บทที่ 2

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของการชมภาพยนตร์ผ่านแอพพลิเคชั่น” ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบและแนวทางการศึกษา โดยสามารถจำแนกเป็นหัวข้อย่อยๆได้ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร
2. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

<u>แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร</u>

Wilber Schamm ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรของมนุษย์ไว้ต่อไปนี้

1. ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหา เพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายข่าวสารได้

8. ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับสารและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ ซึ่งนอกจากระบบการเลือกสรรแล้วบุคคลต่างๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่างๆกันได้แก่
   8.1 ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการเพื่อนมาสามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำในบางครั้ง
   8.2 ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความอยากรู้ของตน ไม่ว่าสิ่งที่อยากรู้นั้นจะมีผลต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม
   8.3 ประโยชน์ใช้สอย เพื่อการรับรู้ข่าวสารเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อตนเอง เช่น การทำให้ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ เพราะพื้นฐานมนุษย์เห็นแก่ตัวเองจึงต้องการการตอบสนอง
   8.4 สาเหตุจากตัวสื่อ ซึ่งมีลักษระกระตุ้น ชี้นำทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวนั้นๆ เช่น คนดูโทรทัศน์แทนการออกจากบ้านเป็นต้น

เพื่อพิจารณาถึงทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จะเห็นว่าความพอใจของผู้ชม ผู้ที่กระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ที่เป็นไปตามความสนใจ ที่ต่างกันตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเสี่ยง ทัศนคติ และความรู้สึกนึกคิดของผู้ชมที่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตีความลารทำความเข้าใจในข่าวสสารของผู้รับสาร คือ[1]

1. ปัจจัยด้านการสื่อสาร อันได้แก่ ทักษะความสามารถและความชำนาญในการสื่อสาร รวมทั้งทัศนคติในด้านการสื่อสาร ความรู้เรื่องการสื่อสาร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ จะมีผลทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการตีความและการทำความเข้าใจ
2. ปัจจัยด้านประชากรศษสตร์ (Demographic Characteristics of Audience) อันได้แก่อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา อาชีพ ศาสนา ฯลฯ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ การเข้าใจการสื่อสารทั้งสิ้น ดังนี้
   - <u>อายุ</u> อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง ต่อพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากเป็นตัวกำหนด หรือเป็นสิ่งที่บ่งบอก เกี่ยวกับประสบการณ์ในเรื่องต่างๆของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่า ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้

---

[1] ไกรสร วงศ์อนันศักดิ์, ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร, (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547). น.27-28

ล้วนแต่เป็นเครื่องบ่งชี้ หรือแสดงถึงความคิดความเชื่อลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นของบุคคล นอกจากนี้คนอายุน้อยจะมีความคิดในเชิงเสรีนิยมมากกว่าคนอายุมาก เป็นต้น

- <u>เพศ</u> เพศมีความสัมพันธ์ต่อบุคลิกลักษณะจิตใจและอารมณ์ของบุคคล จะเห็นได้ว่า เพศหญิง มีอารมณ์อ่อนไหวง่าย ดังนั้น จึงถูกชักจูงได้ง่ายกว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของเพศหญิงจึงมักสนใจข่าวสารประเภทความสวยงาม ความบันเทิง ในขณะที่เพศชาย จะชอบข่าวสารหนักๆและข่าวสารประเภทท้าทายผจญภัย เป็นต้น
- <u>สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ</u> ได้แก่ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลสำคัญต่อผู้รับ โดยเป็นตัสกำหนดในเรื่องของการเปิดรับสื่อที่ตนเองสามารถซื้อหาหรือเข้าถึงได้ รวมทั้งยังกำหนดในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาตามสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจอีกด้วย
- <u>การศึกษา</u> ความรู้เป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดความเชื่อและทัศนคติของบุคคลที่มีต่อเรื่องต่างๆ เนื่องจากสถาบันที่อบรมให้บุคคลเป็นคนที่มีบุคลิกภาพไปในทางที่แตกต่างกัน เช่น คนที่มีการศึกษาสูงมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ เป็นต้น

<u>ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)</u>

แนวทางการศึกษาในเรื่องการใช้สื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผ็กำหนดว่า ตนต้องการอะไร สื่ออะไรและสารอะไร จึงตอบสนองความพึงพอใจของตนได้ เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารไม่ได้เพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่จะเลือกใช้สื่อและรับสารสามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นความคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสาร คือ ตัวจักรที่ตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร มีลักษณะตรงข้ามกับการศึกษาถึงผลที่สื่อมวลชนก่อเกิดขึ้นในหมู่ผู้รับสาร (The Media Effect Approach) เพราะจะศึกษาในแนวที่ว่า สื่อมวลชนทำอะไรกับผู้รับสาร แต่การศึกษาที่เน้นประโยชน์ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม เป็นการศึกษาว่า ผ็รับสารจะทำอะไรกับสื่อมวลชน ในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

