

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2”



นาย กรภัทร์ จิตต์จำนงค์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการภาพยนตร์ ภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS RELATED TO THE DECISION TO VIEW  
THAI ANIMATED FILM “KHANKLUAY 2”



Mr. Korapat Jitjamnong

ศูนย์วิทยุโทรทัศน์ภาพ  
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts Program in Film

Department of Motion Pictures and Still Photography

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์

แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2”

โดย

นายกรภัทร์ จิตต์จ้านงค์

สาขาวิชา

การภาพยนตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

อาจารย์ ดร. จีรบุญย์ ทศนบรรจง

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นักศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุบผา เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(อาจารย์ ดร.จีรบุญย์ ทศนบรรจง)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ปัทมวดี จารูวร)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(อาจารย์ ดร.ณัฐชูลดา วิจิตรจามรี)

ศูนย์วิทยุกระจายเสียง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรภัทร์ จิตต์จ้านงค์ : ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2”. (FACTORS RELATED TO THE DECISION TO VIEW THAI ANIMATED FILM “KHANKLUAY 2”) อ. ที่ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก : อ. ดร.จิรบุณย์ ทศนบรรจง, 166 หน้า.

การวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์การศึกษา (1) เพื่อทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อทราบความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ชมภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” จำนวน 400 คน จากโรงภาพยนตร์ 10 ย่าน ในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลจากค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, T-test, One-way ANOVA, Post Hoc ประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS/PC

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ส่วนใหญ่เป็น นักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และส่วนใหญ่ยังไม่มียศได้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์ในแต่ละด้าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของผู้ชมมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์มากที่สุด อันดับแรก ได้แก่ ความน่ารักและความสวยงามของตัวละคร อันดับที่ 2 ได้แก่ ความสนุกสนานจากภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย” และอันดับที่ 3 ได้แก่ เทคนิคการสร้างภาพพิเศษในภาพยนตร์ ส่วนความพึงพอใจของกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์หลังจากที่ชมภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” พบว่า มีความพึงพอใจต่อภาพยนตร์เรื่องนี้มาก โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความน่ารักและความสวยงามของตัวละครมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างภาพพิเศษ อันดับที่ 3 คือ ความสวยงามของเทคนิคการสร้างภาพพิเศษ จากลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ชมแตกต่างกันตามไปด้วย

ภาควิชา การภาพยนตร์และภาพนิ่ง  
สาขาวิชา การภาพยนตร์  
ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนิสิต กรภัทร์ จิตต์จ้านงค์  
ลายมือชื่อ อ.ที่ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก จิรบุณย์

## 508 46547 28 : MAJOR FILM

KEYWORDS : FACTORS/THE DECISION VIEW FILM / KHANKLUAY 2

KORAPAT JITJAMNONG : FACTORS RELATED TO THE DECISION TO VIEW THAI ANIMATED FILM "KHANKLUAY 2". THESIS ADVISOR : Dr. CHEERABOONYA THASANABANCHONG, 166 pp.

This survey-type research aims to examine: (1) the factors related to the decision to view the film "Khankluay 2" of viewers in Bangkok Metropolis (2) their satisfaction from viewing the film. The research is conducted through the use of questionnaires to collect data from 400 viewers of "Khankluay 2" in cinemas in 10 areas in Bangkok Metropolis. The data are analyzed in terms of Percentage, Mean, T-test, One-way ANOVA, Post Hoc and assessed by the application of the SPSS/PC program.

The findings of the research are as follows. The majority of the viewers are pupils and students under the age of 18, and most of them have not earned an income. Factors related to their decision to view the film influence their decision a great deal. The first influential factor is based on the loveliness and beauty of the characters. The second is the entertainment they receive from viewing the film. And, the third is related to the creation of visual effects in the film. In terms of the satisfaction of the viewers after seeing the film, it is found that they enjoyed the film a great deal and their satisfaction came, the most, from the loveliness and beauty of the character. Ranked second was the creativity in the visual effects and third was the spectacle resulted from the creation of visual effects. The difference in the demographics of the population yields different results in the viewers' satisfaction.

Department : ..... Motion Pictures and .....  
Still Photography.....

Student's Signature : *Korapat Jitjamnong*  
Advisor's Signature : *Cheerabonya Thasanabanchong*

Field of Study : ..... Film.....

Academic Year : ..... 2009.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงด้วยดีไปไม่ได้หากขาดความอนุเคราะห์จากอาจารย์ทุกท่าน ผู้วิจัยจึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณ ดร.จีรบุญย์ ทัศนบรรจง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่คอยให้คำแนะนำ แนวคิด คำปรึกษาที่ดี ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ และกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์รวมทั้งยังช่วยในการตรวจสอบและให้คำแนะนำที่ดีในการทำวิจัย นอกจากนี้ยังขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ปัทมวดี จารูวร และ ดร.ณัฐชูดา วิจิตรจามรี ซึ่งกรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และได้ให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ในการวิจัยเป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ที่ช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน ทุกคนในครอบครัว จิตต์จ้านงค์ ครอบครัวเกตุแก้ว ครอบครัวฉันทินพงา ที่คอยให้กำลังใจและความช่วยเหลือ น้องๆ และเพื่อนๆ จากโรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม ชาว S.K. 119 กลุ่ม B.C. 13 เพื่อนๆ ป.โท ภาพยนตร์ รุ่น 1 Blue A31 ยานพาหนะที่พาลุยไปทุกที่ทุกเวลา คุณวนิดา ที่ร่วมเดินทางเก็บแบบสอบถาม และผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุกคน

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภาพ.....	ต
สารบัญภาพ.....	ถ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาคำถามการวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	7
1.5 นิยามศัพท์.....	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับแอนิเมชัน.....	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน.....	13
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมแอนิเมชันในประเทศไทย.....	26
2.4 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ.....	36
2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ.....	40
2.6 แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	46
2.7 แนวความคิดเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์.....	51
2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	53
2.9 กรอบแนวความคิดของการวิจัย.....	55

3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	56
3.1	ประชากรเป้าหมาย.....	56
3.2	กลุ่มตัวอย่าง.....	57
3.3	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	58
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	58
3.5	การทดสอบเครื่องมือการวิจัย.....	59
3.6	การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน.....	60
3.7	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
3.8	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
3.9	สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	62
4	ผลการวิจัย.....	63
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร.....	64
4.2	การชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไป.....	66
4.3	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	67
4.4	ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	74
4.5	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติของลักษณะทางประชากรกับปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	80
4.6	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติของลักษณะทางประชากรกับความ พึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	101
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	134
5.1	สรุปผลการวิจัย.....	135
5.2	อภิปรายผล.....	148
5.3	ข้อจำกัดในการวิจัย.....	151
5.4	ข้อเสนอแนะ.....	151



รายการอ้างอิง.....	153
ภาคผนวก.....	156
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	166



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
ตารางที่ 1	แสดงงบประมาณและรายได้ของภาพยนตร์แอนิเมชันไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2549-2551.....	4
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนภาพยนตร์แอนิเมชันที่ออกฉายในโรงภาพยนตร์ทั่วไป ตั้งแต่ พ.ศ. 2549-2551.....	4
ตารางที่ 3	ประมาณการมูลค่าตลาดแอนิเมชันในประเทศไทย พ.ศ. 2549-2553.....	30
ตารางที่ 4	วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทยด้านลักษณะทางกายภาพ.....	31
ตารางที่ 5	วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทยด้านบุคลากร.....	32
ตารางที่ 6	วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทยด้านระบบสนับสนุนพื้นฐาน.....	33
ตารางที่ 7	วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทยด้านภาครัฐ.....	34
ตารางที่ 8	วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทยด้านสภาพธุรกิจ.....	35
ตารางที่ 9	แสดงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ.....	47
ตารางที่ 10	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มประชากรจำแนกตามเพศ.....	64
ตารางที่ 12	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มประชากรจำแนกตามอายุ.....	64
ตารางที่ 13	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา.....	65
ตารางที่ 14	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มประชากรจำแนกตามอาชีพ.....	65
ตารางที่ 15	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มประชากรจำแนกตามรายได้.....	66
ตารางที่ 16	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มประชากรจำแนกตามการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไป.....	66
ตารางที่ 17	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	67
ตารางที่ 18	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	69

ตารางที่		
ตารางที่ 19	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	70
ตารางที่ 20	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	71
ตารางที่ 21	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	72
ตารางที่ 22	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	73
ตารางที่ 23	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	74
ตารางที่ 24	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านตัวละครของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	75
ตารางที่ 25	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	76
ตารางที่ 26	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านเสียงของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”.....	77
ตารางที่ 27	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านการตัดต่อของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” .....	78
ตารางที่ 28	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” .....	79
ตารางที่ 29	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”ระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	80
ตารางที่ 30	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	80
ตารางที่ 31	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	81

ตารางที่		
ตารางที่ 32	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	82
ตารางที่ 33	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์ หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	83
ตารางที่ 34	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์ หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	84
ตารางที่ 35	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์ หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ...	84
ตารางที่ 36	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์ หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์ โดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	85
ตารางที่ 37	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมด ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย2” ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	86
ตารางที่ 38	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	86
ตารางที่ 39	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่า ความแตกต่างของปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	88
ตารางที่ 40	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่า ความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	88
ตารางที่ 41	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่า ความแตกต่างของปัจจัยส่วนตัวโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	89
ตารางที่ 42	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมด ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	90

ตารางที่		
ตารางที่ 43	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	91
ตารางที่ 44	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างของปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	92
ตารางที่ 45	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวมระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	93
ตารางที่ 46	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างของปัจจัยส่วนตัวโดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	94
ตารางที่ 47	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	95
ตารางที่ 48	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	95
ตารางที่ 49	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างของปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวมระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	97
ตารางที่ 50	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างของปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	98
ตารางที่ 51	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวมระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	99
ตารางที่ 52	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างของปัจจัยส่วนตัวโดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	100
ตารางที่ 53	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	101

ตารางที่		
ตารางที่ 54	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	101
ตารางที่ 55	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	102
ตารางที่ 56	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	103
ตารางที่ 57	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	103
ตารางที่ 58	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	105
ตารางที่ 59	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	106
ตารางที่ 60	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	106
ตารางที่ 61	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	107
ตารางที่ 62	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	108
ตารางที่ 63	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ.....	109
ตารางที่ 64	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	110

ตารางที่		
ตารางที่ 65	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ.....	110
ตารางที่ 66	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	111
ตารางที่ 67	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	112
ตารางที่ 68	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม.....	113
ตารางที่ 69	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวมระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	114
ตารางที่ 70	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	115
ตารางที่ 71	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวมระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	115
ตารางที่ 72	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวมระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ.....	116
ตารางที่ 73	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	117
ตารางที่ 74	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	118

ตารางที่		
ตารางที่ 75	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	119
ตารางที่ 76	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	121
ตารางที่ 77	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ..	122
ตารางที่ 78	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวมระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	123
ตารางที่ 79	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวมระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	124
ตารางที่ 80	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวมระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ.....	125
ตารางที่ 81	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	126
ตารางที่ 82	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	127
ตารางที่ 83	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	128
ตารางที่ 84	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	129



ตารางที่		
ตารางที่ 85	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านตัวละคร โดยรวมระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	130
ตารางที่ 86	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบ โดยรวมระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	131
ตารางที่ 87	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการตัดต่อ โดยรวมระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	132
ตารางที่ 88	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษ โดยรวมระหว่างระดับรายได้ต่างๆ.....	133

## สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่	
แผนภาพที่ 1 ประมาณการมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมแอนิเมชันในประเทศไทย พ.ศ. 2549-2553.....	30
แผนภาพที่ 2 อิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภค.....	50



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง ก้านกล้วย 2.....	164



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กว่า 100 ปี ที่ สจิวต์ แบล็คตอน (J. Stuart Blackton) นำเสนอภาพยนตร์สั้นเรื่อง “Humorous Phases of Funny Faces” (Charles Solomon, 1989: 13) ซึ่งถือเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องแรกของโลกได้ออกมาโลดแล่นอยู่บนแผ่นฟิล์ม จนถึงปัจจุบันภาพยนตร์แอนิเมชัน ได้พัฒนาเทคนิคในการผลิตจนราวกับว่าตัวละครตัวนั้นมีชีวิตอยู่จริงๆ ไม่ใช่แค่เพียงแต่ในจินตนาการของผู้ชมเท่านั้น

โลกของการ์ตูนแอนิเมชันได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอีกครั้งเมื่อ “วอลท์ ดิสนีย์” (Walt Disney) บริษัทผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันยักษ์ใหญ่ ได้เป็นผู้ริเริ่มในการที่นำเนื้อเรื่องเข้าไปรวมอยู่ในเนื้อหาของแอนิเมชันพร้อมกับใส่ความประณีตบรรจงจนกลายมาเป็นงานศิลปะแขนงหนึ่ง โดยเริ่มจากการผลิตภาพยนตร์การ์ตูนแบบ 2 มิติ ที่ใช้ตัวการ์ตูนที่เป็นสัตว์แต่มีลักษณะท่าทางเหมือนคนเป็นตัวเอกในเรื่อง จนสามารถสร้างชื่อเสียงโด่งดังเช่น มิกกี้ เมาส์ (Mickey Mouse) โดนัลด์ ดั๊ก (Donald Duck) ฯลฯ แต่เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ผ่านไป บริษัทยูพีเอ (UPA) ได้สร้างภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องสั้นเรื่อง “เจอร์ราร์ด แมคโบอิง โบอิง” (Gerald McBoing Boing) ซึ่งได้เปลี่ยนรูปแบบการวาดภาพยนตร์แอนิเมชันไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง รูปแบบของการ์ตูนแอนิเมชันแบบใหม่นี้ได้รับอิทธิพลมาจากภาพเขียนสมัยใหม่ที่มุ่งแสดงความหมายมากกว่าการเลียนให้เหมือนจริง ซึ่งเรียกว่าภาพนามธรรม (Abstract) ตัวการ์ตูนจะเป็นภาพแบนไม่แสดงความลึก ใช้ลายเส้นแบบง่ายๆ ซึ่งตรงกันข้ามกับรูปแบบของ วอลท์ ดิสนีย์ (Walt Disney) ที่พยายามเลียนแบบธรรมชาติให้มากที่สุด (นับทอง ทองใบ, 2550: 204-205)

แต่หลังจากที่สื่อโทรทัศน์เริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคม ทางบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันจึงจำเป็นต้องปรับตัว โดยสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันต้นทุนต่ำเพื่อป้อนให้กับทางสถานีโทรทัศน์ แต่ขณะเดียวกันการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันขนาดยาวก็ยังคงได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยหลังจากยุคภาพยนตร์ของดิสนีย์ ก็มีสตูดิโอรุ่นใหม่ๆ ได้ถือกำเนิดขึ้นมาหลากหลาย สตูดิโอไม่ว่าจะเป็นสตูดิโอพิกซาร์ (Pixar), สตูดิโอเดิร์มเวิร์ค (Dream Works) และยังมีสตูดิโออีก

หลายแห่งที่สร้างผลงานคุณภาพจนเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก ซึ่งเอกลักษณ์ก็คือ ภาพยนตร์แบบ 3 มิติ แม้แต่ในทวีปเอเชีย ประเทศที่ได้ชื่อว่าเป็นผู้นำแห่งโลกการ์ตูนอย่างประเทศญี่ปุ่นก็ได้ให้ความสนใจในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน ในช่วงเริ่มแรกนั้นตัวการ์ตูนส่วนใหญ่ยังมีลักษณะใกล้เคียงกับตัวการ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์ (Walt Disney) โดยนำเสนอเรื่องที่มีเนื้อสาระเป็นแบบนิทานพื้นบ้าน จวบจนปัจจุบันภาพยนตร์แอนิเมชันของญี่ปุ่นได้พัฒนาทั้งด้านเนื้อหาและเทคนิคในการผลิตจนเป็นที่ยอมรับของคนทั่วโลก สำหรับสตูดิโอที่เป็นแหล่งผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันที่สำคัญของญี่ปุ่นในยุคนี้ก็คือ สตูดิโอ ไกแนกซ์ (Gainax) กับสตูดิโอจิบลิ (Ghibli) โดยเฉพาะสตูดิโอจิบลิ นั้น ภาพยนตร์เรื่อง “Spirited Away” สามารถคว้ารางวัลออสการ์ (Academy Award) สาขาภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องยาวยอดเยี่ยมมาครอง ในปี 2002 (นับทอง ทองใบ, 2550: 48)

ย้อนกลับมาที่ความเป็นมาของภาพยนตร์แอนิเมชันในประเทศไทย ตั้งแต่อดีตการ์ตูนแอนิเมชันไทยก็คือ หนังสือลูกซึ่งเป็นการละเล่นพื้นเมืองของทางภาคใต้ ต่อมาการ์ตูนแอนิเมชันของประเทศไทยเรื่องแรกก็ได้ถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2488-2489 โดย อ.เสน่ห์ คล้ายเคลื่อน ภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับชาวนา (เมทินี สิงห์เวชสกุล, 2548: 2) แต่ก็ไม่ได้รับการสนับสนุนจากคณะรัฐบาลที่เห็นว่าเป็นเรื่องไร้สาระ ต่อมาในปี พ.ศ. 2498 อ.ปยุต เงากระจ่าง ได้สร้างภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องสั้นขนาดความยาว 12 นาที ชื่อ “เหตุมหัศจรรย์” เป็นภาพยนตร์ที่หยิบยกเนื้อหาภาพเหตุการณ์ชีวิตประจำวันมาล้อเลียน การ์ตูนแอนิเมชันเรื่องนี้สามารถสร้างชื่อเสียงให้กับ อ.ปยุต เงากระจ่าง เป็นอย่างมากจนทำให้ท่านได้รับการยกย่องว่าเป็น “วอลท์ ดิสนีย์เมืองไทย”

ในปีพ.ศ. 2500 อ.ปยุต เงากระจ่าง ได้รับการสนับสนุนจากสำนักข่าวสารอเมริกัน ประเทศสหรัฐอเมริกา ให้สร้างภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องสั้นเรื่อง “หนุมานผจญภัย” เป็นภาพยนตร์สี ขนาด 16 ม.ม. ความยาว 20 นาที แต่สุดท้ายภาพยนตร์เรื่องนี้ก็ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากประสบปัญหาไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล จวบจนถึงปี พ.ศ. 2522 ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องยาวเรื่องแรกของไทย เรื่อง “สุดสาคร” ซึ่งเป็นฝีมือของ อ.ปยุต เงากระจ่าง ด้วยทุนสร้างกว่า 3 ล้านบาท ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องนี้มีความยาว 1 ชั่วโมง 21 นาที ได้เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ทั่วไป (เมทินี สิงห์เวชสกุล, 2548: 5) โดยคัดเลือกเรื่องราวจากรวมคดีมา 3 ตอน แต่ก็ยังไม่สามารถปลุกกระแสให้คนดูชาวไทยนิยมการ์ตูนแอนิเมชันของไทยขึ้นมาได้

และหลังจากนั้นการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องยาวที่ฉายทางโรงภาพยนตร์ทั่วไปก็ซบเซาลงไป เหลือแต่เพียงภาพยนตร์เพื่อการรณรงค์, ภาพยนตร์โฆษณา และภาพยนตร์แอนิเมชันทางโทรทัศน์ จนมาถึงปี พ.ศ. 2545 บริษัท วิจิตร แอนิเมชัน ได้เริ่มปลุกกระแสภาพยนตร์แอนิเมชัน

ขึ้นมาอีกครั้งหลังจากที่ “สุดสาคร” ได้ออกฉายในโรงภาพยนตร์กว่า 23 ปี โดยส่งเรื่อง “การ์ตูนแอนิเมชันปังปอนด์” ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องยาวเรื่องที่ 2 ของประเทศไทย แต่ก็ยังลงฉายแค่เพียงโรงภาพยนตร์ไอแมกซ์ (Imax) เท่านั้น ด้วยเหตุนี้เองทำให้รัฐบาลได้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน จึงจัดตั้งให้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT: Information and Communication Technology) ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) (SIPA: Software Industry Promotion Agency [Public Organization]) ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันวงการแอนิเมชันและมัลติมีเดียของไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง พร้อมกับประกาศนโยบายตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นฮอลลีวูดแห่งเอเชีย “Hollywood of Asia” และเป็นประเทศที่ติด 3 อันดับแรกในการผลิตงานและสร้างรายได้เข้าประเทศจากการผลิตงานแอนิเมชันและมัลติมีเดีย รองจากประเทศเกาหลีใต้และประเทศญี่ปุ่น (เมทินี สิงห์เวชสกุล อ้างถึงใน กรุงเทพธุรกิจ, 2 กรกฎาคม 2547: 10) ก่อนที่อีก 4 ปีต่อมา บริษัทก้านกล้วย ประสบความสำเร็จในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องยาวที่สามารถคว้ารางวัลและทำรายได้ให้กับบริษัท ด้วยภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องยาวที่สามารถทำรายได้สูงที่สุดของประเทศไทยในปีนั้น “ก้านกล้วย” ออกฉายตามโรงภาพยนตร์ทั่วไปในวันที่ 18 พฤษภาคม 2549 ทำให้วงการแอนิเมชันของไทยกลับมาเฟื่องฟูขึ้นอีกครั้ง ถัดมาอีก 1 ปี ในวันที่ 5 ธันวาคม 2550 บริษัท มีเดียสแตนดาร์ด ได้ผลิตภาพยนตร์เรื่อง “พระพุทธเจ้า” ออกมาแต่กลับไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร จนถึงภาพยนตร์เรื่องล่าสุด “นาค” ผลงานของบริษัท บีบอยด์ ซีจี ที่ออกฉายตามโรงภาพยนตร์ทั่วไปในวันที่ 3 เมษายน 2551 แต่สุดท้ายภาพยนตร์เรื่องนี้ก็ยังไม่สามารถเอาชนะใจผู้ชมได้ นอกจาก 4 บริษัทนี้ก็ยังมีบริษัทผู้ผลิตแอนิเมชันที่มีชื่อเสียงของไทยในปัจจุบัน ได้แก่ บริษัท อิมเมจิแม็กซ์, บริษัท แฟนตาซีทาวน์, บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดีย จำกัด ฯลฯ

การผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันไทย ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ย้อนหลังไปตั้งแต่ปี พ.ศ.

2522-2552

ปี พ.ศ. 2522 ภาพยนตร์เรื่อง “สุดสาคร”

ปี พ.ศ. 2545 ภาพยนตร์เรื่อง “การ์ตูนแอนิเมชันปังปอนด์”

ปี พ.ศ. 2549 ภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย”

ปี พ.ศ. 2550 ภาพยนตร์เรื่อง “พระพุทธเจ้า”

ปี พ.ศ. 2551 ภาพยนตร์เรื่อง “นาค”

ปี พ.ศ. 2552 ภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ตารางที่ 1 แสดงงบประมาณและรายได้ของภาพยนตร์แอนิเมชันไทย ตั้งแต่พ.ศ. 2549 - 2551

เรื่อง	งบประมาณในการผลิต	รายได้จากการเข้าฉายในโรงภาพยนตร์
ก้านกล้วย	150,000,000 บาท	86,224,318 บาท
พระพุทธรเจ้า	108,000,000 บาท	14,475,450 บาท
นาค	40,000,000 บาท	8,649,856 บาท

ที่มา: [www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com), <http://th.wikipedia.org>, [www.dialynew.co.th](http://www.dialynew.co.th)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนภาพยนตร์แอนิเมชันที่ออกฉายในโรงภาพยนตร์ทั่วไป ตั้งแต่พ.ศ. 2549 – 2551

ปีที่ออกฉาย	ภาพยนตร์แอนิเมชันไทย	ภาพยนตร์แอนิเมชันจากต่างประเทศ
2549	-ก้านกล้วย	-Cars -Monster House -Arthur and the Minimoys -The Wild -Happy Feet -Over the Hedge -Ant Bully -Ice Age 2: The Meltdown -Flushed Away
2550	-พระพุทธรเจ้า	-Shrek the Third -Surf's Up -The Simpsons Movie -Meet the Robinsons -Bee Movie -Ratatouille -The Reef -Open Season

ปีที่ออกฉาย	ภาพยนตร์แอนิเมชันไทย	ภาพยนตร์แอนิเมชันจากต่างประเทศ
2551	-นาค	-Kung Fu Panda -Madagascar: Escape 2 Africa -Wall – E -Horton Hears a Who! -Starwar The clone wars -Doraemon the Movie: Nobita’s New Great Adventure into the underworld – The seven Magic Usres
2552	-ก้านกล้วย 2	-พระพิฆเนตร -Bolt -Monsters VS Aliens -Up -Ice Age 3 Dawn of the Dinosaurs -Ponyo on The Cliff by the sea

ที่มา: [www.siamzone.com](http://www.siamzone.com)

จากข้อมูลทางสถิติจะเห็นว่าในช่วงเวลา 29 ปีที่ผ่านมาภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เพียงแค่ 5 เรื่องเท่านั้นที่สามารถผลิตให้ผู้ชมได้รับชม และถ้าเทียบกับภาพยนตร์แอนิเมชันจากต่างประเทศที่เข้ามาฉายในประเทศไทย โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2551 จะพบว่ามีการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันจากต่างประเทศออกฉายปีละมากกว่า 5 เรื่อง ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับภาพยนตร์แอนิเมชันจากผู้ผลิตคนไทยแล้วถือว่าเป็นอัตราส่วนที่น้อยมาก ทำให้เม็ดเงินของคนไทยไหลออกสู่ต่างประเทศปีละกว่าหลายร้อยล้านบาท นอกจากนี้ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยยังประสบกับปัญหาขาดทุนเนื่องจากยังไม่ค่อยได้รับความนิยมจากผู้ชมภาพยนตร์ในประเทศ รวมไปถึงบริษัทผู้ผลิตที่น้อยและจากต้นทุนการผลิตที่สูง แต่กับทำรายได้ไม่คุ้มเท่ากับเงินลงทุนและเวลาที่เสียไป ถ้าหากว่าสถานการณ์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยยังคงเป็นแบบนี้ต่อไปโดยไม่ได้รับการแก้ไข ในอนาคตก็อาจจะไม่มีผู้ผลิตรายใดกล้าที่จะลงทุนสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันไทยออกมาอีก ซึ่งอาจจะทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยขาดการพัฒนาเจริญเติบโต และอาจจะสูญหายไปเลยทีเดียว

แต่ในปี พ.ศ. 2549 ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย” ได้สร้างปรากฏการณ์ด้วยการทำรายได้สูงสุดของภาพยนตร์ไทยที่ออกฉายในปีนั้นด้วยรายรับรวมถึง 103.5 ล้านบาท (อ้าง



ถึงใน [www.siamzone.com](http://www.siamzone.com)) ซึ่งไม่เคยมีภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่องใดเคยทำได้ ด้วยการออกแบบตัวละครที่น่าสยดสยองอย่างช้างไทยมาใช้เป็นตัวเอกในการดำเนินเรื่อง พร้อมกับมีการอ้างอิงประวัติศาสตร์ชาติไทยในสมัยอยุธยา ทำให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย” ได้รับรางวัล Best Feature Film ในการประกวดแอนิเมชัน AniMadrid 2006 ที่ประเทศสเปน (อ้างอิงใน [www.animadrid.com](http://www.animadrid.com)) จนสามารถสร้างความตื่นตัวให้กับวงการแอนิเมชันไทยได้มีการพัฒนาทั้งในด้านของบุคลากร, อุปกรณ์เครื่องมือ รวมไปถึงโปรแกรมซอฟต์แวร์ต่างๆ ให้มีความทันสมัยใกล้เคียงกับสตูดิโอแอนิเมชันจากฝั่งตะวันตก และในวันที่ 26 มีนาคม 2552 ภาพยนตร์ภาคต่ออย่าง “ก้านกล้วย 2” ก็จะลงโรงภาพยนตร์ออกฉายให้ผู้ชมชาวไทยได้รับชมกัน โดยในภาคต่อนี้จะเข้มข้นขึ้นทั้งในส่วนของเนื้อเรื่อง การพัฒนาของตัวละคร และเทคนิคในการสร้างภาพพิเศษ ที่นำประสบการณ์การทำงานจากภาคแรกมาปรับปรุงแก้ไขข้อด้อยในเรื่องต่างๆ ให้ออกมาสมบูรณ์สมจริงทั้งในส่วนของภาพและรายละเอียดทุกด้านในภาพยนตร์ ด้วยโปรแกรมซอฟต์แวร์ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งยังไม่เคยมีภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่องไหนเคยทำมาก่อน (ทิวลาภ ศรีวุฒิสงค์, **สัมภาษณ์**, 13 มีนาคม 2552)

ผู้วิจัยเห็นว่าภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” น่าจะช่วยปลูกกระแสการดูภาพยนตร์แอนิเมชันไทยให้กลับมาตื่นตัวขึ้นอีกครั้งเหมือนกับที่ “ก้านกล้วย” เคยสร้างเอาไว้ นอกจากนี้ปัจจัยหลักที่จะทำให้ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยอยู่ได้ก็คือผู้ชมภาพยนตร์ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงควรมีการค้นคว้าหาข้อเท็จจริง เกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจหลังจากที่ชมภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” เพื่อที่จะทราบว่าผู้บริโภคนั้นมีปัจจัยอะไรบ้างในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์และมีความพึงพอใจต่อภาพยนตร์อย่างไรบ้าง เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขและปรับปรุงคุณภาพของผลงานภาพยนตร์แอนิเมชันไทยให้กับผู้ผลิตรายอื่นๆ ซึ่งจะสามารถลดความเสี่ยงและโอกาสจากการขาดทุนไปพร้อมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทยให้ก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

## ปัญหาคำวิจัย

1. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ของกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์เป็นอย่างไร
2. ความพึงพอใจจากการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ของกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์เป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ของผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ของผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ที่เข้าชมจากการฉายในโรงภาพยนตร์ชั้น 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 303 โรง ภาพยนตร์ รวม 7 เครื่องบนพื้นที่ 18 ย่านชุมชน

## คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

**ภาพยนตร์แอนิเมชันไทย** หมายถึง ภาพยนตร์ที่ถ่ายทำจากภาพหรือวัตถุที่ไม่มีชีวิตให้มองเห็นภาพเคลื่อนไหวได้ ซึ่งหลักการสำคัญในการถ่ายทำก็คือ การบันทึกภาพทีละภาพ และในการบันทึกภาพแต่ละครั้งจะต้องขยับหรือเลื่อนภาพวาดหรือสิ่งที่ถ่ายให้เคลื่อนที่ไปจากเดิมเล็กน้อยทุกครั้ง เพื่อให้ภาพมีการเปลี่ยนแปลงและเมื่อมาเปิดในเคลื่อนฉายก็จะได้ภาพที่เคลื่อนไหวเหมือนจริง โดยทั้งหมดผลิตและจัดจำหน่ายโดยคนไทย

**แอนิเมชัน 2 มิติ** หมายถึง การผลิตภาพเคลื่อนไหว โดยสร้างภาพของวัตถุให้มีเพียง 2 มิติ คือมองเห็นทั้งความสูงและความกว้างซึ่งจะมีความเหมือนจริงพอสมควร และในการสร้างจะไม่สลับซับซ้อนมากนัก ตัวอย่างเช่นการ์ตูนที่เราชมกันทางทีวี หรือภาพเคลื่อนไหวที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งสามารถวาดลงบนแผ่นกระดาษ, แผ่นเซล หรือแผ่นกระดาษตัดเป็นภาพต่างๆ ได้

**แอนิเมชัน 3 มิติ** หมายถึง การผลิตภาพเคลื่อนไหว โดยสร้างภาพของวัตถุให้มีความสมจริงมากที่สุด สามารถมองเห็นทั้งความสูง ความกว้างและความลึก ซึ่งสามารถสร้างโดยสิ่งของที่มีรูปร่าง 3 มิติมาถ่ายทำ เช่น หุ่น ดินน้ำมัน หรืออาจจะใช้การสร้างโมเดลของวัตถุ 3 มิติในโปรแกรมคอมพิวเตอร์

**ความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์** หมายถึง ความชื่นชอบในด้านต่างๆ ที่ผู้ชมรู้สึกหลังจากการชมภาพยนตร์ ประกอบไปด้วยความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่อง ความพึงพอใจด้านตัวละคร ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบ ความพึงพอใจด้านเสียง ความพึงพอใจด้านการตัดต่อ และความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษ

**ปัจจัยในการเลือกชมภาพยนตร์** หมายถึง องค์ประกอบในด้านต่างๆ ที่ผู้ชมใช้ในการตัดสินใจที่จะเข้าชมภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ประกอบไปด้วยปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิต ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์ และปัจจัยส่วนตัว

**ภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2”** หมายถึง ภาพยนตร์แอนิเมชันไทย 3 มิติ ที่ผลิตโดยบริษัท กันตนาแอนิเมชัน ออกฉายในโรงภาพยนตร์ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2552

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. สามารถทราบถึงปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจที่จะเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ของผู้ชมภาพยนตร์
2. สามารถทราบถึงความพึงพอใจของผู้ชมหลังจากชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2”
3. สามารถนำไปสู่การพัฒนาวงการภาพยนตร์แอนิเมชันไทยให้สามารถแข่งขันกับภาพยนตร์แอนิเมชันจากต่างประเทศได้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง ก้านกล้วย 2” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ผู้ชมภาพยนตร์เลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” และการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์หลังจากชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยประกอบด้วย

1. แนวความคิดเกี่ยวกับแอนิเมชัน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน
3. แนวความคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมแอนิเมชันในประเทศไทย
4. ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ
5. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ
6. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
7. แนวความคิดเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์

#### 1. แนวความคิดเกี่ยวกับแอนิเมชัน

##### 1.1 ความหมายของแอนิเมชัน (Animation)

คำว่าแอนิเมชัน (animation) รวมทั้งคำว่า “animate” เป็นคำกริยาที่มาจากภาษาละตินที่ว่า “animare” ซึ่งหมายถึงทำให้มีชีวิต หรือ ต่อเติมลมหายใจ เช่น เราสามารถนำภาพวาด ดินเหนียว หรือรูปแบบต่างๆ บนจอคอมพิวเตอร์ มาจัดวางตำแหน่งการเคลื่อนไหวของภาพมาเรียงต่อกัน จะทำให้เกิดการเคลื่อนไหวจนเชื่อได้ว่าสิ่งเหล่านั้นมีชีวิต แอนิเมชันสามารถนำเอาความฝันหรือโลกในจินตนาการสร้างให้เป็นจริงขึ้นมาได้

ภาพยนตร์แอนิเมชันแตกต่างจากภาพยนตร์ทั่วไปตรงที่ภาพยนตร์ชนิดนี้จะเน้นในเรื่องของภาพและการเคลื่อนไหวมากกว่าภาพยนตร์ชนิดอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างตัวละคร การ

นำเสนอความคิดรวมไปถึงการแสดงอารมณ์ท่าทางต้องสามารถมองเห็นได้ ภาพยนตร์แอนิเมชันที่ดีจึงขึ้นอยู่กับการแสดงออกของท่าทาง ไม่ใช่การเล่าเรื่องเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้เรื่องของ time and space ก็เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับภาพยนตร์แอนิเมชัน กฎของลักษณะทางกายภาพนั้นไม่สำคัญ เพราะช่วงเวลาหนึ่งตัวละครที่เขียนอาจจะถูกบีบแบน แต่ในอีก 2 วินาทีต่อมาตัวละครตัวนั้นก็มักจะกลับออกมาใหม่ในลักษณะที่ดีแบบเดิม ซึ่งในภาพยนตร์แอนิเมชันผู้ชมสามารถเรียนรู้ที่จะสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วเพียงไม่กี่เฟรม เรื่องของเวลาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก และในภาพยนตร์แอนิเมชันส่วนประกอบทุกอย่างมักจะทำให้ดูยิ่งใหญ่กว่าความเป็นจริง ในขณะที่ภาพยนตร์ชนิดอื่นนั้นจะมีขีดจำกัด (Jean Ann Wright, 2005: 1)

ภาพยนตร์แอนิเมชันจึงเป็นภาพยนตร์ที่ถ่ายทำจากภาพหรือวัตถุที่ไม่มีชีวิตให้มองเห็นเป็นภาพเคลื่อนไหวได้ หลักการสำคัญของการถ่ายภาพยนตร์แอนิเมชันก็คือ การบันทึกภาพทีละภาพ และในการบันทึกแต่ละครั้งจะต้องขยับเขยื้อนหรือเลื่อนภาพวาดหรือสิ่งที่ถ่ายให้เคลื่อนที่ไปจากเดิมเล็กน้อยทุกครั้ง เพื่อให้ได้ภาพที่มีการเปลี่ยนแปลงไปที่ละน้อยตามลำดับ และเมื่อนำภาพเหล่านั้นมาฉายผ่านเครื่องฉายภาพยนตร์ก็จะได้ภาพเคลื่อนไหวที่เหมือนจริง ซึ่งภาพยนตร์แอนิเมชันมีคุณสมบัติดังนี้ (นับทอง ทองใบ, 2548: 12)

1. สามารถใช้จินตนาการได้อย่างไม่มีขอบเขต
2. สามารถอธิบายเรื่องที่ซับซ้อนและเข้าใจยากได้ง่ายขึ้น
3. ใช้อธิบายหรือแสดงความคิดที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้
4. ใช้อธิบายหรือเน้นส่วนสำคัญให้ชัดเจนและกระจ่างขึ้นได้

## 1.2 ประเภทของงานแอนิเมชัน

งานแอนิเมชันแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท ตามวิธีการสร้างผลงานดังนี้ (ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล, 2547:1-2)

**1.2.1 Traditional Animation** หมายถึง การสร้าง Animation โดยใช้เครื่องมือตามธรรมชาติ ยังไม่มีการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการสร้างเทคนิค แบ่งออกเป็นดังนี้

**-2D ANIMATION** เป็นการวาดภาพที่มีการเคลื่อนไหวเทคนิค 2 มิติ คือความสูงและความกว้างมาถ่ายทำ โดยวาดภาพที่มีการเคลื่อนไหวต่อเนื่องกัน ไม่ว่าจะเป็นการวาดด้วยมือบนกระดาษ การวาดบนแผ่นใส (Cel)

**-Cut – Out Animation** คือ การสร้างภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ ด้วยเทคนิคการตัดกระดาษให้เป็นรูปทรงหรือตัวการ์ตูนต่างๆ และใช้กล้องถ่ายทีละภาพ เมื่อมีการขยับหรือเปลี่ยนแปลง เคลื่อนย้ายตำแหน่งของรูปทรงในภาพ

**-Clay Animation – Stop motion** คือการปั้น การสร้างโมเดลโดยใช้ดินน้ำมันหรือวัสดุใดๆ ก็ตามในการสร้างและทำการขยับทีละนิดเพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวและใช้กล้องบันทึกภาพทุกขณะที่ทำการขยับหรือเปลี่ยนตำแหน่งของวัตถุ

**1.2.2 Digital Computer Animation** หมายถึง การสร้างงาน Animation ด้วยระบบดิจิทัล โดยใช้โปรแกรมกราฟฟิกต่างๆ ทั้ง 2 มิติ หรือ 3 มิติ

### 1.3 ประวัติของแอนิเมชันในไทย

ในปีพ.ศ. 2498 อ.ปยุต เงากระจ่าง ได้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง “เหตุมหัศจรรย์” เนื้อหาของเรื่องจะเป็นเหตุการณ์ที่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวันนำมาดัดเขียน การ์ตูนเรื่องนี้มีความยาวถึง 12 นาที และได้ออกฉายในโรงภาพยนตร์บรอดเวย์ โดยเป็นภาพยนตร์เปิดก่อนจะเข้าหนังที่ฉายจริง การ์ตูนแอนิเมชันเรื่องนี้ทำให้อ.ปยุต เงากระจ่าง ได้รับการยกย่องว่าเป็น “วอลท์ ดิสนีย์เมืองไทย”

ในที่สุดก็มีการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาวเรื่องแรกของไทยขึ้น ซึ่งก็คือ การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง “สุคตสาร” ได้ผลิตขึ้นโดยฝีมือของ อ.ปยุต เงากระจ่าง โดยเริ่มผลิตในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2519 ด้วยทุนสร้างกว่า 3 ล้านบาท ได้รับการสนับสนุนทางการเงินผลิตจาก คุณจิรวรรณ กัมปนาทแสนยากร สร้างเสร็จในเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2521 ใช้เวลาการผลิต 1 ปี 9 เดือน การ์ตูนเรื่องนี้มีความยาว 1 ชั่วโมง 21 นาที ใช้ภาพทั้งหมด 60,000 ภาพ ได้เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ครั้งแรกในปี 2522 ตัวละครเอกลัคนั้นนำมาจากรวมคดียุทธศาสตร์ไทยเรื่องพระอภัยมณีที่แต่งโดยสุนทรภู่ แต่ก็ยังไม่สามารถปลุกกระแสให้คนไทยนิยมการ์ตูนไทยขึ้นมาได้ (เมทินี สิงห์เวชสกุล, 2548: 5)

จนกระทั่งในปีพ.ศ. 2546 รัฐบาลไทยเริ่มหันมาให้การสนับสนุนผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยมากขึ้น เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ต้นทุนในการผลิตต่างๆ ถูกลง ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วผลิตเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์เช่น เรื่องปลาบู่ทอง, ไกรทอง, ปังปอนด์ ฯลฯ จากนั้นในช่วงเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2545 “ปังปอนด์ คิ แอนิเมชัน” ก็ได้เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ I-MAX ที่เมเจอร์รัชโยธิน แม้จะไม่ประสบความสำเร็จมากนัก แต่ก็ทำให้เกิดความตื่นตัวทางธุรกิจขึ้นเพราะมีผู้ประกอบการกว่า 30 ราย ยื่นขอใช้ลิขสิทธิ์ปังปอนด์เป็นการ์ตูนโฆษณาบนสินค้า (ศิระชัยยะสมุท, 2547: 50)

ตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2549 จนถึงปัจจุบันภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่องยาวได้ถูกสร้างออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องก้านกล้วยในปี พ.ศ. 2549 พระพุทธเจ้าในปี พ.ศ. 2550 และนาคในปี พ.ศ. 2551 รวมไปถึงภาพยนตร์แอนิเมชันที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ถึงแม้ว่าหลายๆ เรื่องจะไม่ประสบความสำเร็จ แต่ก็ยังทำให้ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยมีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง

#### 1.4 รูปแบบของภาพยนตร์แอนิเมชัน

Wells (1998) ได้แบ่งรูปแบบการสร้างสรรค์ภาพยนตร์แอนิเมชันออกเป็น 3 ประเภทคือ

**1.4.1 แอนิเมชันที่เน้นความสมจริง (realism)** ซึ่งใช้วิธีการกระทำของคน สัตว์ สิ่งของเพื่อสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันให้เหมือนของจริงมากที่สุด และเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานแอนิเมชันของสตูดิโอดิสนีย์

**1.4.2 แอนิเมชันที่ไม่เน้นความสมจริง (non-realism)** แนวคิดนี้มีจุดเริ่มต้นมาจากแอนิเมเตอร์ในแถบยุโรปตะวันออก ซึ่งมองว่าภาพยนตร์แอนิเมชันไม่ได้สำคัญตรงลักษณะที่ปรากฏว่าควรออกมาในรูปแบบอย่างไร มากเท่ากับการสื่อความหมายที่ปรากฏ ดังนั้นการทำแอนิเมชันจึงเป็นการใช้ชีวิตและวิญญานในงานออกแบบ ไม่ใช่การลอกเลียนแบบจากสิ่งมีชีวิตจริง เป็นแนวคิดที่ต่อต้านการสร้างสร้งงานแอนิเมชันของสตูดิโอดิสนีย์ ซึ่งแนวทางในการผลิตแบบนี้ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน

**1.4.3 แอนิเมชันแบบเหนือจริง (surrealism)** เป็นแนวความคิดการสร้างสรรค์ผลงานของแอนิเมเตอร์ชาวเชคโกสโลวะเกีย ชื่อ แยน สแวงค์เมเยอร์ (Jan Svankmajer) ที่มองว่า

แอนิเมชันคือการสร้างสรรค์สิ่งมีชีวิต ดังนั้นภาพยนตร์แอนิเมชันของเขาจึงหมายถึงการล้มล้างความจริงทั้งหมด

รูปแบบของภาพยนตร์แอนิเมชันทั้ง 3 แบบนี้มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงดังนั้นผู้สร้างภาพยนตร์แอนิเมชันจึงต้องตัดสินใจเลือกรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงาน (นับทอง ทองใบ, 2548: 20)

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน

Jean Ann Wright (2005) กล่าวว่ากระบวนการขั้นตอนการผลิตของสตูดิโอต่างๆ ทั่วโลกนั้นมีการกระบวนการแตกต่างกันเล็กน้อย แม้แต่ในสตูดิโอภาพยนตร์แอนิเมชันโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามก็ยังมีขั้นตอนการทำงานที่คล้ายคลึงกัน

ขั้นตอนในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันเป็นกระบวนการที่ทำให้วัตถุถูกทำให้มองดูมีชีวิต โดยใช้ระดับขั้นตอนทางความคิดทำให้วัตถุนั้นดูมีชีวิต ทั่วไปแล้วสามารถแบ่งแยกขั้นตอนออกเป็น 4 ขั้นตอน (Lea Milic และ Yasmin McConville, 2006: 2)

1. ขั้นตอนการพัฒนา (development)
2. ขั้นตอนการเตรียมการผลิต (pre-production)
3. ขั้นตอนการผลิต (production)
4. ขั้นตอนหลังการผลิต (post-production)

### 2.1 ขั้นตอนการพัฒนา (Development)

การพัฒนาตัวเนื้องานถือว่าเป็นหลักสำคัญในการผลิต โดยเป็นขั้นตอนพื้นฐานในการผลิตงานแอนิเมชันทั้งหมดและทำให้เราเข้าใจในขั้นตอนของการปฏิบัติงาน, การเตรียมทีมงานและงบประมาณค่าใช้จ่าย ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยหลักๆ ในการทำงาน (Lea Milic และ Yasmin McConville, 2006: 23)



### 2.1.1 บทภาพยนตร์ (Script)

โดยปกติแล้วภาพยนตร์แอนิเมชันมักจะเริ่มต้นด้วยบท หรืออย่างน้อยก็ควรจะมีไอเดียบางอย่างในรูปแบบของงานเขียนเช่นเค้าโครงเรื่อง (outline) หรือ เรื่องย่อ (treatment) สำหรับแอนิเมชันที่ออกฉายทางโทรทัศน์โดยทั่วไปมีความคิดหลักเพียงอย่างเดียวก็เพียงพอสำหรับแต่ละตอน เมื่อความคิดหลักผ่านก็จะพัฒนาต่อเป็นโครงเรื่อง และพัฒนาเป็นบทภาพยนตร์ที่สมบูรณ์ ภาพยนตร์แอนิเมชันบางเรื่องอาจจะไม่มีบทที่ละเอียด แต่จะเกิดความคิดสร้างสรรค์ในระหว่างที่ทำสตอรี่บอร์ด ผู้ควบคุมการผลิตและผู้กำกับสามารถมีสิทธิเห็นชอบในเรื่องของบทภาพยนตร์ที่เสร็จสมบูรณ์ได้ บางครั้งถ้าหากเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันที่ใช้เงินลงทุนในการผลิตสูงผู้บริหารของสตูดิโอหรือแม้แต่ฝ่ายการเงินก็มีสิทธิในการลงความเห็นด้วยเช่นกัน (Jean Ann Wright, 2005: 2)

Paul Wells (2007) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการเล่าเรื่องในภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยอาศัยจุดเริ่มต้นที่สำคัญดังนี้

- ใช้ประสบการณ์ส่วนบุคคล ความทรงจำและเกร็ดเรื่องราวต่างๆ มาใช้ในการเล่าเรื่อง ในกรณีนี้ความทรงจำอาจจะมาจากภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องที่เคยผ่านตามาก็ได้

- ใช้การดึงความรู้สึกออกมาจากความทรงจำ เพราะทุกคนมีความทรงจำที่สามารถดึงออกมาใช้ได้ โดยเฉพาะเรื่องของภาพ กลิ่น เสียง สัมผัส และรสชาติ ในกรณีนี้ภาพยนตร์และดนตรีประกอบสามารถกระตุ้นหรือกำหนดความรู้สึกได้

- ประยุกต์ ปรับปรุง หรือเปิดรับการสร้างการเล่าเรื่อง ในกรณีนี้สามารถใช้ในการสร้างดนตรีประกอบภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดเพลงใหม่ๆ ขึ้นมา

- ประยุกต์และปรับปรุงจากเรื่องของสมมุติฐานในเรื่องของประเพณีในอดีตมาใช้ ในกรณีนี้อาจจะเป็นเรื่องของรักสามเส้า โดยนำมาซึ่งทางออกที่ยากลำบาก

- ใช้การสังเกตและจินตนาการ ในการดึงตัวอย่าง รายละเอียด ความแตกต่างกันของเชื้อชาติภาษาของมนุษย์ รวมไปถึงการแสดงท่าทางพฤติกรรมของสัตว์ นอกจากนั้นยังสามารถใช้การเล่าเรื่องโดยสามารถใช้ลักษณะที่เห็นจริงมาใช้ในภาพยนตร์แอนิเมชันได้

- ใช้เรื่องของคู่ตรงข้ามและการเปรียบเทียบ ในกรณีนี้อาจจะหมายถึงการใช้สี เช่น การใช้สีขาวกับสีดำ คนแก่กับเด็ก หรือเรื่องของความรักปะทะกับความจริงในชีวิต

- ใช้เรื่องความเข้าใจในเรื่องของรูปภาพหรือสัญลักษณ์มาใช้ในการสื่อความหมาย เช่นการใช้สีแทนความหมายต่างๆ ในการเล่าเรื่อง ห้องแคบอาจจะเปรียบได้กับการโดนคุมขังต่างจากชนบทที่เปรียบได้กับความอิสระ

Paul Wells (2007) ได้กล่าวถึงการเขียนบทสนทนาไว้ดังนี้

- ภาพยนตร์แอนิเมชันที่ดีควรใช้ภาพในการเล่าเรื่องไม่ควรใช้บทสนทนาในการเล่าเรื่อง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเขียนบทสนทนาในภาพยนตร์แอนิเมชัน บางครั้งการเขียนบทบรรยายในภาพยนตร์แอนิเมชัน นอกจากจะใช้ภาพในการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ แทนคำพูดของตัวละครแล้ว บางครั้งผู้เขียนบทก็อาจจะใช้การบรรยายเรื่องราวในบางสถานการณ์ได้ เช่น ใช้ในการเปิดเรื่อง ระหว่างเปลี่ยนสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่ง ต้องการบอกเหตุการณ์สำคัญในฉากนั้นๆ หรือ ต้องการจะบอกการกระทำและความจำเป็นในการดำเนินเรื่องของตัวละครหลัก ก็สามารถที่จะใช้ได้ เพื่อที่จะสรุปหรือสนับสนุนเรื่องราวในสถานการณ์ตอนนั้น

- บทสนทนาที่ดีควรมีจุดประสงค์ในการสื่อสารเพียงอย่างเดียว

- โดยทั่วไปบทสนทนาจะช่วยในการเปิดเผยเนื้อเรื่องและแสดงลักษณะนิสัยของตัวละคร แต่ผู้เขียนไม่ควรที่จะเปิดเผยอย่างชัดเจน

- บทสนทนาไม่ควรชี้นำคนดู ให้ใช้วิธีการสร้างเหตุการณ์ให้คนดูเข้าใจในสิ่งที่ผู้เขียนต้องการจะบอก

- ไม่มีตัวละครตัวใดที่มีการพูดหรือลักษณะของนิสัยที่เหมือนกัน เพราะในความเป็นจริง แต่ละบุคคลจะมีการแสดงออกและการพูดที่แตกต่างกัน

- บทสนทนาต้องสอดคล้องไปกับลักษณะของตัวละครที่ออกแบบ เช่น ถ้าลักษณะของตัวละครเป็นคนเงียบๆ บทสนทนาของตัวละครนั้นก็ควรจะพูดน้อย หรือถ้าตัวละครมีลักษณะที่ดูเป็นคนชอบแสดงออกหรือตลก บทสนทนาจึงสามารถใส่ความหลากหลายในการพูดได้

การตรวจสอบความสมบูรณ์ของบทภาพยนตร์แอนิเมชัน (Paul Wells, 2007: 107)

- โครงเรื่องจะต้องสอดคล้องไปกับรูปแบบและลักษณะของภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องนั้น

- ทุกสิ่งที่เพิ่มเข้าไปในบทภาพยนตร์แอนิเมชันควรมีการปูเรื่องหรือแนะนำเนื้อเรื่องที่เพิ่มเข้าไปด้วย

- บทภาพยนตร์แอนิเมชันไม่ควรที่จะตัดทอนโครงสร้างของเรื่องในฉากหลักๆ ออก

- การเล่าเรื่องด้วยภาพถือว่าเป็นจุดเด่นและมีความเหมาะสมที่สุดในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน

- ในบทภาพยนตร์แอนิเมชัน บทสนทนาหรือเนื้อหาที่มีลักษณะอันตรายไม่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน ไม่ควรนำมาใช้ในการเขียนบทภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยเฉพาะภาพยนตร์ที่สร้างเพื่อให้กลุ่มเด็กหรือเยาวชนดู

- โครงเรื่องต้องมีความชัดเจนและเนื้อหารวมไปถึงเหตุการณ์ที่สำคัญก็ไมควรถูกคลุมเครือ
- เวลาที่ใช้ในการนำเสนอโครงเรื่องต้องสอดคล้องไปกับเนื้อหาและปัจจัยทั้งหมดในภาพยนตร์
- คุณภาพและความเหมาะสมในการนำเสนอเนื้อเรื่องหรือมุขตลกในเหตุการณ์จำเป็นต้องมีการประเมินคุณค่าและจำแนกความเหมาะสมได้สอดคล้องกัน
- ในตอนจบของภาพยนตร์ควรจะนำเสนอผลที่ได้อย่างชัดเจนและสรุปถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับตัวละครจากการกระทำในเนื้อเรื่อง

### 2.1.2 ทีมงานหลักในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน (Production Staff)

ทีมงานหลักเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้เลยในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งประกอบไปด้วยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตผลงาน โดยประกอบไปด้วยตำแหน่งต่างๆ ดังนี้ (Lea Milic และ Yasmin McConville, 2006: 24-26)

1. ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) ทำหน้าที่ในการควบคุมและดำเนินการผลิตให้ภาพยนตร์สามารถเดินหน้าการผลิตตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย
2. ผู้กำกับภาพยนตร์ (Director) ทำหน้าที่ในการรับผิดชอบทุกขั้นตอนตั้งแต่กระบวนการพัฒนาด้านความคิด จนกระทั่งจบขั้นตอนของกระบวนการผลิต โดยจะต้องประสานงานกับทีมงานในตำแหน่งต่างๆ
3. ผู้ควบคุมบทภาพยนตร์ (Script Producer) ทำหน้าที่ในการรับผิดชอบในการจัดรวบรวม และกระบวนการในการเขียนบทภาพยนตร์ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ
4. นักเขียนบทภาพยนตร์ (Writers) ทำหน้าที่ในการสร้างสรรค์ตัวละครรวมไปถึงบทภาพยนตร์ บทภาพยนตร์ที่คิดจากการวางรากฐานในการงานเขียนของนักเขียนบท
5. ผู้กำกับฝ่ายศิลป์ (Art Director) ทำหน้าที่ในการกำหนดสิ่งที่เห็นจากภาพและสิ่งที่สัมผัสได้จากความรู้สึก ไม่ว่าจะเป็น สี, แสง, เงา รวมไปถึงอุปกรณ์ประกอบฉากทั้งหมดในภาพยนตร์ โดยจะต้องทำงานร่วมกับผู้กำกับภาพยนตร์
6. ผู้กำกับด้านเทคนิค (Technical Director) ทำหน้าที่ในการความต่อเนื่องในขั้นตอนด้านเทคนิคทั้งหมดในภาพยนตร์ รวมทั้งยังต้องสามารถประเมินบทและการออกแบบต่างๆ เพื่อที่จะสามารถกำหนดวางแผนการใช้เทคนิคในขั้นตอนต่างๆ ได้

7. ฝ่ายกฎหมาย (Legal Department) ทำหน้าที่ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายหรือนิติกรรมทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการทำสัญญาในการใช้จ่าย การบริการสัญญาว่าจ้างในขั้นตอนต่างๆ ในการผลิตจนถึงลิขสิทธิ์ในการจัดจำหน่าย

8. ฝ่ายการเงิน (Production Accountant) ทำหน้าที่ในเรื่องการดูแลควบคุมงบประมาณ ในการผลิตตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนเสร็จสิ้นกระบวนการผลิต

## 2.2 ขั้นตอนการเตรียมการผลิต (pre-production)

ขั้นตอนการเตรียมการผลิตถือว่าเป็นแนวทางที่สำคัญในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน และถือว่าเป็นขั้นตอนที่ช่วยสร้างความมั่นใจในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน บางสตูดิโอใช้เวลาในการทำขั้นตอนนี้ถึง 70% ของเวลาที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด โดยเริ่มจากการวางแผนการทำงานจากส่วนย่อยจนไปถึงการกำหนดขอบเขตทั้งหมดของภาพยนตร์แอนิเมชัน (Lea Milic และ Yasmin McConville, 2006: 42)

ขั้นตอนการเตรียมงานการผลิตนั้นอาจจะใช้เวลาในการทำมากที่สุดและอาจจะมากกว่าครึ่งของเวลาที่ใช้ในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน เพราะเป็นขั้นตอนในการวางแผนงานที่จะใช้เป็นแนวทางในการทำงานตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ โดยมีองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

### 2.2.1 สตอรี่บอร์ด (Storyboard)

ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการทำภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยเฉพาะงานที่มีขนาดใหญ่ สตอรี่บอร์ดจะเป็นตัวกำหนดให้ทุกคนทุกแผนกเข้าใจเนื้อเรื่องในทิศทางเดียวกันยังสตอรี่บอร์ดมีความชัดเจนมากเท่าไร ก็จะทำให้การผลิตง่ายมากขึ้นเท่านั้น ผู้วาดสตอรี่บอร์ดจะวาดท่าทางและการแสดงหลักๆ ลงไปอยู่ในเฟรมภาพ โดยเฟรมภาพนั้นเปรียบเสมือนหน้าจอภาพยนตร์พร้อมกับใส่บทสนทนาและท่าทางไว้ได้ภาพแต่ละภาพ กระบวนการทำสตอรี่บอร์ดนี้อาจจะใช้เวลาเป็นปีสำหรับภาพยนตร์เรื่องยาว จะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมีผู้กำกับและทีมผู้บริหารเป็นผู้ลงความเห็นชอบในขั้นสุดท้าย (Jean Ann Wright, 2005: 3)

สตอรี่บอร์ดที่ดีสามารถบอกวัตถุประสงค์หลักได้ คือ

## 1. เนื้อเรื่อง (story)

สามารถบอกได้ชัดเจนว่า ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร กับใคร รวมไปถึงอารมณ์ในการแสดงออกของตัวละครเช่น ดีใจ โมโห ฯลฯ โดยส่วนใหญ่แล้วภาพที่ปรากฏในสตอรี่บอร์ดนั้นก็คือ การเคลื่อนไหวหลักของแอนิเมชัน เพื่อให้เห็นภาพเคลื่อนไหวอย่างคร่าวๆ (animatic)

## 2. มุมกล้อง (camera angle)

มุมกล้องแต่ละมุมจะให้อารมณ์ในการรับชมที่แตกต่างกัน ดังนั้นในสตอรี่บอร์ดจะต้องแสดงให้เห็นถึงมุมกล้องว่าภาพจะเป็นขนาดแบบใดและเข้ามาจากทิศทางใด แล้วมีสิ่งใดปรากฏอยู่ในฉากบ้าง

### 2.2.2 การจัดวาง (Lay Out)

เลย์เอาต์ในงานแอนิเมชันแบบ 2 มิติ และ 3 มิตินั้นมีลักษณะแตกต่างกัน แต่ทั้ง 2 แบบมีแนวทางในการทำงานที่ใกล้เคียงกัน คือการลงรายละเอียดให้กับงานภาพที่ได้รับมาจากสตอรี่บอร์ด เพราะบางครั้งงานที่ได้มาจากสตอรี่บอร์ดจะวาดภาพมาเพียงคร่าวๆ ซึ่งอาจจะเกิดข้อผิดพลาดในขั้นตอนการผลิตได้หน้าที่หลักของเลย์เอาต์คือ

1. ขนาดของตัวละคร ฉากและสิ่งของต่างๆ จะต้องเท่ากันตลอดทั้งเรื่อง
2. ระยะห่างระหว่างตัวละครกับตัวละคร จะต้องไม่เปลี่ยนเมื่อมีการตัดภาพไปช็อตใหม่ เช่นเดียวกันกับระยะห่างของตัวละครกับฉากจะต้องมีการกำหนดระยะที่ชัดเจนมีความต่อเนื่อง
3. มุมภาพในตำแหน่งวางกล้องจะต้องถูกต้องตามหลัก perspective และแบบตัวละครต้องไม่ผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง (Jean Ann Wright, 2005: 7)

### 2.2.3 การออกแบบตัวละคร (Character design)

หลังจากที่บทภาพยนตร์ได้รับการคัดเลือกแล้ว ก็จะส่งต่อไปให้นักออกแบบหรือผู้กำกับฝ่ายศิลป์ โดยเริ่มจากการเขียนรายละเอียดต่างๆ ของตัวละคร เช่น ชื่อ อายุ ท่าใด เพศ บุคลิกภาพ เสื้อผ้าการแต่งตัว เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะบอกถึงอุปนิสัยของตัวละคร โดยต้องกำหนดลักษณะของตัวละครตัวนั้นให้ชัดเจน และลงมือวาดภาพตัวละครนั้นออกมาเป็นรูปธรรมเพื่อให้ทุกคนเข้าใจตรงกันชัดเจนยิ่งขึ้น (Lea Milic และ Yasmin McConville, 2006: 42) จากนั้นจึงส่งต่องานไปให้ผู้ทำหุ่นจำลอง (modeler) ขึ้นรูปแบบหุ่นเป็น 3 มิติและทำการลงสีพื้นผิว (texturing) รวมไปถึง

ถึงการตั้งค่าในการควบคุมตัวละคร (character rigging) เพื่อให้โมเดลพร้อมที่จะเคลื่อนไหว กระบวนการนี้อาจจะทำได้ในโปรแกรม Maya, 3D Studio Max หรือ Lightwave 3D (ธรรมปพน ธีอำนาจโชค, 2550: 32)

### - รูปแบบในการออกแบบ (Design Style)

สัดส่วนและโครงสร้างของตัวละคร ในช่วงเวลาที่ตัวละครปรากฏขึ้นมาสามารถดึงดูดความสนใจและทำให้ผู้ชมเข้าใจในตัวละครตัวนั้นง่ายขึ้น ด้วยรูปร่างหน้าตาอันเป็นเอกลักษณ์ของตัวละคร ตัวละครจะนำผู้ชมเข้าสู่เนื้อเรื่องและความขัดแย้งภายในเรื่องได้เป็นอย่างดี รูปแบบในการออกแบบตัวละครนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยขึ้นอยู่กับผู้ผลิตว่าต้องการนำเสนอภาพยนตร์แอนิเมชันออกมาเป็นรูปแบบใด ซึ่งแต่ละรูปแบบก็ใช้เทคนิคในการผลิตที่แตกต่างกัน ในการออกแบบตัวละครขนาดของสัดส่วนและบุคลิกของตัวละคร จะสามารถแนะนำตัวละครตัวนั้นได้เป็นอย่างดี เช่น ตัวละครที่มีรูปร่างกลม ผิวฉ่ำ ก็จะทำให้ผู้ชมรู้สึกได้ว่าตัวละครตัวนี้น่ารัก นอกจากนี้การกระทำของตัวละครก็สามารถอธิบายถึงลักษณะของตัวละครตัวนั้นได้ เช่น ตัวละครที่เป็นผู้ร้ายออกมาฆ่าคนก็จะทำให้ผู้ชมรู้ว่าเป็นตัวละครตัวร้าย (Howard Beckerman, 2003: 106)

### - ตัวละครที่เป็นสัตว์ (Animal Character)

ในอดีตสัตว์ถูกมนุษย์นำมาวาดเป็นภาพล้อเลียน โดยใช้สัตว์มาเป็นตัวแทนของมนุษย์เพื่อแสดงถึงความอ่อนแอ ในภาพยนตร์แอนิเมชันการสร้างตัวละครที่มีลักษณะบุคลิกเหมือนสัตว์จริงๆ นั้นจะทำให้ความน่าสนใจของภาพยนตร์เรื่องนั้นลดลง แต่สำหรับ มิกกี้เมาส์ (Mickey Mouse) หรือ โดนัลด์ ดั๊กส์ (Donal Duck) ถึงแม้จะมีรูปร่างเหมือนสัตว์จริงๆ แต่ในภาพยนตร์สัตว์เหล่านี้ไม่มีความเป็นสัตว์แต่จะมีบุคลิกลักษณะเหมือนมนุษย์ทุกประการ ในปัจจุบันสัตว์เกือบทุกชนิดถูกนำมาสร้างเป็นตัวละคร แต่ตัวเลือกทั่วไปที่นักออกแบบนิยมใช้ส่วนใหญ่จะเป็นสัตว์ที่มนุษย์คุ้นเคย เช่น หนูที่ถึงแม้ในโลกแห่งความเป็นจริงจะเป็นสัตว์ที่มนุษย์รังเกียจ แต่ในภาพยนตร์แอนิเมชันพวกมันกลับเป็นที่รักของผู้ชมทั่วโลก (Howard Beckerman, 2003: 104)

