 เดือน โดยมีความถี่ในการชมเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้งต่อ 3 เดือน

ช่วงเวลาที่ชม มากที่สุดเวลา 18.01 – 21.00 น. จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 เวลารองลงมาคือช่วง 11.00 – 18.00 น. จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และช่วงเวลา 21.01 – 24.00 น. จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

วันที่เลือกชม วันที่เลือกชมมากที่สุดคือวันเสาร์ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาคือวันจันทร์-วันพุธ จำนวน 109 คน คิดเป็นจำนวน 27.25 วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 วันศุกร์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 วันพฤหัสบดี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ

สถานที่ชม สถานที่ชมมากที่สุด โรงภาพยนตร์ จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาคือที่บ้าน และสถานที่อื่นๆเช่นบ้านเพื่อน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ตามลำดับ

ชมภาพยนตร์แนวตลกกับใคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชมกับเพื่อน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ ชมกับแฟน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 และชมคนเดียว และชมกับสมาชิกในครอบครัว จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือตัวเอง จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 เพื่อน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาคือแฟน สมาชิกในครอบครัว และนักการตลาด / ประชาสัมพันธ์ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกใน
เขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน**

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง
2. การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ
3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกใน
เขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกใน
เขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน**

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง
2. การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ
3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนว
ตลก ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชม
ภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน**

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง
2. การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ
3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม
ภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้อง
กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก
ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน
ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง
2. การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ
3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้ชมที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง
2. การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ
3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ชมที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

2. การชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ

3. ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ทักษะคิดในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร
ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ข้อความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

ทักษะคิดในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

ทักษะคิดของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทักษะคิดของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ทักษะคิดของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทักษะคิดของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่องเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ทักษะคิดของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางโดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำโดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชมเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำโดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำโดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อภาพยนตร์ตลกเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลินเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ด้านเนื้อหาของเรื่อง

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริง มีความสัมพันธ์กับด้านความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริงเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นระดับปานกลาง

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลาเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ มีความสัมพันธ์

คารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านสถานที่เลือกชม

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านคารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทางเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านโปรโมชั่นของภาพยนตร์

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชั่นของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชั่นของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์

แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลด สำหรับซื้อสินค้าอื่น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่นเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลก เพราะมีการจับรางวัล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านบริษัทผู้ผลิต

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัท เป็นคนเก่งมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต ชมภาพยนตร์แนวตลก เพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มี

ภาพลักษณ์ที่ดีเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่ง
ที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2 ทักษะคิดในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจ
โดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร
ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ข้อความพึงพอใจ
โดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่
ได้รับ

ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก

ทักษะคิดของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนว
ตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และ
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก มีความสัมพันธ์กับด้านความพึงพอใจโดยรวม
ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดง
ว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับก่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทักษะคิด
ของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการ
ความเพลิดเพลิน ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อนลดความเครียด และชมภาพยนตร์
แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์
แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับก่อนข้างต่ำ

ด้านเนื้อหาของเรื่อง

ทักษะคิดของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของ
บทและเนื้อหา ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ และชมภาพยนตร์
แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชม
ภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปร
ทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับก่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทักษะคิดของผู้ชม
ภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา
ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมี
มุขตลกแทรกตลอดเวลาเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับ
เวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับก่อนข้างต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริง มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ/เรื่องจริงเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดีเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านสถานที่เลือกชม

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มขึ้น จะความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก กลุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอเพิ่มขึ้น จะความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก กลุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบายเพิ่มขึ้น จะความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับลดลงในระดับต่ำ

ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัลมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชม

ภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลา และผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลา และผลที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านบริษัทผู้ผลิต

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดีเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ ไม่มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร
ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ข้อความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดีเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ด้านสถานที่เลือกชม

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทางเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันในระดับค่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่ สบายเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกลดลงในระดับต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่จอดรถเพียงพอ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านโปรโมชั่นของภาพยนตร์

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชั่นของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยสรุป

กล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลก เพราะของแจกจากภาพยนตร์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกลดลงในระดับต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลก เพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ในการชมภาพยนตร์แนวตลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น และ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชันของภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล ลดราคาค่าชมภาพยนตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านบริษัทผู้ผลิต

ทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านบริษัทผู้ผลิต ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์ ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ และชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร
พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานครวิเคราะห์ข้อสัปดาห์ร้อยละในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และการชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และการชม

ภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้น จะมีพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน) เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และการชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับก่อนข้างต่ำ โดยสรุปกล่าวคือ เมื่อความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกเพิ่มขึ้น จะมีพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน) เพิ่มขึ้นในระดับก่อนข้างต่ำ

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานคร พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ในเขตกรุงเทพมหานครวิเคราะห์ข้อความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกใน 3 เดือน

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การชมภาพยนตร์แนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลก ด้านความถี่ในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก (ครั้ง/3เดือน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร มีประเด็นให้อภิปรายผลดังนี้

1. ผลการทดสอบสมมติฐานผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

1.1 ผู้ชมที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจาก ภาพยนตร์ไทยแนวตลกสามารถชมได้ทุกเพศทุกวัย และทุกสถานภาพ ซึ่งทำให้ผู้ชมได้เสียงหัวเราะและส่วนใหญ่ดูรายการที่แสดงก็เป็นนักแสดงที่มีความสามารถและประสบการณ์ในการแสดงภาพยนตร์แนวตลกทำให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจในการชม ซึ่งสอดคล้องกับ Pioto (2004: Abstract) ได้วิจัยเรื่อง The Meaning of Monsters: An Interview Study of Young Adult Horror Fans and Their Interpretations

of Horror Films ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมภาพยนตร์สยองขวัญที่มีเพศ ระดับอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์สยองขวัญไม่แตกต่างกัน

1.2 ผู้ชมที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุด อาจเนื่องมาจาก ผู้ที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีเป็นผู้ที่อยู่ในวัยเรียนซึ่งเป็นวัยที่สนุกสนาน สนใจแสวงหาการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกจึงเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ อีกประการหนึ่งผู้ที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีผู้ที่ประกอบอาชีพที่ต้องทำงานหนักหรือใช้แรงงาน จึงเกิดความเครียดจากงานเมื่อได้ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกซึ่งสามารถช่วยลดความเครียดจากงานได้มากจึงทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับพรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2529: 312-316) ได้พิจารณาผู้บริโภคเป็นเสมือนผู้รับสาร โดยความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ จะมีอิทธิพลต่อการรับและวิเคราะห์สารลักษณะประชากรศาสตร์ดังกล่าวคือ ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึง การศึกษา ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีรายงานหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิทักษ์ ปานเปรม (2545: 132) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์สยองขวัญของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมภาพยนตร์ที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์สยองขวัญแตกต่างกัน

1.3 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก และการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจมากที่สุด อาจเนื่องมาจาก อาชีพแต่ละอาชีพมีความเครียด แรงกดดัน ความเสี่ยงแตกต่างกันไป สิ่งที่ได้กล่าวมานี้จึงทำให้อาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจ เมื่อได้ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกทำให้เกิดเสียงหัวเราะและลดความเครียดจากงาน ความเสี่ยงของการลงทุนไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 41) ได้กล่าวว่า อาชีพของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสาร ที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสาร แต่ละคนเช่นปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

1.4 ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลก และการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจมากที่สุด อาจเนื่องมาจาก รายได้ของบุคคลที่มากน้อยต่างกันทำให้เกิดความเครียด แรงกดดัน ความเสี่ยงแตกต่างกันไป สิ่งที่ได้กล่าวมานี้จึงทำให้รายได้ของผู้ชมมีความพึงพอใจ เมื่อได้ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกทำให้เกิดเสียง

