

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ (1) ศึกษาประชากรของวัยรุ่นไทยที่ไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทย (2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านภาพยนตร์ไทยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจที่กลุ่มผู้ชมวัยรุ่นไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทย (3) เพื่อศึกษาการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยที่มีผลต่อการไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทยของกลุ่มผู้ชมวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 13-24 ปี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการหาค่าความสัมพันธ์ โดย Pearson

การวิจัยพบว่า

ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อการไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทยไม่แตกต่างกัน

ด้านองค์ประกอบด้านภาพยนตร์ไทยมีความสัมพันธ์กับการไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทยของวัยรุ่น และโดยรวมจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ถ้าพิจารณาพบว่า พล็อตเรื่อง มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทยของวัยรุ่นมากที่สุด มีค่าเท่ากับ .186 รองลงมาคือ ต้นทุนการสร้าง ภาพยนตร์ มีค่าเท่ากับ .184 ส่วนผู้กำกับ การแสดง การติดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน และประเภทภาพยนตร์ จะมีความสัมพันธ์กับการไม่นิยมชมภาพยนตร์ในทิศทางตรงข้าม

ด้านความสัมพันธ์ของการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับการไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทยของวัยรุ่นโดยรวมจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ถ้าพิจารณาพบว่า ใบปิด/โปสเตอร์ปิดประกาศ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทยของวัยรุ่นมากที่สุด มีค่าเท่ากับ .215 รองลงมาคือ จักรายการชิงรางวัล มีค่าเท่ากับ .179 ส่วนทางด้านอื่น ๆ จะไม่มีความสัมพันธ์กับการไม่นิยมชมภาพยนตร์ไทย

This thesis delineates the demographical characteristics of selected Thai youth who dislike viewing Thai movies. Considered additionally are factors influencing the decisions of the Thai youth under study not to view Thai movies. Finally, taken into account are advertisements and public relations factors pertaining to Thai movies which affect the Thai youth under study in regard to their dislike of viewing Thai movies.

The sample population in this research consisted of 400 youth in Bangkok Metropolis between the ages of thirteen and twenty-four. The instrument of research was a questionnaire.

The techniques of descriptive statistics used in the analysis, formulation and tabulation of the data obtained were frequency, percentage, mean and standard deviation. The techniques of one-way analysis of variance (ANOVA) and Pearson's product moment correlation coefficient were also employed.

Findings are as follows:

The demographical characteristics of gender, age, educational level education and income were factors which were not correlated with differences in evincing dislike for viewing Thai movies on the part of the youth under study.

The features of Thai movies were overall positively correlated at a statistically significant level of .01 with the youth under study evincing dislike for viewing Thai movies. In each aspect, it was found that plots were positively correlated with the youth under study disliking Thai movies at the level of 0.186. Next in order of importance was the production cost of movies at the level of 0.184. However, individual directors, the rank of the movies in regard to financial returns, and the types of movies were aspects inversely correlated with the dislike evinced by the subjects in regard to viewing Thai movies.

Advertising and public relations and the dislike for viewing Thai movies evinced by the Thai youth under study were overall found to be positively correlated at the statistically significant level of .01. In regard to each aspect, it was found at the highest level of 0.215 that hand bills and posters were positively correlated with the Thai youth under study evincing dislike for viewing Thai movies. Next in order of importance was a reward-winning program at 0.179. However, other aspects were not found to be correlated with dislike of viewing Thai movies on the part of the Thai youth under study.