### - ตัวละครที่เป็นวัตถุสิ่งของ (Inanimate Things)

การสร้างวัตถุหรือสิ่งของมาสร้างเป็นตัวละครที่มีชีวิตนั้นเป็นที่นิยมในการออกแบบตัวละครในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรานิยมใช้วัตถุหรือสิ่งของที่เราคุ้นเคยมาใส่ความเป็นเอกลักษณ์และให้บุคลิกอารมณ์ให้กับสิ่งเหล่านั้น ไม่ต่างจากบุคลิกของมนุษย์จริง เช่น กาน้ำเจ้า

อารมณ์ เป็นต้น ในการออกแบบเราควรเริ่มจากการออกแบบจากโครงร่างเปล่าๆ แล้วค่อยๆ เพิ่มเติมรายละเอียดลงไปเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละส่วนจนไปถึงการเคลื่อนไหว (Howard Beckerman, 2003: 107)

มร.มาซาฮารุ คูโบ ได้เปิดเผยถึง การสร้างตัวละครให้ครองใจคนทั้งโลกได้นั้นไม่มีสูตรตายตัว แต่เขามีบรรทัดฐานที่นำไปใช้คือ (ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล, 2547: 53)

- ตัวละครตัวนั้นต้องมีจุดเด่น เอกลักษณะในรูปร่างอย่างมาก เช่น เมื่อนำไปแรเงาให้เป็นสีคำทั้งภาพแล้ว ผู้ชมยังสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นตัวละครตัวใด

- ตัวละครต้องมีลักษณะพิเศษ เช่น ตัวปีกาจ ในเรื่อง โปเกมอน ไม่ว่าจะปรากฏออกมาที่ไหน เมื่อไหร่ จะมีเสียงร้องว่า “ปีกา ปีกา” ทำให้ผู้ชมรู้ได้ทันทีว่าเป็นตัวละครตัวนี้กำลังออกมาแสดง

- ตัวละครต้องมีลักษณะเรียบง่าย ไม่ซับซ้อนจนเกินไป เด็กสามารถจดจำและวาดตามได้ง่าย ถ้าสามารถทำให้เด็กจดจำและวาดเลียนแบบตามได้เด็กจะชอบมากกว่าตัวละครที่มีจุดเด่นแต่นัยรายละเอียดมากเกินไป

- ตัวละครต้องมีชื่อที่เรียกง่าย และโดดเด่น จำได้ง่ายแม้จะได้ยินชื่อนั้นเพียงครั้งเดียว

- ตัวละครต้องได้รับการยอมรับและการสนับสนุนจากพ่อแม่ผู้ปกครอง ต้องอย่าลืมว่าเด็กยังไม่มีรายได้ ดังนั้น เมื่อเด็กมีความต้องการอะไรก็จะบอกพ่อแม่ให้ซื้อให้ หากผู้ปกครองเห็นว่าตัวละครตัวนั้นไม่เหมาะสม ก็จะขายไม่ได้

#### 2.2.4 สี (Color)

ผู้กำกับฝ่ายศิลป์จะเป็นคนจัดวางระดับสีต่างๆ ในภาพยนตร์แอนิเมชัน การเลือกสีถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นหนึ่งเพราะจะต้องเลือกสีที่ทำให้ตัวละครดูโดดเด่นออกจากฉากหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่อยู่ในฉาก การจัดวางระดับสีที่แตกต่างกันก็เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับภาพที่มีสภาพแสงที่ต่างกันเช่น แสงจ้า เงา เงาจากน้ำ และถ้าภาพนั้นใช้การสร้างด้วยคอมพิวเตอร์ (CGI) การใส่รายละเอียดหรือการออกแบบพื้นผิวจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ต้องได้รับความเห็นชอบจากทีมงาน (Jean Ann Wright, 2005: 5)

### 2.2.5 การบันทึกเสียง (Recording)

เมื่อบทภาพยนตร์เสร็จสมบูรณ์ ก็จะมีการหานักพากย์มาสวมบทบาทตัวละคร บางครั้งนักพากย์จะได้รับหน้าตาของตัวละครหรือสตอรี่บอร์ดไปดูเพื่อให้เข้าใจในอารมณ์ของตัวละครได้ง่ายขึ้น ปกติแล้วการบันทึกเสียงจะไม่ค่อยมีการซ่อมล้วงหน้า ในภาพยนตร์แอนิเมชันฟอร์มยักษ์ การบันทึกเสียงจะบันทึกเป็นรายบุคคลซึ่งช่วยให้การทำงานทำได้ง่ายขึ้นทั้งต่อการกำหนดตารางเวลาของนักพากย์และการทำงานร่วมกันของทีมงาน บางสตูดิโออาจจะใช้การบันทึกเสียงของนักพากย์ไปพร้อมกัน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการตอบสนองซึ่งกันและกันดีขึ้น โดยจุดนี้จะเป็นการตัดสินใจของทีมงานผู้ผลิตว่าต้องการจะใช้วิธีแบบใด ขั้นตอนในการบันทึกเสียง ไม่ว่าจะเป็นเสียงประกอบ หรือบทสนทนาของตัวละคร โดยจะนำไฟล์เสียงที่ได้ปรับแต่งความเร็วและโทนเสียงเพื่อให้เหมาะสมกับตัวละครนั้นๆ เสียงทั้งหมดควรถูกกำหนดไว้อย่างสมบูรณ์ก่อนจึงเริ่มทำภาพ เพราะเสียงควรมาพร้อมกับภาพเสมอ (Jean Ann Wright, 2005: 2)

### 2.2.6 การทำ Digital Storyboard (Story Reel)

Winder และ Dowlatbadi (2003) กล่าวว่า Story Reel เป็นวิธีการที่นิยมมากในการกำหนดระยะเวลา (Timing) ในการสร้างสรรค์ผลงานของแอนิเมชัน ซึ่งเป็นวิธีในการผลิตงานตัดต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการทำงานไม่ว่าจะเป็นการเข้าไปดูภาพของตัวเนื้องานและสามารถแสดงภาพนั้นได้อย่างรวดเร็ว ถึงแม้จะใช้เวลาในการจัดรูปแบบของระบบที่นาน แต่ก็คุ้มค่าเพราะสามารถทำให้ผู้ใช้งานเรียกงานในส่วนที่ต้องการแก้ออกมาได้อย่างรวดเร็วและมีหน่วยความจำในการเก็บรักษาเนื้องานสูง

เมื่อทำสตอรี่บอร์ดเสร็จและเสียงถูกบันทึกเรียบร้อยแล้ว ทางทีมงานจะนำบอร์ดมา scan ลงในคอมพิวเตอร์เพื่อทำสตอรี่บอร์ดในคอมพิวเตอร์ (Story Reel) ขั้นตอนนี้ถือว่าเป็นจุดสิ้นสุดของกระบวนการ Pre-Production โดยตัว Story Reel จะแสดงเนื้อเรื่องพร้อมด้วยเสียงพูด เสียงประกอบต่างๆ โดยจะถูกตัดต่อด้วยระยะเวลา (timing) เพื่อให้แอนิเมเตอร์ใช้เป็นต้นแบบในการสร้างภาพเคลื่อนไหวต่อไป การทำ Story Reel นี้จะทำให้ผู้กำกับและทีมงานสามารถเห็นความต่อเนื่องของเรื่องราวในภาพยนตร์ได้ชัดเจนตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อที่อาจจะทำการแก้ไขในจุดที่ผิดพลาดหรืออาจจะลองเปลี่ยนวิธีการเล่าเรื่องแบบต่างๆ ได้ตามต้องการ (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550: 37)



### 2.2.7 การออกแบบฉาก (Background Design)

นักออกแบบการผลิตหรือนักออกแบบฉากจะเป็นผู้รับผิดชอบหน้าที่ในการออกแบบสถานที่ทั้งหมด โดยผู้ออกแบบจะเริ่มต้นจากออกแบบลายเส้นจากพื้นหลังแบบคร่าวๆ จากที่ฝ่ายทำสตอรี่บอร์ดส่งมา จากนั้นจะลงสีพื้นหลังในส่วนหลักๆ ก่อน โดยเฉพาะฉากหลักในภาพยนตร์แอนิเมชัน ในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันผู้ผลิตด้านการพัฒนาภาพอาจจะทำงานทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านเนื้อเรื่องและการออกแบบ ในการออกแบบนั้นจะเริ่มจากการสร้างสรรค์ภาพวาดตามแนวคิดของผู้ออกแบบออกมาให้มากที่สุดก่อนที่จะทำการเลือกภาพวาดสุดท้ายมาปรับปรุงเพื่อใช้ในการผลิตจริง การลงสีนั้นสามารถลงสีแบบดิจิทัลได้ เพราะพื้นหลังแบบดิจิทัลนั้นสามารถแก้ไขและเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่าการลงสีด้วยวิธีดั้งเดิม (Jean Ann Wright, 2005: 4)

### 2.2.8 เพลงประกอบภาพยนตร์ (Song)

ดนตรีสำหรับประกอบภาพยนตร์แอนิเมชันนั้นมีที่มาจากการเล่นเปียโนเพื่อให้เกิดเสียงประกอบในภาพยนตร์ ดนตรีจะช่วยเพิ่มความสำคัญให้กับการแสดงทำให้เพิ่มความน่าตื่นเต้นเร้าใจและยังช่วยตัดเสียงรบกวนในภาพยนตร์เรื่องนั้นได้อีกด้วย ปัจจุบันทางเลือกที่เหมาะสมในการยกระดับดนตรีประกอบภาพยนตร์ก็คือการเลือก สตูดิโอที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อมาทำนอง ผู้ผลิตนั้นต้องการให้ผู้ชมที่ดูอยู่ที่บ้านสามารถรู้สึกเหมือนตัวเองอยู่ในโรงภาพยนตร์ (Howard Beckerman, 2003: 240)

นอกจากนี้ทีมงานผู้ผลิตและฝ่ายการตลาดยังใช้เพลงเป็นส่วนในการส่งเสริมภาพยนตร์ ทำให้การรวมกันของภาพยนตร์แอนิเมชันและดนตรีประกอบนั้นเป็นงานศิลปะขั้นสูง และยังคงอยู่นอกเหนือภาษาและวัฒนธรรม ดนตรีจะช่วยทำให้ภาพยนตร์มีชีวิตชีวาและยังช่วยในการดำเนินเนื้อเรื่อง โดยเฉพาะในช่วงของการเปลี่ยนฉากหรือช่วงเวลา นอกจากนี้ดนตรียังช่วยในการเปิดเผยรวมไปถึงการแนะนำตัวละครได้เป็นอย่างดี ดังนั้นดนตรีประกอบจึงเป็นส่วนที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของภาพยนตร์แอนิเมชันทั่วโลก (Catherine Winder และ Zahra Dowlatabadi, 2001: 204-205)

### 2.3 ขั้นตอนการผลิต (Production)

เป็นขั้นตอนสำคัญในกระบวนการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยเป็นกระบวนการที่ทำให้ตัวละครสามารถเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงท่าทางสีหน้า และการแสดงออกที่ดูสมจริงเหมือนมี

ชีวิต ซึ่งใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวกำหนดทิศทางต่างๆ (Lea Milic และ Yasmin McConville, 2006: 129)

### 2.3.1 การทำภาพเคลื่อนไหว (Animation)

เมื่อเตรียมขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการ Pre-Production ครบถ้วนแล้ว ก็จะมาถึงขั้นตอนการผลิต ก่อนที่จะเริ่มกระบวนการทำภาพเคลื่อนไหว ควรจะมีการรวบรวมขั้นตอนในการจัดทำดังนี้ (Lea Milic และ Yasmin McConville, 2006: 132-133)

- แบบร่างของตัวละคร (Model Sheets)
- ทำการระบุฉากต่างๆ ที่ต้องการ
- ใส่เพิ่มข้อมูลของเสียงประกอบต่างๆ ลงไปในฉาก
- ใส่เพิ่มข้อมูลภาพเคลื่อนไหว (ถ้ามีการจัดทำ)
- กำหนดส่วนประกอบที่สำคัญทั้งหมดให้เป็นแบบฉากต่อฉาก

จากนั้นแอนิเมเตอร์จะนำโมเดลตัวละครสามมิติเพื่อมาทำให้เคลื่อนไหวตาม Story Reel โดยจะเริ่มการกำหนดตำแหน่งการเคลื่อนไหวหลัก (key) แล้วจึงค่อยๆ ทำส่วนย่อยไปเรื่อยๆ แอนิเมเตอร์อาจจะวาดเพียงแค่การเคลื่อนไหวหลัก หรือทำทางหลักๆ ในฉากนั้น แล้วส่งต่อไปให้ผู้ช่วยแอนิเมเตอร์ (Assistant) นำภาพการเคลื่อนไหวหลักที่แอนิเมเตอร์วาดมาเก็บรายละเอียดอีกที บางครั้งผู้ช่วยแอนิเมเตอร์จะมอบหน้าที่ในส่วนการเติมเต็มรายละเอียดของภาพที่หายไปให้กับผู้ช่วยของผู้ช่วยแอนิเมเตอร์ (Inbetweener) เติมในส่วนของภาพที่หายไปให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตามจำนวนภาพที่กำหนดไว้

แอนิเมเตอร์นอกจากทำการเคลื่อนไหวของตัวละครแล้วยังต้องเก็บรายละเอียดต่างๆ เช่น การปรับแต่งเวลา (Timing Editing) ให้เหมาะสม การแสดงอารมณ์ทางใบหน้าของตัวละคร (Facial Expression) การขยับปากของตัวละครให้ตรงตามที่พูด (Lip Synching)

ในขณะที่แอนิเมเตอร์กำลังสร้างการเคลื่อนไหวตัวละครหลักอยู่ ก็อาจจะมีแอนิเมเตอร์อีกทีมสร้างการเคลื่อนไหวในส่วนประกอบต่างๆ ที่เหลือในฉากนั้นๆ และอาจจะมีอีกทีมหรือจะเป็นทีมเดียวกันสร้างภาพการเคลื่อนไหวของกล้อง (Camera) อยู่ด้วย (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550:39)

### 2.3.2 แสงและเงา (Light and Shadow)

Lea Milic และ Yasmin McConville (2006) กล่าวว่า แสงนั้นเปรียบเสมือนเวทมนต์ในการสร้างบรรยากาศ โดยแสงนั้นจะช่วยส่งเสริมฉากและการสื่ออารมณ์ของผู้ชม นอกจากนี้ แสงยังช่วยส่งเสริมในการสื่อความหมายและช่วยแก้ไขให้ภาพทั้งหมดดูสวยงามขึ้น แสงและเงาจะสร้างมิติและอารมณ์ให้กับแอนิเมชัน ปัจจัยที่เป็นตัวตัดสินใจในการวางแสงและเงา

**1. อารมณ์ (mood)** แสงต่างชนิดกันจะให้อารมณ์ที่แตกต่างกันในฉากต่างๆ ของภาพยนตร์แอนิเมชัน เช่นแสงสว่างหรือมืด จะให้อารมณ์สนุกสนานหรือเศร้า หรือโทนสีของแสงก็สามารถบ่งบอกอารมณ์ได้

**2. มิติ (Depth)** แสงและเงาสามารถสื่อถึงความเป็น 3 มิติบนจอ 2 มิติ โดยการสร้างภาพลวงตาของความลึก (Depth) ที่เกิดจากแสงเงาที่ตกกระทบ

**3. เวลา (time)** โทนของแสงยังเป็นตัวบอกช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์เกิดขึ้นว่าเป็นเวลาเช้า บ่าย เย็น หรือกลางคืน และยังบอกได้ว่าเป็นฤดูกาลอะไรได้อีกด้วย

**4. ตำแหน่งของไฟ (position)** ทิศทางของแสงจะมีผลต่อความชัดเจนของรายละเอียดต่างๆ ในฉาก แสงที่ฉายมาจากด้านบนจะดูเป็นธรรมชาติมากกว่าแสงที่ฉายมาจากด้านล่าง

รูปแบบการจัดวางแสงสามารถทำได้อย่างอิสระขึ้นอยู่กับเนื้อเรื่องและอารมณ์ที่ต้องการจะสื่อแสงในฉากของภาพยนตร์แอนิเมชันจะถูกแบ่งหน้าที่ดังนี้

**1. Key Light** เป็นแสงไฟหลักที่จะให้ความสว่างแก่ฉากทั้งหมด ตำแหน่งความสูงของไฟขึ้นอยู่กับอารมณ์ที่ต้องการจะสื่อ โดยปกติจะวางอยู่และทำมุม 30-45 องศา ไปทางซ้ายหรือทางขวาจากกล้อง

**2. Fill Light** ใช้เพื่อลดความแตกต่างระหว่างความสว่างและความมืด (Contrast) ให้สมดุลกัน โดยทั่วไปจะวางทำมุมประมาณ 90 องศาจากตำแหน่งของ Key Light

**3. Back Light** หรือบางครั้งจะเรียกว่า Rim Light แสงตัวนี้จะช่วยแย่งวัตถุหรือตัวละครออกจาก background โดยปกติจะตั้งอยู่ฝั่งตรงกันข้ามกับกล้อง

ในส่วนของ เงา (shadow) จะเป็นการแบ่งช่วงแสดงถึงมิติของฉาก โดยปกติเงาเกิดจากแสงหลักของฉาก (Key Light) แต่บางครั้งเงาอาจเกิดจากแสงมากกว่าหนึ่งแสงก็ได้

(ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550:40-43)

### 2.3.3 การแสดงผล (Rendering)

ในการทำแอนิเมชัน 3 มิติ เมื่อเรากำหนดทุกอย่างในฉากเสร็จสมบูรณ์แล้วก็มาถึงขั้นตอนการรวบรวมและแสดงผล กระบวนการนี้จะเป็นการรวบรวมภาพวาดการเคลื่อนไหวทั้งหมดแปลงเป็นสัญญาณจัดเก็บในแฟ้มข้อมูลภาพหรือภาพยนตร์ ซึ่งโปรแกรมคอมพิวเตอร์จะคำนวณและแสดงผลทุกๆ pixel ออกมาเป็นภาพนิ่งหรือเป็นภาพเคลื่อนไหวก็ได้ การ Render ด้วยค่าความละเอียดที่ต่ำจะทำให้ภาพที่ปรากฏมีความคมชัดตั้งแต่ต้นจนจบและยังสามารถเก็บแฟ้มข้อมูลที่ตัวเนื้องานมีคุณภาพสูงได้ (Lea Milic และ Yasmin McConville, 2006: 135) การ Render สามารถเปรียบเทียบได้กับการถ่ายภาพยนตร์ในโรงละครที่จัดตัวละคร แสง และองค์ประกอบต่างๆ เรียบร้อยแล้ว การตั้งค่าต่างๆ ในการ Render ควรคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้ (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550:44-45)

#### 1. คุณภาพของภาพ (Quality)

การเลือกตั้งค่าวิธีการ Render ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อคุณภาพของภาพที่ออกมา เช่น Anti-Alias จะทำให้ขอบของวัตถุคมชัดยิ่งขึ้น หรือ Motion Blur จะสร้างความเบลอต่อวัตถุที่กำลังเคลื่อนที่อยู่เป็นต้น

#### 2. การบีบอัดแฟ้มข้อมูล (Optimization)

คือการลดขนาดของไฟล์ภาพหรือไฟล์วิดีโอให้มีขนาดเล็กลง เพื่อให้ได้ขนาดตามความต้องการและเหมาะสมกับชนิดงานที่จะนำไปใช้ เช่น การนำภาพขึ้นเว็บไซต์ จะต้องทำให้แฟ้มข้อมูลมีขนาดเล็กลง ซึ่งทำให้สามารถเปิดดูได้รวดเร็ว

#### 3. ความละเอียด (Resolution)

คือความละเอียดของภาพและวิดีโอ โดยเป็นตัวกำหนดความกว้างและความยาวที่แสดงผลบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ โดยปกติจะมีหน่วยเป็น .ppi (Pixel per Inch) หรือ .ppc (Pixel per Centimeter)

#### 4. สกุลของไฟล์ (Image Format)

ชนิดของไฟล์ที่ Render ออกมาจะขึ้นอยู่กับชนิดของการแสดงผลที่เราจะทำแอนิเมชันเพื่ออะไร เช่น เป็นภาพยนตร์ วิดีโอหรือภาพนิ่ง ชนิดของไฟล์จะแสดงโดยนามสกุลของไฟล์ (Filename Extension)

### 2.3.5 การประกอบส่วนต่างๆ (Compositing)

ภาพทั้งหมดที่ถูก Render จะถูกส่งมาทำการตัดต่อ โดยภาพจะถูกแยกเป็นชนิด เรียกว่า Layer เพื่อให้ผู้ที่ตัดต่อภาพนำมาซ้อนกันอีกที เช่น ทำการ Render ตัวละครแยกกับภาพของ Background แล้วจึงนำมาซ้อนกัน เป็นต้น โดยสาเหตุเพราะว่าเราจะสามารถมีอิสระในการแก้ไข ปรับแต่งได้ง่าย เช่น ถ้าต้องการเพิ่มความสว่างให้กับตัวละครและลดแสงสว่างให้กับ Background ก็จะสามารถทำได้ แต่ถ้า Render เป็นภาพเดียวกันแล้วจะทำให้แก้ไขยาก และนอกจากจะนำภาพมา ตัดต่อแล้วเรายังสามารถเสริมส่วนประกอบต่างๆ ในขั้นตอนนี้เช่นการแต่งสีหรือเพิ่มเอฟเฟกต์ ต่างๆ ได้อีกด้วย หรือถ้าเราต้องการแก้ไขบางฉากและทำการ Render ใหม่ก็สามารถทำได้โดยการ เลือกลายที่ต้องการแก้ไขหรือจะแก้ไขทีละภาพก็ได้ (Lea Milic และ Yasmin McConville, 2006:135)

### 2.4 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

เป็นกระบวนการภาพหลังการผลิตเรียกว่า เป็นระยะเก็บงาน อาจจะมีการแก้ไขงาน เช่น การใส่เสียงเอฟเฟกต์ (Sound Effect) ใส่เพลงหรือเสียงประกอบต่างๆ ให้ถูกต้อง การออกแบบ Title รวมไปถึงการใส่ Credit บางครั้งในบางภาพยนตร์จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนสีให้ถูกต้อง ด้วย ซึ่งจะมีผู้กำกับ ผู้ผลิต และกรรมการบริหารด้าน โปรแกรมหรือฝ่ายการเงินเป็นผู้ตรวจสอบงาน ที่เสร็จสมบูรณ์แล้วอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นบุคคลเหล่านี้จะจดบันทึกเพื่อเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่าง และทำการถ่ายซ่อม จึงจะมีการลงความเห็นชอบเป็นครั้งสุดท้ายจึงผลิตเป็นม้วนฟิล์มออกมาและ พร้อมต่อการนำออกฉาย ในขั้นตอน Post-Production นี้ยังรวมไปถึงการทำตลาดและการทำการ โฆษณาประชาสัมพันธ์อีกด้วย (Jean Ann Wright, 2005: 9)

## 3. แนวความคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมแอนิเมชันในประเทศไทย

### 3.1 การแบ่งประเภทและการกำหนดขอบเขตของงานแอนิเมชัน

จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการศึกษาคุณลักษณะของการให้บริการในธุรกิจ แอนิเมชันของไทยจากผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตงานแอนิเมชัน สามารถแบ่งประเภทการให้บริการ และการกำหนดขอบเขตของประเภทธุรกิจแอนิเมชันเพื่อการศึกษาดังต่อไปนี้ (สำนักงานส่งเสริม อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 25-26)

### 1. Long Form Animation

งานแอนิเมชันที่มีการเดินเรื่องและเนื้อหาที่จับสมบูรณ์ในตัวเองหรือในแต่ละตอน  
ได้แก่

- ภาพยนตร์แอนิเมชัน (Animation Feature Film)
- ละครหลายตอน เช่น ละครทีวี (Animation TV Series)

### 2. Short Form Animation

แอนิเมชันที่มีความยาวรวมไม่เกิน 10 นาทีและมีการเดินเนื้อเรื่องแบบสั้นๆ ได้แก่

- โฆษณาโทรทัศน์ / TV Commercial (TVC)
- มิวสิควีดีโอ / Music VDO (MV)

- Mobile Application เช่น Multimedia Messaging หรือการจัดทำสื่อผสมเพื่อใช้รับ-ส่งในอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยในการศึกษาฉบับนี้จะศึกษา  
งานแอนิเมชัน Short Form ประเภทงานโฆษณาโทรทัศน์ (TVC) เป็นหลัก เนื่องจากปริมาณงานมิวสิควีดีโอและงานMultimedia Messaging ยังมีค่อนข้างน้อย และปริมาณงานโดยส่วนใหญ่รวมอยู่ในส่วนของ Computer Graphics Services

### 3. Computer Graphics Services

การให้บริการจัดทำสื่อกราฟิกโดยใช้คอมพิวเตอร์ซึ่งรวมถึงการให้บริการ CG Services ในส่วน post production, visual effects, and presentation โดยรวมขอบเขตของงานดังต่อไปนี้

- การทำเทคนิคพิเศษสำหรับโฆษณาทางโทรทัศน์ (Special Effects for TV Commercial)
- การทำเทคนิคพิเศษสำหรับภาพยนตร์ (Special Effects for Films)
- การทำภาพเคลื่อนไหวในงานนำเสนอผลงาน (Motion Graphics Presentation)
- การนำเสนอภาพในงานสถาปัตยกรรม (Architectural Visualization)
- ขั้นตอนหลังการผลิต (Post Production)

### 3.2 สถานะตลาดและความต้องการผู้บริโภคของอุตสาหกรรมแอนิเมชัน

สำหรับการศึกษาดตลาดและความต้องการผู้บริโภคของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทยนั้น คณะทำงานได้แยกทำการศึกษาเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนของตลาดต่างประเทศ และตลาดในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 42-24)

## ตลาดต่างประเทศ

ในด้านผู้ผลิตนั้น จากการศึกษาพบว่า การ outsourcing งานมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่ว่าจะเป็นกลุ่มงาน post-production หรือการสร้างภาพยนตร์ทั้งเรื่อง ซึ่งกระแสการ outsourcing งานจากภูมิภาคอื่นมายังเอเชียนั้น เห็นได้จากการที่ผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหญ่ของโลก มาตั้ง production house ในเอเชีย เช่น ที่ประเทศจีน และอินเดีย ในประเทศไทยเองก็มีบริษัทจากต่างประเทศมาตั้งบริษัทในประเทศไทย ทั้งในรูปแบบของการ co-production กับผู้ผลิตไทย รวมไปถึงการร่วมทุนเพื่อผลิตผลงาน ทำให้กลุ่มธุรกิจ production house ของไทยมีการขยายตัวตามไปด้วย

ในด้านผู้บริโภคนั้น แต่ละภูมิภาคก็จะมีค่านิยมในการบริโภคที่แตกต่างกัน จากการศึกษา ถึงรายงานและงานวิจัยเกี่ยวกับแนวโน้มผู้บริโภคพบว่า ในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้น ในช่วงทศวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1990-1999) นั้น ผู้บริโภคนิยมภาพยนตร์แนว DRAMA เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ภาพยนตร์แนว Action/Adventure และ Romance ตามลำดับ โดยภาพยนตร์แนวแอนิเมชัน เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นตั้งแต่ภาพยนตร์เรื่อง The Lion King เข้าฉาย อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษที่ 20 (ค.ศ. 2000-2009) มีการคาดการณ์แนวโน้มภาพยนตร์ว่าจะนิยมแนว Action/Adventure และ Fantasy มากขึ้น ซึ่งกระแสของภาพยนตร์ดังกล่าวส่งผลให้งาน animation และ visual effect มีการขยายตัวในทิศทางเดียวกันเพิ่มขึ้นตามไปด้วยประเทศในแถบเอเชียยังคงนิยมบริโภคภาพยนตร์ตะวันตกอยู่ แม้ว่าตลาดภาพยนตร์ท้องถิ่นจะขยายตัวเพิ่มขึ้นจากการยกระดับมาตรฐานทั้งเนื้อเรื่องและการผลิตของภาพยนตร์เอเชีย ทั้งนี้มีการวิเคราะห์ว่า เนื่องจากชาวเอเชีย ต้องการทราบถึงวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งวิธีที่ง่ายที่สุดคือผ่านทางภาพยนตร์

## ตลาดในประเทศ

สำหรับกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปนั้น มูลค่าการผลิตและมูลค่าตลาดถือว่ามี การเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่ม Animation Feature Film เมื่อเปรียบเทียบรายได้ของ ภาพยนตร์เรื่องสั้นกับภาพยนตร์แอนิเมชัน 3 มิติ ของต่างประเทศแล้วพบว่า ภาพยนตร์เรื่อง สั้นกลับมีรายได้สูงกว่าภาพยนตร์แอนิเมชันทุกเรื่องที่เคยฉายในประเทศไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึง กระแสตอบรับที่ดีและเนื้อเรื่องที่ตรงกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของคนไทยทำให้ผู้ชมเข้าใจ ได้ง่าย เนื่องจากภาพยนตร์แอนิเมชันต่างชาติจะมีแง่มุมต่างๆ ที่เป็นเรื่องของวัฒนธรรม, ธรรมเนียม ปฏิบัติ หรือค่านิยมต่างชาติ ซึ่งคนไทยบางกลุ่มอาจเข้าใจยากทั้งนี้ หากจะพิจารณาถึงอุตสาหกรรม ภาพยนตร์แอนิเมชันนั้น ต้องพิจารณารวมถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภาพกว้างด้วย เพราะมีกลุ่ม ผู้บริโภคกลุ่มเดียวกัน ตัวอย่างของภาพยนตร์เรื่อง ต้มยำกุ้ง ที่สร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้กับ

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเมื่อสามารถทำรายได้กว่า 200 ล้านบาทภายในสองสัปดาห์หลังจากที่เข้าฉายในปี 2548 ซึ่งความสำเร็จของตั้มยำกุ้งกลายเป็นปัจจัยในการกระตุ้นตลาดภาพยนตร์ไทยมีการตื่นตัวทั้งในส่วนของผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างภาพยนตร์เพื่อไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตามความสำเร็จของภาพยนตร์แต่ละเรื่องนั้น จะต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างทั้งด้านการสร้างเนื้อหาที่ต้องถูกใจผู้ชมดาราที่รับบทบาท การตลาด เงินลงทุน ภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นความเสี่ยงที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยต้องเผชิญ และทำให้การเติบโตของอุตสาหกรรมฯ ไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างแน่นอน แต่อย่างไรก็ตามทิศทางของภาพยนตร์ไทยมีแนวโน้มที่ดีตลอด 3 ปีที่ผ่านมา และส่งผลไปยังธุรกิจต่อเนื่อง อาทิ ธุรกิจโรงภาพยนตร์ ธุรกิจเกมคอมพิวเตอร์ ของที่ระลึก เป็นต้น