หัวเราะและลดความเครียดจากงาน ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 41) ได้กล่าวว่า รายได้ของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสาร ที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ ทักษะคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสาร แต่ละคนเช่นปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน ทักษะคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกมีความสัมพันธ์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 ทักษะคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก ด้านเนื้อหาของเรื่องและด้านคารานักแสดงไทยแนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจาก ความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลกคือเสียงหัวเราะ ลอยยิ้ม ความสบายใจ ซึ่งส่วนใหญ่คารานักแสดงแนวตลกก็จะสอดแทรกมุขตลกในการแสดงตลอดเวลา จึงทำให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจเมื่อได้ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ซึ่งสอดคล้องกับ Pioto (2004: Abstract) ได้วิจัยเรื่อง The Meaning of Monsters: An Interview Study of Young Adult Horror Fans and Their Interpretations of Horror Filme ผลการวิจัยพบว่าความน่ากลัว น่าขยะแขยงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์สยองขวัญ และสอดคล้องกับพิทักษ์ ปานเปรม ซึ่งได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์สยองขวัญ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าคารานักแสดงมีความสัมพันธ์กับความชื่นชอบในการเลือกชมภาพยนตร์สยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2 ทักษะคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์แนวตลกและด้านโปรโมชันของภาพยนตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องมาจาก ภาพยนตร์ไทยแนวตลกส่วนใหญ่มีผู้กำกับเป็นนักแสดงแนวตลกที่มีประสบการณ์แสดงตลกมานานเป็นที่รู้จักของผู้ชมเป็นอย่างดี ซึ่งผู้กำกับภาพยนตร์กำกับการแสดงของคาราแสดงภาพยนตร์ได้ตลกจึงทำให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจเมื่อได้ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก หากผู้ชมได้รับ โปรโมชันจากการชมภาพยนตร์ด้วยแล้ว ยิ่งส่งผลเกิดความพึงพอใจมากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับปริญญ์ จิตศิริตนกร (2539) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์(ฮอลลีวูด) ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้กำกับการแสดงมีอิทธิพลต่อความชื่นชอบในการชมภาพยนตร์(ฮอลลีวูด) ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับกิตติกานต์ ภูมิสวัสดิ์ (2529: 95-97) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยปิโตรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อภาพยนตร์ไทย พบว่า ผู้กำกับการแสดงต้องมีลักษณะที่นิสิตนักศึกษาพอใจหรือเป็นผู้มีชื่อเสียง

2.3 ทศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม ด้านบริษัทผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อาจเนื่องมาจาก อาจเนื่องมาจาก สถานที่เลือกชมเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) สามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น สถานที่เลือกชมที่สะดวก สะอาด การสร้างความ สัมพันธ์อันดีกับผู้ซื้อ ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อและความสะดวกสบายที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก จึงนำมาซึ่งความพึงใจ ซึ่งสอดคล้องกับ พัทธกิจ ปานเปรม (2550 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์สยองขวัญ ของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์ต่อการชื่นชอบในการเลือกชมภาพยนตร์สยองขวัญของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.4 ทศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ในรายชื่อการชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือก มีที่นั่งกว้าง ใหญ่ สบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจคุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ทิศทางตรงข้ามกันในระดับต่ำ ต่อการชมภาพยนตร์แนวตลก อาจเนื่องมาจาก โรงภาพยนตร์ที่ได้มาตรฐานเป็นนิยมจะมีที่นั่งที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกโรง ภาพยนตร์ การที่ซื้อคำถามได้กล่าวถึงความกว้าง ใหญ่ สบายของที่นั่ง หมายความว่าที่นั่งพิเศษที่มีราคาสูงกว่าที่นั่งปกติ ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์ต้องชำระค่าบัตรชมภาพยนตร์ที่สูงกว่าเพื่อชมภาพยนตร์เรื่องเดิม จึงทำให้ความพึงพอใจลดลง ซึ่งสอดคล้องกับ Vicer K. Vroom (1964 อ้างอิงจาก สมยศ นาวิการ, 2533: 10) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นผลจากบุคคลนั้น ๆ นั้นเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม หรือเข้าไปรับรู้แล้วเกิดความพอใจ หากกิจกรรมเป็นไปตามความคาดหวังก็จะความพึงพอใจก็จะเพิ่มขึ้น หากไม่เป็นไปตามความคาดหวังความพึงพอใจก็จะน้อยลง

3. ผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมภาพยนตร์ตลก มีความ สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ตลกในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกในเขตกรุงเทพมหานคร ทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกเกิดความ ซึ่งสอดคล้องกับ ยุทธดนัย ชำรงรัตน์ (2551:165-166) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจในการชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญมากขึ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ สรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว และผู้ชมที่มีรายได้ 15,000 – 20,000 บาท ดังนั้นการบริการจึงควรเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อวางกลยุทธ์และนโยบายในการวางแผนอย่างรัดกุม เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้นในอนาคต
2. ทักษะคติในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของผู้ชม ผู้ชมให้ความสำคัญกับทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลกมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ผู้ผลิตภาพยนตร์ควรให้ความสำคัญกับด้านนี้และสร้างภาพยนตร์แนวตลกที่สร้างความเพลิดเพลิน ช่วยให้ผู้ชมได้พักผ่อน ลดความเครียด ก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์
3. ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ผู้ชมมีระดับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง มากที่สุด ดังนั้นเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ผลการผลิภาพยนตร์ไทยควรจะทำโฆษณา ถึงขีดความสามารถในการนำเสนอผลงาน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและถ้าผลการผลิภาพยนตร์ไทยสูงกว่าความคาดหวัง ผู้ชมก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก โดยสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์
4. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ผู้ผลิตภาพยนตร์แนวตลกที่มีเนื้อหาของเรื่องที่หลากหลายเพื่อขยายฐานลูกค้าที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ และลูกค้าที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทให้กว้างขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชมภาพยนตร์ เพราะผู้ชมภาพยนตร์ที่มีอาชีพ รายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์แนวตลกแตกต่างกัน
5. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้รักษามาตรฐานการผลิตภาพยนตร์แนวตลกเดิมไว้และพัฒนาภาพยนตร์แนวตลกให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมภาพยนตร์ให้ได้มากที่สุด เนื่องจากทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง
6. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะคือผู้ผลิตภาพยนตร์ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาของภาพยนตร์เพิ่มข้อคิด สิ่งเตือนใจ เพื่อให้ภาพยนตร์แนวตลกมีทั้งมุขตลกและได้ข้อคิดในการดำรงชีวิตด้วย เพราะทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านเนื้อหาของเรื่อง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

7. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะผู้ผลิตให้เลือกคารานักแสดงนำที่มีหน้าตาดีมาแสดงภาพยนตร์แนวตลก เพราะจะทำให้ผู้ชมมีความชื่นชอบมากขึ้นด้วย เพราะทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านคารานักแสดงไทยแนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

8. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะผู้กำกับการแสดงควรมีแนวทางการกำกับภาพยนตร์ตลกที่แตกต่างจากภาพยนตร์ตลกทั่วไปที่ผู้ชมภาพยนตร์สามารถคาดเดาได้ว่าหนังจะดำเนินเรื่องอย่างไร หากสามารถทำได้ก็จะเป็นการสร้างภาพยนตร์แนวตลกที่แตกต่างจากเรื่องอื่น เพราะทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านผู้กำกับภาพยนตร์แนวตลก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ

9. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะผู้ผลิตภาพยนตร์ควรมีการส่งเสริมการขายเช่น ลดราคาบัตร แคมเปญสินค้าพรีเมียม หรือแลกซื้อผลิตภัณฑ์อื่นได้ เพราะทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านโปรโมชั่นของภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ

10. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้รักษามาตรฐานการผลิตภาพยนตร์แนวตลกเดิมไว้และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ชมก็จะช่วยรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้ เพราะทัศนคติของผู้ชมภาพยนตร์ตลก ด้านสถานที่เลือกชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ตลกในเขตกรุงเทพมหานครทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาผู้ชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกนอกเหนือจากเขตกรุงเทพมหานครด้วยเพราะจะทำให้ได้ข้อมูลครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยในอนาคตต่อไป
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก แนวชีวิตและแนวแอ็คชั่น เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์มากขึ้น



บรรณานุกรม

- กิตติกานต์ ภูมิสวัสดิ์. (2529). การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อภาพยนตร์ไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows , พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6
กรุงเทพฯ. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2546). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2549) การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล, พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพฯ.
ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2550). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ.
การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ข่าวประชาสัมพันธ์ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ. (2551). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม
พ.ศ. 2552, จากเว็บไซต์ www.thainationalfilm.com
- จิรบุญ ทศนบรรจง. (2534). การศึกษาเชิงวิเคราะห์ ลักษณะของภาพยนตร์ไทยยอดนิยมประเภทวัยรุ่น.
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชูชีพ อ่อนโคกสูง. (2522). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ชัยสิทธิ์ เจริญมีประเสริฐ. (ม.ป.ป.). สถิติสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เดโช สนวนนนท์. (2512). จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน และจดหมายถึงสุมิตรา. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). การบริหารงานบุคคล = Personnel management. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

นริษา นราศรี. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

บทความพิเศษ เว็บไซต์ทางการตลาด Marketeer (2551) สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2552

จากเว็บไซต์ www.marketeer.co.th

บทความพิเศษ เว็บไซต์ความหมายของทัศนคติ (2548) สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2552

จากเว็บไซต์ <http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>

ประมะ สตะเวทิน. (2533). การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ปริญดา จิตติรัตนกร. (2539). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์อเมริกัน (ฮอลลีวูด) ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.

พรทิพย์ วรกิจ โกลาทร. (2529). การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิทักษ์ ปานเปรม. (2519). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์สยองขวัญ ของวัยรุ่นในเขต. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พีระ จิระโสภณ. (2539). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพบูรณ์ คะเชนทร์พรรค. (2531). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของเยาวชนไทย. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ไพบูรณ์ ช่างเรียน. (2516). การปกครองมหานคร กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน. (2525). กรุงเทพฯ.

มัลลิกา บุญนาค. (2537). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุทธดนัย ชำรงรัตน์. (2551). ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกสยองขวัญในเขตกรุงเทพมหานคร. (สาขาวิชาการจัดการบัณฑิตวิทยาลัย) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วรารณ์ รุ่งรัมย์. (2538). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อระบบการให้บริการของห้องสมุดโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วิเชียร เกตุสิงห์. (253-). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). *การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows cjt การแปลผลการวิเคราะห์
ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : เจริญผล.

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2538). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี
(ไทย-ญี่ปุ่น).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ:
เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

_____. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

_____. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.

_____. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

_____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 46*. กรุงเทพฯ:

ธรรมสาร.

_____. (2551). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

สุกร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ อาร์. บีซีเนิส เพรส.

สมศักดิ์ คงเที่ยงและอัญชลี โพธิ์ทอง. (2542) *การบริหารบุคลากรและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สยามรศมี เลหาสุขเกษม. (2552). *กรรมการสัมพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ*.

[เยาวเรศ โอศิริพันธุ์, ผู้สัมภาษณ์]. กรุงเทพมหานคร.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2550). *สถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทย*.
พิมพ์ครั้งที่ 1 , สำนักพิมพ์ สกว.

หทัยรัตน์ ประทุมสูตร . (2542) *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพยาบาลโรงพยาบาลชุมชนจังหวัด
พิษณุโลก พิษณุโลก*

อดุลย์ จาตุรงค์กุล . (2543) *พฤติกรรมผู้บริโภค = Consumer behavior* กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อิทธิพล สุชัยยะ. (2549). *ทัศนคติและประโยชน์ที่ได้รับของพนักงานบริษัท ชัมมิท โอโต ซีทอินดัสตรี
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.

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

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.

Howard H. Kendler.(3 Mar). *Concept formation as function of competition between response produced cues*, *Journal of Experimental Psychology*. Vol55 1958,278-283

Kotler, Philip; & Armstrong, Gary. (2001). *Principles of Marketing*. 9th ed. New Jersey:

Prentice-Hall

Maslow, Abraham H. (1974). *Motivation and Personality*. New York : Harper and Brothers.

Pieto, R. (2004). The Meaning of Monsters: An Interview Study of Young Adult Horror Fans and Their Interpretations of Horror Films. *Dissertation Abstracts International*, 64(11), 3882-A (UMI No. 3111006)

Rosenberg, M.J. & Hovland, C. I. (1960) 'Cognitive, affective, and behavioural components of attitudes', in Hovland, C.I. & Rosenberg, M. J. (Ed.). *Attitude Organisation and Change: An Analysis of Consistency Among Attitude Componets* , New Haven, CT: Yale University Press.

Schiffman, Leon G.;&Kanuk, Leslie Lazer. (1994). *Consumer Behavior*. 7th 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*.

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





แบบสอบถาม
เรื่อง พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

- ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก
- ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมในต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 4 พฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความ และทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ☐ นำข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ
- ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ
- ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ☐ 21 – 30 ปี
- ☐ 31 – 40 ปี ☐ 41 – 50 ปี
- ☐ 51 – 60 ปี ☐ 61 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี
- ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ
- ☐ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา ☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. สถานภาพ
- ☐ โสด ☐ สมรส / อยู่ด้วยกัน
- ☐ หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ☐ 10,001 – 15,000 บาท
- ☐ 15,001 – 20,000 บาท ☐ 20,001 – 25,000 บาท
- ☐ มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทย แนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง 1
7. ด้านความรู้สึกต่อภาพยนตร์ไทยแนวตลก					
1. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการความเพลิดเพลิน					
2. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะต้องการพักผ่อน ลด ความเครียด					
3. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะชอบภาพยนตร์แนวตลก					
8. ด้านเนื้อหาของเรื่อง					
4. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสนใจของบทและเนื้อหา					
5. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเนื้อหาให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์					
6. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเรียบเรียงเนื้อหาได้ดี					
7. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีมุขตลกแทรกตลอดเวลา					
8. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะอ้างอิงจากหนังสือ / เรื่องจริง					
9. ด้านผู้กำกับภาพยนตร์ไทยแนวตลก					
9. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีชื่อเสียง					
10. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีแนวคิดน่าสนใจ					
11. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับได้รับรางวัล					
13. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้กำกับมีความสามารถ					
10. ด้านดารานักแสดงไทยแนวตลก					
14. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงนำมีชื่อเสียง					
15. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงมีความสามารถ					
16. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงได้รับรางวัล					
17. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงตลกมีชื่อเสียง					
18. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงหน้าตาดี					
19. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะนักแสดงกำลังเป็นที่นิยม					

ทัศนคติในการชมภาพยนตร์ไทย แนวคิดของคนกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
11. สถานที่เลือกชม					
20. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกชมสะดวกในการเดินทาง					
21. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีสถานที่ให้เลือกชมหลายช่องทาง					
22. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีสิ่งอำนวยความสะดวก					
23. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งจอดรถเพียงพอ					
24. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสถานที่เลือกมีที่นั่งกว้างใหญ่สบาย					
12. โปรโมชันของภาพยนตร์					
25. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะของแจกจากภาพยนตร์					
26. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะการลดราคาค่าชมภาพยนตร์					
27. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าอื่น					
28. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีการจับรางวัล					
29. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะสะสมแต้มชิงรางวัล					
13. บริษัทผู้ผลิต					
30. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะมีบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างภาพยนตร์					
31. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะผู้บริหารบริษัทเป็นคนเก่งมีความสามารถ					
32. ชมภาพยนตร์แนวตลกเพราะเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี					

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมในการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

1. โปรดประเมินความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

สูงกว่าที่คาดหวังอย่างมาก

54321

ต่ำกว่าที่คาดหวังอย่างมาก
2. ท่านคิดว่าการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก คำนึงกับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่

คุ้มค่าอย่างมาก

54321

ไม่คุ้มค่าอย่างมาก
3. โปรดประเมินความพึงพอใจโดยรวม ต่อการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก

พอใจอย่างมาก

54321

ไม่พอใจอย่างมาก



ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกของคนกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดเติมข้อความ และทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. ท่านชมภาพยนตร์ไทยแนวตลกคิดเป็นส่วนร้อยละของการชมภาพยนตร์ไทยทั้งหมด
2. ท่านชมภาพยนตร์ไทยแนวตลก ประมาณ.....ครั้ง ต่อ 3 เดือน
3. ช่วงเวลาที่ชม

☐ 11.00 – 15.00 น.	☐ 15.01 – 18.00 น.
☐ 18.01 – 21.00 น.	☐ 21.01 – 24.00 น.
4. วันที่ท่านเลือกชมมากที่สุด

☐ วันจันทร์	☐ วันอังคาร
☐ วันพุธ	☐ วันพฤหัสบดี
☐ วันศุกร์	☐ วันเสาร์
☐ วันอาทิตย์	☐ วันหยุดนักขัตฤกษ์
5. สถานที่ชม

☐ โรงภาพยนตร์	☐ บ้าน
☐ ร้านอินเทอร์เน็ต	☐ อื่น ๆ โปรดระบุ
6. ท่านเลือกชมภาพยนตร์แนวตลกกับใคร

☐ ชมคนเดียว	☐ ชมกับเพื่อน
☐ ชมกับแฟน	☐ ชมกับสมาชิกในครอบครัว
7. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แนวตลก

☐ ตัวท่านเอง	☐ เพื่อน
☐ แฟน	☐ สมาชิกในครอบครัว
☐ นักการตลาด / ประชาสัมพันธ์	
8. เหตุผลหรือแรงจูงใจที่สำคัญที่สุด ที่ทำให้ท่านเลือกชม ภาพยนตร์ไทยแนวตลก คือ

☐ แรงจูงใจส่วนบุคคล ความชอบส่วนตัว
☐ แรงจูงใจด้านสังคม เพื่อน ญาติ คนสนิท ครอบครัว คนใกล้ชิด ชักชวน
☐ แรงจูงใจด้านอารมณ์ ต้องการความบันเทิง ผ่อนคลาย ความเครียด
☐ แรงจูงใจจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
☐ อื่นๆ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	เยาวเรศ โอศิริพันธุ์
วันเดือนปีเกิด	9 กันยายน 2525
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลหัวเฉียว จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	19/8 ซอยอินทรามระ 3 สุทธิสาร แขวง สามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้จัดการฝ่ายผลิตภัณฑ์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เอสเต้ ลอเดอร์ ประเทศไทย จำกัด
ประวัติการศึกษา	

พ.ศ. 2546

ปริญญาตรี
คณะนิเทศศาสตร์ เอกวารสารศาสตร์
จาก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ปริญญาโท
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด
จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พ.ศ. 2553