

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษา (1) ลักษณะประชากรของผู้ชมภาพยนตร์สั้น (2) พฤติกรรมการชมของผู้ชมภาพยนตร์สั้น (3) ส่วนประกอบของภาพยนตร์สั้น (เนื้อหา นักแสดง ผู้กำกับ การ โฆษณา) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมที่มีอายุ ตั้งแต่ 15-35 ปี ซึ่งอยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจง ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐาน ด้วย t test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เปรียบเทียบเชิงซ้อน รายคู่ของ LSD ในกรณี ที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ชมภาพยนตร์สั้น เป็นเพศชาย และ เพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ 23-30 ปี ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีสถานภาพโสด และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อ เดือน 10,001-20,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน
2. พฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์สั้น พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับชมเดือนละ 1-2 ครั้ง โดยรับชมแล้วแต่โอกาส และเปิดรับชมจากที่บ้าน เหตุผลส่วนใหญ่ที่ชมภาพยนตร์สั้น คือ ใช้ระยะเวลาในการชมไม่นาน ผู้ชมส่วนใหญ่รับชมกับเพื่อน
3. ส่วนประกอบของภาพยนตร์สั้น โดยผู้ชมส่วนใหญ่รับชมเนื้อหาเพื่อความบันเทิงเท่านั้น โดยเลือกชมนักแสดงภาพยนตร์สั้นจากการพลิกบทบาทของนักแสดง มีการเลือกชมการกำกับภาพยนตร์สั้นจากนักแสดงผันตัวมาเป็นผู้กำกับ โดยผู้ชมส่วนใหญ่เกิดการรับรู้และจดจำการ โฆษณาของภาพยนตร์สั้น ตัวอย่างการเปิดรับโฆษณาภาพยนตร์สั้นส่วนใหญ่เปิดรับจากที่บ้าน การเปิดรับคำวิจารณ์เกี่ยวกับภาพยนตร์สั้นที่มีส่วนโน้มน้าวใจให้เลือกชมภาพยนตร์สั้น โดยเลือกชมจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ด้านกิจกรรมทางการตลาดของการ โฆษณาภาพยนตร์สั้นจากการ ได้รับของที่ระลึกในการเข้าชม ตามงานนิทรรศการต่าง ๆ ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารการ โฆษณาเกี่ยวกับภาพยนตร์สั้น จากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

In this thesis, the researcher delineates (1) the demographical characteristics of selected short film viewers in Bang Kapi District, Bangkok Metropolis. The researcher additionally investigates (2) the viewing behaviors of these short film viewers. Finally, the researcher considers (3) the components of the short films viewed, *viz.*, contents, performers, directors and advertisements.

The sample population in this research consisted of 400 viewers between the ages of fifteen and thirty-five who were domiciled in the Bang Kapi district, Bangkok Metropolis. The instrument of research was a questionnaire.

Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data obtained in terms of frequency, percentage, mean and standard deviation. Hypothesis testing was conducted by means of applications of the techniques of *t* test and One-way analysis of variance (ANOVA). The method of least significant difference (LSD) was employed in cases in which differences were found at a statistically significant level.

Findings are as follows:

1. The short film viewers investigated were both males and females between the ages of twenty-three and thirty. Most were unmarried Buddhists who were holders of a bachelor's degree. Most had a monthly income between 10,001 and 20,000 baht. They worked as private company employees.

2. In respect to short film viewing behaviors, it was found that most of the subjects under study viewed short films once or twice monthly. Viewing of short films was thus occasional. They viewed the films at home. The reason for viewing short films was that viewing time was short. Most of the viewers viewed short films with friends.

3. In regard to the components of the short films viewed, it was found that most viewers viewed the content only for purposes of entertainment. They viewed performers in these short films changing roles. They viewed performers who in turn became directors.

In respect to perceiving and recognizing advertisements in the course of viewing short films, most of the viewers witnessed advertisements in the form of trailers. The exposure to these advertisements was at home.

Exposure to film criticism of these short films most frequently played a part in persuading viewers to view short films on the Internet.

The marketing aspect of advertisements in short films was conducted by means of giving of gifts when viewing short films at exhibitions. Most of the subjects of investigation had been exposed to advertisements regarding short films on the Internet.