### 3.3 แนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมแอนิเมชันในประเทศไทย

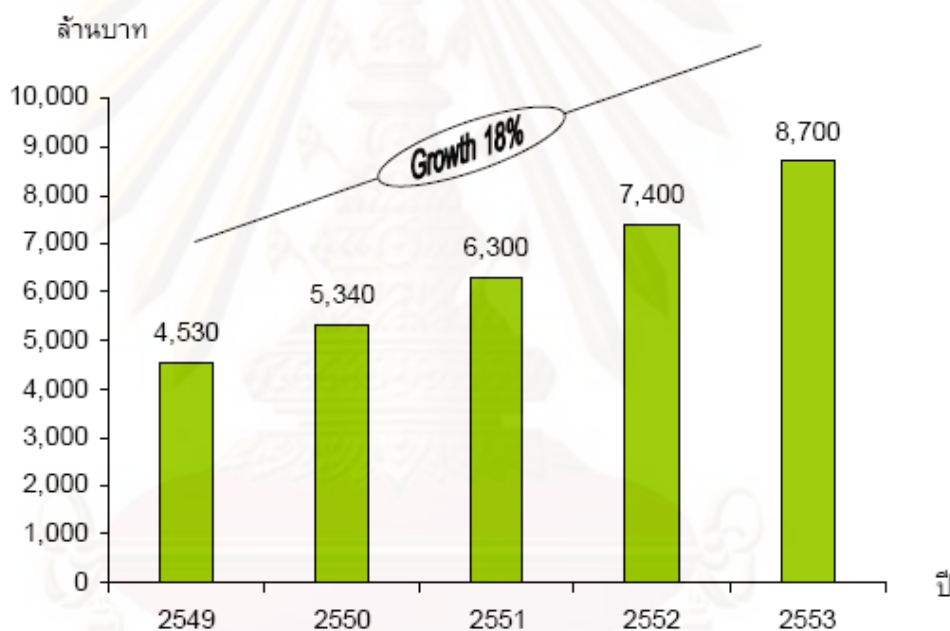
อุตสาหกรรมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยอยู่ในขั้นเริ่มต้นและยังมีขนาดค่อนข้างเล็ก เมื่อเทียบกับประเทศที่เป็นฐานการผลิตอย่างจีน และ อินเดีย แม้ว่าในปัจจุบันมีการผลิตแอนิเมชันไทยที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักในตลาดมากขึ้น อาทิ ปังปอนด์ ก้านกล้วย และการ์ตูน 2 มิติ อื่นๆ แต่อุตสาหกรรมในภาพรวมยังไม่แข็งแรงพอและต้องการการพัฒนา โดยเฉพาะในเรื่องของบุคลากร และความเข้าใจของกลุ่มผู้ลงทุนที่จะต้องเข้าใจในเรื่องของมูลค่าของงานบริการ เนื่องจากต้นทุนการผลิตงานประเภทนี้สูงมาก สำหรับการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันหนึ่งเรื่อง นอกจากต้นทุนด้านซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์รวมถึงต้นทุนด้านบุคลากรที่สูงมากแล้วยังต้องมีระยะเวลาในการทำงานที่นานกว่าภาพยนตร์ธรรมดา จึงอาจกล่าวได้ว่าการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันต้องอาศัยความพยายามและการลงทุนที่มากกว่า ดังนั้นผู้ลงทุนจึงต้องเข้าใจอุตสาหกรรมนี้เป็นอย่างลึกซึ้งก่อนตัดสินใจลงทุน นอกจากนี้ยังต้องอาศัยการสร้างเอกลักษณ์ให้กับแอนิเมชันไทย เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์และดึงดูดเด่นของงานแอนิเมชันไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับสากลในส่วนของอุตสาหกรรมแอนิเมชันประเภท Long Form กลุ่มการ์ตูนซีรีส์ 2 มิติ นั้นมีการผลิตมากขึ้น และเริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มเยาวชนซึ่งจะเห็นได้จากปริมาณการผลิตการ์ตูนไทยที่ออกแพร่ภาพทางโทรทัศน์มีจำนวนมากขึ้น รวมถึงการนำหนังสือการ์ตูนที่ได้รับความนิยมมาผลิตเป็นการ์ตูน 2 มิติแบบซีรีส์หรือแบบหนังสือสั้น มีข้อได้เปรียบในเชิงธุรกิจ เพราะนอกจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าแล้วยังมีฐานผู้บริโภคที่เป็นแฟนการ์ตูนนั้นๆ อยู่แล้ว และยังสามารถนำตัวการ์ตูนมาพัฒนาเป็นสินค้าอื่นๆ ได้อีกด้วย (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 50-51)



ตารางที่ 3 ประมาณการมูลค่าตลาดแอนิเมชันในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2549 – 2553 (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 51)

ปี พ.ศ.	2549	2550	2551	2552	2553
มูลค่าตลาดแอนิเมชัน (ล้านบาท)	4530	5340	6300	7400	8700

แผนภาพที่ 1 ประมาณการมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมแอนิเมชันในประเทศไทยปี 2549 – 2553 (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 51)



### 3.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ โดยพิจารณาจากภาพรวมทั้งในด้านของตลาดและการผลิต ประกอบกับการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ คณะทำงานได้วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันของไทย โดยพิจารณา 5 ปัจจัยหลักในการวิเคราะห์ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านระบบสนับสนุนพื้นฐาน ด้านภาครัฐ ด้านสภาพธุรกิจ (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 53)

ตารางที่ 4 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทย ด้านลักษณะทางกายภาพ (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 53)

ลักษณะทางกายภาพ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเทศไทยมีที่ตั้งใกล้เคียงกับตลาดการบริโภคที่มีขนาดใหญ่ เช่น อินเดีย และจีน และอยู่ใกล้กับศูนย์กลางการเจรจาและตัวแทนทางการค้า เช่น สิงคโปร์</li> <li>- เป็นศูนย์กลางการคมนาคมในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้</li> <li>- มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรส่วนมากขาดทักษะทางเทคนิคระดับสูง และความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและพัฒนาผลงาน รวมถึงขาดความเข้าใจในกระบวนการผลิตในรูปแบบที่เป็นสากล</li> <li>- บุคลากรไม่มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในรูปแบบและวัฒนธรรมของชาวตะวันตก</li> <li>- ค่าแรงในการผลิตค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนและอินเดีย</li> <li>- ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในระดับสื่อสารที่ดียังมีน้อย</li> </ul>
	โอกาส	ภัยคุกคาม
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดการสร้างความร่วมมือในการผลิตลักษณะของ cluster ทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับภูมิภาคเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขันกับประเทศอื่น</li> <li>- การหาฐานการผลิตต้นทุนต่ำของผู้ผลิตงานในภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรปทำให้ไทยมีโอกาสรับงานจ้างผลิต หรืองานในลักษณะร่วมผลิตจากต่างประเทศมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแข่งขันทางด้านราคาในการผลิตอย่างรุนแรงในภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับประเทศอินเดีย และจีน</li> <li>- เกิดการร่วมมืออย่างเข้มข้นระหว่างประเทศคู่แข่งขนาดเล็กเพื่อสร้างอำนาจต่อรองและเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมแอนิเมชันและเกมส์</li> </ul>	

ตารางที่ 5 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทย ด้าน  
บุคลากร (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 54)

ลักษณะทางกายภาพ	<b>จุดแข็ง</b>	<b>จุดอ่อน</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรไทยมีทักษะทางด้านศิลปะ และมีความคิดสร้างสรรค์ในเชิงศิลป์อยู่ในระดับสูง</li> <li>- ประชากรในประเทศมีศักยภาพในการใช้จ่ายในระดับที่หลากหลาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรส่วนมากขาดทักษะทางด้านเทคนิคระดับสูงและความเข้าใจที่เกี่ยวข้องทางการผลิตและพัฒนาผลงาน รวมถึงขาดความเข้าใจในกระบวนการผลิตในรูปแบบที่เป็นสากล</li> <li>- บุคลากรไม่มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในรูปแบบและวัฒนธรรมของชาวตะวันตก</li> <li>- ค่าแรงในการผลิตค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินเดีย และจีน</li> <li>- ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในระดับสื่อสารที่ดียังมีน้อย</li> </ul>
	<b>โอกาส</b>	<b>ภัยคุกคาม</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การรับจ้างผลิตงานจากต่างประเทศและการร่วมทุนกับต่างชาติทำให้บุคลากรไทยมีโอกาสเรียนรู้วิธีการทำงานในระบบสากล</li> <li>- ฝีมือแรงงานไทยในด้านงานแอนิเมชันมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้มีโอกาสรับงานที่หลากหลายและงานที่มีมาตรฐานสูงได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปริมาณของแรงงานคุณภาพในการผลิตระดับสูงซึ่งมีจำนวนจำกัด ทำให้ผลงานที่มีคุณภาพดีมีจำนวนน้อย และงานคุณภาพปานกลางอาจเข้ามาเป็นลักษณะสำคัญของคุณภาพงานไทย</li> <li>- ทักษะของแรงงานและบุคลากรไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางเทคโนโลยี หากไม่สามารถปรับตัวได้ทันจะทำให้เกิดการทิ้งห่างในการเข้าถึงเทคโนโลยีและความเสียเปรียบในการผลิตงาน</li> <li>- การรับงานในอัตราค่าบริการที่ต่ำมากของบริษัทขนาดเล็กหรือผู้ผลิตงานอิสระส่งผลกระทบต่อโครงสร้างมาตรฐานของราคาค่าบริการและคุณภาพงานในภาพรวม</li> </ul>

ตารางที่ 6 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทย ด้านระบบสนับสนุนพื้นฐาน (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 55)

ลักษณะทางกายภาพ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกมส์และแอนิเมชัน</li> <li>- มีระบบการเชื่อมต่อทางการสื่อสารและคมนาคมที่ทันสมัยและเป็นสากล</li> <li>- มีระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ดี</li> <li>- สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษามีการแข่งขันสูงทำให้มีการพัฒนาหลักสูตรต่อเนื่อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้พัฒนายังขาดการเข้าถึงเทคโนโลยีระดับสูง รวมถึงซอฟต์แวร์ที่จำเป็นในการพัฒนาผลงาน เนื่องจากไม่มีงบประมาณ</li> <li>- สถาบันการศึกษายังไม่สามารถผลิตกำลังคนได้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</li> </ul>
	โอกาส	ภัยคุกคาม
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถเข้าถึงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์กราฟฟิก 3D แอนิเมชัน ตลอดจนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตได้ง่ายขึ้นช่วยสร้างความได้เปรียบให้แก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาผลงานให้มีคุณภาพ</li> <li>- สถาบันการศึกษากำลังอยู่ในช่วงพัฒนาหลักสูตรเพื่อผลิตบุคลากรเข้าสู่ตลาดงานดิจิทัลคอนเทนต์ ทำให้คุณภาพบุคลากรมีแนวโน้มที่ดีขึ้นและตรงต่อความต้องการมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเปิดหลักสูตรทางด้านดิจิทัลคอนเทนต์ในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพของหลักสูตร ความสามารถของผู้สอนและความพร้อมของผู้เรียนอาจก่อให้เกิดปัญหาคุณภาพบุคลากรในระยะยาว</li> </ul>

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทย ด้าน  
ภาครัฐ (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 56)

ลักษณะทางกายภาพ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐบาลมีความพร้อมที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมแอนิเมชัน</li> <li>- สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเอื้ออำนวยต่อการลงทุนจากต่างชาติ</li> <li>- มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการลงทุนทั้งสำหรับนักลงทุนชาวไทยและชาวต่างประเทศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แม้จะมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนจากภาครัฐ แต่ยังมีปัญหาเรื่องภาษีที่สูง และข้อจำกัดในการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐที่ซับซ้อน</li> <li>- ไม่สามารถแก้ไขปัญหาทรัพย์สินทางปัญญาและการละเมิดลิขสิทธิ์ได้</li> <li>- การสร้างความตระหนักถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมแอนิเมชันในไทยยังไม่ได้รับการส่งเสริมมากเท่าที่ควร</li> </ul>
	โอกาส	ภัยคุกคาม
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA)</li> <li>- การเริ่มเข้ามาสนับสนุนอุตสาหกรรมจากหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เช่น กระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงอุตสาหกรรม</li> <li>- มีการจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนการฝึกอบรมบุคลากรและการนำผลงานไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศ</li> <li>- มีการสนับสนุนที่เป็นรูปธรรมชัดเจน เช่น การจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็นในการผลิตงานที่มีราคาสูงให้ผู้ประกอบการสามารถเช่าใช้ในราคาถูก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การขาดความรู้ความเข้าใจที่แท้จริงในการสนับสนุนอุตสาหกรรมทำให้การสนับสนุนที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อเชิงบวกน้อย</li> <li>- ขาดการประสานงานและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในการสนับสนุนอุตสาหกรรม ทำให้เกิดการดำเนินงานที่ทับซ้อนและไม่เป็นระบบ ซึ่งอาจส่งผลให้ความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐลดลง</li> <li>- การขาดนโยบายสนับสนุนที่ชัดเจน</li> </ul>

ตารางที่ 8 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ของอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทย ด้าน  
สภาพธุรกิจ (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2550: 57)

ลักษณะทางกายภาพ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีอุตสาหกรรมบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ และสื่อโฆษณาของไทยมีความเข้มแข็ง และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล</li> <li>- ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตผลงานแอนิเมชัน มีความตั้งใจที่จะผลักดันแอนิเมชันไทยให้เผยแพร่สู่ระดับสากล</li> <li>- ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งและมีการร่วมกลุ่มกันเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจและการต่อรองทางการค้าในเวทีต่างประเทศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การผลิตแอนิเมชันและเกมส์ในประเทศยังมีขนาดเล็กและมีปริมาณน้อย ยังไม่สามารถสร้าง brand ให้เป็นที่รู้จักในระดับสากลได้</li> <li>- ธุรกิจแอนิเมชันในประเทศเน้นการทำตลาด มากกว่าการวิจัยและพัฒนา</li> <li>- ความรู้และความเข้าใจเรื่องอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในประเทศยังอยู่ในวงจำกัด</li> <li>- การสนับสนุนธุรกิจประเภททรัพย์สินทางปัญญายังมีน้อย และไม่นิยมในกลุ่มนักลงทุน</li> <li>- การบริหารจัดการทางการตลาดที่ครบวงจรยังมีจำกัด ทั้งในเรื่องของการบริหารช่องทางจำหน่ายลิขสิทธิ์ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การสร้าง brand ไทย</li> </ul>
	โอกาส	ภัยคุกคาม
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ทั่วโลก สร้างโอกาสในการเข้าไปมีส่วนร่วมของประเทศไทยในอุตสาหกรรมดังกล่าว</li> <li>- รูปแบบงานแอนิเมชันมีความหลากหลายมากขึ้น เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตผลงานไทยเข้าไปมีบทบาทในการเป็นผู้นำในการพัฒนารูปแบบบางอย่างได้</li> <li>- เกิดการรวมตัวระหว่างธุรกิจการศึกษาและธุรกิจบันเทิงสร้างเป็นธุรกิจใหม่ที่เรียกว่า edutainment ซึ่งถือเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศเวียดนามทำให้มีโอกาสที่จะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์</li> <li>- เกิดการรวมกิจการ หรือการตั้งกิจการใหม่ขึ้น ระหว่างผู้ผลิตแอนิเมชันรายใหญ่ของโลกเพื่อเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ทั่วโลก เป็นการลดบทบาทของผู้ผลิตแอนิเมชันรายมีขนาดกลางและขนาดเล็ก</li> <li>- การขาดความรู้ในการเจรจาต่อรองเรื่องลิขสิทธิ์ทำให้เจ้าของผลงานไทยอาจเสียโอกาสในการทำประโยชน์ทางธุรกิจจากผลงานของตนเอง</li> </ul>	

#### 4. ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach) อยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่นักการสื่อสารมวลชนเรียกกันว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่ (functional perspective) การวิเคราะห์ในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนนี้ตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์ต่างก็เกี่ยวข้องในเชิงหน้าที่ต่อกัน คือ มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ ทั้งแบบลูกโซ่และแบบวงจร ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์ จึงอาจจะอธิบายได้ว่าเกิดขึ้นจากความต้องการ (needs) ซึ่งความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาต่างๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจาก พื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นจะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุกๆ ด้านของมนุษย์ แต่ก็เป็นที่น่าสนใจว่าน่าจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการบางอย่างเช่น ความต้องการข้อมูลข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อมวลชนอาจเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการชดเชยบางอย่างที่ขาดไปหรือไม่ได้ขณะนั้น เช่น ความต้องการมีการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ดังนั้น การบริโภคสื่อจึงถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่ช่วยให้ระบบสังคมของมนุษย์เข้าสู่สมดุล และทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ตามปกติได้ดียิ่งขึ้น พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เองที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม หรือเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม และความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาให้ระบบชีวิตของตนคงอยู่ได้อย่างปกติ

ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจเน้นที่การอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่องซึ่งความต้องการ (และที่มาของความต้องการ) แรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจที่ติดตามมาจะเชื่อมโยงต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ การศึกษาวิจัยนั้นอาจจะเจาะศึกษาที่ช่วงใดช่วงหนึ่งของลูกโซ่โดยเฉพาะก็ได้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ ,2542:59)

การวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจนี้ได้รับความสนใจเมื่อ Katz และคณะ (1973) ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอล งานวิจัยชิ้นนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยสำรวจขั้นพื้นฐานและความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อทดสอบข้อสมมติฐานใดๆ เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานชิ้นแรกที่มีลักษณะเป็นการวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) รวมทั้งยังเป็นต้นแบบของงานวิจัยในแนวนี้ และเครื่องมือในการวัดที่ใช้ในการศึกษาต่อๆ มาก็ยังคงเลียนแบบงานชิ้นนี้อยู่มาก จึงจะได้กล่าวถึงการศึกษาโดย Katz และคณะ (1973) ขึ้นนี้มาก่อนข้างละเอียด

Katz และคณะ (1973) ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ได้แก่

ก. Mode คือลักษณะของความต้องการ เช่น

- (1) ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
- (2) ต้องการให้ลดน้อยลง
- (3) ต้องการให้ได้มา

ข. Connection คือจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

- (1) การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
- (2) การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
- (3) การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ
- (4) การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ค. Referent คือบุคคลหรือสิ่งภายนอก ที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

- (1) ตนเอง
- (2) ครอบครัว
- (3) เพื่อนฝูง
- (4) สังคม รัฐบาล
- (5) ขนบประเพณี วัฒนธรรม
- (6) โลก
- (7) สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายนัยลบ (ขุบล เบ็ญจรงค์กิจ อ้างถึง

Katz และคณะ, 1973)

จากองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ Katz และคณะ (1973) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (needs) ของบุคคลขึ้น เป็นจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สิ่งต่างๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจ (gratification) ได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำได้นี้ คือ ก1 ข4 ค2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัว ซึ่งจะเขียนเป็นภาษาธรรมดาที่เข้าใจง่ายขึ้น คือ ความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับครอบครัวของตน (ก1 ข4 ค2) ความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตนเองนั่นคือ (ก2 ข4 ค1) ความต้องการที่จะหนีพ้น (escape) จากสภาพที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิงจะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้



Katz และคณะ (1973) นำข้อความชี้ความต้องการของบุคคลจำนวน 35 ข้อความมาสร้างมาตรวัด (rating scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล (individual's need salience) โดยใช้มาตรวัด 3 ระดับ คือ ความต้องการแง่ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใช้ (3) ไม่สำคัญเลย

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผู้ให้สัมภาษณ์ชาวอิสราเอล ได้ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้ Guttman's SSA (Smallest space analysis) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับ Cluster analysis และ Factor analysis คือเป็นความพยายามจัดกลุ่มให้ความต้องการที่ได้รับคะแนน (1-3) ความสำคัญจากผู้ให้สัมภาษณ์คนเดียวกันมีความใกล้เคียงกับความต้องการอื่นๆ มากน้อยแค่ไหน เพื่อที่จะได้ข้อเท็จจริงว่า บุคคลแต่ละคนให้ความสำคัญต่อความต้องการประเภทใดคล้ายคลึงกันบ้าง Katz และคณะ (1973) ค้นพบว่า ความต้องการเกี่ยวกับตนเองและความต้องการเกี่ยวกับบุคคลอื่นและสิ่งอื่นๆ ถูกจัดความสำคัญต่างกัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ต่างกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบตัวที่ 3 (referent) ซึ่งได้แก่ตนเอง และบุคคลอื่น และสิ่งอื่นๆ ที่บุคคลเชื่อมโยงด้วย เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงมิติของความต้องการที่ต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างบุคคล 2 ประเภท

นอกจากนี้ Katz และคณะ (1973) ยังได้วัดระดับความพึงพอใจ (gratification) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่างๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือสร้างมาตรวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือและภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่างมาตรวัดความพอใจ เช่น “โทรทัศน์” สามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปในโลกนี้อย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย นอกจากนี้ยังถามประกอบด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ความพอใจตามที่ต้องการแล้ว มีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้

งานวิจัยชิ้นนี้ แม้จะเป็นขั้นพื้นฐานแต่ก็เป็นแม่แบบของงานวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสารในระยะต่อมา การวางรากฐานทางทฤษฎีแบบจำลองนี้ แตกต่างกันออกไปบ้างเมื่อมีผู้วิจัยในแนวนี้นี้เพิ่มขึ้นอย่างไรก็ดี แบบแผน (pattern) ของการศึกษาตามทฤษฎีดังกล่าวสรุปโดย Katz และคณะ (1973) ได้ดังนี้

“การศึกษาการใช้สื่อและความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ 1.สภาวะของสังคม และจิตใจที่มีผลต่อ 2.ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ 3.การคาดคะเนเกี่ยวกับ 4.สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ 5.ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละ

บุคคล ยังผลให้เกิด 6. ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ 7.ผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน”  
Katz และคณะ (1974)

แบบจำลองที่ Katz และคณะ (1974) พยายามสร้างขึ้นนี้อาจอธิบายได้ดังนี้ คือ สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความต้องการแตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจ ที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันออกไปด้วย แบบจำลองดังกล่าวอาจเขียนออกมาเป็นภาพได้ดังนี้



แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ

Wright (1950) กล่าวว่า ลักษณะของการศึกษาสื่อ โดยไม่ได้มองเพียงว่า สื่อมีอิทธิพลต่อมนุษย์แต่มองว่า มนุษย์ต่างหากที่ใช้สื่อสนองความพอใจของตน แท้ที่จริง คือ การมองดูหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร (Functional approach) ดังนั้น การศึกษาการใช้สื่อและความพอใจในยุคเริ่มต้นจึงค่อนข้างเน้นหนักเกี่ยวกับการแบ่งประเภทของหน้าที่ที่สื่อมวลชนมีต่อผู้รับสาร McQuail และคณะ (1972) ได้สรุปหน้าที่ของสื่อไว้เป็น 4 ประเภทด้วยกัน

1. หน้าที่เสนอข่าวสาร (Information) สอนองความต้องการของมนุษย์ที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปของสังคมที่แวดล้อมตัวบุคคลอยู่
2. สร้างเสริมเอกลักษณ์ (Personal Identity) ของบุคคลสนองความต้องการที่จะมีสิ่งอ้างอิงถึงและความต้องการที่จะสร้างค่านิยมของตนเอง
3. สร้างเสริมการติดต่อกับสังคม (Social Interaction) สอนองความต้องการที่จะมีเพื่อนและติดต่อกับสังคมภายนอก
4. หน้าที่เสนอความบันเทิง (Entertainment) สอนองความต้องการที่จะหนีพ้นชั่วขณะ (escape) ไปจากหน้าที่การงานอันจำเจ เพื่อผ่อนคลายและสนุกสนานไปกับการปล่อยอารมณ์

การวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจซึ่งเน้นแนวคิดเดียวกับ Functional analysis นิยมทำกัน โดยใช้ Factor analysis ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้วิธีการของ Multivariate Regression Analysis เพื่อจัดเอาความต้องการต่างๆ (ที่ได้รับการประเมินความสำคัญแล้ว จากผู้ให้สัมภาษณ์) เข้าอยู่ในกลุ่ม (factor) เดียวกันหรือต่างกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์บ่งระดับความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการแต่ละรายกับแต่ละกลุ่ม (factor) กลุ่ม factor ใหม่ดังกล่าวจะได้รับการตั้งชื่อใหม่ให้ครอบคลุมเนื้อหาของความต้องการหลายๆ รายการ ตัวอย่างเช่น ความต้องการที่จะใช้เวลากับครอบครัว ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงาน จะรวมอยู่ใน factor เดียวกัน ภายใต้ชื่อใหม่ว่า ความต้องการที่จะติดต่อกับสังคมภายนอก

การศึกษาพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์โดยใช้ทฤษฎี การใช้สื่อและความพึงพอใจเป็นความพยายามของนักนิเทศศาสตร์ที่จะอธิบายการสื่อสารของมนุษย์ว่าเกิดจากแรงผลักดันภายในของผู้รับสารเอง ลักษณะทางจิตวิทยาที่ถูกนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมสื่อสาร คือ ความต้องการของมนุษย์ ซึ่งจะนำไปสู่การเลือกใช้สื่อที่สนองตอบความต้องการด้านต่างๆ และนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริโภคสื่ออื่นๆ แม้ว่าจะได้รับคำวิพากษ์วิจารณ์ในยุคเริ่มแรก แต่แนวคิดของทฤษฎีนี้ก็ได้ถูกพัฒนาจนสามารถนำไปใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชนอย่างแพร่หลาย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ ,2542:64)

## 5. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับสื่อ

การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคม เพราะนอกเหนือจากความต้องการปัจจัยพื้นฐานในทุกด้านแล้ว มนุษย์ยังต้องการมีความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น นอกจากนี้ข่าวสารยังถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์และมีบทบาทไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจในการทำกิจกรรมต่างๆ ตลอดไปจนถึงการวางแผนสำหรับอนาคต ความต้องการข่าวสารของมนุษย์จึงมีเพิ่มมากขึ้นเพื่อนำไปใช้ในการปรับตัวและประกอบการตัดสินใจ บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้าทั้งหมด แต่จะเลือกรับเฉพาะที่มีความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์แก่ตนเอง (พรกมล รัชนาภรณ์, 2542: 24)

Hoyer และ Macinnis (2001) อธิบายถึง การเปิดรับ (exposure) ว่าเป็นการสะท้อนถึงกระบวนการที่ผู้บริโภครับรู้ถึงสิ่งกระตุ้นที่เข้ามาผ่านสัมผัสทั้ง 5 และกล่าวถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (market stimuli) ว่าเป็นเครื่องมือที่นักการตลาดใช้สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าผ่านทาง การโฆษณา พนักงานขาย บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ หรือผ่านทางแหล่งข้อมูลที่ไม่ใช่การตลาด เช่น การพูดปากต่อปาก เป็นต้น (เลิศหญิง ทรัพย์โร, 2545: 37)

Klapper (1960) ได้กล่าวว่า คนมีแนวโน้มในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหรือเลือกใช้สื่อบางชนิดที่มีการเผยแพร่ข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติหรือความสนใจของตน ซึ่งมีขั้นตอนในการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Process) ดังนี้

### 1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

การที่บุคคลเลือกเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการ โดยสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดเดิมของตน เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ตรงกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิม จะก่อให้เกิดความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

### 2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation)

เป็นการกลั่นกรองที่บุคคลเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไปในทิศทางสอดคล้องกับทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง สภาวะร่างกาย และอารมณ์ในขณะนั้น

## องค์ประกอบที่มีผลต่อการรับรู้ (Factor Influencing Perception)

### 1. ความต้องการ (Needs)

ความต้องการทำให้เราเกิดความสนใจหรืออยากรู้ และกระตุ้นให้เรารับรู้สิ่งนั้น เช่น คนที่หิวมักจะให้ความสนใจสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอาหารและจากการทดลองให้อ่านคำจากฉากที่ฉายให้ดูอย่างรวดเร็ว พบว่ามีแนวโน้มที่จะมองเห็นหรือรับรู้คำที่เกี่ยวข้องกับอาหารได้เร็วกว่าคนทั่วไป (สุวรี ศิวะแพทย์, 2549: 99)

### 2. ความเชื่อ (Beliefs)

ความเชื่อมักเป็นปัจจัยซึ่งนำให้คนเรารับรู้ในสิ่งที่ตนยึดถือหรือศรัทธานั้น เช่น บางคนมีความเชื่อว่าจุดกลมที่ตนเห็นบนท้องฟ้าเป็นสิ่งที่นำความหายนะมาสู่โลก เมื่อมีเหตุการณ์ใดเกิดขึ้นในเวลานั้น ก็มักจะมีการเชื่อมโยงหรือกล่าวถึง ทั้งๆ ที่ในความเป็นจริงไม่มีความเกี่ยวข้อง ส่วนคนที่ไม่มีความเชื่อดังกล่าวก็ถือว่าเป็นปรากฏการณ์ตามธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้นได้ทั่วไป (สุวรี ศิวะแพทย์, 2549: 100)

### 3. อารมณ์ (Emotion)

Wade & Tavris (1998) กล่าวว่า อารมณ์อาจมีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น เด็กที่กลัวความมืดมักจะเห็นผี หรืออาจจะเห็นตุ๊กตาของตนกลายเป็นสัตว์ประหลาด นอกจากนี้ยังพบว่าความเจ็บปวดก็อาจจะเป็นผลกระทบจากอารมณ์เช่นกัน

#### 4. ความคาดหวัง (Expectations)

ประสบการณ์ที่ผ่านมาย่อมมีผลต่อการรับรู้ในปัจจุบันด้วย แนวโน้มดังกล่าวถูกเรียกว่า “Perceptual Set” ซึ่งบางครั้งอาจทำให้เรามีความระแวดระวัง เช่น การต่อประโยชน์ให้ได้ความหมาย บางครั้งก็อาจก่อให้เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาดได้ เช่น การได้ยินเสียงคนตะโกนอาจทำให้เราเข้าใจผิดว่าเรียกชื่อตน (สุวี ธิวะแพทย์, 2549: 100)

#### 3. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

บุคคลจะเลือกให้ความสนใจเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการ ทัศนคติ และความเชื่อของตน ทั้งยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารในส่วนที่ต้องการจะจดจำเข้าไปเก็บไว้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์เพื่อนำไปใช้ในอนาคต และพยายามลืมในส่วนที่ไม่ต้องจดจำ

Becker (1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องต่างๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่ตนเองสนใจหรือมีผู้แนะนำ หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือชมโทรทัศน์ หากมีข้อมูลที่มีความสำคัญกับตนเอง ก็จะให้ความสนใจใล่อ่านหรือเปิดดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

Merrill และ Lowenstein (1971) กล่าวถึงแรงผลักดันในการเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลว่ามีสาเหตุดังนี้ (พรกมล รัชนาภรณ์, 2542: 25)

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ไม่ชอบอยู่ตามลำพัง เนื่องจากจะทำให้เกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว จึงต้องพยายามรวมกลุ่ม หรือติดต่อกับบุคคลโดยตรงหรือการใช้สื่อแบบต่างๆ

2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการรับรู้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

3. ประโยชน์ใช้สอยของตน เพราะพื้นฐานของมนุษย์มีความเห็นแก่ตัว ดังนั้นในฐานะที่เป็นผู้รับสาร จึงต้องการข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตน โดยอาจได้รับความรู้ ความสุข ความสนุกสนาน

4. สาเหตุจากสื่อ เพราะสื่อมีแรงกระตุ้น ชี้นำ ทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวสารในช่วงเวลานั้นๆ

ขวิญเรื่อน กิติวัฒน์ (2542) กล่าวว่า ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด อย่งไรนั้น ก็ด้วยปัจจัยที่กำหนด คือ

### 1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล

คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิต สภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการทางจิตใจในแง่ของการรับรู้ เรียนรู้ การจูงใจ โดยคนแต่ละคนจะสร้างรูปแบบเฉพาะขึ้นมาจากความคิดเห็น ความเชื่อ ทักษะคติ ค่านิยมขึ้นมาภายในตัวเองและประกอบเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคล

### 2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม

คนเรามักจะยึดถือกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (reference group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตามรวมทั้งพฤติกรรมการสื่อสาร เมื่อคนเรากระทำหรือแสดงความคิดเห็นไปทิศทางเดียวกับค่านิยมของกลุ่มสังคมก็จะได้รับความเห็นชอบและได้รับรางวัลจากกลุ่มสังคม ในทางกลับกันหากคนเราไม่ปฏิบัติตามหรือมีความคิดเห็นในทิศทางขัดแย้งกับค่านิยมของกลุ่ม ก็จะได้รับความเห็นชอบและอาจจะได้รับการลงโทษ (sanction) ดังนั้นคนเราจึงพยายามคล้อยตามกลุ่มทั้งในแง่ของความคิด ทักษะคติ ตลอดไปจนถึงพฤติกรรมเพื่อให้ตนเองเป็นที่ยอมรับ

### 3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร

ได้มีการเอาลักษณะพื้นฐานของแต่ละคนที่เหมือนกัน มาจัดแบ่งบุคคลเข้าไว้เป็นกลุ่มประเภทเดียวกัน ซึ่งลักษณะขั้นพื้นฐานดังกล่าวอาจจะเป็น เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ฯลฯ การจัดแบ่งกลุ่มนี้เป็นการแบ่งคร่าวๆ โดยไม่ได้คำนึงถึงลักษณะแตกต่างกันเฉพาะบุคคล แต่แบ่งตามตัวแปรของลักษณะทางสังคมมาใช้เป็นเครื่องมือในการแบ่ง ซึ่งบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันย่อมจะรับเนื้อหาของการสื่อสารคล้ายคลึงกันไม่มากนัก และย่อมมีการตอบสนองต่อเนื้อหา ดังกล่าวไปในรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันนัก

Schramm (1973) ได้กล่าวถึง การเลือกรับข่าวสารว่ายังขึ้นกับปัจจัยอื่นๆ ด้วยคือ

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกันทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทักษะคิด จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

จากองค์ประกอบเหล่านี้ จะพบว่าการเลือกเปิดรับข่าวสารมีปัจจัยทั้งในส่วนของตัวเองบุคคลไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจหรืออื่นๆ รวมไปถึงปัจจัยภายนอก อันได้แก่ความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ อันจะทำให้การเปิดรับข่าวสารของบุคคลมีความแตกต่างกัน

