

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา“พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน” โดยผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น(Probability sampling) จากนักศึกษาสาขาการภาพยนตร์ กลุ่มสาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 200 คน ใช้แบบสอบถามและพนักงานภาคสนามออกเก็บรวบรวมข้อมูล สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และกำลังศึกษาในชั้นปีที่ 3 มากที่สุดรองลงมาคือชั้นปีที่ 4 และมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 10 คนที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 1

2. ข้อมูลเกี่ยวพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน

2.1. พฤติกรรมการเลือกเปิดรับชมภาพยนตร์ไทย

วัตถุประสงค์หลักในการเลือกชมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ชื่นชอบภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 22.67 ถัดมาคือ พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 17.33 ถัดมาคือมีการสนับสนุนธุรกิจภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 8 ส่วนความหลากหลายของภาพยนตร์และอื่น ๆ คิดเป็นอย่างละร้อยละ 6 เท่ากัน

เมื่อพิจารณาถึงทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จะเห็นว่าความพอใจของผู้ชม ผู้ที่กระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ที่เป็นไปตามความสนใจ ที่ต่างกันตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเสี่ยง ทักษะ และความรู้สึกนึกคิดของผู้ชมที่แตกต่างกัน

2.2. แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน

แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือราคา คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาคือการใช้งานสะดวก/ง่าย คิดเป็นร้อยละ 20 ถัดมาคือความหลากหลายภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 17.33 ถัดมาคือโปรโมชั่นผ่านเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 13.33 ส่วนการโปรโมตผ่านโทรทัศน์/วิทยุและความใหม่ของภาพยนตร์คิดเป็นร้อยละ 12 และ 9.34 ตามลำดับ

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่เข้าถึงคนทุกชนชั้น เป็นสื่อที่ถ่ายทอดข้อมูล เนื้อหาความรู้สึก และประสบการณ์ไปยังผู้รับสาร ด้วยลักษณะเฉพาะของภาษาและสัญลักษณ์ อันเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ภาพยนตร์เล่าเรื่องด้วยภาพ มีการลำดับเรื่องราวที่สัมพันธ์ต่อเนื่องหรือบางครั้งขัดแย้งกัน ภาษาของภาพยนตร์ไม่ต้องการคำแปล ผู้ชมสามารถยอมรับและเข้าใจได้ ทั้งยังมีภาษาของสีและแสงที่แสดงนัยแฝงต่างๆนอกจากนี้ ยังมีเสียงดนตรี ภาษาพูด รวมทั้งเสียงธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมให้เกิดความหมายและอารมณ์ความรู้สึก สื่อภาพยนตร์เป็นสื่อที่สามารถเข้าใจได้ง่าย อีกทั้งยังเป็นสื่อธุรกิจ ที่ต้องการระดมทุนในการผลิต มีการจัดระบบการจัดจำหน่าย การตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการใช้บุคคลที่มีความรู้ความสามารถหลายสาขาในกระบวนการผลิตภาพยนตร์เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

ในปัจจุบันวิชาชีพภาพยนตร์จึงได้รับความสนใจอย่างยิ่งในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ตลอดจนความสำเร็จในผลงานภาพยนตร์ของผู้กำกับหลายราย และปัจจุบันได้เกิดมีการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆที่เกี่ยวกับภาพยนตร์มากขึ้น ปัจจุบันดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงกระแสตอบรับของสังคมที่เกื้อหนุนต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้เป็นอย่างดี

5.3 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จึงยังไม่สะท้อนถึงลักษณะของเนื้อหาที่พึงประสงค์หรือสามารถดึงดูดใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นลักษณะเนื้อหาที่จะสามารถดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบในภาพยนตร์ ได้มีพฤติกรรมการติดตามอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องได้