(Uses and Gratification) จึงเน้นที่ผู้รับสารเป็นผู้กำหนด สื่อและสารที่จะเข้าใจตอบสนองความต้องการของตนได้[2]

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไรแสดงอะไรจึงจะสนองความพึงพอใจของตนได้ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่มาสารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเท่านั้น

การศึกษาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสาร (Media Consumer) เป็นจุดเริ่มต้น โดยศึกษาว่า ผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกรับสื่อหนึ่งๆ กระบวนการดังกล่าวหมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร(Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร โดยเฉพาะประสบการณ์โดยตรงขแงผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วยขั้นตอนหลัก

ขั้นตอน[3]

1. ผ็รับสาร ในฐานะเป็นบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (Gold Directed)
2. การใช้หรือเปิดรับสื่อหนึ่งๆ ที่ได้เลือกสรรแล้วก็เพื่อสนองต่อความต้องการของตน ความวัตถุประสงค์มิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอย หรือเป็นผลชักจูงจากผู้ส่งสารแต่อย่างเดียว
3. ความพอใจในการสื่อเกิดขึ้นเมื่อ การเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในทางกลับกันผู้ส่งสารต่างจำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อการบริการใช้แก่ประชนผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจการสื่อสารก่อนหน้านั้น

ขั้นตอนทั้ง 3 มีความสัมพันธ์เชิงกระบวนการตามรายละเอียดภายใต้โครงสร้างสังคมกับการสื่อสาร รวมทั้งภูมิหลังของปัจเจกชนผู้รับสาร กล่าวคือ สิ่งแวดล้อมภายนอกของบุคคลไม่ว่าจะเป็นระบบการเมืองเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการสื่อสารกับภูมิหลังของปัจเจกชน ซึ่งหมายถึงความคิดและ

---

[2] ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, (กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น.90

[3] สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม(กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น.144

การกระทำ อันเนื่องมากจากตัวปแรทางประชากรศาสตร์ จิตวิทยา และประสบการณ์ส่วนบุคคลหล่อหลอมให้มนุษย์มีความต้องการพื้นฐาน รวมทั้งมีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือกใช้และความพึงพอในในสื่อด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กอบกุล จันทรโคลิกา (2553) ทำการศึกษาเรื่องการเลือกชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์และการคาดหวังจากการชมภาพยนตร์ไทย พบว่าลักษณะของผู้ชมม (ได้แก่ เพศ รายได้ การศึกษาและสถานภาพสมรส)และระดับการให้ความสำคัญ ของผู้ชมที่มีต่อฟอร์ม (ดารานำแสดง ผู้กำกับ)ของภาพยนตร์มีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการเข้าชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ในขณะ

ที่ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์โดยอาศัยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึง

พอใจ (Uses and Gratifications Theory) พบว่า ผู้ชมภาพยนตร์มีความคาดหวังต่อภาพยนตร์ไทยใน

เรื่องของความบันเทิงหรือตลกเป็นหลัก ผู้ชมภาพยนตร์ไทยจึงมีลักษณะเป็นผู้ชมที่ชมภาพยนตร์

เพื่อความบันเทิงและนิยมชมภาพยนตร์ประเภทตลกเป็นหลัก ในขณะที่ผู้นิยมชมภาพยนตร์

ต่างประเทศจะให้ความสำคัญ กับการชมภาพยนตร์เพื่อเนื้อหาสาระเป็นหลัก ผลจากการศึกษาด้วยแบบจำลอง Logit ช่วยยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างการตัด สินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยกับความคาดหวังที่ได้รับจากภาพยนตร์ไทย พฤติกรรมการชมภาพยนตร์(ได้แก่ ประเภทของภาพยนตร์และความคิดเห็นต่อภาพยนตร์ไทย) และลักษณะของผู้ชม (รายได้) นอกจากนี้ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาภาพยนตร์ไทยกลุ่มตวัอย่างโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกนัว่าภาพยนตร์ไทยควรเน้นพัฒนาด้านเนื้อเรื่อง เป็นอันดับแรก เทคนิค นักแสดง ผู้กำกับ และการลงทุน