Rogers และ Sevenning (1969) ได้ขยายแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนให้กว้างออกไป โดยให้คำนิยามว่าสื่อมวลชนนั้น ครอบคลุมถึงสื่อ 5 ประเภทคือ

1. หนังสือพิมพ์
2. นิตยสาร
3. โทรทัศน์
4. วิทยุ
5. ภาพยนตร์

ด้วยเหตุนี้ ดังนั้นในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาทั้ง 2 จึงจะต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่นๆ (พรกมล รัชนาภรณ์, 2542:26)

แต่ในปัจจุบันนี้ได้เกิดสื่อใหม่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นสื่อเฉพาะของโฆษณา เพื่อที่จะได้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ได้แก่ ป้ายกลางแจ้ง ป้ายในศาลาพักผู้โดยสาร ป้ายข้างตัวรถขนส่งและรถส่วนบุคคล ไปสเตอร์ไบปติว สื่อโฆษณา ณ จุดขาย และจดหมาย นอกจากนี้ยังมีสื่ออีกชนิดที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั่วโลกและมีบทบาทในการสื่อสารของสังคมไทยในปัจจุบันนั่นก็คือ อินเทอร์เน็ต

สำหรับสื่อที่ใช้กันในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคล (อ้างถึงใน วชิษฐ์ ค้วงสงค์ ,2541)

**สื่อมวลชน** หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเพียงคนเดียว หรือกลุ่มบุคคลสามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว

**สื่อบุคคล** หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว คือทั้งฝ่ายผู้รับและผู้ส่งสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้โดยตรง

ดังที่มีผู้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไว้หลายท่าน เกี่ยวกับคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันด้วย ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ได้กล่าวสรุปและแยกประเด็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้ (อ้างใน พรกมล รัชนาภรณ์ ,2542)

**เพศกับการเปิดรับสื่อ** เพศชายกับเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า

**อายุกับการเปิดรับสื่อ** จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของเด็กอเมริกัน พบว่า เด็กตั้งแต่วัย 2-8 ขวบดูโทรทัศน์มากขึ้นเมื่อวัยมากขึ้น และเปิดรับสื่อทุกชนิดเมื่อวัยมากขึ้น โดยส่วนใหญ่จะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ซึ่งเด็กจะดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่นๆ และเริ่มอ่านหนังสือเมื่ออายุมากขึ้น ส่วนเด็กวัยรุ่นนิยมฟังเพลงมากกว่าดูโทรทัศน์

สำหรับผู้ใหญ่มีการเปิดรับ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน แต่เมื่อถึงวัย 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุ 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ในขณะที่วัยรุ่นและหนุ่มสาวให้เวลากับการดูโทรทัศน์



มากกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ และเป็นวัยที่ให้ความสนใจในสื่อนิยายสารและภาพยนตร์มากกว่าวัยอื่น

**การศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ** การศึกษามีความสัมพันธ์สูงกับการเปิดรับสื่อ โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดรับข่าวสารและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านความบันเทิง ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงจะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้รับสารที่มีการศึกษาน้อย โดยผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่า

**รายได้กับการเปิดรับสื่อ** รายได้เป็นปัจจัยที่มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษา คือมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดยเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงไปด้วย ส่วนผู้ที่มีการศึกษาน้อยนั้น มักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ผู้ที่รายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยายข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาความบันเทิง ผู้ที่มีฐานะดีและการศึกษาสูง เป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ที่มีรายได้สูงมักมีการศึกษาสูงจึงถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้ข่าวสารต่างๆ ให้ทันเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับกลุ่มนี้มากกว่า ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาน้อยและรายได้ต่ำ มีทักษะในการอ่านน้อย จึงมักเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่า (ลัดดา ประเสริฐวิทยากุล ,2540)

## 6. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผู้บริโภค ซึ่งต่างก็ต้องจัดหาสิ่งจำเป็นสำหรับความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน คือ สินค้าและบริการจากระบบเศรษฐกิจมาตอบสนองความต้องการของตน

**พฤติกรรมผู้บริโภค** หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว (อ้างถึงใน เลิศหญิง หิรัญโร, 2545)

**พฤติกรรมผู้บริโภค** หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมิน หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการและแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตนได้ (Schiffman and Kanuk, 1994 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541:124)

Kotler (1997) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นหนึ่งในปัจจัยด้านตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านอื่นๆ ดังจะเห็นจากตารางแสดงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอันมีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อ (เลิศหญิง หิรัญโร, 2545: 43-47)

ตารางที่ 9 แสดงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอันมีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อ

สภาพทางวัฒนธรรม	สภาพทางสังคม	สภาพส่วนบุคคล	สภาพจิตใจ	
วัฒนธรรม (Culture)	กลุ่มอ้างอิง (Reference Group)	อายุและวงจรชีวิต (Age and Life Cycle)	แรงจูงใจ (Motivation)	ผู้บริโภค
วัฒนธรรมย่อย (Subculture)	ครอบครัว (Family)	อาชีพ (Occupation)	การรับรู้ (Perception)	
ชนชั้นทางสังคม (Social Class)	สถานภาพและบทบาท (Role & Status)	ภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstance)	การเรียนรู้ (Learning)	
		ลักษณะการใช้ชีวิต (Life Style)	ความเชื่อและทัศนคติ (Belief & Attitude)	
		บุคลิกภาพ (Personality)		

1. ปัจจัยด้านสภาพวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีความกว้างและลึกที่สุดในพฤติกรรมของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นบรรทัดฐาน ความเชื่อ ประเพณี ค่านิยม ความสนใจ ชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงชนชั้นทางสังคมของแต่ละกลุ่มต่างมีส่วนหล่อหลอมความคิด ลักษณะนิสัยความเชื่อของคนในสังคม โดยมนุษย์เรียนรู้สภาพแวดล้อมที่ตนอาศัยอยู่และทำให้เกิดความแตกต่างกันตามแต่วัฒนธรรม และวัฒนธรรมเหล่านี้จะค่อยๆ เปลี่ยนไปตามการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป ทั้งนี้วัฒนธรรมยังแยกได้เป็น

**วัฒนธรรมหลัก** เป็นสิ่งกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมกาซื้อของบุคคลในด้านลักษณะนิสัยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมของสังคม

วัฒนธรรมย่อย มีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลเหล่านั้นมีการบริโภคที่ต่างกัน

ชนชั้นทางสังคม ได้แก่ อาชีพ รายได้ ฐานะ ตระกูลหรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ การศึกษา

2. ปัจจัยด้านสังคม พฤติกรรมของมนุษย์จะได้รับอิทธิพลจากสภาพสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่นอกเหนือจากสภาพวัฒนธรรม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และบทบาทสถานภาพต่างๆ

กลุ่มอ้างอิง อาจมีทั้งกลุ่มที่มีอิทธิพลโดยตรงกับทัศนคติหรือพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น เพื่อนบ้าน กลุ่มเพื่อน เพื่อนร่วมงานเป็นต้น หรืออาจเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลทางอ้อมกับทัศนคติหรือพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มนุษย์อยากเป็นเช่น ดารา นักร้อง ซึ่งกลุ่มอ้างอิงเหล่านี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค

กลุ่มครอบครัว เป็นสถาบันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด ในสังคม โดยครอบครัวจะเป็นกลุ่มสังคมเบื้องต้นที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ ครอบครัวจะเป็นแหล่งอบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคล ลักษณะของครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค และพฤติกรรมอื่นๆ

บทบาทและสถานะ เป็นการศึกษาถึงบทบาทสถานะของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ในการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดจำเป็นต้องศึกษาบทบาทและสถานะของผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด บทบาทที่เกี่ยวข้องในการซื้อประกอบด้วย

1. ผู้คิดริเริ่ม (Initiator)
2. ผู้มีอิทธิพล (Influencer)
3. ผู้ตัดสินใจ (Decider)
4. ผู้ซื้อ (Buyer)
5. ผู้ใช้ (User)

ซึ่งบทบาทและสถานะจะมีอิทธิพลที่สำคัญต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

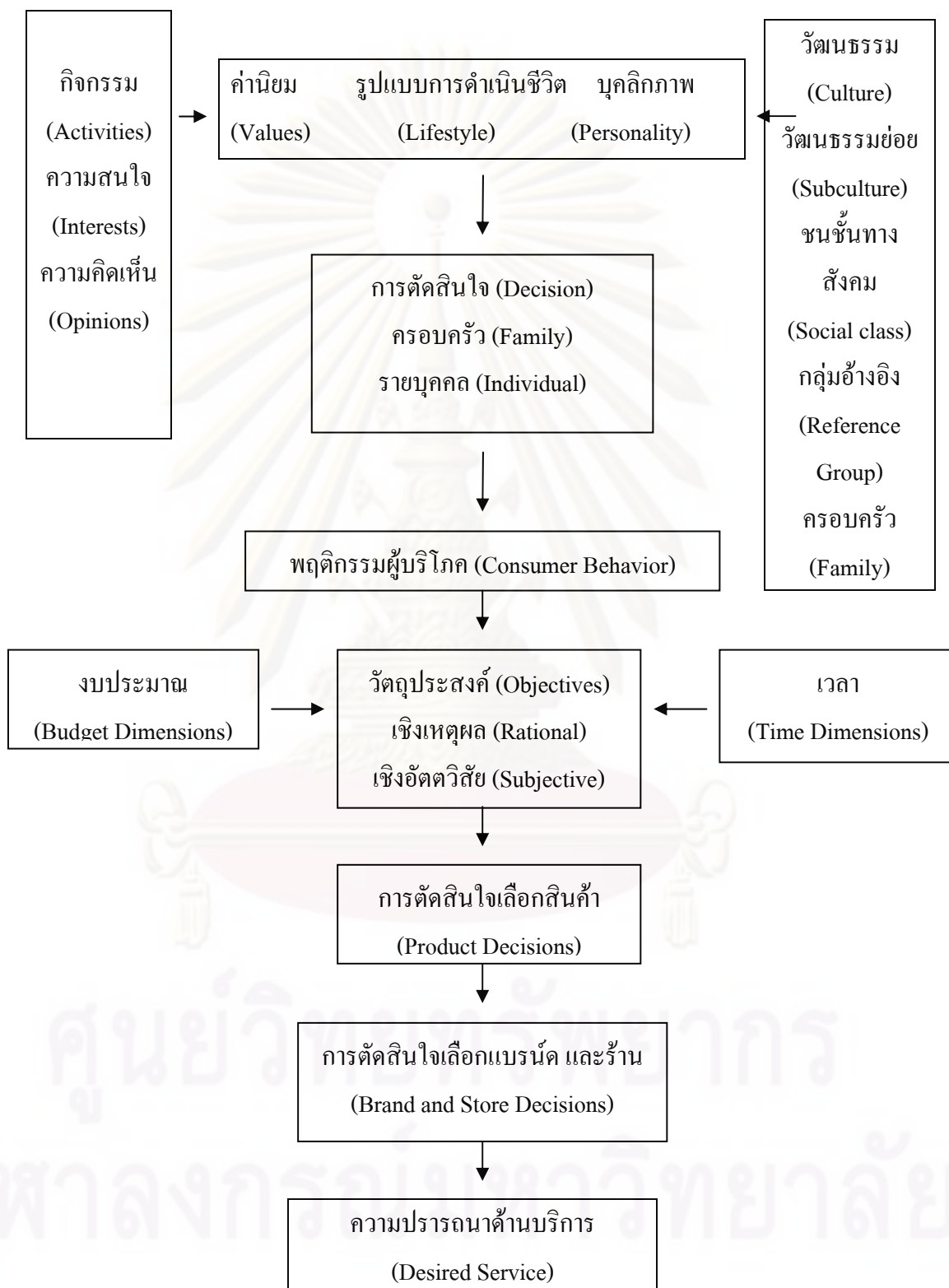
**3. ปัจจัยด้านสถานภาพส่วนบุคคล** พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย อายุและวัฏจักรชีวิตของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะซื้อหรือต้องการสินค้าแตกต่างกันไปตามช่วงอายุ เช่น เด็กจะซื้ออาหารประเภทของขบเคี้ยว ขณะที่ผู้ใหญ่จะให้ความสำคัญกับอาหารที่มีประโยชน์ เป็นต้น ในลักษณะสถานภาพส่วนบุคคลยังมีเรื่องของอาชีพ โดยอาชีพของแต่ละบุคคลจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปด้วย เพื่อให้เหมาะสมกับอาชีพของผู้บริโภค ซึ่งผู้ผลิตสินค้าก็พยายามผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการเช่นกัน เช่น พนักงานในระดับปฏิบัติการต้องการเครื่องแต่งกายสำหรับทำงาน รองเท้าสำหรับทำงาน ในขณะที่ผู้บริหารจะซื้อสินค้าที่มีราคาแพงขึ้น

นอกจากนี้ยังประกอบด้วยฐานะทางเศรษฐกิจ ลักษณะการใช้ชีวิต และบุคลิกและแนวคิดของตนเอง (Self Concept) ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนจะมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันไปตามฐานะทางเศรษฐกิจ หากผู้บริโภคมีความพร้อมในการซื้อสินค้านั้นมาก ก็จะตัดสินใจซื้อได้มากกว่าผู้บริโภคที่ไม่มีความพร้อมทางการเงิน นอกจากนี้ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญต่อลักษณะการใช้ชีวิตและบุคลิกและแนวคิดของตนเอง โดยผู้บริโภคจะทำตามสิ่งที่ตนเองยึดถือปฏิบัติ และมองในแง่ที่ว่าอะไรจะเป็นแบบอย่างในการใช้สินค้าตามที่คิดว่าเหมาะสมกับตน

**4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา** ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้และทัศนคติ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคของบุคคล คนเราเมื่อได้รับแรงจูงใจจากการกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก จะทำให้เกิดการรับรู้และเรียนรู้สิ่งต่างๆ โดยการรับรู้จะเป็นกระบวนการในการกลั่นกรองสิ่งกระตุ้นที่ได้รับ ส่วนการเรียนรู้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากสิ่งที่ได้สะสมความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์ที่ได้รับ รวมทั้งการเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่างๆ จะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความชอบหรือไม่ชอบในสิ่งนั้นๆ ด้วย กล่าวคือ ทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นๆ ขึ้นมา และกระบวนการทั้งหมดก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมต่อไป

รูปแบบการดำเนินชีวิตก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลและมีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจากรูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งเป็นผลมาจากอิทธิพลของค่านิยมส่วนบุคคล (Personal Value) บุคลิกภาพ (Personality) และปัจจัยต่างๆ ทางสังคม เช่น วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมย่อย (Subculture) ชนชั้นในสังคม (Social class) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) และครอบครัว (Family) นอกจากนี้ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinion) เป็นอีก 3 ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิต และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคล ดังที่จะแสดงในแผนภาพ (Ronald D. Michman, 1991 อ้างถึงใน เลิศหญิง หิรัญโร, 2545)

แผนภาพที่ 2 อิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค  
(Lifestyle Influences on Consumer Decisions)



## 7. แนวความคิดเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์

Bruce A.Austin (1988) กล่าวถึงแรงจูงใจที่ทำให้คนชมภาพยนตร์ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ (ประวิณมัย บ่ายคล้อย, 2545: 21)

**1.แรงจูงใจทางสังคม (Social)** การชมภาพยนตร์ทำให้ผู้ชมมีกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น, เอื้อประโยชน์ในการติดต่อกับผู้อื่น, ช่วยในการเข้าสังคม เช่น ทำให้มีหัวข้อสนทนากับผู้อื่นทั้งเรื่องเกี่ยวกับ สีธรรม, ความถูกต้อง หรือความรู้สึกจากภาพยนตร์ที่ได้ไปชมมา เกิดการแลกเปลี่ยนทัศนคติความคิดเห็นซึ่งกันและกัน รวมทั้งอาจได้รับวัจนภาษาและอวัจนภาษาบางอย่างจากภาพยนตร์มาใช้ในชีวิตประจำวันด้วย

**2. จิตวิทยา (Psychological)** ภาพยนตร์มีส่วนช่วยให้ผู้ชมหนีจากปัญหา, ความตึงเครียด, ความวิตกกังวลได้ชั่วคราว

**3.สติปัญญาและการศึกษา (Intellectual)** ภาพยนตร์ช่วยเพิ่มพูนความรู้, ประสบการณ์ และมุมมองใหม่ๆ ทำให้ผู้ชมเข้าใจในสิ่งต่างๆ ได้ดีขึ้น รวมทั้งยังได้รับความเพลิดเพลินทางด้านสุนทรียศาสตร์

Bruce A.Austin (1988) ได้ทำการแบ่งขั้นตอนการเข้าชมภาพยนตร์ เป็น 5 ขั้นตอน คือ (ประวิณมัย บ่ายคล้อย, 2545: 21-22)

**1.ขั้นหาความรู้** เป็นขั้นตอนแรกที่คนจะเริ่มเรียนรู้และสนใจการไปชมภาพยนตร์ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารได้ยินหรือได้อ่านเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์ ในขั้นนี้ ผู้ชมแต่ละคนจะแสวงหาข้อมูลว่า ภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งใด มากกว่าการประเมินว่าภาพยนตร์เรื่องนี้ดีหรือไม่ดี

**2.ขั้นจูงใจ** ขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นตอนการตัดสินใจทางบวกหรือทางลบต่อภาพยนตร์เรื่องนั้น โดยผู้ชมจะประเมินถึงข้อดีและข้อเสียของภาพยนตร์ อาจจะมีการตั้งคำถามว่า ควรไปชมภาพยนตร์เรื่องนั้นหรือไม่

**3.ขั้นตัดสินใจ** เป็นการตัดสินใจว่าจะไปชมภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ หรือไม่ ซึ่งหากยังมีข้อมูลที่ขัดแย้งกันอยู่ ก็อาจจะทำให้มีการตัดสินใจอีกครั้ง

**4.ขั้นดำเนินการ** เป็นขั้นตอนในการเตรียมพร้อมในการไปชมภาพยนตร์ เช่น การเตรียมการเดินทาง, การกำหนดวันที่จะไปชม จนไปถึงขั้นตอนที่จะเข้าไปนั่งในโรงภาพยนตร์

**5. ยืนยัน** เป็นขั้นที่ผู้ชมแต่ละคนพยายามตอบย้ำความเชื่อมั่นในการตัดสินใจที่จะชมภาพยนตร์เรื่องนั้น หลีกเลี่ยงหรือลดความขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้น

Bruce A. Austin (1988) ระบุถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ไว้ 5 ปัจจัย ได้แก่ (ประวิณมัย บ่ายคล้อย, 2545: 22-23)

**1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์** ซึ่ง The Public Appraises Movies (1957) ทำการสำรวจถึงสื่อที่ใช้โฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ภาพยนตร์ตัวอย่างที่ฉายในโรงภาพยนตร์, โฆษณาในนิตยสาร, หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ, โปสเตอร์, สัญลักษณ์ต่างๆ ที่ติดหน้าหรือภายนอกโรงภาพยนตร์ และบิลบอร์ด เป็นต้น

**2. บทวิจารณ์** บทวิจารณ์ภาพยนตร์มีความสำคัญ 3 ประการ คือ

- 2.1 สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์
- 2.2 ให้ข้อมูลภาพยนตร์ที่หลากหลาย
- 2.3 ประเมินหรือแนะนำภาพยนตร์เรื่องนั้น

**3. อิทธิพลจากบุคคลอื่น** หมายถึง คำแนะนำจากบุคคลอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ Katz และ Lazarsfeld ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ต่อบทบาทการเป็นผู้นำความคิดต่อการชมภาพยนตร์ พบว่าผู้นำความคิดเป็นบุคคลที่ผู้ชมติดต่อกับทุกวัน เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชม สำหรับบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดในการชมภาพยนตร์นั้น ไม่จำเป็นต้องชมภาพยนตร์มากกว่าผู้อื่น แต่เป็นบุคคลที่สนใจเรื่องราวและเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับภาพยนตร์มากกว่าบุคคลอื่น และเป็นผู้ที่คอยติดตามกิจกรรมและหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์จากหนังสือพิมพ์และนิตยสารภาพยนตร์อยู่เสมอ

**4. เนื้อเรื่องและประเภทของภาพยนตร์** โครงเรื่องและประเภทของภาพยนตร์มีส่วนหนึ่งต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ แม้จะยังไม่มียานวิจัยที่แน่ชัดเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างความชอบ โครงเรื่องและประเภทของภาพยนตร์กับพฤติกรรมชมภาพยนตร์ก็ตาม เนื่องจากผู้สนใจชมภาพยนตร์จะทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงเรื่องและประเภทของภาพยนตร์จากสื่อโฆษณาหรือบทวิจารณ์ จึงจะนำไปตัดสินใจว่าจะชมภาพยนตร์เรื่องนั้นหรือไม่

**5. การผลิตภาพยนตร์** ได้จัดประเภทการผลิตออกเป็น 3 กลุ่มคือ

- 5.1 ผู้อยู่เบื้องหลังการถ่ายทำ เช่น ผู้กำกับภาพยนตร์, ผู้ถ่ายภาพ, ผู้ตัดต่อ รวมไปถึงผู้ควบคุมการผลิต, ผู้อำนวยการสร้าง และผู้เขียนบท เป็นต้น
- 5.2 ผู้อยู่เบื้องหน้าของการผลิต ได้แก่ นักแสดง
- 5.3 ส่วนประกอบในการผลิตภาพยนตร์ เช่น เพลงประกอบภาพยนตร์ การจัดแสงและเทคนิคพิเศษ เป็นต้น

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จรส กายโรจน์ (2543) ได้ศึกษาพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของนิสิตมากที่สุด คือ สาขาวิชาที่ศึกษา รองลงมาได้แก่ ภาพยนตร์ตัวอย่าง ความสะดวกสบายในการเดินทาง ที่จอครด การเข้าถึงชมในหมู่เพื่อนแบะภูมิลำเนา

ประวิณมัย บ่ายคล้อย (2545) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์นอกกระแส พบว่าลักษณะทางด้านเพศ วัย การศึกษา และอาชีพ ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการชมภาพยนตร์นอกกระแส ผู้รับสารที่เป็นคอภาพยนตร์นอกกระแสมี 2 คุณลักษณะ คือ เป็นผู้รับชมทั้งภาพยนตร์ในกระแสและภาพยนตร์นอกกระแส กับเป็นผู้ชมภาพยนตร์นอกกระแสอย่างเดียว การเป็นคอภาพยนตร์ชนิดนี้ทำให้เกิดความผูกพันและทำให้มีพฤติกรรมติดตามสื่อมวลชนที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ชนิดนี้ ซึ่งเกิดจากแรงผลักดันและแรงกระตุ้นของผู้รับสาร โดยคอภาพยนตร์นอกกระแสมีความคาดหวังและการใช้ประโยชน์จากภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน ทั้งเพื่อความบันเทิง การเข้าถึงชม การศึกษา และเพื่อนงานอาชีพ

สิริฉวี เกตุเอี่ยม (2545) ได้ศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทย พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลค่อนข้างมากต่อพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทยได้แก่ ปัจจัยด้านองค์ประกอบภาพยนตร์และปัจจัยด้านโฆษณา ปัจจัยด้านองค์ประกอบภาพยนตร์ที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือความแปลกใหม่ ปัจจัยด้านการโฆษณาได้แก่ภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ได้แก่ ตัวอย่างภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายได้แก่ การแจกของแถมเมื่อซื้อบัตรชมภาพยนตร์ ปัจจัยด้านกิจกรรมการสื่อสารการตลาดได้แก่ ภาพจากภาพยนตร์ที่ปรากฏบนสินค้าอื่นๆ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ คำแนะนำของเพื่อน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนมากชมภาพยนตร์ไทยเฉลี่ย 3-4 เรื่องต่อปี เหตุผลเพื่อความบันเทิงและมักไปชมในช่วยสัปดาห์แรก ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด และปัจจัยทางการสื่อสารทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับจำนวนภาพยนตร์ไทยที่ชม

รักษานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2546) ได้ศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ไทยของผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี ภาพยนตร์แนวชีวิตได้รับความนิยมมากที่สุด ทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์คือ ขึ้นตอนเตรียมการถ่าย ขึ้นถ่ายทำ และขึ้นตอนหลังการถ่าย

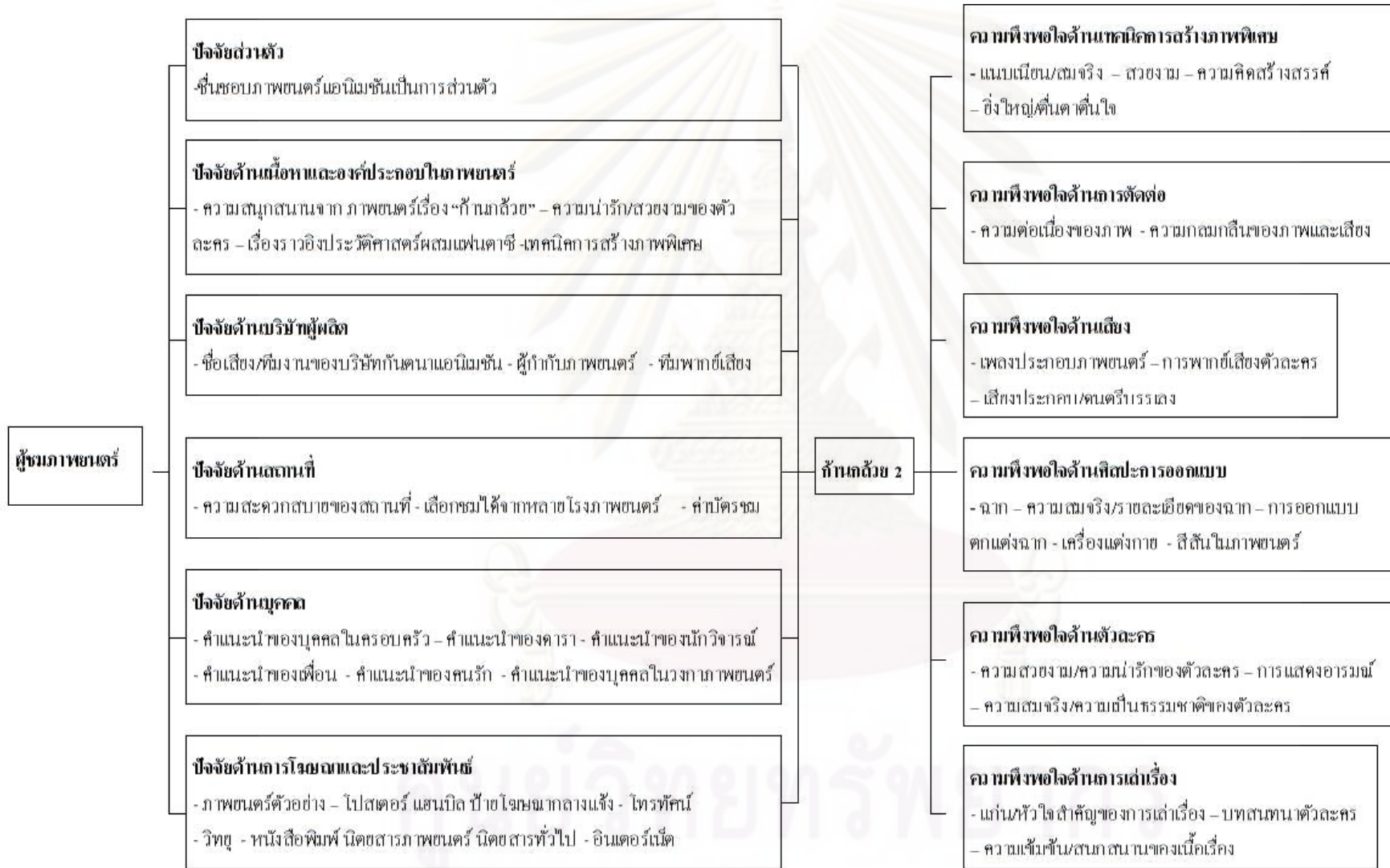


ทำภาพยนตร์ ผู้ชมมีทัศนคติชอบในระดับปานกลางถึงดี ยกเว้นการเขียนบทภาพยนตร์ที่ผู้ชมมีทัศนคติชอบในระดับต่ำ ส่วนทัศนคติเกี่ยวกับคุณค่าต่อชีวิต คุณค่าต่อสังคม คุณค่าทางศิลปะและคุณค่าทางวิทยาศาสตร์ของภาพยนตร์ไทยโดยทั่วไปผู้ชมมีทัศนคติชอบในระดับปานกลาง และยังพบว่าภาพยนตร์ไทยนั้นยังเป็นรองภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดอยู่มาก แต่อย่างไรก็ดีผู้ชมส่วนใหญ่ก็ยินดีที่จะชมภาพยนตร์ไทยต่อไป

เมทินี สิงห์เวชกุล (2548) ได้ศึกษาการพัฒนากระบวนการการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก พบว่าการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยอยู่ในระยะเริ่มต้น การผลิตไม่ได้มีการพัฒนาที่ต่อเนื่อง เนื่องมาจากการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันในอดีตได้หยุดชะงักจากการนำเข้าการ์ตูนจากประเทศญี่ปุ่นและอเมริกา ทำให้การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลกระยะเริ่มต้นประสบกับปัญหาในทุกๆ ปัจจัยไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ เนื้อเรื่อง การออกแบบ เทคโนโลยีการผลิต ปัจจัยการผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรม ขาดแคลนบุคลากร นอกจากนี้ก็ยังมีปัจจัยที่เป็นจุดเด่นในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลกเช่น ความสามารถทางศิลปะของบุคลากร การนำเสนอเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทย ทั้งนี้ถ้าฝ่ายภาครัฐและบริษัทผู้ผลิตร่วมมือกันอย่างจริงจัง รวมทั้งใช้เวลาพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการผลิต ก็จะทำให้ช่วยเพิ่มคุณภาพให้กับการ์ตูนแอนิเมชันไทยให้พัฒนาสู่ตลาดโลกได้

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในรูปแบบการวิจัยแบบวัดผลครั้งเดียว (One-shot descriptive study)

#### ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกประชาชนทั่วไปที่ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ตามโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งทีภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ออกฉาย ประกอบด้วยเครือโรงภาพยนตร์ต่างๆ จำนวน 7 เครือ รวมทั้งสิ้น 303 โรงภาพยนตร์ ครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งอยู่ตามศูนย์กลางค้าในย่านชุมชนต่างๆ รวมทั้งสิ้น 18 ย่าน คือ

ย่านชุมชน	เครือโรงภาพยนตร์	จำนวนโรง	รวม
สยามสแควร์	SF Cinema City MBK Center	8	30
	Grand EGV	6	
	Paragon Cineplex	16	
สุขุมวิท-เอกมัย	Major Cineplex	8	13
	SFX Emporium	5	
รังสิต	EGV Future Park รังสิต	10	26
	Major Cineplex รังสิต	16	
ศรีนครินทร์	EGV ซีคอนสแควร์	14	19
	Major Cineplex เสรีเซ็นเตอร์	5	
บางแค	EGV บางแค	10	18
	SF Cinema City บางแค	8	
ปิ่นเกล้า	EGV ปิ่นเกล้า	12	25
	Major Cineplex ปิ่นเกล้า	13	

ย่านชุมชน	เครือโรงภาพยนตร์	จำนวนโรง	รวม
พหลโยธิน	Major Cineplex รัชโยธิน	15	15
ลาดพร้าว	EGV ลาดพร้าว	7	16
	SFX Cinema Central	9	
รามอินทรา	Major Cineplex แฟชั่นไอซ์แลนด์	11	17
	SF Cinema City เซ็นทรัล รามอินทรา	6	
รามคำแหง	Major Cineplex รามคำแหง	7	17
	Major Hollywood รามคำแหง	10	
พระราม 3	Major Cineplex เซ็นทรัล พระราม 3	9	9
บางนา	Major Cineplex เซ็นทรัล บางนา	10	10
ราชดำริ	EGV Metropolis	7	22
	SF World Cinema Central World	15	
พระราม 9	UMG RCA	3	15
	Esplanade Cineplex	12	
ท่าพระ	SF Cinema City ท่าพระ	8	8
บางกะปิ	SF Cinema City บางกะปิ	14	24
	Major Cineplex บางกะปิ	10	
งามวงศ์วาน	SF Cinema City งามวงศ์วาน	11	11
ราษฎร์บูรณะ	Major Hollywood สุขสวัสดิ์	8	8
รวม 18 ย่าน	7 เครือโรงภาพยนตร์	303	303

ที่มา: [th.wikipedia.org/wiki/รายชื่อโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย](http://th.wikipedia.org/wiki/รายชื่อโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย)

### กลุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2551 มีจำนวนทั้งสิ้น 5,710,883 คน (แหล่งที่มา [th.wikipedia.org](http://th.wikipedia.org))

