**หัวข้อวิจัย** : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ดิจิทัลในประเทศไทย กรณีศึกษาโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์

**ผู้วิจัย** : นายชาญวิทย พรหมพิทักษ์

**หน่วยงาน** : มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

**ปีที่พิมพ์** : พ.ศ. 2558

**บทคัดย่อ**

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ดิจิทัลในประเทศไทย กรณีศึกษาโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ดิจิทัลสามมิติและภาพยนตร์ดิจิทัลของผู้บริโภคทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด 2) เพื่อศึกษาการเปิดรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์ดิจิทัลสามมิติและภาพยนตร์ดิจิทัลของผู้บริโภคทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด และ 3) เพื่อศึกษาแนวโน้มความนิยมของผู้บริโภคในประเภทของภาพยนตร์สามมิติและภาพยนตร์ดิจิทัลในอนาคต การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบการจัดชั้นแบบสัดส่วน (Stratified random sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 1,721 คน เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) จากการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ช่วงอายุ 26 – 30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท 2) ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อ กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ผ่าน สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ชมภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์ ตรวจสอบรอบการฉายผ่านโทรศัพท์มือถือ ตรวจสอบระบบการฉายภาพยนตร์ผ่านเวบไซต์ของโรงภาพยนตร์ เข้าชมเวบไซต์เกี่ยวภาพยนตร์เป็นครั้งคราว ชมภาพยนตร์เฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน เลือกชมภาพยนตร์ในช่วงเวลา 15.01 – 18.00 น. เลือกชมภาพยนตร์ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ โดยมักชมภาพยนตร์กับเพื่อน และเลือกชมภาพยนตร์แอ็คชั่นมากที่สุด 3) ผลการวิเคราะห์การนำเสนอภาพยนตร์ดิจิทัลสามมิติและดิจิทัล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าภาพยนตร์แอ็คชั่นควรฉายในระบบดิจิทัลสามมิติ สาเหตุที่เลือกชมภาพยนตร์ดิจิทัลสามมิติ คือ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของภาพยนตร์ ชื่นชอบในเทคโนโลยีความคมชัดของภาพสามมิติ เวลาชมภาพยนตร์แล้วไม่เกิดอาการล้าของสายตา กลุ่มตัวอย่างคิดว่าระบบเสียงที่ได้ยินรอบทิศทาง (surround) เป็นระบบเสียงที่เหมาะกับภาพยนตร์ดิจิทัลสามมิติ มีความคิดเห็นต่อฉากพิเศษในดิจิทัลสามมิติว่ามีความเสมือนจริงมาก กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าโรงภาพยนตร์ดิจิทัลสามมิติและระบบดิจิทัลแตกต่างกันมากที่สุดเรื่องความคมชัดของภาพและสี ในส่วนของมุมกล้องกลุ่มตัวอย่างคิดว่าแตกต่างเพราะสามารถใช้คอมพิวเตอร์สร้างได้ กลุ่มตัวอย่างเลือกชมภาพยนตร์ระนะบบดิจิทัลมากกว่าดิจิทัลสามมิติ เลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้ามากกว่าโรงภาพยนตร์ตั้งลำพัง (Standalone) และเหตุผลของการใช้บริการโรงภาพยนตร์เพราะการเข้าถึงง่าย ใกล้บ้าน 4) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เลือกชมภาพยนตร์ดิจิทัลสามมิติ พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเลือกชมภาพยนตร์ดิจิทัลสามมิติในระดับสูง คือ เอฟเฟคต่างๆ ของภาพยนตร์ระบบดิจิทัลสามมิติ, ความคมชัดของภาพ, นักแสดงและเนื้อหาของภาพยนตร์, คุณภาพของภาพยนตร์, ประเภทของภาพยนตร์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมระดับ ปานกลาง ได้แก่ ภาพยนตร์ตัวอย่าง, ระบบการฉายภาพยนตร์ และความสะดวกในการซื้อตั๋วชมภาพยนตร์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมระดับน้อย ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดต่างๆ และจำนวนโรงภาพยนตร์

**คำสำคัญ: ภาพยนตร์ ดิจิทัล การเลือกชม**

SPU CHONBURI

| | | |
|---|---|---|
| **Research Title** | : | Factors Effecting on Selection of Digital Cinema in Thailand Focusing on Multiplex Cinema |
| **Name of Researcher** | : | Mr.Chanwit Prompitak |
| **Name of Institution** | : | School of Communication Arts, Sripatum University, Khonkaen |
| Year of Publication | : | B.E. 2558 |

**Abstract**

This research "Factors Effecting on Selection of Digital Cinema in Thailand Focusing on Multiplex Cinema" is a quantitative research, the aims: 1) study the factors that influence the decision of the 3D digital cinema, digital cinema and digital consumer in Bangkok and the provinces and 2) study the exposure of advertising, film and 3D digital movies, consumers in Bangkok and the provinces, and 3) study consumer trends in the types of 3D digital films and digital films in the future. The sample was selected using a stratified random sampling have a total of 1721 samples were selected in this study was a questionnaire.

Result of research: 1) Most of the samples were women aged 26-30 years, a private company employees. Bachelor degree and monthly income 10001-30000 baht. 2) The analysis of media exposure. The samples get the movies information most by social media, watch movie trailers in movie theaters, check movies timetables via a mobile device, check the screening system through the cinema web site. Visit the movies website about the occasional. Movie average one time per month. The time to watch movies at 15:01 to 18:00 hrs. To watch movies on Saturday and Sunday. Usually watching movies with friends and action movies the most. 3) The results presented 3D digital or digital movies: most think action movie should be released in3D digital movies. The reason is 3D digital movies feel a part of the film. Technology enthusiasts in the sharpness of the image in 3D. The movie does not cause eye fatigue. The samples that sound surround sound system with 3D digital movies. Opinion on the digital scene in 3D that are realistic. The samples that the 3D digital cinema and digital unlike most of the picture clarity and color. The camera angles were different because that can be created using the computer. The sample of what digital movies over 3D digital movies. Select a movie theater in the mall over the standalone cinema and the reasons for using services because of easy access to nearby theaters. 4) The analysis of the factors of influence the selection 3D digital movies that the sample movies digitally in 3D digital at a high level, the contrast of the image, the actor and the content of the film, the quality of the movie. The factors that influence the selection of the medium level: the trailers, cinema systems. And a convenient way to buy movie tickets. Factors that influence the selection of the low level of marketing activities and the number of cinemas.

**Keywords :** Cinema, Digital, Selection

SPU CHONBURI