ตามลำดับ และรัฐบาลควรให้การสนับสนุนการพัฒนาภาพยนตร์ไทยให้มากกว่านี้

กนกวรรณ อติชาต (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อุปสงค์ต่อการชมภาพยนตร์ กรณีศึกษาโรงภาพยนตร์เมเอจร์ซีนีเพล็กซ์ จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 21 ปี โดยส่วน ใหญ่ศึกษาอยู่คณะวิศวกรรมศาสตร์ กาลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 มากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้รถส่วนบุคคลเดินทางไปชมภาพยนตร์

และโดยปกติแล้วไปชมภาพยนตร์ครั้งละ 1 – 2 คน มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับพึง พอใจมาก ส่วนปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจาหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัย ด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ นั้นมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และมีความ คิดเห็นต่อราคาบัตรชมภาพยนตร์ว่าเหมาะสม โดยส่วนใหญ่ยินดีจะจ่ายราคาบัตรภาพยนตร์ ราคา 101 - 150 บาทมากที่สุดทั้งยังมีจานวนเงินที่จ่ายไปต่อการเข้าชมภาพยนตร์ประมาณ151 - 300 บาท/ครั้งซึ่งจาก การศึกษา เป็นผลทาให้โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ควรมีการปรับปรุงในด้านด้านราคา ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจาหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ เพื่อให้ เกิดบริการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดและเพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการอีกด้วย

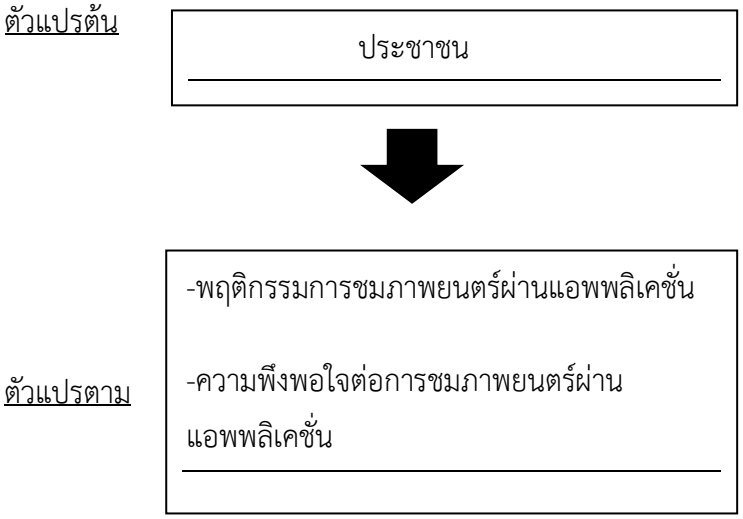
มัชฌิมา ศรัทธาพร (2556) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ต่างประเทศของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า จำนวนผู้ชมภาพยนตร์เป็นเพศชาย ใกล้เคียงกับเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน ที่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท และสถานภาพโสด

พฤติกรรมในการเลือกชมภาพยนตร์ต่างประเทศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะเลือกชมภาพยนตร์แอคชั่น โดยมีความถี่ในการชมเดือนละ 1- 2 ครั้ง และไปดูกับกลุ่มเพื่อน/ แฟน โดยเลือกที่จะไปดูในวันหยุดพักผ่อนที่โรงภาพยนตร์ และเลือกประเทศที่ผลิตภาพยนตร์เป็นสหรัฐอเมริกา โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่เลือกชม คือเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ต่อ พฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ มีผลต่อประเภทที่เลือกชม ความถี่ บุคคลที่ชม ภ า พ ย น ต ร์ ช่วงเวลาในการชม ช่องทางที่เลือกชม ประเทศที่ผลิตภาพยนตร์ และเหตุผลในการชมภาพยนตร์

ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ต่างประเทศต่างกัน ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P)แตกต่างกัน โดยพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ ได้แก่ ประเภทที่เลือกชม ความถี่ บุคคลที่ชมภาพยนตร์ ช่วงเวลาในการชม ช่องทางที่เลือกชม ประเทศที่ผ ลิตภาพยนตร์ และเหตุผลในการชมภาพยนตร์ที่ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(4P) ได้แก่ปัจจัย

ด้านผลิตภัณฑ์ (ภาพยนตร์)ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ชมภาพยนตร์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ยกเว้น ประเภท ภาพยนตร์ ช่วงเวลาที่รับชม และเหตุผลในการชมภาพยนตร์

<u>กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย</u>

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของการชมภาพยนตร์ผ่านแอพพลิเคชั่น”สามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย

<u>กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย</u>