การวิจัยครั้งนี้จึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Yamane เมื่อมีประชากรมากกว่า 100,000 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่างประมาณ 95.5 % และที่ระดับความคลาดเคลื่อน  $\pm 5$  % (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541: 24)

## วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) โดยมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยพิจารณาจากย่านชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งออกเป็นทั้งหมด 18 ย่านชุมชน ได้แก่ สยามสแควร์, สุขุมวิท-เอกมัย, รังสิต, ศรีนครินทร์, บางแค, ปิ่นเกล้า, พหลโยธิน, ลาดพร้าว, รามอินทรา, รามคำแหง, พระราม 3, บางนา, ราชดำริ, พระราม 9, ท่าพระ, บางกะปิ, งามวงศ์วาน และราษฎร์บูรณะ (รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2546) จากนั้นทำการสุ่มออกมาได้ 10 ย่านดังนี้

1. ย่านสยามสแควร์
2. ย่านปิ่นเกล้า
3. ย่านบางแค
4. ย่านศรีนครินทร์
5. ย่านลาดพร้าว
6. ย่านรามคำแหง
7. ย่านพหลโยธิน
8. ย่านงามวงศ์วาน
9. ย่านบางกะปิ
10. ย่านท่าพระ

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของในแต่ละย่านมีสัดส่วนที่เท่าเทียมกันผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนตัวอย่างย่านละ 40 ตัวอย่าง หลังจากนั้นใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลบริเวณโรงพยาบาลที่อยู่ในย่านชุมชนทั้ง 10 แห่งตามที่กำหนดไว้ จนกระทั่งครบจำนวน 400 ตัวอย่าง

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าจากตำราและเอกสารต่างๆ รวมทั้งการสอบถามจากผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการวิจัย

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed form) เท่านั้น  
แบบสอบถาม 1 ชุด ประกอบไปด้วยคำถาม 49 ข้อ โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3  
ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 -คำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ  
และรายได้ จำนวน 5 คำถาม
- ตอนที่ 2 -คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง  
“ก้านกล้วย 2” จำนวน 23 คำถาม
- ตอนที่ 3 -คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง  
“ก้านกล้วย 2” จำนวน 20 คำถาม  
-คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการชมแอนิเมชันไทย จำนวน 1 คำถาม

### การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

เพื่อให้เครื่องมือที่สร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความ  
เที่ยงตรงและที่น่าเชื่อถือ ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์  
กรรมการวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถาม

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถาม จำนวน 40 ชุด ไป  
ทดสอบ (pre-test) กับนักเรียนชั้นประถมศึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อคำถามและนำ  
ข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง พร้อมกับนำมา  
ทดสอบค่าความน่าเชื่อถือในแบบสอบถามส่วนที่เป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้  
สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541: 93) ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ  $\alpha$  คือ ค่าความเชื่อถือ

k คือ จำนวนข้อ

$V_i$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$V_t$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” = 0.82

ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” = 0.84

### การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปรดังต่อไปนี้

1. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

1.1 การวัดระดับของอิทธิพลต่อการตัดสินใจของปัจจัยในการเลือกชมภาพยนตร์ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ที่มีมาตรวัด 5 ระดับ ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน 5 คะแนน
มาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
น้อย	ให้คะแนน 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน 1 คะแนน

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เป็นเกณฑ์ในการแปลความหมายเพื่อระบุระดับความมากน้อยของคำตอบโดยได้จำแนกแนวคำตอบเป็น 5 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย	= 1.00-1.49 คะแนน หมายถึง	น้อยที่สุด
กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย	= 1.50-2.49 คะแนน หมายถึง	น้อย
กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย	= 2.50-3.49 คะแนน หมายถึง	ปานกลาง
กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย	= 3.50-4.49 คะแนน หมายถึง	มาก
กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย	= 4.50-5.00 คะแนน หมายถึง	มากที่สุด

(กาญจนา วัฒนา, 2544: 99)

## 2. คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

2.1 การวัดระดับความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ตที่มีมาตราวัด 5 ระดับ ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน 5 คะแนน
มาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
น้อย	ให้คะแนน 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน 1 คะแนน

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เป็นเกณฑ์ในการแปลความหมายเพื่อระบุระดับความมากน้อยของคำตอบ โดยได้จำแนกแนวคำตอบเป็น 5 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย	= 1.00-1.49 คะแนน หมายถึง	น้อยที่สุด
กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย	= 1.50-2.49 คะแนน หมายถึง	น้อย
กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย	= 2.50-3.49 คะแนน หมายถึง	ปานกลาง
กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย	= 3.50-4.49 คะแนน หมายถึง	มาก
กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย	= 4.50-5.00 คะแนน หมายถึง	มากที่สุด

(กาญจนา วัฒนา, 2544: 99)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ประกอบการทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” มี 2 ส่วน คือ

1. ส่วนข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม
2. ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์สรุปผล

การเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ทำระหว่างในวันที่ 26 มีนาคม 2552 ถึงวันที่ 31 เมษายน 2552 จำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถามที่ขอความร่วมมือให้ผู้ตอบกรอกข้อมูลเอง และส่งกลับ



คือแก่ผู้วิจัยทันที ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง หลังจากที่ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ภายในบริเวณ โรงภาพยนตร์ ใน 10 ย่านชุมชนตามที่กำหนดไว้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้เรียบร้อยแล้ว จะมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ คือ

1. ตรวจสอบข้อมูลที่ได้และจัดการให้สมบูรณ์ครบถ้วนและถูกต้อง แบบสอบถามชุดใด ถ้าผู้ตอบตอบไม่ครบบริบูรณ์ จะถือว่าแบบสอบถามชุดนั้นเป็นแบบสอบถามที่ใช้ไม่ได้
2. สร้างและลงรหัสข้อมูล หลังจากตรวจและแก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้ว
3. ทำตารางคู่มือ การลงรหัสไว้เป็นเอกสารแสดงลักษณะของข้อมูลเพื่อใช้เกี่ยวกับการแปลผลข้อมูลในภายหลัง
4. ส่งแบบฟอร์มการลงรหัส (coding sheet) และคู่มือการลงรหัสให้ผู้เชี่ยวชาญโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window นำไปใช้ในการวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่อไป

### สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentile) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับ
  - ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพของบิดามารดา และภาพยนตร์แอนิเมชันไทยที่เคยดู
  - ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไป
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ T-Test, การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการทดสอบภายหลัง (Post – Hoc) เพื่อหาผู้แตกต่าง

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สามารถเสนอการวิจัยเป็นลำดับดังนี้

- 1.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร
- 2.การชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไป
- 3.ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”
  - 3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
  - 3.2 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคคล
  - 3.3 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่
  - 3.4 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิต
  - 3.5 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์
  - 3.6 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนตัว
- 4.ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”
  - 4.1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่อง
  - 4.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านตัวละคร
  - 4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบ
  - 4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านเสียง
  - 4.5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการตัดต่อ
  - 4.6 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษ
- 5.ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติของลักษณะทางประชากรกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”
- 6.ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติของลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

## ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	156	39.0
หญิง	244	61.0
รวม	400	100.0

ผลจากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ประกอบไปด้วย เพศชาย จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 13 ปี	93	23.25
13 - 18 ปี	128	32.00
19 - 25 ปี	62	15.50
26 - 35 ปี	50	12.50
36 - 45 ปี	44	11.00
45 ปีขึ้นไป	23	5.75
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 13 - 18 ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.00 อันดับที่สองคืออายุ ต่ำกว่า 13 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.25 อันดับที่สามคืออายุระหว่าง 19 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.50 ส่วนอันดับสุดท้ายได้แก่ อายุ 45 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.75

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยม	81	20.25
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	185	46.25
ปริญญาตรี	100	25.00
สูงกว่าปริญญาตรี	34	8.50
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยม ปวช. ปวส. มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.25 อันดับที่สองคือระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.00 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.50

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	34	8.50
รัฐวิสาหกิจ	4	1.00
บริษัทเอกชน	51	12.75
ธุรกิจส่วนตัว	25	6.25
รับจ้าง	19	4.75
นักเรียน นักศึกษา	256	64.00
แม่บ้าน	11	2.75
รวม	400	100.00

ผลจากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.00 อันดับที่สองคือบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ส่วนอาชีพรัฐวิสาหกิจมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.00

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ยังไม่มีรายได้	258	64.50
ไม่เกิน 10,000 บาท	29	7.25
10,001 – 20,000 บาท	54	13.50
20,001 – 30,000 บาท	26	6.50
30,001 – 40,000 บาท	25	6.25
40,000 บาทขึ้นไป	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ผลจากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่มีรายได้มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.50 อันดับที่สองคือรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.50 ส่วนผู้ที่มีรายได้ 40,000 บาทขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.00

**ตอนที่ 2 การชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไป**

**ตารางที่ 6** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในอนาคต

การชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
ชม	397	99.25
ไม่ชม	3	0.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีความคิดที่จะชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไปมากกว่าไม่ชม ประกอบไปด้วย ชมภาพยนตร์ จำนวน 397 คน หรือ ร้อยละ 99.25 และไม่ชมภาพยนตร์ จำนวน 3 คน หรือ ร้อยละ 0.75

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

#### 3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
<b>ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์</b>							
1. ภาพยนตร์ตัวอย่าง	122 (30.5)	190 (47.5)	78 (19.5)	7 (1.8)	3 (0.8)	4.05	0.79
2. โปสเตอร์ แชนด์บิลด์ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (Billboard)	64 (16.0)	173 (43.3)	128 (32.0)	28 (7)	7 (1.8)	3.64	0.89
3. โฆษณาทางโทรทัศน์	142 (35.5)	155 (38.8)	87 (21.8)	15 (3.8)	1 (0.3)	4.05	0.86
4. โฆษณาทางวิทยุ	14 (3.5)	40 (10)	190 (47.5)	111 (27.8)	45 (11.3)	2.66	0.92
5. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสารภาพยนตร์ นิตยสารทั่วไป	50 (12.5)	103 (25.8)	164 (41)	63 (15.8)	20 (5.0)	3.25	1.02
6. ทางอินเทอร์เน็ต	60 (15.0)	133 (33.3)	131 (32.8)	53 (13.3)	23 (5.8)	3.38	1.07

## ตารางที่ 7 (ต่อ)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชม ภาพยนตร์	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
รวมค่าเฉลี่ยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์						3.50	0.56

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลค่อนข้างมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.50 โดยภาพยนตร์ตัวอย่าง และโฆษณาทางโทรทัศน์นั้นมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน คือ 4.05 รองลงมาคือ โปสเตอร์ แชนด์บิล ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (Billboard) มีค่าเฉลี่ย 3.64 ขณะที่โฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเพียง 2.66

### 3.2 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคคล

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การชมภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
<b>ด้านบุคคล</b>							
1.คำแนะนำ/ความคิดเห็นของ บุคคลในครอบครัว ญาติ	124 (31.0)	169 (42.3)	83 (20.8)	21 (5.3)	3 (0.8)	3.97	0.89
2.คำแนะนำ/ความคิดเห็นของเพื่อน	89 (22.3)	175 (43.8)	109 (27.3)	19 (4.8)	8 (2.0)	3.79	0.90
3.คำแนะนำ/ความคิดเห็นของคนรัก	52 (13)	94 (23.5)	146 (36.5)	63 (15.8)	45 (11.3)	3.11	1.16
4.คำแนะนำ/ความคิดเห็นของบุคคลใน วงการภาพยนตร์	37 (9.3)	106 (26.5)	160 (40.0)	69 (17.3)	28 (7.0)	3.13	1.03
5.คำแนะนำ/ความคิดเห็นของบุคคลที่มี ชื่อเสียง/ดารา	39 (9.8)	110 (27.5)	147 (36.8)	66 (16.5)	38 (9.5)	3.11	1.09
6.คำแนะนำ/ความคิดเห็นของนักวิจารณ์ ภาพยนตร์	38 (9.5)	131 (32.8)	167 (41.8)	37 (9.3)	27 (6.8)	3.29	0.99
<b>รวมค่าเฉลี่ยด้านบุคคล</b>						3.40	0.64

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคลมีอิทธิพลปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 โดยคำแนะนำ/ความคิดเห็นของบุคคลในครอบครัวญาติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.97 รองลงมาได้แก่ คำแนะนำ/ความคิดเห็นของเพื่อน มีค่าเฉลี่ย 3.79 ขณะที่ คำแนะนำ/ความคิดเห็น



ของความรักและคำแนะนำ/ความคิดเห็นของบุคคลที่มีชื่อเสียง/ดารา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากันคือ 3.11

### 3.3 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การชมภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
ด้านสถานที่							
1.ความสะดวกสบาย ของสถานที่ (โรงภาพยนตร์)	168 (42.0)	175 (43.8)	49 (12.3)	8 (2.0)	0 (0)	4.25	0.74
2.เลือกชมได้จาก หลายโรงภาพยนตร์	160 (40.0)	169 (42.3)	55 (13.8)	15 (3.8)	1 (0.3)	4.18	0.82
3.ค่าบัตรเข้าชม ภาพยนตร์	109 (27.3)	153 (38.3)	123 (30.8)	13 (3.3)	2 (0.5)	3.88	0.86
<b>รวมค่าเฉลี่ยด้านสถานที่</b>						4.10	0.60

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคลมีอิทธิพลค่อนข้างมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 โดยความสะดวกสบายของสถานที่ (โรงภาพยนตร์) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.25 รองลงมาได้แก่ เลือกชมได้จากหลายโรงภาพยนตร์และค่าบัตรเข้าชมภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ย 4.18 และ 3.88 ตามลำดับ

### 3.4 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิต

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์  
แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การชมภาพยนตร์	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
ด้านบริษัทผู้ผลิต							
1.ชื่อเสียง/ทีมงาน ของ บริษัทก้านกล้วย แอนิเมชัน	114 (28.5)	145 (36.8)	123 (30.8)	15 (3.8)	3 (0.8)	3.88	0.89
2.ผู้กำกับภาพยนตร์	17 (4.3)	95 (23.8)	237 (59.3)	44 (11.0)	7 (1.8)	3.17	0.74
3.ทีมพากย์เสียง	78 (19.5)	134 (33.5)	151 (37.8)	31 (7.8)	6 (1.5)	3.61	0.93
รวมค่าเฉลี่ยด้านบริษัทผู้ผลิต						3.55	0.62

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตมีอิทธิพลค่อนข้างมาก คือ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.55 โดยชื่อเสียง/ทีมงานของบริษัทก้านกล้วยแอนิเมชันมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.88 รองลงมาได้แก่ทีมพากย์เสียงและผู้กำกับภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ย 3.61 และ 3.17 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3.5 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
<b>ด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์</b>							
1.ความสนุกสนานจากภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 1”	233 (58.3)	133 (33.3)	32 (8.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.49	0.67
2.ความน่ารักและความสวยงามของตัวละคร	241 (60.3)	128 (32.0)	29 (7.3)	2 (0.5)	0 (0)	4.52	0.65
3.เรื่องราวที่อิงประวัติศาสตร์ผสมแฟนตาซี	180 (45.0)	166 (41.5)	48 (12.0)	4 (1.0)	2 (0.5)	4.29	0.75
4.เทคนิคการสร้างภาพพิเศษในภาพยนตร์	194 (48.5)	163 (40.8)	39 (9.8)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.36	0.70
<b>ค่าเฉลี่ยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์</b>						4.41	0.54

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์มีอิทธิพลค่อนข้างมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.41 โดยความน่ารักและความสวยงามของตัวละครมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 4.52 รองลงมาได้แก่ความสนุกสนานจากภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 1” มีค่าเฉลี่ย 4.49 ขณะที่เทคนิคการสร้างภาพพิเศษในภาพยนตร์และเรื่องราวที่อิงประวัติศาสตร์ผสมแฟนตาซี มีค่าเฉลี่ย 4.36 และ 4.29 ตามลำดับ

### 3.6 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนตัว

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การชมภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
ด้านปัจจัยส่วนตัว							
1. ชื่นชอบภาพยนตร์ แอนิเมชันเป็นการ ส่วนตัว	192 (48.0)	147 (36.8)	57 (14.3)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.31	0.75

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยส่วนตัวที่มีอิทธิพลค่อนข้างมาก คือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

#### ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2”

##### 4.1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่อง

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ความพึงพอใจที่มีต่อ ภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
ด้านการเล่าเรื่อง							
1.แก่น/หัวใจสำคัญ ของการเล่าเรื่อง	123 (30.8)	193 (48.3)	82 (20.5)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.09	0.73
2.บทสนทนาของตัวละคร	121 (30.3)	202 (50.5)	73 (18.3)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.09	0.72
3.ความเข้มข้น/ความ สนุกสนานของเนื้อ เรื่อง	215 (53.8)	137 (34.3)	46 (11.5)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.41	0.71
รวมค่าเฉลี่ยด้านการเล่าเรื่อง						4.19	0.57

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการเล่าเรื่องโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19 โดยความเข้มข้น/ความสนุกสนานของเนื้อเรื่อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.41 รองลงมาได้แก่ แก่น/หัวใจสำคัญของการเล่าเรื่องและบทสนทนาของตัวละครมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.09

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านตัวละคร

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านตัวละครของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ความพึงพอใจที่มีต่อ ภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
ด้านตัวละคร							
1.ความสวยงาม/ ความน่ารักของตัว ละคร	254 (63.5)	117 (29.3)	28 (7.0)	1 (0.3)	0 (0)	4.56	0.63
2.การแสดงอารมณ์ ของตัวละคร	186 (46.5)	165 (41.3)	49 (12.3)	0 (0)	0 (0)	4.34	0.68
3.ความสมจริง/ความ เป็นธรรมชาติของตัว ละคร	154 (38.5)	178 (44.5)	65 (16.3)	3 (0.8)	0 (0)	4.20	0.75
รวมค่าเฉลี่ยด้านตัวละคร						4.37	0.55

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อตัวละครโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.37 โดยความสวยงาม/ความน่ารักของตัวละคร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.56 รองลงมาได้แก่ การแสดงอารมณ์ของตัวละคร มีค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนความสมจริง/ความเป็นธรรมชาติของตัวละคร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเพียง 4.20

### 4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบ

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ความพึงพอใจที่มีต่อ ภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
<b>ด้านศิลปะการ ออกแบบ</b>							
1.การออกแบบฉาก	173 (43.3)	189 (47.3)	38 (9.5)	0 (0)	0 (0)	4.33	0.64
2.ความสมจริง/ รายละเอียดของฉาก	119 (29.8)	222 (55.5)	58 (14.5)	1 (0.3)	0 (0)	4.14	0.65
3.การออกแบบ ตกแต่งภายในฉาก	125 (31.3)	212 (53.0)	60 (15.0)	3 (0.8)	0 (0)	4.14	0.68
4.การออกแบบเครื่อง แต่งกาย	147 (36.8)	194 (48.5)	57 (14.3)	2 (0.5)	0 (0)	4.21	0.69
5.สีสັນในภาพยนตร์	215 (53.8)	143 (35.8)	38 (9.5)	4 (1.0)	0 (0)	4.42	0.70
<b>รวมค่าเฉลี่ยด้านศิลปะการออกแบบ</b>						4.25	0.49

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อศิลปะการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 โดยสีสັນในภาพยนตร์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.42 รองลงมาได้แก่การออกแบบฉากมีค่าเฉลี่ย 4.33 ขณะที่ ความสมจริง/รายละเอียดของฉากและการออกแบบตกแต่งภายในฉากมีค่าเฉลี่ยเท่ากันเพียง 4.14

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านเสียง

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านเสียงของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ความพึงพอใจที่มีต่อ ภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
<b>ด้านเสียง</b>							
1.เพลงประกอบ ภาพยนตร์	159 (39.8)	165 (41.3)	71 (17.8)	2 (0.5)	3 (0.8)	4.18	0.79
2.การพากย์เสียงตัว ละคร	168 (42.0)	163 (40.8)	64 (16.0)	5 (1.3)	0 (0)	4.23	0.75
3.เสียงประกอบ/ ดนตรีบรรเลง	141 (35.3)	171 (42.8)	76 (19.0)	11 (2.8)	1 (0.3)	4.10	0.81
<b>รวมค่าเฉลี่ยด้านเสียง</b>						4.17	0.64

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเสียงโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 โดยการพากย์เสียงตัวละครมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.23 รองลงมาได้แก่เพลงประกอบภาพยนตร์และเสียงประกอบ/ดนตรีบรรเลง มีค่าเฉลี่ย 4.18 และ 4.10 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



#### 4.5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการตัดต่อ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านการตัดต่อของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ความพึงพอใจที่มีต่อ ภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
ด้านการตัดต่อ							
1.ความต่อเนื่องของ ภาพ	171 (42.8)	182 (45.5)	47 (11.8)	0 (0)	0 (0)	4.31	0.67
2.ความกลมกลืนของ ภาพและเสียง	174 (43.5)	179 (44.8)	45 (11.3)	2 (0.5)	0 (0)	4.31	0.68
รวมค่าเฉลี่ยด้านการตัดต่อ						4.31	0.59

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการตัดต่อโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.31 โดยความต่อเนื่องของภาพและความกลมกลืนของภาพและเสียงมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.31

#### 4.6 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษของผู้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ความพึงพอใจที่มีต่อ ภาพยนตร์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD
<b>ด้านเทคนิคการสร้าง ภาพพิเศษ</b>							
1.ความแนบเนียน/ สมจริง	163 (40.8)	179 (44.8)	55 (13.8)	3 (0.8)	0 (0)	4.25	0.71
2.ความสวยงาม	229 (57.3)	142 (35.5)	29 (7.3)	0 (0)	0 (0)	4.50	0.62
3.ความคิดสร้างสรรค์	239 (59.8)	128 (32.0)	33 (8.3)	0 (0)	0 (0)	4.51	0.64
4.ความยิ่งใหญ่/น่า ตื่นตาตื่นใจ	225 (56.3)	138 (34.5)	34 (8.5)	3 (0.8)	0 (0)	4.46	0.68
<b>รวมค่าเฉลี่ยด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษ</b>						4.43	0.52

จากตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.43 โดยความคิดสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.51 รองลงมาได้แก่ความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.50 ขณะที่ ความยิ่งใหญ่/น่าตื่นตาตื่นใจและความแนบเนียน/สมจริงมีค่าเฉลี่ยเพียง 4.46 และ 4.25 ตามลำดับ

**ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติของลักษณะทางประชากรกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”**

**ตารางที่ 19** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	ชาย (N=156)		หญิง (N=244)		t	Sig
	mean	SD	mean	SD		
ภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	3.87	0.39	3.89	0.37	-0.59	0.55

จากตารางที่ 19 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างเพศชายและเพศหญิง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 20** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	ชาย (N=156)		หญิง (N=244)		t	Sig
	mean	SD	mean	SD		
ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม	3.55	0.52	3.48	0.59	1.23	0.21
ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม	3.39	0.65	3.41	0.63	-0.24	0.80
ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม	4.10	0.61	4.10	0.60	-0.73	0.94
ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม	3.57	0.67	3.54	0.59	0.47	0.63
ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม	4.30	0.54	4.49	0.52	-3.43	0.01*

### ตารางที่ 20 (ต่อ)

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	ชาย (N=156)		หญิง (N=244)		T	Sig
	mean	SD	mean	SD		
ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม	4.29	0.76	4.32	0.75	-0.42	0.67

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวมมีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์กับเพศหญิง มากกว่า เพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ขณะที่ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม, ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม, ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม, ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม และปัจจัยส่วนตัวโดยรวม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 21** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

ระดับอิทธิพลของ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การชมภาพยนตร์	ต่ำกว่า 13ปี (N=93)	13-18ปี (N=128)	19-25 ปี (N=62)	26-35 ปี (N=50)	36-45 ปี (N=44)	45ปี ขึ้นไป (N=23)	รวม	f	Sig
ภาพรวมทั้งหมดของ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การชมภาพยนตร์	3.82	3.93	3.91	3.85	3.89	3.84	3.88	1.19	0.31

จากตารางที่ 21 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอรรถิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

ระดับอรรถิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	ต่ำกว่า 13ปี (N=93)	13-18ปี (N=128)	19-25 ปี (N=62)	26-35 ปี (N=50)	36-45 ปี (N=44)	45ปีขึ้นไป (N=23)	รวม	f	Sig
ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม	3.48	3.63	3.47	3.42	3.45	3.30	3.50	2.28	0.04 *
ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม	3.06	3.43	3.63	3.48	3.64	3.34	3.40	8.99	0.00 *
ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม	4.02	4.14	4.13	4.06	4.07	4.28	4.10	0.95	0.44
ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม	3.35	3.54	3.73	3.63	3.69	3.56	3.55	3.68	0.00 *
ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม	4.53	4.49	4.31	4.23	4.31	4.38	4.41	3.33	0.00 *
ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม	4.46	4.37	4.16	4.26	4.15	4.21	4.31	1.88	0.09

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 พบว่าการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอรรถิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

-ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมและปัจจัยส่วนตัวโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 22.1)

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 22.2)

-ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 22.3)

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 22.4)

**ตารางที่ 22.1** แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี		-0.15 *				
13 – 18 ปี	0.15 *			0.2 *		0.33 *
19 – 25 ปี						
26 – 35 ปี		-0.2 *				
36 – 45 ปี						
45 ปีขึ้นไป		-0.33 *				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22.1 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวมมีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี น้อยกว่า กลุ่มอายุ 13 – 18 ปี

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวมมีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 13 – 18 ปี มากกว่ากลุ่มอายุ 26 – 35 ปี และกลุ่มอายุ 45 ปี ขึ้นไปตามลำดับ

ตารางที่ 22.2 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี		-0.36 *	-0.56 *	-0.41 *	-0.57 *	
13 – 18 ปี	0.36 *					
19 – 25 ปี	0.56 *					
26 – 35 ปี	0.41 *					
36 – 45 ปี	0.57 *					
45 ปีขึ้นไป						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22.2 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวมมีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี น้อยกว่า กลุ่มอายุ 36-45 ปี, กลุ่มอายุ 19-25 ปี, กลุ่มอายุ 26-35 ปี และกลุ่มอายุ 13-18 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 22.3 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี			-0.37 *			
13 – 18 ปี						
19 – 25 ปี	0.37 *					
26 – 35 ปี						
36 – 45 ปี						
45 ปีขึ้นไป						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22.3 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวมมีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี น้อยกว่ากลุ่มอายุ 19-25 ปี

ตารางที่ 22.4 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี			0.21 *	0.29 *	0.21 *	
13 – 18 ปี			0.17	0.25		
19 – 25 ปี	-0.21 *	-0.17 *				
26 – 35 ปี	-0.29 *	-0.25 *				
36 – 45 ปี	-0.21 *					
45 ปีขึ้นไป						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22.4 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวมมีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มากกว่ากลุ่มอายุ 19-25 ปี, กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี ตามลำดับ  
-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวมมีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 13-18 ปี มากกว่ากลุ่มอายุ 19-25 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ตารางที่ 23** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	ต่ำกว่ามัธยม (N=81)	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส. (N=185)	ปริญญาตรี (N=100)	สูงกว่าปริญญาตรี (N=34)	รวม	f	Sig
ภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	3.85	3.92	3.83	3.90	3.88	1.22	0.30

จากตารางที่ 23 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 24** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	ต่ำกว่ามัธยม (N=81)	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส. (N=185)	ปริญญาตรี (N=100)	สูงกว่าปริญญาตรี (N=34)	รวม	f	Sig
ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม	3.44	3.55	3.45	3.56	3.50	1.24	0.29
ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม	3.20	3.37	3.55	3.57	3.40	5.55	0.00*
ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม	4.05	4.17	4.06	3.98	4.10	1.65	0.17

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	ต่ำกว่ามัธยม (N=81)	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส. (N=185)	ปริญญาตรี (N=100)	สูงกว่าปริญญาตรี (N=34)	รวม	f	Sig
ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม	3.44	3.53	3.66	3.66	3.55	2.30	0.07
ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม	4.48	4.50	4.21	4.38	4.41	7.30	0.00*
ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม	4.49	4.37	4.08	4.26	4.31	5.25	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 พบว่าการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม, ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม และปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 24.1)

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 24.2)

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 24.3)

ตารางที่ 24.1 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับการศึกษา	Mean Difference			
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา			-0.35 *	-0.36 *
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.				
ปริญญาตรี	0.35 *			
สูงกว่าปริญญาตรี	0.36 *			

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24.1 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ -ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวมมีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม น้อยกว่า กลุ่มระดับการศึกษาสูงปริญญาตรีและกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ตามลำดับ

ตารางที่ 24.2 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับการศึกษา	Mean Difference			
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา			0.27 *	
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.			0.29 *	
ปริญญาตรี	-0.27 *	-0.29 *		
สูงกว่าปริญญาตรี				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24.2 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตารางที่ 24.3 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนตัวโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับการศึกษา	Mean Difference			
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา			0.41 *	
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.			0.29 *	
ปริญญาตรี	-0.41 *	-0.29 *		
สูงกว่าปริญญาตรี				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24.3 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตารางที่ 25 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

\* กลุ่มตัวอย่างของอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนต่ำมากผู้วิจัยจึงรวมอาชีพรัฐวิสาหกิจเข้ากับข้าราชการเนื่องจากมีรูปแบบวิธีการบริหารงานที่คล้ายคลึงกัน \*

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (N=38)	บริษัทเอกชน (N=51)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว (N=25)	รับจ้าง (N=19)	นักเรียน/นักศึกษา (N=256)	แม่บ้าน (N=11)	รวม	f	Sig
ภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	3.84	3.75	3.98	3.98	3.89	3.96	3.88	1.90	0.09

จากตารางที่ 25 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 26** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอรรถิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

ระดับอรรถิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (N=38)	บริษัทเอกชน (N=51)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว (N=25)	รับจ้าง (N=19)	นักเรียน/ นักศึกษา (N=256)	แม่บ้าน (N=11)	รวม	f	Sig
ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม	3.35	3.40	3.52	3.48	3.54	3.60	3.50	1.22	0.29
ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม	3.41	3.66	3.57	3.57	3.31	3.48	3.40	3.30	0.00*
ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม	4.13	3.98	4.22	4.17	4.10	4.18	4.10	0.72	0.60
ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม	3.54	3.59	3.81	3.80	3.50	3.66	3.55	1.92	0.08
ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม	4.38	4.10	4.27	4.39	4.49	4.59	4.41	5.25	0.00*
ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม	4.26	3.80	4.48	4.47	4.39	4.27	4.31	6.03	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 พบว่าการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

-ปัจจัยปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม, ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม และปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 26.1)

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 26.2)

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 26.3)

ตารางที่ 26.1 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

อาชีพ	Mean Difference					
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ						
บริษัทเอกชน					0.34*	
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว						
รับจ้าง						
นักเรียน / นักศึกษา		-0.34*				
แม่บ้าน						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26.1 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากกว่า กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา

ตารางที่ 26.2 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

อาชีพ	Mean Difference					
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ						
บริษัทเอกชน					-0.38*	
ประกอบธุรกิจส่วนตัว						
รับจ้าง						
นักเรียน / นักศึกษา		0.38*				
แม่บ้าน						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26.2 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวมมีอิทธิพลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนน้อยกว่า กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา



ตารางที่ 26.3 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนตัวโดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

อาชีพ	Mean Difference					
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ						
บริษัทเอกชน			-0.67 <sup>*</sup>	-0.66 <sup>*</sup>	-0.59 <sup>*</sup>	
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว		0.67 <sup>*</sup>				
รับจ้าง		0.66 <sup>*</sup>				
นักเรียน / นักศึกษา		0.59 <sup>*</sup>				
แม่บ้าน						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26.3 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน น้อยกว่ากลุ่มที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว, รับจ้าง และนักเรียน/นักศึกษา ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 27** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอรรถิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

\* กลุ่มตัวอย่างของผู้มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนต่ำมากผู้วิจัยจึงรวมรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป เข้ากับ 30,001 – 40,000 บาท เป็นผู้ที่มียาได้ 30,000 บาทขึ้นไป \*

ระดับอรรถิพล ของปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับการ ชมภาพยนตร์	ยังไม่มี รายได้ (N=258)	ไม่เกิน 10,000 บาท (N=29)	10,001- 20,000 บาท (N=54)	20,001- 30,000 บาท (N=26)	30,000 บาทขึ้นไป (N=33)	รวม	f	Sig
ภาพรวมทั้งหมด ของปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับการ ชมภาพยนตร์	3.89	3.96	3.86	3.90	3.72	3.88	1.88	0.11

จากตารางที่ 27 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับอรรถิพลของภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 28** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอรรถิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

ระดับอรรถิพล ของปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับการ ชมภาพยนตร์	ยังไม่มี รายได้ (N=258)	ไม่เกิน 10,000 บาท (N=29)	10,001- 20,000 บาท (N=54)	20,001- 30,000 บาท (N=26)	30,000 บาทขึ้นไป (N=33)	รวม	f	Sig
ปัจจัยด้านการ โฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ โดยรวม	3.55	3.37	3.49	3.57	3.26	3.50	2.41	0.04*

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ระดับอิทธิพล ของปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับ ชมภาพยนตร์	ยังไม่ ทำงาน (N=258)	ไม่เกิน 10,000 บาท (N=29)	10,001- 20,000 บาท (N=54)	20,001- 30,000 บาท (N=26)	30,000 บาทขึ้นไป (N=33)	รวม	f	Sig
ปัจจัยด้านบุคคล โดยรวม	3.31	3.51	3.65	3.64	3.37	3.40	4.44	0.00*
ปัจจัยด้าน สถานที่โดยรวม	4.10	4.36	4.12	4.00	3.91	4.10	2.37	0.05
ปัจจัยด้าน บริษัทผู้ผลิต โดยรวม	3.51	3.67	3.62	3.79	3.52	3.55	1.73	0.14
ปัจจัยด้านเนื้อหา และ องค์ประกอบใน ภาพยนตร์ โดยรวม	4.48	4.49	4.28	4.25	4.15	4.41	4.89	0.00*
ปัจจัยส่วนตัว โดยรวม	4.41	4.37	4.01	4.15	4.12	4.31	4.08	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 พบว่าการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของปัจจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้านระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

-ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมและปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 28.1)

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 28.2)

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 28.3)

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 28.4)

**ตารางที่ 28.1** แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

รายได้	Mean Difference				
	ยังไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ยังไม่ทำงาน					0.28 *
ไม่เกิน 10,000 บาท					
10,001–20,000 บาท					
20,001-30,000 บาท					0.30 *
30,000 บาทขึ้นไป	-0.28 *			-0.30 *	

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28.1 พบคู่ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้มากกว่า กลุ่มรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท มากกว่า กลุ่มรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป

ตารางที่ 28.2 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

รายได้	Mean Difference				
	ยังไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ยังไม่ทำงาน			-0.33 *		
ไม่เกิน 10,000 บาท					
10,001–20,000 บาท	0.33 *				
20,001-30,000 บาท					
30,000 บาท ขึ้นไป					

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28.2 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ น้อยกว่า กลุ่มรายได้ 10,001 – 20,000 บาท

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28.3 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

รายได้	Mean Difference				
	ยังไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ยังไม่ทำงาน					0.33 *
ไม่เกิน 10,000 บาท					
10,001–20,000 บาท					
20,001-30,000 บาท					
30,000 บาทขึ้นไป	-0.33 *				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28.3 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้มากกว่า กลุ่มรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28.4 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนตัวโดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

รายได้	Mean Difference				
	ยังไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ยังไม่ทำงาน			0.39 *		
ไม่เกิน 10,000 บาท					
10,001–20,000 บาท	-0.39 *				
20,001-30,000 บาท					
30,000 บาท ขึ้นไป					

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28.4 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มากกว่า กลุ่มรายได้ 10,001 – 20,000 บาท

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติของลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ตารางที่ 29 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ชาย (N=156)		หญิง (N=244)		t	Sig
	mean	SD	mean	SD		
ระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์	4.19	0.42	4.35	0.43	-3.57	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมในภาพยนตร์เรื่องนี้ทั้งหมดเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อภาพยนตร์ มากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ชาย (N=156)		หญิง (N=244)		t	Sig
	mean	SD	mean	SD		
ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม	4.11	0.58	4.25	0.55	-2.34	0.01*
ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม	4.25	0.58	4.44	0.52	-3.30	0.00*
ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม	4.18	0.49	4.29	0.49	-2.09	0.03*
ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม	4.03	0.60	4.26	0.64	-3.43	0.00*



ตารางที่ 30 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ชาย (N=156)		หญิง (N=244)		t	Sig
	mean	SD	mean	SD		
ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม	4.22	0.58	4.36	0.58	-2.30	0.02 *
ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม	4.33	0.52	4.49	0.51	-2.86	0.00 *

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 พบว่าเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม, ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม, ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม, ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม, ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม และความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม มากกว่าเพศชาย ในทุกๆ ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 31 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ต่ำกว่า 13ปี (N=93)	13-18ปี (N=128)	19-25ปี (N=62)	26-35ปี (N=50)	36-45ปี (N=44)	45ปีขึ้นไป (N=23)	รวม	f	Sig
ระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์	4.38	4.37	4.17	4.09	4.18	4.34	4.29	5.86	0.00 *

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 31 พบว่าความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 31.1)

**ตารางที่ 31.1** แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี				0.29 *		
13 – 18 ปี				0.28 *		
19 – 25 ปี						
26 – 35 ปี	-0.29 *	-0.28 *				
36 – 45 ปี						
45 ปีขึ้นไป						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 31.1 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ภาพรวมทั้งหมดของความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี

-ภาพรวมทั้งหมดของความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี

**ตารางที่ 32** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ต่ำกว่า 13ปี (N=93)	13-18ปี (N=128)	19-25ปี (N=62)	26-35ปี (N=50)	36-45ปี (N=44)	45ปีขึ้นไป (N=23)	รวม	f	Sig
ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม	4.30	4.28	4.10	3.99	4.06	4.28	4.19	3.42	0.00*
ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม	4.50	4.46	4.23	4.16	4.25	4.36	4.37	4.47	0.00*

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ต่ำกว่า 13ปี (N=93)	13-18ปี (N=128)	19-25 ปี (N=62)	26-35 ปี (N=50)	36-45 ปี (N=44)	45ปีขึ้นไป (N=23)	รวม	f	Sig
ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม	4.34	4.33	4.16	4.06	4.15	4.26	4.25	3.51	0.00*
ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม	4.17	4.27	3.98	4.02	4.21	4.34	4.17	2.69	0.02*
ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม	4.39	4.40	4.22	4.10	4.18	4.39	4.31	3.17	0.00*
ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม	4.61	4.51	4.35	4.19	4.22	4.39	4.43	6.99	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32 พบว่าการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มอายุต่าง ๆ

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 32.1)

-ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 32.2)

-ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 32.3)

-ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 32.4)

-ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 32.5)

-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 32.6)

ตารางที่ 32.1 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี			0.19 *	0.30 *	0.23 *	
13 – 18 ปี			0.17 *	0.28 *	0.21 *	
19 – 25 ปี	-0.19 *	-0.17 *				
26 – 35 ปี	-0.30 *	-0.28 *				-0.29 *
36 – 45 ปี	-0.23 *	-0.21 *				
45 ปีขึ้นไป				0.29 *		

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32.1 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมของ กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 19 – 25 ปี, กลุ่มอายุ 36 – 45 ปี และกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี ตามลำดับ

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมของ กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 19 – 25 ปี, กลุ่มอายุ 36 – 45 ปี และกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี ตามลำดับ

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมของ กลุ่มอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 26 – 35 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32.2 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี				0.33 *		
13 – 18 ปี						
19 – 25 ปี						
26 – 35 ปี	-0.33 *					
36 – 45 ปี						
45 ปีขึ้นไป						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32.2 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวมของ กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า  
กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี

ตารางที่ 32.3 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี			0.17 *	0.27 *	0.18 *	
13 – 18 ปี			0.16 *	0.26 *	0.17 *	
19 – 25 ปี	-0.17 *	-0.16 *				
26 – 35 ปี	-0.27 *	-0.26 *				
36 – 45 ปี	-0.18 *	-0.17 *				
45 ปีขึ้นไป						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32.3 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

- ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวมของ กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 19 – 25 ปี, กลุ่มอายุ 36 – 45 ปี และกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี ตามลำดับ
- ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวมของ กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 19 – 25 ปี, กลุ่มอายุ 36 – 45 ปี และกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 32.4 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี						
13 – 18 ปี			0.29 *	0.24 *		
19 – 25 ปี		-0.29 *				-0.36 *
26 – 35 ปี		-0.24 *				-0.32 *
36 – 45 ปี						
45 ปีขึ้นไป			0.36 *	0.32 *		

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32.4 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

- ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวมของ กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี และ กลุ่มอายุ 19 – 25 ปี ตามลำดับ
- ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวมของ กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี และ กลุ่มอายุ 19 – 25 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 32.5 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี				0.29 *	0.21 *	
13 – 18 ปี			0.18 *	0.30 *	0.22 *	
19 – 25 ปี		-0.18 *				
26 – 35 ปี	-0.29 *	-0.30 *				-0.29 *
36 – 45 ปี	-0.21 *	-0.22 *				
45 ปีขึ้นไป				0.29 *		

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32.5 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวมของ กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจ มากกว่ากลุ่มอายุ 36 – 45 ปี และกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี ตามลำดับ

-ความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวมของ กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 19 – 25 ปี, กลุ่มอายุ 36 – 45 ปี และกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี ตามลำดับ

-ความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวมของ กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 26 – 35 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32.6 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม ระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ

อายุ	Mean Difference					
	ต่ำกว่า 13 ปี	13 – 18 ปี	19 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 13 ปี				0.41 *	0.39 *	
13 – 18 ปี				0.31 *		
19 – 25 ปี						
26 – 35 ปี	-0.41 *	-0.31 *				
36 – 45 ปี	-0.39 *					
45 ปีขึ้นไป						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32.6 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

- ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวมของ กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจ มากกว่า กลุ่มอายุ 36 – 45 ปี และกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี ตามลำดับ
- ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวมของ กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ตารางที่ 33** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ต่ำกว่ามัธยม (N=81)	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส. (N=185)	ปริญญาตรี (N=100)	สูงกว่าปริญญาตรี (N=34)	รวม	f	Sig
ระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์	4.37	4.37	4.08	4.21	4.29	12.38	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่าความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 33.1)

**ตารางที่ 33.1** แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับการศึกษา	Mean Difference			
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา			0.29*	
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.			0.29*	
ปริญญาตรี	-0.29*	-0.29*		
สูงกว่าปริญญาตรี				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33.1 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ภาพรวมทั้งหมดของความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

-ภาพรวมทั้งหมดของความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

**ตารางที่ 34** แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ต่ำกว่ามัธยม (N=81)	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส. (N=185)	ปริญญาตรี (N=100)	สูงกว่าปริญญาตรี (N=34)	รวม	f	Sig
ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม	4.34	4.25	3.97	4.18	4.19	7.72	0.00*
ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม	4.46	4.47	4.15	4.24	4.37	9.09	0.00*
ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม	4.30	4.34	4.05	4.24	4.25	8.25	0.00*
ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม	4.18	4.25	4.02	4.13	4.17	2.89	0.03*
ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม	4.37	4.41	4.10	4.23	4.31	6.56	0.00*
ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม	4.57	4.53	4.19	4.25	4.43	13.68	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34 พบว่าการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 34.1)

-ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 34.2)

-ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 34.3)

-ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 34.4)

-ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 34.5)

-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 34.6)

ตารางที่ 34.1 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับการศึกษา	Mean Difference			
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา			0.36*	
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.			0.28*	
ปริญญาตรี	-0.36*	-0.28*		
สูงกว่าปริญญาตรี				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34.1 พบคู่ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมของ กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมมีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมของ กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตารางที่ 34.2 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับการศึกษา	Mean Difference			
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา			0.31 *	
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.			0.32 *	
ปริญญาตรี	-0.31 *	-0.32 *		
สูงกว่าปริญญาตรี				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34.2 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวมของ กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมมีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

-ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวมของ กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34.3 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับการศึกษา	Mean Difference			
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา			0.25*	
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.			0.29*	
ปริญญาตรี	-0.25*	-0.29*		
สูงกว่าปริญญาตรี				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34.3 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

- ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวมของ กลุ่มระดับการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมมีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี
- ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวมของ กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34.4 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับการศึกษา	Mean Difference			
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา				
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.			0.23 *	
ปริญญาตรี		-0.23 *		
สูงกว่าปริญญาตรี				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34.4 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวมของ กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตารางที่ 34.5 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับการศึกษา	Mean Difference			
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา			0.27 *	
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.			0.30 *	
ปริญญาตรี	-0.27 *	-0.30 *		
สูงกว่าปริญญาตรี				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34.5 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวมของ กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมมีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

-ความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวมของ กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตารางที่ 34.6 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม ระหว่างระดับการศึกษาต่างๆ

ระดับการศึกษา	Mean Difference			
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา			0.38 *	0.31 *
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส.			0.33 *	0.27 *
ปริญญาตรี	-0.38 *	-0.33 *		
สูงกว่าปริญญาตรี	-0.31 *	-0.27 *		

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34.6 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวมของ กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมมีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ตามลำดับ

-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวมของ กลุ่มระดับศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

\* กลุ่มตัวอย่างของอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนต่ำมากผู้วิจัยจึงรวมอาชีพรัฐวิสาหกิจเข้ากับข้าราชการเนื่องจากมีรูปแบบวิธีการบริหารงานที่คล้ายคลึงกัน \*

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (N=38)	บริษัทเอกชน (N=51)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว (N=25)	รับจ้าง (N=19)	นักเรียน/ นักศึกษา (N=256)	แม่บ้าน (N=11)	รวม	f	Sig
ระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์	4.28	3.95	4.16	4.33	4.36	4.44	4.29	8.75	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 35 พบว่าความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 35.1)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 35.1 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

อาชีพ	Mean Difference					
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		0.32 *				
บริษัทเอกชน	-0.32 *			-0.37 *	-0.40 *	-0.48 *
ประกอบธุรกิจส่วนตัว						
รับจ้าง		0.37 *				
นักเรียน / นักศึกษา		0.40 *				
แม่บ้าน		0.48 *				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 35.1 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

- ภาพรวมทั้งหมดของความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน
- ภาพรวมทั้งหมดของความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มอาชีพรับจ้าง มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน
- ภาพรวมทั้งหมดของความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน
- ภาพรวมทั้งหมดของความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มแม่บ้าน มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน

ตารางที่ 36 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (N=38)	บริษัทเอกชน (N=51)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว (N=25)	รับจ้าง (N=19)	นักเรียน/ นักศึกษา (N=256)	แม่บ้าน (N=11)	รวม	f	Sig
ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม	4.13	3.84	4.22	4.15	4.26	4.48	4.19	5.46	0.00*
ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม	4.29	4.04	4.16	4.47	4.45	4.48	4.37	6.03	0.00*
ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม	4.26	3.89	4.19	4.27	4.32	4.38	4.25	7.35	0.00*
ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม	4.29	3.98	3.98	4.28	4.20	4.27	4.17	1.90	0.09
ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม	4.38	3.93	4.16	4.39	4.37	4.50	4.31	5.94	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (N=38)	บริษัทเอกชน (N=51)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว (N=25)	รับจ้าง (N=19)	นักเรียน/นักศึกษา (N=256)	แม่บ้าน (N=11)	รวม	f	Sig
ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม	4.32	4.04	4.29	4.43	4.53	4.52	4.43	9.23	0.00*

จากตารางที่ 36 พบว่าการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

-ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 36.1)

-ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 36.2)

-ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 36.3)

-ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 36.4)

-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 36.5)

ตารางที่ 36.1 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

อาชีพ	Mean Difference					
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ						
บริษัทเอกชน					-0.41 *	-0.63 *
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว						
รับจ้าง						
นักเรียน / นักศึกษา		0.41 *				
แม่บ้าน		0.63 *				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36.1 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมของกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจน้อยกว่า กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36.2 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

อาชีพ	Mean Difference					
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ						
บริษัทเอกชน					-0.40*	
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว						
รับจ้าง						
นักเรียน / นักศึกษา		0.40*				
แม่บ้าน						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36.2 พบคู่ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวมของกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงใจน้อยกว่า  
กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36.3 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

อาชีพ	Mean Difference					
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		0.37 *				
บริษัทเอกชน	-0.37 *				-0.43 *	
ประกอบธุรกิจส่วนตัว						
รับจ้าง						
นักเรียน / นักศึกษา		0.43 *				
แม่บ้าน						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36.3 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวมของกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงใจน้อยกว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาและกลุ่มอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36.4 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

อาชีพ	Mean Difference					
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		0.45 *				
บริษัทเอกชน	-0.45 *				-0.44 *	
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว						
รับจ้าง						
นักเรียน / นักศึกษา		0.44 *				
แม่บ้าน						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36.4 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวมของกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจน้อยกว่า กลุ่มอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจและกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36.5 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ

อาชีพ	Mean Difference					
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ						
บริษัทเอกชน					-0.49*	
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว						
รับจ้าง						
นักเรียน / นักศึกษา		0.49*				
แม่บ้าน						

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36.5 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวมของกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงใจน้อยกว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา



ตารางที่ 37 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

\* กลุ่มตัวอย่างของผู้มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนต่ำมากผู้วิจัยจึงรวมรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป เข้ากับ 30,001 – 40,000 บาท เป็นผู้มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป \*

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ยังไม่มีรายได้ (N=258)	ไม่เกิน 10,000 บาท (N=29)	10,001-20,000 บาท (N=54)	20,001-30,000 บาท (N=26)	30,000 บาทขึ้นไป (N=33)	รวม	f	Sig
ระดับความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์	4.36	4.33	4.16	4.05	4.07	4.29	7.31	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 37 พบว่าความพึงพอใจของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดูตารางที่ 37.1)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37.1 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

รายได้	Mean Difference				
	ยังไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ยังไม่ทำงาน			0.19*	0.30*	0.28*
ไม่เกิน 10,000 บาท					
10,001–20,000 บาท	-0.19*				
20,001-30,000 บาท	-0.30*				
	-0.28*				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 37.1 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 10,001–20,000 บาท, กลุ่มรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป และกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์	ยังไม่มีรายได้ (N=258)	ไม่เกิน 10,000 บาท (N=29)	10,001-20,000 บาท (N=54)	20,001-30,000 บาท (N=26)	30,000 บาทขึ้นไป (N=33)	รวม	f	Sig
ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม	4.27	4.26	4.03	3.92	4.06	4.19	4.43	0.00*
ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม	4.45	4.42	4.24	4.17	4.02	4.37	6.55	0.00*
ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม	4.32	4.22	4.13	4.02	4.08	4.25	4.74	0.00*
ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม	4.20	4.13	4.14	4.00	4.12	4.17	0.78	0.53
ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม	4.38	4.41	4.23	4.03	4.03	4.31	4.78	0.00*
ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม	4.53	4.51	4.19	4.17	4.14	4.43	10.48	0.00*

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38 พบว่าการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

- ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (คูตารางที่ 38.1)
- ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (คูตารางที่ 38.2)
- ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (คูตารางที่ 38.3)
- ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (คูตารางที่ 38.4)
- ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (คูตารางที่ 38.5)

**ตารางที่ 38.1** แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

รายได้	Mean Difference				
	ยังไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ยังไม่ทำงาน			0.24 *	0.34 *	0.21 *
ไม่เกิน 10,000 บาท				0.34 *	
10,001–20,000 บาท	-0.24 *				
20,001-30,000 บาท	-0.34 *	-0.34 *			
30,000 บาทขึ้นไป	-0.21 *				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38.1 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมของกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป, กลุ่มรายได้ 10,001–20,000 บาท และกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท ตามลำดับ

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวมของกลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท

ตารางที่ 38.2 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

รายได้	Mean Difference				
	ยังไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ยังไม่ทำงาน					0.43 *
ไม่เกิน 10,000 บาท					
10,001–20,000 บาท					
20,001-30,000 บาท					
30,000 บาท ขึ้นไป	-0.43 *				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38.2 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ความพึงพอใจด้านตัวละคร โดยรวมของกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป

ตารางที่ 38.3 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี LSD เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

รายได้	Mean Difference				
	ยังไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ยังไม่ทำงาน			0.18 *	0.30 *	0.24 *
ไม่เกิน 10,000 บาท					
10,001–20,000 บาท	-0.18 *				
20,001-30,000 บาท	-0.30 *				
30,000 บาท ขึ้นไป	-0.24 *				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38.3 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวมของกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 10,001–20,000 บาท, กลุ่มรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป และกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38.4 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

รายได้	Mean Difference				
	ยังไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ยังไม่ทำงาน					0.35 *
ไม่เกิน 10,000 บาท					
10,001–20,000 บาท					
20,001-30,000 บาท					
30,000 บาท ขึ้นไป	-0.35 *				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38.4 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ  
-ความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวมของกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่า  
กลุ่มรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38.5 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc) โดยใช้วิธี Scheffe เพื่อวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างของความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม ระหว่างระดับรายได้ต่างๆ

รายได้	Mean Difference				
	ยังไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ยังไม่ทำงาน			0.34 *	0.36 *	0.39 *
ไม่เกิน 10,000 บาท					
10,001–20,000 บาท	-0.34 *				
20,001-30,000 บาท	-0.36 *				
30,000 บาทขึ้นไป	-0.39 *				

\* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38.5 พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวมของกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 10,001–20,000 บาท, กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท และกลุ่มรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ของผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อทราบความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ของผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยมีหัวข้อในการนำเสนอผลการวิจัยดังนี้คือ

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร

2. การชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไป

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

3.2 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคคล

3.3 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่

3.4 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิต

3.5 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์

3.6 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนตัว

4. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

4.1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่อง

4.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านตัวละคร

4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบ

4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านเสียง

4.5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการตัดต่อ

4.6 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษ

5. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติของลักษณะทางประชากรกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

6. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติของลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) จากสัดส่วนของจำนวนโรงภาพยนตร์แต่ละย่าน จากจำนวนโรงภาพยนตร์ทั้งหมด 303 โรงภาพยนตร์ และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลบริเวณโรงภาพยนตร์ที่อยู่ในย่านชุมชนตามที่กำหนดไว้ จนกระทั่งครบจำนวน 400 ตัวอย่าง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์งานวิจัยนี้ ประกอบไปด้วย ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ศึกษาความแตกต่างของตัวแปรโดยใช้การทดสอบค่า T – Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบภายหลัง (Post – Hoc) เพื่อหาคู่แตกต่าง โดยนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC เพื่อคำนวณค่าทางสถิติตามหัวข้อในการนำเสนอผลการวิจัยดังต่อไปนี้คือ

## สรุปผลการวิจัย

### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 244 คน เพศชายจำนวน 156 คน กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 13-18 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา, ปวช. และปวส. เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ยังไม่ทำงาน

### 2. การชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไป

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีความคิดที่จะชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไปถึง 397 คน มากกว่ากลุ่มที่จะไม่ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยในครั้งต่อไปซึ่งมีจำนวนเพียงแค่ 3 คน

### 3.ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

#### 3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างมาก โดยพบว่า ภาพยนตร์ตัวอย่างและการโฆษณาทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุด เท่ากันทั้ง 2 ปัจจัย อันดับที่ 2 ไปสเตอร์ แชนด์บิล ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (Billboard) อันดับที่ 3 การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ขณะที่อันดับสุดท้าย ได้แก่ การโฆษณาทางวิทยุ

#### 3.2 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยทางด้านบุคคลมีอิทธิพลปานกลางต่อกลุ่มตัวอย่างในการเลือกชมภาพยนตร์ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คำแนะนำ/ความคิดเห็นของบุคคลในครอบครัว รองลงมาคือ คำแนะนำ/ความคิดเห็นของเพื่อน ขณะที่น้อยที่สุด คือ คำแนะนำ/ความคิดเห็นของครีเอเตอร์และคำแนะนำ/ความคิดเห็นของบุคคลที่มีชื่อเสียง/ดารา ซึ่งทั้งคู่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

#### 3.3 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยทางด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างมากต่อการเลือกชมภาพยนตร์ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า ความสะดวกสบายของสถานที่ (โรงภาพยนตร์) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การเลือกชมได้จากหลายโรงภาพยนตร์ ขณะที่ราคาบัตรเข้าชม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดจากทั้ง 3 ปัจจัย

#### 3.4 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิต

ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างมากต่อการเลือกชมภาพยนตร์ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า อันดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียง/ทีมงานของบริษัทกัณดา แอนิเมชัน อันดับที่ 2 ทีมพากย์เสียง และอันดับสุดท้าย คือ ผู้กำกับภาพยนตร์

#### 3.5 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์

ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างมากต่อการเลือกชมภาพยนตร์ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า ความน่ารักและความสวยงามของตัวละครมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาได้แก่ ความสนุกสนานจากภาพยนตร์ เรื่อง “ก้านกล้วย” ตามด้วย เทคนิคการสร้างภาพพิเศษในภาพยนตร์ ขณะที่น้อยที่สุดคือ เรื่องราวที่อิงประวัติศาสตร์ผสมแฟนตาซี

### 3.6 ผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนตัว

ปัจจัยส่วนตัวเกี่ยวกับความชื่นชอบภาพยนตร์แอนิเมชันของกลุ่มตัวอย่างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในชมภาพยนตร์ค่อนข้างมาก

สรุปผลจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมมากที่สุดคือ ความน่ารักและความสวยงามของตัวละคร ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมน้อยที่สุดคือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ

## 4.ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

### 4.1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่อง

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า ความเข้มข้น/ความสนุกสนานของเนื้อเรื่องมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือแก่น/หัวใจสำคัญของการเล่าเรื่องและบทสนทนาของตัวละคร ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

### 4.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านตัวละคร

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อตัวละครค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า ความสวยงาม/ความน่ารักของตัวละครมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การแสดงอารมณ์ของตัวละคร ขณะที่น้อยที่สุดคือ ความสมจริง/ความเป็นธรรมชาติของตัวละคร

### 4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อศิลปะการออกแบบค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า สีในภาพยนตร์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก อันดับที่ 2 การออกแบบฉาก อันดับที่ 3 การออกแบบเครื่องแต่งกาย ส่วนความสมจริง/รายละเอียดของฉากและการออกแบบตกแต่งภายในฉาก อยู่ในอันดับสุดท้ายซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

### 4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านเสียง

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเสียงค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า การพากย์เสียงตัวละครมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ เพลงประกอบภาพยนตร์ ส่วนเสียงประกอบ/ดนตรีบรรเลงอยู่ในอันดับสุดท้าย

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการตัดต่อ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการตัดต่อก่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า ความต่อเนื่องของภาพและความกลมกลืนของภาพและเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

#### 4.6 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเทคนิคการสร้างภาพพิเศษก่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า ความคิดสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาได้แก่ ความสวยงาม ตามด้วย ความยิ่งใหญ่/น่าตื่นตาตื่นใจ ขณะที่ น้อยที่สุดคือ ความแนบเนียน/สมจริง

สรุปผลจากความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ในแต่ละด้าน ผู้ชมมีความพึงพอใจในความสวยงาม/ความน่ารักของตัวละครมากที่สุด ส่วนแก่น/หัวใจสำคัญของการเล่าเรื่องและบทสนทนาของตัวละครสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มผู้ชมน้อยที่สุด

### 5.ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติของลักษณะทางประชากรกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

เมื่อทดสอบความแตกต่างของลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” สามารถสรุปผลได้ดังนี้

#### เพศ

ลักษณะประชากรด้านเพศ ที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์ แต่เมื่อนำผลการวิจัยแต่ละด้านของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์มาวิเคราะห์จะพบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวมมีอิทธิพลต่อ เพศหญิงมากกว่า เพศชาย นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์ในเพศชายและเพศหญิงมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม ส่วนน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม

#### อายุ

ลักษณะประชากรด้านอายุ ที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์ แต่เมื่อนำผลการวิจัยแต่ละด้านของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์มาวิเคราะห์

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี น้อยกว่ากลุ่มอายุ 13-18 ปี

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 13-18 ปี มากกว่ากลุ่มอายุ 26-35 ปี และกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี น้อยกว่ากลุ่มอายุ 36-45 ปี, กลุ่มอายุ 19-25 ปี, กลุ่มอายุ 26-35 ปี และกลุ่มอายุ 13-18 ปี

-ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี น้อยกว่ากลุ่มอายุ 19-25 ปี

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มากกว่ากลุ่มอายุ 19-25 ปี, กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 13-18 ปี มากกว่ากลุ่มอายุ 19-25 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี

นอกจากนี้ยังพบว่า

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 13-18 ปี มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 36-45 ปีมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปีน้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไปมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อ กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปีน้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 19-25 ปีมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปีน้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปีมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 26-35 ปีน้อยที่สุด

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปีมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุ 36-45 ปีน้อยที่สุด

#### ระดับการศึกษา

ลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์ แต่เมื่อนำผลการวิจัยแต่ละด้านของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์มาวิเคราะห์

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยม น้อยกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีและกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยม มากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยม มากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

นอกจากนี้ยังพบว่า

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม น้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม น้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม น้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม น้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี น้อยที่สุด

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี น้อยที่สุด

### อาชีพ

ลักษณะประชากรด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์ แต่เมื่อนำผลการวิจัยแต่ละด้านของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์มาวิเคราะห์

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากกว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน น้อยกว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน น้อยกว่ากลุ่มที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว, กลุ่มอาชีพรับจ้าง และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

นอกจากนี้ยังพบว่า

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มแม่บ้านมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ น้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มนักเรียน/ศึกษาน้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนน้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มนักเรียน/ศึกษาน้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มแม่บ้านมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนน้อยที่สุด

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนน้อยที่สุด

### รายได้

ลักษณะประชากรด้านรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในภาพรวมทั้งหมดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์ แต่เมื่อนำผลการวิจัยแต่ละด้านของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์มาวิเคราะห์

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มากกว่า กลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท มากกว่า กลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ น้อยกว่า กลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มากกว่า กลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มากกว่า กลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท



นอกจากนี้ยังพบว่า

-ปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป น้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มยังไม่มีรายได้ น้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป น้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มยังไม่มีรายได้ น้อยที่สุด

-ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบในภาพยนตร์โดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป น้อยที่สุด

-ปัจจัยส่วนตัวโดยรวม มีอิทธิพลต่อกลุ่มยังไม่มีรายได้ มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อกลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท น้อยที่สุด

## 6.ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติของลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

เมื่อทดสอบความแตกต่างของลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” สามารถสรุปผลได้ดังนี้

### เพศ

ลักษณะประชากรด้านเพศที่ต่างกัน มีผลทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านความพึงพอใจในภาพยนตร์เรื่องนี้ โดยเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อภาพยนตร์มากกว่า เพศชาย นอกจากนั้นในส่วนของความพึงพอใจในแต่ละด้าน เพศหญิงก็มีความพึงพอใจ มากกว่า เพศชาย ในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม, ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม, ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม, ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม, ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม และความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม

นอกจากนี้ยังพบว่า เพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวมมากที่สุด ส่วนน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม

## อายุ

ลักษณะประชากรด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านความพึงพอใจในภาพยนตร์เรื่องนี้ โดยพบว่า

-จากการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26-35 ปี

- จากการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26-35 ปี

ในส่วนของความพึงพอใจในแต่ละด้านเมื่อนำมาวิเคราะห์ยังพบว่า

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 19-25 ปี, กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 19-25 ปี, กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 19-25 ปี, กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 19-25 ปี, กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26-35 ปี และ กลุ่มอายุ 19-25 ปี

-ความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26-35 ปี และ กลุ่มอายุ 19-25 ปี

-ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 19-25 ปี, กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี

-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอายุ 26-35 ปี

นอกจากนี้ยังพบว่า

-กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอายุ 26-35 ปี

-กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอายุ 26-35 ปี

-กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอายุ 26-35 ปี

-กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอายุ 19-25 ปี

-กลุ่มอายุ 13-18 ปี มีความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอายุ 26-35 ปี

-กลุ่มอายุต่ำกว่า 13 ปี มีความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอายุ 26-35 ปี

### ระดับการศึกษา

ลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านความพึงพอใจในภาพยนตร์เรื่องนี้ โดยพบว่า

-จากการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยม มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

-จากการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ในส่วนของความพึงพอใจในแต่ละด้านเมื่อนำมาวิเคราะห์ยังพบว่า

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยม มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

-ความพึงพอใจด้านตัวละคร โดยรวม กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยม มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

-ความพึงพอใจด้านตัวละคร โดยรวม กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช. ปวส. มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี



## อาชีพ

ลักษณะประชากรด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านความพึงพอใจในภาพยนตร์เรื่องนี้ โดยพบว่า

-จากการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

-จากการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มอาชีพรับจ้าง มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

-จากการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มนักเรียนนักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

-จากการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มแม่บ้าน มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ในส่วนของความพึงพอใจในแต่ละด้านเมื่อนำมาวิเคราะห์ยังพบว่า

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจน้อยกว่า กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

-ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจน้อยกว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

-ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจน้อยกว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาและกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

-ความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจน้อยกว่า กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจน้อยกว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

นอกจากนี้ยังพบว่า

-กลุ่มแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

-กลุ่มแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

-กลุ่มแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

-กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและกลุ่มที่ทำธุรกิจส่วนตัว

-กลุ่มแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

-กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

### รายได้

ลักษณะทางประชากรด้านระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านความพึงพอใจในภาพยนตร์เรื่องนี้ โดยพบว่า

-จากการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท, กลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป และกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท

ในส่วนของความพึงพอใจในแต่ละด้านเมื่อนำมาวิเคราะห์ยังพบว่า

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป, กลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท และกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท

-ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม กลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท

-ความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

-ความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบ กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท, กลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป และกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท

-ความพึงพอใจด้านการติดต่อโดยรวม กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

-ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท, กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท และกลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

นอกจากนี้ยังพบว่า

-กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่องโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท

-กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจด้านตัวละครโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

-กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจด้านศิลปะการออกแบบโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท

-กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจด้านเสียงโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท

-กลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการตัดต่อโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท และกลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

-กลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้างภาพพิเศษโดยรวม มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ กลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

## อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มผู้ชมภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ชมที่อยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 18 ปี ลงมา ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยเด็กเหล่านี้ ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับ มัธยมศึกษา รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรีและต่ำกว่ามัธยม ส่วนใหญ่ยังไม่ทำงาน และไม่มีรายได้ประจำแต่เป็นกลุ่มผู้ชมที่รับชมภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” มากที่สุดในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ ยิ่งรายได้มากขึ้น อัตราการชมภาพยนตร์ก็จะลดลงตาม สอดคล้องกับผลการวิจัยของรักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม เรื่อง “ทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ไทยของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” และยังสอดคล้องกับมุมมองของ Kotler (1997) ที่พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปตามลักษณะของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย อายุ อาชีพ และฐานะทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์ในแต่ละด้าน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้ชมมากที่สุด อันดับที่ 1 ได้แก่ ความน่ารักและความสวยงามของตัวละคร เป็นที่ถูกใจของผู้ชมทุกเพศทุกวัย อันดับที่ 2 ได้แก่ ความสนุกสนานจากภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย” อันดับที่ 3 ได้แก่ เทคนิคการสร้างภาพพิเศษในภาพยนตร์ สอดคล้องกับมุมมองของ Bruce A. Austin (1988) ที่ระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ ไว้ 5 ปัจจัยได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์, บทวิจารณ์, อิทธิพลจากบุคคลอื่น, เนื้อเรื่องและประเภทของภาพยนตร์ และการผลิตภาพยนตร์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของกลุ่มผู้ชมน้อยที่สุด ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ คำแนะนำ/ความคิดเห็นของคนรัก และคำแนะนำ/ความคิดเห็นของบุคคลที่มีชื่อเสียง/ดารา สอดคล้องกับผลการวิจัยของสิริฎา เกตุเอี่ยม ในปี พ.ศ. 2545 เรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทย”

ดังนั้นการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันให้เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้ชมคนไทย ที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียนหญิงระดับมัธยม ควรจะนำเสนอในเรื่องราวของ ความรักความผูกพันของครอบครัว และมิตรภาพของเพื่อน การผจญภัยที่น่าตื่นเต้นผสมผสานไปกับเรื่องราวที่อิงประวัติศาสตร์หรือนิทานพื้นบ้าน ควบคู่ไปกับตัวละครที่น่ารัก ผวนกกับทีมพากย์เสียงที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ชม และใช้การสร้างภาพพิเศษที่ทำให้ดูตื่นตาตื่นใจและสวยงามสร้างความโดดเด่นให้กับภาพยนตร์

ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่สร้างแรงจูงใจในการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” โดยการใช้ภาพยนตร์ตัวอย่างมากที่สุด จุดเด่นที่ทำให้ภาพยนตร์ตัวอย่างเรื่อง “ก้านกล้วย 2” สามารถสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มผู้ชมมากที่สุดคือ ความน่ารักและความสวยงามของตัวละคร ฉากในภาพยนตร์ และเทคนิคการสร้างภาพพิเศษที่ยิ่งใหญ่ตระการตา ซึ่งยังไม่เคยปรากฏในภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่องใดมาก่อน รวมไปถึงการเก็บรายละเอียดที่แบบนิยมสมจริง การเลือกใช้มุมภาพและสีที่ดูสวยงามกลมกลืน รองลงมาคือ การโฆษณาทางโทรทัศน์ ด้วยระยะเวลาในการนำเสนอที่สั้น อาจจะทำให้ไม่สามารถสร้างความประทับใจหรือให้รายละเอียดในส่วนเนื้อหาของเนื้อเรื่องได้เท่ากับภาพยนตร์ตัวอย่าง แต่ข้อดีของสื่อชนิดนี้คือ สามารถสื่อสารถึงกลุ่มผู้ชมได้เป็นจำนวนมากในการออกอากาศแต่ละครั้ง และอันดับที่ 3 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ แอนด์บิล รวมไปถึงป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (Billboard) โดยจุดเด่นของสื่อสิ่งพิมพ์ของภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ที่ทำให้ผู้ชมประทับใจคือ ตัวละครที่น่ารักและสวยงาม การแสดงออกของบุคลิกตัวละคร ที่แต่ละตัวมีเอกลักษณ์ชัดเจน การจัดวางองค์ประกอบของภาพที่สวยงาม สอดแทรกเอกลักษณ์วัฒนธรรมความเป็นไทยเข้าไป เช่น รายละเอียดของเครื่องแต่งกายตัวละคร รวมไปถึงฉาก ซึ่งสถานที่ที่เหมาะสมกับการจัดแสดงสื่อชนิดนี้มากที่สุดก็คือ บริเวณโรงภาพยนตร์

จากผลวิจัยในด้านสถานที่พบว่าโรงภาพยนตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไม่น้อยไปกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ แสดงให้เห็นว่าหากผู้ผลิตเน้นการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในบริเวณพื้นที่เหล่านี้จะทำให้สามารถเจาะเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้มากที่สุด และอาจจะไปลดการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่สิ้นเปลือง อย่าง การโฆษณาทางวิทยุ ลงไปเพื่อช่วยลดต้นทุน เนื่องจากสื่อชนิดนี้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ได้น้อยที่สุด และด้วยช่วงอายุของกลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่อยู่ที่ 18 ปี ลงมา ทำให้ปัจจัยด้านบุคคลที่เกี่ยวกับคำแนะนำ/ความคิดเห็นของคนในครอบครัวและเพื่อน มีอิทธิพลต่อผู้ชมกลุ่มนี้มากที่สุด ทำให้บทความ บทวิจารณ์ต่างๆ หรือแม้แต่ชื่อเสียงของตัวผู้กำกับภาพยนตร์อาจจะไม่ค่อยมีบทบาทต่อการเลือกชมภาพยนตร์ชนิดนี้นักเมื่อเทียบกับภาพยนตร์ชนิดอื่น ที่องค์ประกอบเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมากในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ ในที่นี้เป็นผลมาจากกลุ่มผู้ชมเหล่านี้มีความชื่นชอบภาพยนตร์แอนิเมชันเป็นการส่วนตัวอยู่แล้ว



สำหรับความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” พบว่าความแตกต่างกันของลักษณะทางประชากรอันได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพและรายได้ ทำให้กลุ่มผู้ชมมีความพึงพอใจต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Katz และคณะ (1973) ที่พบว่า จากสภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป

จากภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” กลุ่มผู้ชมมีความพึงพอใจด้านตัวละคร ในส่วนของความสวยงาม/ความน่ารักของตัวละครมากที่สุด รองลงมาคือ ความคิดสร้างสรรค์และความสวยงามของเทคนิคการสร้างภาพพิเศษ ตามลำดับ

ขณะที่กลุ่มผู้ชมมีความพึงพอใจ ในส่วนของแก่น/หัวใจสำคัญของการเล่าเรื่อง บทสนทนาของตัวละคร และเสียงประกอบ/ดนตรีบรรเลง น้อยที่สุด

ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” เป็นที่พึงพอใจและชื่นชอบของกลุ่มผู้ชมที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ลงมาเป็นพิเศษ จะเห็นได้จากความพึงพอใจในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง สอดคล้องกับผลการวิจัยของเมทีนี สิ่งห์เวชกุล เรื่อง “การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก” ขณะที่กลุ่มประชากรที่มีระดับการศึกษาสูง และมีรายได้ที่ค่อนข้างสูง กลับมีอัตราความพึงพอใจต่อภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” ค่อนข้างต่ำ

การออกแบบตัวละครให้น่ารักและสวยงาม เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน จากงานวิจัยพบว่า ตัวละครนอกจากจะมีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์ของกลุ่มผู้ชมมากที่สุดแล้ว ยังสามารถสร้างความชื่นชอบให้กับตัวภาพยนตร์ได้มากที่สุดอีกด้วย ดังนั้นในอนาคตหากมีการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องต่อไป การออกแบบตัวละครจึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุด เทียบเท่ากับภาพยนตร์หรือแม้แต่เทคนิคการสร้างภาพพิเศษ เพราะตัวละครถือเป็นสิ่งแรกที่กลุ่มผู้ชมจะทำความรู้จักกับตัวภาพยนตร์ ถ้าผู้ผลิตสามารถสร้างตัวละครให้เป็นที่ประทับใจหรือเป็นที่จดจำของกลุ่มผู้ชมได้ ก็มีโอกาที่ภาพยนตร์เรื่องนั้นจะประสบความสำเร็จ

นอกจากนี้ เทคนิคการสร้างภาพพิเศษก็นับได้ว่าเป็นอีกจุดหนึ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชมเป็นอย่างมาก และถือเป็นอีกหนึ่งจุดขายที่สำคัญของภาพยนตร์ประเภทแอนิเมชัน ไม่ว่าจะเป็นด้านความสวยงาม ความคิดสร้างสรรค์ ความน่าตื่นตาตื่นใจ และความแนบเนียนสมจริง ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากทางบริษัทก้านกล้วยแอนิเมชันได้มีการลงทุนจัดซื้อโปรแกรมที่ทันสมัยมาใช้ทำให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพ แต่ถึงแม้ว่าจะใช้เทคโนโลยีหรือเทคนิคใหม่ๆ มากแค่ไหนก็ตาม สิ่งที่จะขาดไม่ได้เลยในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันไทยคือ การสร้างเอกลักษณ์ให้กับภาพยนตร์ โดยภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2” สามารถนำเสนอความเป็นไทยได้ออกมาอย่างชัดเจน เช่น การออกแบบเครื่องแต่งกาย การออกแบบฉาก การออกแบบตัวละคร รวมไปถึงการออกแบบดนตรี และเสียงประกอบต่างๆ ในภาพยนตร์ ซึ่งจุดนี้เองจะเป็นตัวสร้างคุณค่า และจะช่วยยกระดับวงการแอนิเมชันไทยให้เทียบเท่ากับประเทศมหาอำนาจอย่างอเมริกา หรือญี่ปุ่นได้

สิ่งที่ผู้ผลิตต้องตระหนักในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันไทยมากที่สุดก็คือวิธีการเล่าเรื่อง แก่นและสาระสำคัญของการเล่าเรื่อง รวมไปถึงบทสนทนาของตัวละคร และความเข้มข้น สนุกสนานของเนื้อเรื่อง เพราะถึงแม้ว่าจะมีการออกแบบตัวละครให้ดีเพียงใด หากขาดการเล่าเรื่อง ที่ดี ภาพยนตร์เรื่องนั้นก็ยากที่จะประสบความสำเร็จ ซึ่งภาพยนตร์แอนิเมชันไทยส่วนใหญ่ที่ ประสบกับปัญหาขาดทุนมักมาจากขาดการพัฒนาในส่วนของการเล่าเรื่อง จากผลการวิจัยถึงแม้ว่า ค่าเฉลี่ยรวมด้านการเล่าเรื่องของ “ก้านกล้วย 2” จะสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มผู้ชมมาก แต่เมื่อ มาทำการวิเคราะห์แล้ว เห็นว่าแก่นหรือหัวใจสำคัญของการเล่าเรื่อง รวมไปถึงบทสนทนาของตัว ละคร สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชมภาพยนตร์เรื่องนี้น้อยที่สุดจากความพึงพอใจในแต่ละด้าน ใน ส่วนของเสียงประกอบและดนตรีบรรเลง เป็นการยากหากจะทำให้เป็นที่ถูกใจของกลุ่มผู้ชมที่มี ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน เนื่องจากคุณค่าของศิลปะแขนงนี้ยากต่อการตีความว่าสิ่งไหน เป็นสิ่งที่ดีที่สุด อย่างไรก็ตามผู้ชมส่วนใหญ่ก็ยังเห็นว่าเสียงประกอบและดนตรีบรรเลงใน ภาพยนตร์เรื่องนี้ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ฟังได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามถึงแม้ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยจะถูกมองว่ายังล้าหลังกว่าภาพยนตร์ แอนิเมชันของฮอลลีวูด แต่ภาพยนตร์แอนิเมชันฝีมือคนไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” สามารถสร้างความ พึงพอใจให้กับกลุ่มผู้ชมชาวไทยได้เป็นอย่างมาก และกลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่ยังคงต้องการชม ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยต่อไปในอนาคต

### ข้อจำกัดในการวิจัย

ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้คือ ในส่วนของการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม เนื่องจากผู้วิจัยไม่ ค่อยได้รับความร่วมมือจากทางโรงภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการทำหนังสือติดต่อหรือใน การขอใช้พื้นที่ในการเก็บแบบสอบถาม มีโรงภาพยนตร์เพียงไม่กี่โรงเท่านั้นที่ได้ให้ความร่วมมือ เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามบางบุคคลไม่ค่อยจะให้ความร่วมมือในการตอบ แบบสอบถามเท่าที่ควร เช่น ตอบเหมือนกันทุกข้อหรือไม่ได้อ่านคำถามก่อนตอบ ซึ่งก็จะทำให้ แบบสอบถามชุดนั้นเสียไป

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ให้ผู้ที่สนใจศึกษาเพิ่มเติมในส่วนต่างๆ ดังนี้

1. ควรจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภค ร่วมด้วย เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่มีรายละเอียดต่างๆ มากขึ้น และยังสามารถเข้าถึงความต้องการหรือลักษณะการ

ใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งในส่วนนี้อาจนำไปใช้ในการออกแบบบทภาพยนตร์ หรือแม้แต่การวางแผนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

2.จากการวิจัยครั้งนี้นอกจากคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามแล้ว หากมีการเก็บบทสัมภาษณ์ของผู้ชมภาพยนตร์เพิ่มเข้าไปด้วย จะช่วยเพิ่มความหลากหลายของคำตอบที่ได้หรือคำตอบที่แบบสอบถามไม่มี ซึ่งคำตอบนั้นอาจจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยได้

3.ควรจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของภาพรวมของภาพยนตร์แอนิเมชันไทย เช่น นำภาพยนตร์แอนิเมชันไทยหลายๆ เรื่องมาทำการหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมเพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบ หรืออาจจะศึกษาเปรียบเทียบกับภาพยนตร์แอนิเมชันจากฮอลลีวูด และภาพยนตร์แอนิเมชันจากญี่ปุ่น ซึ่งข้อมูลที่ได้จะทำให้ทราบถึงความแตกต่าง ข้อดีข้อเสียของแต่ละแหล่งผลิตได้ชัดเจนมากขึ้น

4.ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยคิดว่าน่าจะมีการศึกษาเจาะลึกลงไปในแต่ละด้าน เช่น เจาะลึกเกี่ยวกับการออกแบบตัวละครแอนิเมชัน หรืออาจจะเจาะลึกลงไปในส่วนของการออกแบบเพื่อที่จะนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพของภาพยนตร์แอนิเมชันไทยให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

5.ในการเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยสุ่มเก็บแบบสอบถามจาก 10 โรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งยังไม่ครอบคลุมในทุกเขตของกรุงเทพมหานคร ถ้าหากสามารถเก็บแบบสอบถามได้จากทุกๆ เขต ก็น่าที่จะได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากยิ่งขึ้น หรืออาจจะได้คำตอบที่หลากหลายกว่าการวิจัยในครั้งนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.

กาญจนา วัฒนา. การวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน. นครปฐม: สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา, 2548

ขวัญเรือน กิติวัฒน์. เอกสารการสอนชุดวิชา 15309 พฤติกรรมการสื่อสาร = Communication Behavior. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2542.

จรัส ภายโรจน์. พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

จรรยาพร ปรปักษ์ประลัย. สวัสดิแอนิเมชัน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรุงเทพ, 2548.

ทวีลาภ ศรีวุฒิสงค์. ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง “ก้านกล้วย 2”. สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2552.

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กระทรวง. บทวิเคราะห์อุตสาหกรรมแอนิเมชัน. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ. 2550

ธรรมปพน ลีอานวยโชค. คู่มือสำหรับการเรียนรู้แอนิเมชันเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: Than Books, 2550.

ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล. การสร้างภาพยนตร์ 2D อนิเมชัน. กรุงเทพมหานคร: มีเดีย อินเทลลิเจนซ์ เทคโนโลยี, 2547.

นับทอง ทองใบ. ศึกษานอบแอนิเมชัน เอกลักษณะของ ฮายาโอะ มียาซากิ นักฝันแห่งตะวันออก. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิเด็ก โดย สถาบันการ์ตูนไทย, 2550.

นับทอง ทองใบ. นวัตกรรมการเล่าเรื่องและเอกลักษณ์ในภาพยนตร์แอนิเมชันของฮายาโอะ มียาซากิ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ประวิณมัย บ่ายคล้อย. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์นอกกระแส. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

พรกมล รัชนาภรณ์. รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- เมทินี สิงห์เวชสกุล. การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- รักษานต์ วิวัฒน์สินอุดม. ทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ไทยของผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- รักษานต์ วิวัฒน์สินอุดม. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยประเภทบันเทิงเพื่อการส่งออก กรณีศึกษา: ผู้อำนวยการสร้างและผู้กำกับภาพยนตร์. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- เลิศหญิง หิรัญโร. รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัยการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. นนทบุรี: ไทยวัฒนาพานิช, 2541.
- สิริฉวี เกตุเอี่ยม. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ศุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลต่อสถานีวิทยุจุฬา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สุวรี ศิวะแพทย์. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์, 2549.
- ศิริระ ชัยยะสมุทร. Legend of animation. Anime เล่มที่ 8 (สิงหาคม 2547): 47-52.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

### ภาษาอังกฤษ

- Austin, Bruce A. Immediate Seating : a look at movie audiences. California: Wadsworth, 1989.
- Catherine Winder and Zahra Dowlatbadi. Production Animation. Boston: Focal Press, 2001.
- Charles Solomon. Enchanted Drawings : The History of Animation. New York: Alfred A. Knopf, INC, 1989.
- Christopher Hart. How to draw animation. New York: Watson-Guptill Publications, 1997.

- Hanna, N. and Wozniak, R. Consumer behavior. NJ: Prentice Hall, 2001.
- Howard Beckerman. Animation : The Whole Story. New York: Allworth Press, 2003.
- Jean Ann Wright. Animation Writing and Development. Amsterdam: Focal Press, 2005.
- Katz, E., Blumler, J.G. and Gurevitch, M. Utilization of Mass Communication by the Individual.  
In Blumler, J.G. and Katz, E. (eds), The Uses of Mass Communication Current Perspective on Gratifications Research. London: Sage, 1974.
- Kevin Hedgpeth and Stephen Missal. Drawing for Animation. Australia: Delmar Learning, 2004.
- Klapper, Joseph T. The Effects of mass communication. New York: The Free Press, 1960.
- Lea Milic and Yasmin McConville. The Animation Producer's Handbook. Maidenhead: Open University Press, 2006.
- Lutz, R.J. Perspectives in consumer behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1991.
- Maclinnis, Hoyer. Consumer behavior. NY: Houghton Mifflin Company, 2001.
- Michman, D. Ronal. Lifestyle Market Segmentation. New York: Praeger Publishers, 1991.
- Paul Wells. Scriptwriting. Lausanne: AVA Publishing SA, 2007.
- Paul Wells. Understanding Animation. London: Routledge, 1998.
- Schiffman, L.G. and Kanuk L.L. Consumer behavior. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall, 2004.
- Schramm, W. Channels and Audiences in Handbook of Communication. Chicago: Rand McNelly Colledge Publishing Company, 1973.
- Shimp, T.A. Advertising promotion and supplement aspects of integrated marketing communication. Orlando: The Dryden Press, 2000.

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ภาควิชาภาพยนตร์และภาพนิ่ง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรุณาทำเครื่องหมาย / ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

**ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล**

1. เพศ

ชาย       หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 13 ปี       13-18 ปี       19-25 ปี  
 26-35 ปี       36-45 ปี       45 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่ามัธยม       มัธยมศึกษา, ปวช., ปวส.  
 ปริญญาตรี       สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

ข้าราชการ       รัฐวิสาหกิจ       บริษัทเอกชน  
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว       รับจ้าง       นักเรียน, นักศึกษา  
 แม่บ้าน       อื่นๆ.....

5. รายได้

ยังไม่มีรายได้       ไม่เกิน 10,000 บาท       10,001-20,000 บาท  
 20,001-30,000 บาท       30,001-40,000 บาท       มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป



**ตอนที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”**

ให้ท่านเลือกระดับของปัจจัยต่อไปนี้ที่ผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” (ใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน)

ปัจจัยด้านการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	ระดับของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. ภาพยนตร์ตัวอย่าง					
7. โปสเตอร์, แชนด์บิล, ป้ายโฆษณา กลางแจ้งขนาดใหญ่ (Billboard)					
8. โฆษณาทางโทรทัศน์					
9. โฆษณาทางวิทยุ					
10. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์, นิตยสารภาพยนตร์, นิตยสารทั่วไป					
11. ทางอินเทอร์เน็ต					

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. คำแนะนำ/ความคิดเห็นของ บุคคลในครอบครัว/ญาติ					
13. คำแนะนำ/ความคิดเห็นของเพื่อน					
14. คำแนะนำ/ความคิดเห็นของคน รัก					
15. คำแนะนำ/ความคิดเห็นของ บุคคลในวงการภาพยนตร์					
16. คำแนะนำ/ความคิดเห็นของ บุคคลที่มีชื่อเสียง/ดารา					

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
17. คำแนะนำ/ความคิดเห็นของนักวิจารณ์ภาพยนตร์					

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
18. ความสะดวกสบายของสถานที่ (โรงภาพยนตร์)					
19. เลือกชมได้จากหลายโรงภาพยนตร์					
20. ค่าบัตรเข้าชมภาพยนตร์					

ปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิต	ระดับของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
21. ชื่อเสียง/ทีมงานของบริษัทกัณตนาแอนิเมชัน					
22. ผู้กำกับภาพยนตร์					
23. ทีมพากย์เสียง					

ปัจจัยด้านเนื้อหาและองค์ประกอบใน ภาพยนตร์	ระดับของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
24. ความสนุกสนานจากภาพยนตร์ เรื่อง “ก้านกล้วย 1”					
25. ความน่ารักและความสวยงามของ ตัวละคร					
26. เรื่องราวที่อิงประวัติศาสตร์ผสม แฟนตาซี					
27. เทคนิคการสร้างภาพพิเศษใน ภาพยนตร์					

ปัจจัยส่วนตัว	ระดับของอิทธิพลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
28. ชื่นชอบภาพยนตร์แอนิเมชันเป็น การส่วนตัว					

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2”

ให้ท่านเลือกระดับความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง “ก้านกล้วย 2” ตามประเด็นต่างๆ ที่กำหนดให้ (ใส่เครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน)

ความพึงพอใจด้านการเล่าเรื่อง	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
29. แก่น/หัวใจสำคัญของการเล่าเรื่อง					
30. บทสนทนาของตัวละคร					
31. ความเข้มข้น/ความสนุกของเนื้อเรื่อง					

ความพึงพอใจด้านตัวละคร	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
32. ความสวยงาม/ความน่ารักของตัวละคร					
33. การแสดงอารมณ์ของตัวละคร					
34. ความสมจริง/ความเป็นธรรมชาติของตัวละคร					

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความพึงพอใจด้านศิลปะการ ออกแบบ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
35. การออกแบบฉาก					
36. ความสมจริง/รายละเอียดของฉาก					
37. การออกแบบตกแต่งภายในฉาก					
38. การออกแบบเครื่องแต่งกาย					
39. สีสัณในภาพยนตร์					

ความพึงพอใจด้านเสียง	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
40. เพลงประกอบภาพยนตร์					
41. การพากย์เสียงตัวละคร					
42. เสียงประกอบ/ดนตรีบรรเลง					

ความพึงพอใจด้านการตัดต่อ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
43. ความต่อเนื่องของภาพ					
44. ความกลมกลืนของภาพและเสียง					

ความพึงพอใจด้านเทคนิคการสร้าง ภาพพิเศษ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
45. ความเนบเนียน/สมจริง					
46. ความสวยงาม					
47. ความคิดสร้างสรรค์					
48. ความยิ่งใหญ่/น่าตื่นตาตื่นใจ					

49. ท่านจะชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยอีกหรือไม่

( ) ชม      ( ) ไม่ชม

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ก้านกล้วย 2 (KHANKLUAY 2)



เข้าฉาย	: วันที่ 26 เมษายน 2552
Producer	: อัจฉรา กิจกัญจนานันท์
Director	: ทวีลาภ ศรีวุฒิสงศ์
Screenwriter	: จรุง ปรปักษ์ประลัย
Art Director	: พิชณุ โนรี
Story Artist	: ธนากร ธนโชตศรีมา
Senior Background Designer	: สุรเดช เทียรบุญเลิศรัตน์
Character Designer	: วันเฉลิม ชูตระกูล
Rigger & Massive Artist	: อาทิตย์ วิโรจนกุล
Tech Animator & Massive	: วีรา ไทรนันทนวล
Effect Artist	: ธวัชชัย ศิริวรราช
Line Post Producer	: พิชา ตรีเพชรสมคุณ

### เรื่องย่อ

หลังจากที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราชเอาชนะสงครามยุทธหัตถีกับพระมหาอุปราชามังเกยขอชาวกรุงศรีอยุธยาที่สงบสุขและได้รับเอกราชจากหงสาวดี แต่ผลจากสงครามมียุทธหัตถีครั้งนั้นสร้างความแค้นใจให้กับพระเจ้าันนทบุเรงเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องสูญเสียลูกชายด้วยน้ำมือของพระนเรศวร จึงยกทัพกลับมาตีกรุงศรีอยุธยาเสมอ พระนเรศวรทรงแต่งตั้งให้ก้านกล้วยรับตำแหน่งเป็นเจ้าพระยาปราบหงสาวดี และร่วมออกศึกคู่พระองค์เรื่อยมา แต่เนื่องจากต้องออกศึกบ่อยครั้ง ก้านกล้วยที่แต่งงานกับชบาแก้วและกำลังจะมีลูกด้วยกันจึงไม่มีเวลาดูแลชบาแก้วเท่าที่ควร ทำให้

ชบาแก้วทุกข์ใจและหนักันกล้วยไปอยู่ที่หมู่บ้านหินขาว พร้อมกับแสงดา แม่ของก้านกล้วย และ ได้คลอดลูกออกมา เป็นช้างเผือกชื่อ ดันอ้อและกอแก้ว

วันหนึ่งทหารหงสาวดียกทัพมาจับตัวชาวบ้านที่หมู่บ้านหินขาวและพยายามจับตัวชบาแก้ว และลูกช้างเผือก แสงดาก็ได้ปกป้องลูกช้างเผือกจนตัวตาย แต่ทหารหงสาวดีสามารถจับตัวชบาแก้ว และลูกช้างมาได้ในที่สุด ที่กรุงศรีอยุธยาเองก็กำลังเตรียมทัพเพื่อรับมือกับกองทัพหงสาวดีที่กำลัง จะเข้าตีในอีกไม่กี่วันข้างหน้า ก้านกล้วยรู้ว่าแม่ของตนตายและชบาแก้วรวมถึงลูกๆ ถูกจับตัว จึงหนีออกจากอยุธยา แล้วไปตามหาชบาแก้วที่หงสาวดี

ก้านกล้วยบุกไปถึงหงสาวดีและได้พบตัวลูกๆ ที่ถูกจับตัว เพื่อเอาไปเป็นเครื่องสังเวยแด่ เทพเจ้าแห่งหงสาวดี แต่ลูกช้างเผือกสามารถหนีมาได้ และได้พบหน้าก้านกล้วยเป็นครั้งแรก แต่ก้าน กล้วยและลูกๆ ถูกทหารหงสาวดีจับตัวได้ในที่สุด นั้นทพูเรงเห็นดังนั้นจึงจับก้านกล้วยเป็นเครื่อง สังเวยด้วยเนื่องจากเป็นช้างทรงของพระนเรศวรผู้ฆ่าลูกชายของตน ในขณะที่เดียวกันทหารกรุงศรี อยุธยาทั้ง 3 นายก็บุกมาถึงหงสาวดีและพยายามช่วยก้านกล้วย ก้านกล้วยสามารถหนีออกจากแท่น สังเวยได้และสามารถช่วยลูกๆ และชบาแก้วได้ในที่สุด แต่ก็ได้พบกับงานิล ลูกของงวงแดงช้างทรง ของมังกะยอชวาที่ก้านกล้วยฆ่าตายเมื่อสงครามยุทธหัตถี ทั้งคู่ปะทะกันอย่างดุเดือดจนเมื่อก้านกล้วย เริ่มเสียท่า ทหารกรุงศรีอยุธยาได้วางระเบิดไว้ทำให้งานิลถูกระเบิดตาย ก้านกล้วยสามารถหนีมาได้ พร้อมกับทหารกรุงศรีอยุธยาทั้ง 3 นายและกลับไปกรุงศรีอยุธยาได้ในที่สุด

ก้านกล้วยกลับถึงกรุงศรีอยุธยาและได้พบกับพระนเรศวร แต่การที่ก้านกล้วยหนีไปนยาม สึกสงครามนั้นเป็นสิ่งผิดและต้องได้รับโทษ แต่กองทัพทหารฝึบของหงสาวดีเข้ามาบุกโดยองสา หมอผีชาวหงสาวดีที่ปรึกษาของนันทพูเรงใช้เวทมนตร์เรียกวิญญาณของทหารที่ตายในศึกสงคราม และเรียกวิญญาณงานิลที่มาเพื่อทำลายกองทัพกรุงศรีอยุธยา พระนเรศวรและทหารได้ต่อสู้กับ ทหารฝึบของหงสาวดีแต่ไม่สามารถต่อกรได้จนกระทั่งพระนเรศวรเสียทีและกำลังจะถูกงานิลฆ่า แต่ ก้านกล้วยมาช่วยไว้ได้ทำให้พระนเรศวรร่วมสู้กับก้านกล้วยอีกครั้ง ก้านกล้วยและงานิลต่อสู้กัน อย่างดุเดือด พระนเรศวรได้ขึ้นไปบนหน้าผาและต่อสู้กับองสาและรู้ว่าพลังขององสาทั้งหมดมา จากไม้เท้าจึงได้ทำลายไม้เท้าขององสาจนแหลกสลาย เมื่อไม้เท้าขององสาถูกทำลายวิญญาณ ทหารของหงสาวดีจึงสลายไป แต่ก้านกล้วยถูกงานิลแทงจนสลบไปวิญญาณของงานิลสลายไป และวิญญาณของทหารหงสาวดีได้เข้าจู่โจมองสา จนองสาสิ้นชีวิต ก้านกล้วยได้พบกับพ่อและ แม่ในทางช้างเผือก จึงได้เคารพวิญญาณภูผา(พ่อ)และแสงดา(แม่)เป็นครั้งสุดท้ายและได้ขึ้นพื้น ขึ้นอีกครั้ง ชบาแก้วและลูกๆ ต่างเข้ามาออดก้านกล้วยสร้างความประทับใจให้แก่พระนเรศวรและ ทหารกรุงศรีอยุธยาอย่างมาก พระนเรศวรเห็นดังนั้นจึงแต่งตั้งให้ก้านกล้วยเป็นเจ้าพระยาปราบหง สาวดีดั้งเดิม ภายหลังจากนั้นอยุธยาปราศจากสงครามเป็นเวลานานหลายร้อยปี และก้านกล้วยกับ ครอบครัวก็อยู่อย่างมีความสุข



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายกรภัทร์ จิตต์จ้านงค์ เกิดเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม พ.ศ. 2526 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เมื่อปีการศึกษา 2548 จากนั้นเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการภาพยนตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2549 โดยมีประสบการณ์ทำงานที่ บริษัท GT-R Magazine ในตำแหน่งกองบรรณาธิการ



ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย