

๑๒๑๐๔

๑๑๒๒๖๔๘๓๔



ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี
ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING THE BEHAVIORS ON WATCHING TECHNOLOGY
TELEVISION PROGRAMS OF PEOPLE IN BANGKOK



โดย
นางสาวเสาวนีย์ ถมยา

การศึกษาด้วยตนเองนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. ๒๕๔๙

การศึกษาด้วยตนเอง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้าน
เทคโนโลยี ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing the Behaviors on Watching Technology
Television Programs of People in Bangkok

ชื่อนักศึกษา นางสาวเสาวนีย์ ถมยา

รหัสประจำตัว 476029

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา 2548

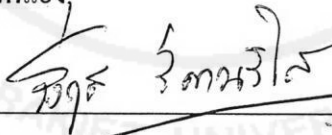
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้ตรวจสอบและอนุมัติให้
การศึกษาด้วยตนเองฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2549



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

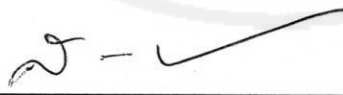
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรรณราย แสงวิเชียร)

คณะกรรมการสอบการศึกษาด้วยตนเอง



อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์รุ่งฤดี รัตนวิไล)



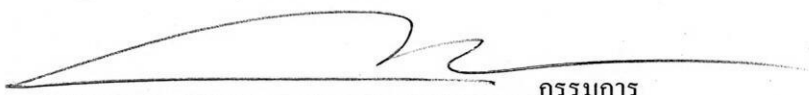
กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สถาพร ปิ่นเจริญ)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.วิรัตน์ ทองรอด)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.พวงชมพู โจนส์)

การศึกษาด้วยตนเอง	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร Factors Influencing the Behaviors on Watching Technology Television Programs of People in Bangkok
ชื่อนักศึกษา	นางสาวเสาวนีย์ ฅมยา
รหัสประจำตัว	476029
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2548

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี 2) ศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด แล้วนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS) เพื่อแสดงผลการศึกษาในรูปของร้อยละ ค่าเฉลี่ย รวมทั้งการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย โดยใช้สถิติค่าไคสแควร์ (χ^2) ของ Pearson Chi-square

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 24-35 ปี ระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

การศึกษาในครั้งนี้ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดทั้ง 2 ปัจจัย คือ ด้านเนื้อหารายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ

ส่วนในด้านประโยชน์ที่ได้รับ พบว่า มีระดับความสำคัญในระดับมากเช่นกัน สำหรับระดับความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ด้านข้อดีของรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาของการนำเสนอเรื่องราวในแต่ละเรื่องมีความเหมาะสม และหากเราพลาดจากการชมรายการใดแล้ว เรายังสามารถรับชมได้จากรายการอื่น ในช่วงเวลาถัดไป

ส่วนในด้านข้อเสียของรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ เนื้อหารายการทางด้านเทคโนโลยีนำเสนอเรื่องราวสั้นเกินไป พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ ถ่ายทอดเรื่องราวไม่น่าสนใจ ข้อมูลที่ได้รับชมไม่เอื้อต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากจำกัดด้วยกฎระเบียบบริษัท และอื่น ๆ



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาด้วยตนเองฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งของอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์รุ่งฤดีรัตนวิไล ซึ่งได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่อง รวมทั้งข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ จนทำให้การศึกษาด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณพี่ทีมงานบริษัท สแพลช เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ที่ให้โอกาสดำเนินงานวิจัย และคำปรึกษาสำหรับแนวทางการทำวิจัย และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานวิจัย จนทำให้การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์พรณราย แสงวิเชียร คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทุกคน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ แก่ผู้ศึกษาตลอดระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษาในสถาบันแห่งนี้ จนกระทั่งสำเร็จการศึกษา

และท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอมอบความดีอันเกิดจากการวิจัยนี้ให้แก่บิดา มารดา น้า และพี่ ที่ได้ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจตลอดมา และทำให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เสาวนีย์ ถมยา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญแผนภูมิ	(9)
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	4
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.5 นิยามศัพท์	5
2. แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือก ในการสื่อสาร.....	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของกระบวนการเกิดพฤติกรรมการสื่อสาร.....	12
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
2.5 กรอบแนวคิดและตัวแปรที่ต้องการศึกษา	23
2.6 สมมติฐานในการวิจัย	23

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	24
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.3 วิธีการศึกษา	29
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.5 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	30
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	33
3.7 การนำเสนอข้อมูล	34
3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	34
4. ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในเขตกรุงเทพมหานคร	38
4.3 ข้อมูลด้านปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	45
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	78
5.2 อภิปรายผล	84
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	85
5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย	86
บรรณานุกรม	87
ภาคผนวก	
ผนวก ก. ค่าสถิติที่ได้จากการวิจัย	90
ผนวก ข. แบบสอบถาม	112
ประวัติผู้เขียน	118

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 กลุ่มตัวอย่าง	26
3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ได้เลือกและจำนวน	27
3.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	31
4.1 จำนวนและร้อยละส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
4.2 จำนวนและร้อยละด้านการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	38
4.3 จำนวนและร้อยละความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	39
4.4 จำนวนและร้อยละความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	39
4.5 จำนวนและร้อยละการเปิดรับสื่อทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี	40
4.6 จำนวนและร้อยละบุคคลที่มีส่วนในการแนะนำให้เลือกชมรายการโทรทัศน์ ทางด้านเทคโนโลยี	40
4.7 จำนวนและร้อยละช่วงเวลาที่ส่งผลต่อการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้าน เทคโนโลยี	41
4.8 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อพฤติกรรม การเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	41
4.9 จำนวนและร้อยละมูลพฤติกรรมของผู้รับชมที่ได้รับประโยชน์จากการชม รายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	42
4.10 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมของการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์หลังจาก การรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีไปปรับใช้	43
4.11 จำนวนและร้อยละเหตุจูงใจให้เลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	43
4.12 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากชมรายการ โทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	44
4.13 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมทางด้านต่าง ๆ หลังจากชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	44
4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดอันดับความคิดเห็น และระดับ ความสำคัญ ในด้านเนื้อหารายการเป็นรายข้อ	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นที่มีต่อสัญญาณภาพในการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	48
4.16 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีที่ควรปรับปรุงในด้านต่าง ๆ	49
4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	50
4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	52
4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	53
4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	54
4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	56
4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	57
4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านความถี่ในการชมรายการ	59
4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ	61
4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม	63
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	65
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านความถี่ในการชมรายการ	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมการชม รายการโทรทัศน์ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ.....	69
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมการชม รายการโทรทัศน์ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม	71
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมการชม รายการโทรทัศน์ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	73
4.31 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้านลักษณะประชากรศาสตร์	75
4.32 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้านเนื้อหารายการ	75
4.33 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ	76
5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	78

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่

หน้า

2.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย 23



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

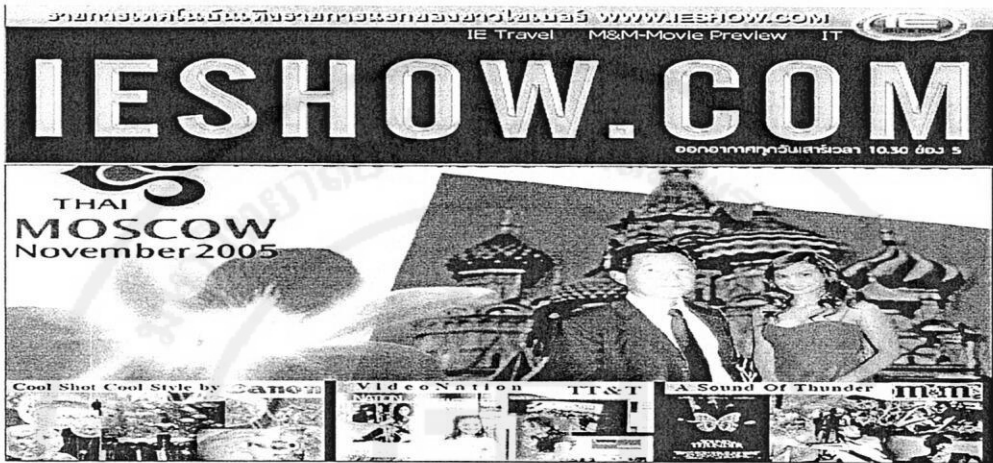
ในโลกของยุคข้อมูลข่าวสาร ปัจจุบันกลุ่มคนในสังคมทุกช่วงอายุเริ่มหันมาสนใจเทคโนโลยีกันมากขึ้น ซึ่งทุกคนคงปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยี ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินชีวิต การประกอบธุรกิจ การเรียนรู้ ตลอดจนการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ยังดำเนินต่อไป อย่างไม่หยุดยั้งนี้เอง จึงจำเป็นที่เราจะต้องหันมาให้ความสนใจ สร้างความเข้าใจ และหาทางใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีนี้ เพื่อประโยชน์แก่ประเทศชาติ และสังคมของเราให้มากที่สุด ดังนั้นสื่ออีกทางหนึ่งที่จะช่วยให้กลุ่มคนในทุกช่วงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มคนทำงาน ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ทันเหตุการณ์อย่างรวดเร็ว คือ รายการโทรทัศน์ ที่มีทั้งภาพ และเสียง ให้เห็นไปพร้อม ๆ กัน และสามารถดูอยู่ในความทรงจำของผู้ชมได้ดีกว่าการ ได้ยินหรือได้เห็นเพียงอย่างเดียว สื่อโทรทัศน์จึงถือเป็นเครื่องมือสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของเราในปัจจุบัน ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ชมทั้งทางตรง และทางอ้อม ให้ความบันเทิงและความรู้แก่ผู้ชม จัดเป็นสื่อที่มีความสำคัญในระดับต้น ๆ ในจำนวนสื่อทั้งหมดในปัจจุบัน และสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลทุกเพศ ทุกวัยได้เป็นอย่างดี

จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ที่นำเสนอรายการทางด้านเทคโนโลยี ผ่านรายการโทรทัศน์ ให้ผู้ชมได้เลือกชม และจดจำได้ง่ายหลายรายการ โดยนำเสนอในรูปแบบของผู้ดำเนินรายการ โดยใช้พิธีกรคนเดียว ดำเนินรายการไปพร้อมกับการนำเสนอเรื่องราว ขั้นตอนการใช้งาน และถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ โดยผ่านพิธีกรในแต่ละช่วง ในแต่ละเรื่องราว ทำให้เกิดความน่าสนใจของเนื้อหาและผู้นำเสนอเรื่องราว อีกทั้งยังได้ประโยชน์จากการนำเสนอมาปรับประยุกต์ใช้ให้เข้ากับชีวิตประจำวันและชีวิตการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อการพัฒนาตนเองไปพร้อม ๆ กับโลกแห่งเทคโนโลยีที่ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง รายการที่นำเสนอทางด้านเทคโนโลยี มีรายการที่ออกอากาศอยู่ ณ ปัจจุบัน คือ

1. รายการไออีโชว์ คอทคอม ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5
วันอาทิตย์ เวลา 10.15 -11.00 น.

ผลิตรายการโดย บริษัท สแพลช เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

(หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับวันที่ 19 พฤศจิกายน 2548, ทีวีวันนี้มีอะไร. หน้า 31)

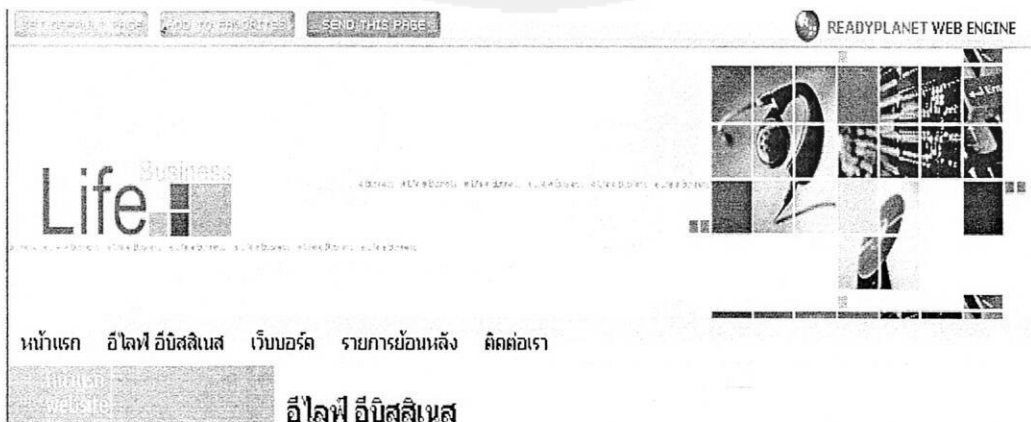


เทคโนโลยี Entertainment เพื่อคนทันสมัย (New generation) ทั้งความรู้เทคโนโลยีและความบันเทิง

2. รายการ E-life e-business ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 10.30 -11.00 น.

ผลิตรายการโดยบริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด

(หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับวันที่ 17 พฤศจิกายน 2548, ทีวีวันนี้มีอะไร. หน้า 31)



นำเสนอความรู้เท่าทันเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร

3. รายการไอที อีเลฟเว่น

ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11

วันศุกร์ เวลา 21.00 – 21.25 น.

ผลิตรายการโดยบริษัทพีเพิลมีเดีย จำกัด

(หนังสือพิมพ์เคลิวิวิส ฉบับวันที่ 20 พฤศจิกายน 2548, ทีวีวันนี้มีอะไร. หน้า 31)

IT Eleven มิติใหม่รายการไอทีไทย



SMEs ZONE



SMEs ZONE

มุ่งเน้นนำเสนอความคิดและผลงานของดาวเด่นในโลกไอทีทั้งเด็ก และผู้ใหญ่

จากข้อมูลในปัจจุบันรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีที่นำเสนอ นับว่ายังมีอยู่ไม่มากนัก สำหรับการเปิดโลกแห่งการเรียนรู้ของผู้ชมให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องด้วยการจำกัดด้วยปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ที่ทำให้รายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยียังมีไม่เพียงพอสำหรับผู้ชม และผู้ชมก็มีปัจจัยหลาย ๆ อย่างสำหรับการเลือกชมสื่อด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเวลา ช่องสถานี เนื้อหาข้อมูล และอื่น ๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผลทำให้กลุ่มผู้ชมได้รับข้อมูลมาน้อยแตกต่างกันออกไป

หากมองลึกลงไปจะพบว่ากลุ่มคนในสังคมทุกวันนี้ ยังมีความรู้ไม่มากนักในเรื่องของเทคโนโลยี หรือมีความรู้แต่ไม่ได้นำมาใช้ ทำให้เป็นการยากในการจะทำให้ผู้ชมตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี ดังนั้น สื่อจึงมีบทบาทมากขึ้นสำหรับการนำเสนอเรื่องราวของเทคโนโลยีให้เห็นชัดเจนถึงความก้าวล้ำนำหน้าของผู้ที่สนใจในเรื่องของเทคโนโลยี และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยจึงคาดหวังว่าการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ชมที่ได้รับชมได้นำเทคโนโลยีไปใช้ในด้านต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน และช่วยกันส่งเสริมให้มีแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น เพื่อการพัฒนาทั้งทางด้าน การเรียน การประกอบธุรกิจต่าง ๆ รวมกระทั่งถึงด้านสังคมด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการศึกษาเฉพาะด้านเนื้อหารายการ และด้านรูปแบบการดำเนินรายการเท่านั้น โดยทำการสุ่มตัวอย่างประชากรที่เลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี จำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง เขตชั้นนอก และทำการเลือกเฉพาะเจาะจงจากจำนวนประชากรที่มากที่สุด ได้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 1 เขต รวมทั้งสิ้น 3 เขต โดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2548 – กุมภาพันธ์ 2549

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อ สาระความรู้ทางด้านเทคโนโลยีของผู้ผลิตรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมรายการ
3. เพื่อทราบถึงประโยชน์ที่มีต่อผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5 นิยามศัพท์

รายการโทรทัศน์ คือ รายการโทรทัศน์ออกอากาศที่มีทั้งภาพ และเสียง ออกอากาศในช่วงเวลาต่าง ๆ และสถานีโทรทัศน์หลายช่อง เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ และความบันเทิง

เทคโนโลยี คือ ความรู้ วิธีการ และเครื่องมือ ที่มนุษย์ใช้เพื่อขยายผลผลิต และ/หรือ ความสามารถของมนุษย์ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการในด้านต่าง ๆ ดังนั้น สิ่งใด ๆ ก็ตามที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการสนองตอบต่อความต้องการของมนุษย์ ต่างก็นับว่าเป็นเทคโนโลยีด้วยกันทั้งสิ้น

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology หรือ IT) หมายถึง เทคโนโลยีที่ช่วยในการรวบรวม จัดเก็บ ประมวลผล เรียกใช้ รวมทั้งถ่ายทอด และนำเสนอ ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ในทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ ซึ่งรวมทั้งเสียง ข้อมูล หรือภาพ ประกอบด้วยเทคโนโลยีหลักได้แก่ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีเกี่ยวกับฐานข้อมูล (www.princess-it.org)

พฤติกรรม คือ ความประพฤติ การปฏิบัติตน ในที่นี้หมายถึงความดี ความสม่ำเสมอ ความตั้งใจในการชม การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่ม การนำข้อมูลที่ได้รับจากรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์

ผู้ชมรายการ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการรับข้อมูล ข่าวสารเทคโนโลยี โดยผ่านทางรายการโทรทัศน์ที่มีทั้งภาพ และเสียง

ด้านช่องรายการ คือ ความรู้สึกหรือความคิดของผู้ชมรายการเทคโนโลยี ที่มีต่อคุณลักษณะของช่องรายการ ได้แก่ ความใหม่ น่าติดตาม ความน่าสนใจ ความทันสมัย ความรวดเร็วของรายการและสาระความรู้ที่ได้รับ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะด้านเพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยครั้งนี้ที่กล่าวถึงพฤติกรรมการเลือกในการสื่อสาร และสามารถลำดับขั้นตอนในการรับรู้สื่อให้เห็นได้อย่างชัดเจน ทำให้เราทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้สื่อ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาสื่อสาระความรู้ทางด้านเทคโนโลยีของผู้ผลิตรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้รับชมมากที่สุด และผู้ชมสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ต่อสังคม ต่อประเทศชาติ โดยมีแนวคิดและทฤษฎี ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกในการสื่อสาร
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของกระบวนการเกิดพฤติกรรมการสื่อสาร
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

วสันต์ อดิศักดิ์ (2523 : 219) กล่าวว่า โทรทัศน์เปรียบเสมือนหนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์รวมกัน ประชาชนสามารถได้รับทั้งข่าวสาร ภาพ และเสียงไปพร้อมกันในเวลาเดียวกัน ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว เอกการ์ เดล ได้จัดเอาโทรทัศน์ไว้ในกรวยประสบการณ์เป็นอันดับที่ 7 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะนักการศึกษา และนักโสตทัศนศึกษาได้ตระหนักถึงหลักการเรียนรู้ที่ว่า ในสภาพการณ์การเรียนรู้ใด ๆ ก็ตาม ถ้าเรายังไร้ประสาทสัมผัสสมากชนิดได้มากเท่าใด ผู้เรียนย่อมเรียนได้เร็วและเข้าใจได้ดีเท่านั้น

ปรมะ สตะเวทิน (2546 : 110) พฤติกรรมทั่วไปในการสื่อสาร หมายถึง พฤติกรรมตามปกติของมวลชนผู้รับสารในการรับสารจากองค์การสื่อมวลชน หรือนักสื่อสารมวลชน พฤติกรรมการรับสารของมวลชนผู้รับสารนั้นถูกกำหนดโดยปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา ปัจจัยเหล่านี้แก่ ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) ทัศนคติ (Attitudes) ความรู้ (Knowledge) และสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม (Position with a social-cultural system)

ลักษณะ สรวิวัฒน์ (2540 : 16 - 17 ; อ้างใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2546 : 22) พฤติกรรมการสื่อสาร มาจากคำว่า “พฤติกรรม” และ “การสื่อสาร” ซึ่งเป็นศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก เนื่องจากได้กล่าวถึงความหมายของ “การสื่อสาร” ไว้โดยละเอียดแล้ว ในที่นี้จึงขอหยิบยกนิยามของคำว่า “พฤติกรรม” บางส่วนมา เพื่อแสดงให้เห็นถึงความหมายที่แท้จริงของคำว่า “พฤติกรรม” ในแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ เสียก่อน

- พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือปฏิกิริยาที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย กล้ามเนื้อ สมอง อารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่มนุษย์และสัตว์ย่อมจะแสดงออกมาให้เห็นได้อย่างชัดเจน
- พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ของร่างกายที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกระบวนการทางจิตซึ่งถูกจูงใจด้วยสิ่งเร้าต่าง ๆ
- พฤติกรรม หมายถึง กิริยาของสิ่งมีชีวิตในรูปแบบที่แสดงออกมาเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้น ทั้งสิ่งที่อยู่ภายในและภายนอกร่างกาย เพื่อเป็นไปอย่างเหมาะสมในการอยู่รอดของชีวิต
- พฤติกรรม เกิดจากการประสานงานกันระหว่างระบบประสาท ระบบกล้ามเนื้อ และระบบต่อม

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร

ปรเม สตะเวทิน (2546 : 104) กล่าวว่า แม้จะได้มีการจำแนกมวลชนผู้รับสารออกเป็นกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ มวลชนผู้รับสารขั้นต้นนำ มวลชนผู้รับสารทั่วไป และมวลชนผู้รับสารเฉพาะกลุ่มแล้วก็ตาม แต่มวลชนผู้รับสารแต่ละกลุ่มก็ยังคงมีขนาดใหญ่ มีความแตกต่างกันและไม่เป็นที่รู้จักและเข้าใจถึงลักษณะของมวลชนผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของตนให้ได้มากที่สุด เพื่อลดลักษณะความไม่เป็นที่รู้จักของมวลชนผู้รับสาร (Anonymity) เพื่อให้ภาพของมวลชนผู้รับสารมีความชัดเจนขึ้น และสามารถวางแผนการสื่อสารได้สอดคล้องกับลักษณะของมวลชนผู้รับสารแต่ละกลุ่ม

ในการพิจารณาถึงลักษณะของมวลชนผู้รับสาร เราสามารถพิจารณาได้เป็น 2 ลักษณะ

1. ลักษณะทางจิตวิทยาของมวลชนผู้รับสาร หมายความว่า ลักษณะทางจิตใจของมวลชนผู้รับสาร เช่น นิสัยการใช้สื่อมวลชน (Media Habits) ทักษะคิด ความคิดเห็น ค่านิยม ความนับถือตนเอง (Self-Esteem) รสนิยม ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมอื่น ๆ เช่น นิสัยการซื้อ การใช้เวลาว่าง ฯลฯ

2. ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสาร (Audience Demographics or Demographic Characteristics of Audiences)

ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสารหมายถึง ลักษณะด้านอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา และภูมิสำเนา ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสาร จำแนกมวลชนผู้รับสารออกได้เป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามลักษณะประชากรแต่ละลักษณะประชากรแต่ละลักษณะ เช่น ลักษณะด้านอายุ อาจแบ่งมวลชนผู้รับสารออกเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยกลางคน กลุ่มหนุ่มสาว กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มเด็ก ลักษณะทางเพศแบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง ฯลฯ

พฤติกรรมกรรมการเลือกในการสื่อสาร (Selective Communication Behavior)

ปรมะ สตะเวทิน (2546 : 120-122) โดยปกติแล้วคนเรามักจะมีนิสัยชอบเลือก เลือกที่จะคิด เลือกที่จะทำ เลือกที่จะเชื่อ ตามใจของเราปรารถนา เราเลือกของที่สวยงาม ของที่ดี ของที่เราชอบ ของที่เราต้องการ นิสัยในการชอบเลือกนี้เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ในชีวิตของเราในการสื่อสารมวลชนก็เช่นเดียวกันมวลชนผู้รับสารก็จะเลือกในการรับสาร การเลือกนี้เรียกว่า กระบวนการในการเลือก (Selective Processes) ซึ่งมีอยู่ 4 กระบวนการ หรือ 4 ขั้นตอน ซึ่งมีความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกัน ขั้นตอน

1. การเลือกเปิดรับ หรือ การเลือกใช้สื่อมวลชน (Selective Exposure) ในชีวิตประจำวันของประชาชนนั้น แต่ละคนมีโอกาสที่จะรับสารจากแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ จำนวนมากมาย แต่ประชาชนมีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการจะรับสารจากแหล่งต่าง ๆ รวมทั้งประชาชนมีความพอใจหรือไม่พอใจแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ แตกต่างกันไป ดังนั้นในการสื่อสารมวลชนประชาชนจึงเลือกที่จะเปิดรับหรือเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนตามความปรารถนาของตน เช่น ในการดูทีวี มีสถานีโทรทัศน์อยู่ 6 สถานีในกรุงเทพมหานคร พอถึงเวลาข่าวเราจะเลือกดูข่าวจากช่องไหน จะดูละครช่องใดเมื่อจะฟังวิทยุจะหมุน ไปฟังสถานีไหนจะอ่านหนังสือพิมพ์ จะอ่านฉบับใดในการใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ความคิดเห็น ตลอดจนโฆษณาสินค้า เราจะเลือกใช้สื่อใด วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หรือหนังสือพิมพ์ โดยปกติแล้วเราจะเลือกใช้สื่อมวลชนที่เสนอข่าวสาร และความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของเรา ทั้งนี้เพราะโดยธรรมชาติแล้วคนเรามีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้องรักษาและส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self-Concept)

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) หลังจากการเลือกใช้สื่อมวลชนแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการเลือกให้ความสนใจกับเนื้อหาของสื่อมวลชนที่ตนเลือกใช้ โดยปกติเรามักจะเลือกให้ความสนใจกับสิ่งที่เราสนใจ ชอบและสอดคล้องกับทัศนคติ ความคิด และความเชื่อของเรา เช่น เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์เรามักจะเลือกอ่านเพียงบางหน้า บางข่าว บางคอลัมน์ บางบทความ

เราอาจจะอ่านข่าวหน้า 1 เพียง บางข่าว อ่านข่าวในหน้าสังคม หน้าบันเทิง หน้ากีฬาเพียงบางข่าว อ่านบทความที่สอดคล้อง ส่งเสริมสนับสนุนความคิด ความเชื่อของเรา ในการดูทีวี เราก็เลือกดูรายการ เช่น ดูข่าว ดูรายการวาไรตี้โชว์ เกมโชว์ กีฬา ฯลฯ

3. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) การรับรู้ (perception) และการตีความหมาย (interpretation) มีความเกี่ยวข้องกันจนเกือบจะเป็นสิ่งเดียวกัน การรับรู้คือ กระบวนการการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็นขั้นตอนที่สามของกระบวนการในการเลือกของมวลชนผู้รับสาร ก็คือ การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชนที่ตนเลือกในความสนใจ คนเราจะเลือกตีความหมายของสิ่งที่ตนอ่าน ดู ฟัง ตามทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของตน เนื้อหาของสื่อมวลชนจึงมักจะถูกตีความหมายบิดเบือนไปโดยที่เราไม่รู้ตัว การเลือกตีความหมายเกิดขึ้นตามธรรมชาติของมนุษย์ยกตัวอย่างเช่น คนที่สูบบุหรี่เมื่ออ่านบทความในหนังสือพิมพ์ที่พูดถึงผลร้ายของการสูบบุหรี่ที่อาจทำให้เป็นมะเร็งได้ มักจะไม่ค่อยเชื่อว่าการสูบบุหรี่จะทำให้คนเป็นมะเร็งได้จริง ๆ หรือ คนที่มีอคติในเรื่องเชื้อชาติเมื่อได้รับสารที่ตำหนิเรื่องการแบ่งแยกผิวกลับตีความไปว่าสารนั้นส่งเสริมการแบ่งแยกผิว เป็นต้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่มวลชนผู้รับสารเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชนแล้ว ก็มาถึงขั้นตอนสุดท้ายคือขั้นตอนของการจำสิ่งที่ตนได้จากการใช้สื่อมวลชน ในการจดจำเนื้อหาของสื่อมวลชน มวลชนผู้รับสารก็ทำการเลือกเช่นเดียวกับการเลือกใช้สื่อมวลชน เลือกให้ความสนใจกับเนื้อหาของสื่อมวลชน และเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชน นั่นคือมวลชนผู้รับสารจะเลือกจดจำเฉพาะเนื้อหาที่สอดคล้องกับรสนิยม ทัศนคติ ความชอบ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของตน ผลของการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าเราสามารถจดจำสิ่งที่สอดคล้องกับหรือเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อมวลชนจึงเท่ากับเป็นการช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้ทัศนคติเดิมหรือความเชื่อเดิมของเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

พฤติกรรมในการเลือกในการสื่อสารเป็นการอธิบายให้เห็นถึงลักษณะความกระตือรือร้น (Active) ของมวลชนผู้รับสาร เป็นการแสดงให้เห็นว่ามวลชนผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชน ไม่ได้เป็นผู้รับสารที่เฉื่อยชา (Passive Audience) ที่รับผลจากการกระทำของสื่อมวลชน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกในการสื่อสาร

ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent D. Ruben) (อ้างในปรมะ สตะเวทิน 2546 : 122-125) ในการเลือกของมวลชนผู้รับสารมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการในการเลือก ได้กล่าวถึงปัจจัยดังกล่าวไว้ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกเพื่อสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ เป็นต้น

2. ทักษคติและค่านิยม (Attitudes and Values) ทักษคติ คือ ความชอบและความมีใจโน้มเอียง (Preferences and Predispositions) ต่อเรื่องต่าง ๆ

ค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไร ในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน

ทั้งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goals) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายสำหรับการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวสารนั้นไว้ เช่น โอกาสที่คนที่รู้เฉพาะภาษาไทยจะใช้เวลาฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์หรืออ่านหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศมาก ๆ นั้นคงจะอยู่ในระดับต่ำ สาเหตุก็เนื่องมาจากความสามารถด้านภาษาที่จำกัด

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้วเราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น คนที่จะซื้อรถใหม่ก็จะหาบทความหรือโฆษณาเกี่ยวกับรถมาอ่าน การอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ เป็นต้น เป็นการกระทำจากการเลือกของเราโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ของเรา

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้น บางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ตัวอย่างเช่น วิทยุในเมืองไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรุงเทพมหานครชอบที่จะฟังวิทยุมากกว่าการใช้สื่อมวลชนประเภทอื่น

7. สภาพวะ (Context) สภาพวะในที่นี้หมายความว่า สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของมวลชนผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องการถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่เราคิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไรล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร มวลชนผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้น เราจึงเลือกที่จะใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกในการสื่อสารไว้ดังต่อไปนี้

1. ความสะดวกในการใช้ เราเลือกใช้สื่อที่มีอยู่ หรือที่อยู่ใกล้ตัวเรา เช่น เราเลือกดูทีวีเพราะสะดวกกว่าไปดูหนัง (นี่จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ภาพยนตร์ลดบทบาทด้านการให้ความบันเทิงแก่ประชาชนเพราะถูกแทนที่โดยโทรทัศน์) เราอ่านนิตยสารที่อยู่ใกล้ตัวเรามากกว่าที่จะอ่านนิตยสารที่ต้องเดินออกไปซื้อ เป็นต้น

2. ความเด่น เราเลือกให้ความสนใจกับสารที่มีจุดเด่นต่างไปจากสารอื่น ๆ ที่ดาษดื่นธรรมดา ๆ ดังนั้น เราจึงชอบอ่านพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ ให้ความสนใจกับโฆษณาแปลก ๆ สวย ๆ

3. ประสบการณ์ ประสบการณ์ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์ได้ประสบมาในชีวิต ประสบการณ์มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม ความต้องการของเรา ดังนั้น เราจึงทำการสื่อสารในฐานะของผู้รับสารด้วยการเลือกใช้สื่อ เลือกให้ความสนใจต่อสาร เลือกตีความหมายเนื้อหาของสาร และเลือกจดจำตามประสบการณ์ของเรา

4. การใช้ประโยชน์ คนแต่ละคนมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของตนเอง ดังนั้น เราจึงเลือกในการสื่อสารโดยมีเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งในการสื่อสารครั้งหนึ่ง ๆ เช่น เพื่อให้ได้มาซึ่งข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อความบันเทิง ฯลฯ

5. การศึกษาและสถานะทางสังคม การศึกษาและชั้นทางสังคมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกของผู้รับสาร เช่น คนที่มีระดับการศึกษาสูงมักจะเลือกดูข่าว รายการข่าวสาร และรายการเกี่ยวกับการบ้านการเมือง คนที่มีการศึกษาสูงและสถานะทางสังคมสูงมักเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าโทรทัศน์

คณะกรรมการกลุ่มผลิตวิชาพฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร (2539 : 5) “พฤติกรรม การสื่อสาร ” หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์ ที่มีลักษณะบ่งบอกว่าเป็น การสื่อความหมาย โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างกันและกัน เพื่อวัตถุประสงค์หลัก คือ ความเข้าใจร่วมกัน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของกระบวนการเกิดพฤติกรรมการสื่อสาร

คณะกรรมการกลุ่มผลิตวิชาพฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร (2539 : 10-12) การติดต่อสัมพันธ์ ระหว่างมนุษย์ในสังคม เป็นพฤติกรรมทางสังคมซึ่งจำแนกเป็นกระบวนการใน 2 ลักษณะดังนี้

1. รูปแบบของกระบวนการเกิดพฤติกรรมการสื่อสาร

1.1 พฤติกรรมปกปิด (Covert Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสารที่ไม่สามารถ สังเกตเห็นได้จากภายนอก เกิดจากกระบวนการภายในตัวบุคคล เกี่ยวข้องกับระดับสติปัญญา จิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารในแง่ของการเรียนรู้ การจดจำ การคิด การตัดสินใจ ฯลฯ พฤติกรรมการสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวนี้ จัดว่าเป็นพฤติกรรมภายในซึ่งมิได้ แสดงออกมาอย่างเปิดเผยให้สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ในการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับ โครงการใหม่ของบริษัท พนักงานผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนต่างนั่งฟังประธานอธิบายด้วยที่ท่าที่ ตั้งอกตั้งใจ แต่ไม่มีใครสามารถทราบได้ว่าแต่ละคนกำลังคิดอะไรอยู่ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ตัดสินใจ จะให้ความร่วมมือ หรือตั้งใจจะขัดขวางโครงการ เป็นต้น

1.2 พฤติกรรมเปิดเผย (Overt Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสารที่สามารถ สังเกตเห็นได้จากภายนอก เกิดจากกระบวนการที่คนเรามีปฏิสัมพันธ์กับปรากฏการณ์ เหตุการณ์ หรือสรรพสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม อันเป็นผลทำให้พฤติกรรมการสื่อสารปรากฏออกมา ในรูปแบบที่สามารถเห็นได้ เช่น พฤติกรรมการพูด การเขียน การหัวเราะ การแสดงสีหน้า การแต่งกาย เป็นต้น

รูปแบบของพฤติกรรมการสื่อสารใน 2 ลักษณะดังกล่าวนี้ แท้จริงเกิดจากกระบวนการ ที่มีความต่อเนื่องและสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้ง อีกทั้งไม่มีหลักฐานซึ่งบ่งอย่างชัดเจนว่าเป็น กระบวนการที่เป็นอิสระจากกัน บางครั้งพฤติกรรม 2 รูปแบบนี้เกิดขึ้นในลักษณะที่สอดคล้อง ต้องกัน แต่ในบางครั้งก็มีความขัดแย้งกันอยู่ในตัว ดังที่เราพบเห็นกันอยู่เป็นประจำในกรณี ที่ปากกับใจของคนเราไม่ตรงกัน เช่น การพูดชมว่า “วันนี้เธอแต่งตัวสวยสดใสจริงๆ” แต่ภายในใจ ของคนพูดนั้นไม่มีใครทราบว่าเขากำลังคิดอะไรอยู่ อาจจะคิดตรงกับคำชม หรืออาจจะคิดในใจว่า “คนอะไรแต่งตัวสีฉูดฉาดไม่เหมาะสมกับสีผิวของตนเองเลย”

2. รูปแบบของปริบทแห่งพฤติกรรมสื่อสาร

พฤติกรรมสื่อสารของคนเราเกิดขึ้นภายใต้ปริบท ซึ่งหมายถึงสภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์ ที่มีระดับความซับซ้อนแตกต่างกัน ทำให้การแสดงออกซึ่งกิจกรรมการติดต่อสื่อความหมายของมนุษย์มีรูปแบบที่ต่างกันไปตามปริบทได้ 3 ลักษณะใหญ่ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

2.1 พฤติกรรมสื่อสารภายในตัวบุคคล หมายถึง พฤติกรรมการติดต่อสื่อสารกับตนเองภายใต้สภาพการณ์แห่งกระบวนการคิด การตีความ ความจดจำ เกี่ยวกับปรากฏการณ์และสรรพสิ่งต่าง ๆ ที่แต่ละบุคคลรับรู้ แล้วนำไปเชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมที่สะสมอยู่ภายในสมอง เกิดเป็นกรอบแห่งความคิด ความเชื่อ ทักษะคติ ฯลฯ ในรูปแบบใหม่ หรือเป็นการย้ายสิ่งเดิมที่มีอยู่ในกรอบแห่งความคิดให้มั่นคงยิ่งขึ้น พฤติกรรมสื่อสาร โดยทั่วไปจึงเริ่มต้นจากการจัดลำดับความคิดภายในบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เพื่อทำการเรียบเรียงออกมาเป็นถ้อยคำในภาษาพูด หรือข้อความในภาษาเขียน ซึ่งต้องกระบวนการเลือกสรรและการขจัดสิ่งที่ไม่ต้องการ ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมสื่อสารภายในตัวบุคคลเกิดขึ้นในลักษณะใดลักษณะหนึ่งนั้น ก็คือปัจจัยในแง่สภาพการณ์และสภาพแวดล้อมส่วนบุคคลในด้านระดับสติปัญญา บุคลิกภาพและจิตวิทยาบุคคล พฤติกรรมสื่อสารภายในตัวบุคคลที่พบเห็นเสมอ เช่น การคิดคำนึงกับตนเอง การพูดรำพึงดัง ๆ กับตนเอง เป็นต้น

2.2 พฤติกรรมสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ปกติคนเรามีได้หยุดความคิดไว้กับตนเองเพียงลำพัง สภาพการณ์ทางสังคมมีส่วนผลักดันให้คนเราปรารถนาที่จะกระทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับคนอื่น ๆ โดยอาศัยเครื่องหมาย สัญญา หรือสัญลักษณ์เป็นรหัสในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ในรูปของภาษาพูด ภาษาเขียน ซึ่งจัดว่าเป็นวัจนสาร แต่ในบางครั้งเราอาจติดต่อกันด้วยอวัจนสาร เช่น สีหน้า ท่าทาง สีของเสื้อผ้า กลิ่นน้ำหอม ฯลฯ ควบคู่กันไปด้วย สภาพการณ์หรือสภาพแวดล้อมของการสื่อสารระหว่างบุคคลเริ่มต้นจากความสัมพันธ์ของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป จนถึงกลุ่มบุคคล กลุ่มสาธารณชน องค์กรและสถาบัน ซึ่งปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปทั้งในรูปแบบของการสื่อสารเฉพาะหน้า และการสื่อสารโดยผ่านสื่อคนกลาง (ยกเว้นสื่อมวลชน) เช่น การเขียนจดหมายติดต่อกัน การโทรศัพท์ โทรเลข ฯลฯ

2.3 พฤติกรรมสื่อสารมวลชน เมื่อสังคมมีลักษณะขยายตัวประกอบกับความเจริญก้าวหน้าด้านวิทยาการและเทคโนโลยี ทำให้รูปแบบการสื่อสารพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป เพื่อความเหมาะสมสอดคล้องกับลักษณะสภาพการณ์ทางสังคมสมัยใหม่ การสื่อสารได้ขยายขอบเขตไปสู่มวลชนจำนวนมากมาย ทั้งภายในและภายนอกสังคมนั้น โดยผ่านทางช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็ว ซึ่งเรารู้จักกันดีในนามของสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น สื่อมวลชนดังกล่าวนี้ สามารถนำสารไปสู่มวลชนทุกหนทุกแห่งได้พร้อมกัน

ทันทีหรือเกือบพร้อมกัน การแสดงออกซึ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมกระทำการสื่อสารทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่สามารถกระทำการตอบโต้โดยตรงได้ทันที ส่วนใหญ่เป็นการตอบโต้โดยผ่านสื่อกลาง

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมการสื่อสารนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตประจำวันของสังคมมนุษย์ และมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์อย่างยากที่จะแยกออกจากกันได้ การพิจารณาลักษณะพฤติกรรมการสื่อสารนั้นเรามองได้จากหลายมิติ กล่าวคือ มิติด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม (รวมทั้งภาษา) และมิติด้านสภาพแวดล้อม อย่างไรก็ตาม การศึกษาถึงพฤติกรรมการสื่อสารให้เข้าใจอย่างถูกต้องและละเอียดลึกซึ้ง จำเป็นต้องพิจารณาถึงโครงสร้างและองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการแห่งพฤติกรรมการสื่อสารในเบื้องต้นก่อน

ปัจจัยที่ทำให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสาร

คณะกรรมการกลุ่มผลิตวิชาพฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร (2539 : 34-38) องค์ประกอบต่าง ๆ ของกระบวนการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร เป็นปัจจัยที่กำหนดประสิทธิผลของการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร นอกจากนี้ องค์ประกอบของการสื่อสารแต่ละตัวต่างมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน กล่าวคือ หากผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร แต่ถ้าช่องทางการสื่อสารด้อยคุณภาพหรือผู้รับสารขาดประสิทธิภาพในการสื่อสาร พฤติกรรมการสื่อสารก็ย่อมจะด้อยประสิทธิภาพตามไปด้วย ดังนั้น ถ้าต้องการให้พฤติกรรมการสื่อสารประสบความสำเร็จมากที่สุด จำเป็นจะต้องทำให้องค์ประกอบในการสื่อสารทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสมบูรณ์ในตัวของมันเอง ซึ่งความมีประสิทธิภาพขององค์ประกอบเหล่านี้ขึ้นอยู่กับลักษณะปัจจัยย่อยต่าง ๆ

1. ปัจจัยด้านบุคคล

1.1 ผู้ส่งสาร-ผู้เข้ารหัส เมื่อผู้ส่งสารตัดสินใจจะส่งสารเพื่อให้มีผลอย่างไรอย่างหนึ่งต่อผู้รับสารนั้น เขาก็จะทำการเข้ารหัสส่งไป สำหรับปัจจัยในส่วนของผู้ส่งสาร ซึ่งจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นนั้นมีอยู่ด้วยกัน 4 ประการ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะการรับรู้ และสถานภาพในระบบสังคมและวัฒนธรรม

1.1.1 ทักษะในการสื่อสาร ทักษะในการสื่อสารหมายถึง ความชำนาญหรือความสามารถในการสื่อสาร การสื่อสารโดยการใช้ถ้อยคำมีทักษะที่เกี่ยวข้องอยู่ 5 ประการ แบ่งเป็น ทักษะในการเข้ารหัสคือทักษะในการเขียนและการพูด อีก 2 ประการเกี่ยวกับทักษะในการถอดรหัสคือทักษะในการอ่านและการฟัง สำหรับทักษะประการสุดท้าย คือความคิดหรือการใช้เหตุผล

นอกจากนี้ยังมีทักษะที่เกี่ยวกับการสื่อสารแบบไม่ใช่ถ้อยคำ ได้แก่ ทักษะในการวาดภาพ การเขียนภาพ การแสดงอากัปกริยา

ในฐานะของผู้ส่งสาร ทักษะในการสื่อสารมีผลต่อการสื่อสาร 2 ประการ คือ

ประการแรก ทักษะเหล่านี้จะมีส่วนช่วยให้ผู้ส่งสารวิเคราะห์จุดประสงค์ และความตั้งใจของตนเองทำให้เกิดความสามารถที่จะทำการสื่อสารได้ดังที่ต้องการ

ประการที่สอง ทักษะเหล่านี้มีส่วนทำให้ผู้ส่งสารสามารถเข้ารหัสสารในความหมายที่ต้องการออกได้สมความตั้งใจ เช่น ในการสื่อสารไม่ว่าจะโดยการพูดหรือการเขียนผู้ส่งสารที่มีความชำนาญในการเข้ารหัสสาร จะสามารถเลือกถ้อยคำที่เหมาะสมกับผู้รับสาร คือ ถ้อยคำที่ไม่ยากแก่การเข้าใจ อีกทั้งจะต้องถูกต้องชัดเจนที่สุด ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของตัวสะกดการันต์หลักไวยากรณ์ การออกเสียง ตลอดจนการแต่งทำทางประกอบด้วย

1.1.2 **ทัศนคติ** ทัศนคติของผู้ส่งสารย่อมมีผลหรืออิทธิพลต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการสื่อสารเช่นกัน ทัศนคติของผู้ส่งสารแบ่งออกได้เป็น 3 ประการ คือ ทัศนคติต่อตนเอง ทัศนคติต่อสาร และทัศนคติต่อผู้รับสาร

ผู้ส่งสารจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารมากน้อยเพียงใด ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อตนเอง หากมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเอง การสื่อสารก็ย่อมจะมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากผู้ส่งสารเกิดความหวั่นวิตก ไม่มั่นใจในความสามารถของตนเองการสื่อสารย่อมจะด้อยประสิทธิผลและประสิทธิภาพ

ผู้ส่งสารจะต้องมีความชื่นชอบ และมีความเข้าใจในเรื่องราวที่ต้องการถ่ายทอดไปยังผู้รับสารเป็นอย่างดี หากผู้ส่งสารขาดความสนใจ และไม่รู้ลึกซึ้งขึ้นชมกับสารที่ตนเองกำลังจะถ่ายทอดออกไปสู่ผู้อื่น ย่อมนำมาซึ่งความลำบากใจในการสื่อสาร ซึ่งจะมีผลกระทบไปถึงประสิทธิภาพในการสื่อสารอย่างมาก

นอกจากนี้ประสิทธิภาพของการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้น้อยมาก หากผู้ส่งสารเกิดทัศนคติในทางลบต่อผู้รับสาร อาจจะได้จากการคบหาสมาคมในกลุ่มเพื่อนฝูง ถ้ามีความพึงพอใจซึ่งกันและกัน การพูดคุยก็ดูจะไม่มีอุปสรรคขวางกั้น แต่ถ้ามีอคติหรือไม่ชอบใครคนหนึ่งคนใด การพูดคุยกันก็ดูจะมีปัญหาต่อการทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน

1.1.3 **ระดับความรู้** ประสิทธิภาพในการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับระดับความรู้ของผู้ส่งสาร ซึ่งจำแนกออกได้เป็น 2 ประการ ประการแรก เป็นความรู้ในเนื้อหาของเรื่องที่ทำกรสื่อสาร ผู้ส่งสารจำเป็นจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องราวที่ตนเองจะพูดหรือเขียนถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร เพราะถ้าขาดซึ่งความรู้แล้วย่อมเป็นการยากที่จะอธิบายให้ผู้รับสารเข้าใจ ตัวอย่างเช่น ในการที่จะไปอธิบายชี้แจงให้ชาวบ้านเข้าใจถึง

หลักโภชนาการถ้าวิทยากรมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวไม่ดีพอ ก็อาจจะมีปัญหาและอุปสรรคบางประการในการที่จะทำให้ชาวบ้านเข้าใจ เนื่องจากคำอธิบายอาจจะสับสนวุ่นจนทำให้ชาวบ้านขาดความสนใจ ไม่อยากรับทราบเนื้อหาสาระดังกล่าวต่อไปอีก

นอกจากนี้ ผู้ส่งสารจำเป็นจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารด้วย คือมีความสามารถในการวิเคราะห์องค์ประกอบในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง และมีความเข้าใจถึงลักษณะความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างกันและกันในบรรดาองค์ประกอบเหล่านั้นด้วย

1.1.4 สถานภาพในระบบสังคมและวัฒนธรรม สถานภาพต่าง ๆ ในสังคมของผู้ส่งสารไม่ว่าจะเป็นบทบาท ตำแหน่ง หน้าที่ บรรทัดฐาน ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ ล้วนมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสาร การที่ผู้ส่งสารจะส่งสารออกไป เขาย่อมได้รับอิทธิพลจากสังคมและวัฒนธรรมที่เขาสังกัดอยู่ คราวอาจจะพูดคุยเป็นกันเองได้นอกเวลาเรียน แต่ในขณะที่ทำการสอนในชั้นเรียน ครูจะทำการสอนและตักเตือนว่ากล่าวเป็นงานเป็นการ นั่นคือบทบาทของครูตามหน้าที่ คือ เป็นทั้งแม่พิมพ์ผู้ให้ความรู้ในเนื้อหาวิชาการและเป็นที่ปรึกษาในเรื่องทั่ว ๆ ไป อย่างเป็นกันเอง เป็นต้น

1.2 ผู้รับสาร-ผู้ถอดรหัส ดังที่เคยกล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างผลัดกันส่งและรับสาร กระบวนการสื่อสารจะไม่มีสิ่งที่เรียกว่า จุดเริ่มต้นและจุดปลายทาง แต่ที่คนเราก่อความรู้สึกรู้สึกว่ามีจุดเริ่มต้นและจุดปลายทางก็เพราะเราได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาเพื่อสะดวกและง่ายในการอธิบายให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน ที่เราเรียกฝ่ายหนึ่งว่าผู้ส่งสารและอีกฝ่ายหนึ่งว่าผู้รับสาร ก็เพราะว่าเราหยุดกระบวนการสื่อสารซึ่งเคลื่อนที่อยู่ตลอดเวลาไว้ชั่วขณะหนึ่ง เมื่อเป็นเช่นนี้คนเราสามารถเป็นไปได้อย่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนั้น ปัจจัยสิ่งใดที่ใช้อธิบายว่ามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของผู้ส่งสารได้ ปัจจัยนั้นก็จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของผู้รับสารได้เช่นกัน ปัจจัยเหล่านั้น ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติ ระดับความรู้ และสถานภาพในระบบสังคมและวัฒนธรรม

1.2.1 ทักษะในการสื่อสาร ผู้รับสารต้องมีความชำนาญในทักษะการสื่อสารเหมือนกับผู้ส่งสาร คือมีทักษะในการเข้ารหัส ได้แก่ การเขียนและการพูด ทักษะในการถอดรหัส ได้แก่ การอ่านและการฟัง รวมทั้งทักษะในด้านความคิดหรือการใช้เหตุผล ถ้าผู้รับสารทักษะในการอ่าน ฟังหรือคิด เขาก็จะไม่สามารถรับและถอดรหัสสารที่ผู้ส่งสารส่งมาได้

1.2.2 ทัศนคติ ทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ ทัศนคติต่อตนเอง ทัศนคติต่อสาร และทัศนคติต่อผู้ส่งสาร มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมการรับสารของผู้รับสารว่าจะออกมาในรูปลักษณะอย่างไร ดังเช่นกรณีตัวอย่าง ผู้ใหญ่บ้านจะเรียกประชุมลูกบ้านเพื่อปรึกษาหารือในเรื่องการพัฒนาหมู่บ้าน ลูกบ้านที่มีทัศนคติต่อตนเองในทางที่ดี เชื่อมั่นในความสามารถของ

ตนเองและสนใจในเรื่องราวการพัฒนาอย่างยั่งยืน เขาก็จะแสดงความคิดเห็นบางอย่างออกไป แต่ก่อนที่เขาจะเสนอความคิดเห็นอะไรบางอย่างนั้น เขาได้คำนึงถึงผู้ส่งสารในที่นี้คือผู้ใหญ่บ้านประกอบกันไปด้วย ตามทัศนคติของเขาคิดว่าผู้ใหญ่บ้านเป็นบุคคลใจกว้างขวาง ยอมรับความคิดเห็น เขาก็จะแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ แต่ถ้าทัศนคติเป็นไปในทางที่ไม่ค่อยไว้วางใจในการผันแปรทางอารมณ์ของผู้ส่งสารแล้ว เขาก็จะมีพฤติกรรมในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นในขอบเขตที่จำกัดมากขึ้น

1.2.3 **ระดับความรู้** ความรู้เป็นสิ่งที่มียุทธูปการต่อการถอดรหัสของผู้รับสาร หากผู้รับสารอยู่ในระดับด้อยความรู้ ย่อมไม่สามารถที่จะอ่าน หรือฟังสารต่าง ๆ ได้เข้าใจถูกต้องอย่างดั่งแต่ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม หากผู้รับสารมีระดับความรู้สูงมากเกินไป ก็อาจจะไม่สนใจรับสารที่ผู้ส่งสารเสนอไป ด้วยเห็นว่าเป็นเรื่องที่รู้หมดสิ้นแล้ว เป็นเรื่องซ้ำซากน่าเบื่อหน่าย และไม่ได้ให้ความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นการท้าทายความคิดของเขา ดังนั้น การสื่อสารกับผู้รับสารประเภทรู้หมดทุกอย่าง บางครั้งก็อาจจะเป็นอุปสรรคต่อประสิทธิผลของการสื่อสารได้เช่นกัน ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับความรู้ของผู้รับสารแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร และความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร ถ้าผู้รับสารมีความรู้ในเนื้อหาของสาระที่กำลังสื่อสารเป็นอย่างดี แต่ถ้าขาดคุณสมบัติของผู้รับสารที่ดีตามหลักของกระบวนการสื่อสาร ก็ย่อมจะมีผลทำให้การสื่อสารด้อยประสิทธิภาพและประสิทธิผลไปได้

1.2.4 **สถานภาพในระบบสังคมและวัฒนธรรม** ผู้รับสาร ก็คือ สมาชิกคนหนึ่ง ของระบบสังคมเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร พฤติกรรมการรับสาร และการตีความหมายสารของผู้รับสาร แต่ละคนย่อมได้รับอิทธิพลมาจาก สถานภาพทางสังคมและกรอบแห่งวัฒนธรรมของสังคมที่ตนเองสังกัดอยู่

2. ปัจจัยด้านสาร

สาร คือ รหัสหรือสัญลักษณ์แห่งความคิดและความรู้สึกที่คนเราพยายามแสดงออกมา เพื่อให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น ได้รับรู้ ซึ่งอยู่ในรูปแบบรหัสที่เป็นถ้อยคำและมีใช้ถ้อยคำ ดังนั้น สารที่มนุษย์สร้างขึ้นมาสำหรับถ่ายทอดผ่านช่องทางการสื่อสารไปยังคนอื่น ๆ จึงประกอบด้วย คำพูด วลี ประโยค ซึ่งจัดว่าเป็นวัจนสาร รวมถึงการแสดงสีหน้า ท่าทางการเคลื่อนไหวร่างกาย ฯลฯ ซึ่งจัดว่าเป็น อวัจนสาร อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของสารจะเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดนั้น ผู้ร่วมกระทำการสื่อสารจำเป็นต้องคำนึงถึงส่วนประกอบและโครงสร้างของเนื้อหาของสารทั้งหมด ได้แก่ ปัจจัยย่อย 3 ประการ คือ รหัสของสาร เนื้อหาของสาร และการจัดรูปแบบของสาร ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ กล่าวคือ ถ้ามีแต่รหัส เนื้อหา เช่น “ทางโทรทัศนศึกษาได้จากรายการบทเรียนทบทวนสอนเสริม” ผู้ร่วมกระทำการสื่อสารไม่อาจที่จะเข้าใจได้ จำเป็นต้องมีการจัดรูปแบบของเนื้อหาดังกล่าวให้

ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้เป็นที่รับรู้ “นักศึกษาทบทวนบทเรียนได้จากรายการสอนเสริมทางโทรทัศน์” นอกจากนั้นการนำเสนอสารด้วยการตกแต่งรูปแบบ สี สัน ท่วงทำนอง น้ำเสียง ฯลฯ ที่มีส่วนช่วยเสริมให้สารนั้นน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น การสร้างสารเพื่อการโฆษณา เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ

ในการสื่อสาร ผู้ส่งสารจะต้องอาศัยสื่อเป็นช่องทางนำสารไปสู่ผู้รับสาร อาจกล่าวได้ว่า สื่อคือตัวเชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารให้ติดต่อกันได้ ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของพฤติกรรมการสื่อสารเช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่น ๆ แม้ผู้ส่งสารพร้อมจะส่งสารที่จัดเตรียมไว้แล้วเป็นอย่างดี และผู้รับสารก็พร้อมที่จะรับสารเช่นกัน แต่ถ้าขาดช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารย่อมมีอุปสรรค ทำให้การสื่อสารคือยประสิทธิผล ผู้ส่งสารจำเป็นจะต้องตัดสินใจเลือกใช้สื่อให้เหมาะสม สื่อแต่ละชนิดมีความสามารถเข้าไปสู่ระบบการรับรู้ของผู้รับสารโดยผ่านประสาทสัมผัสแตกต่างกัน เช่น

การเห็น จากหนังสือพิมพ์ รูปภาพ จดหมาย

การได้ยิน จากวิทยุกระจายเสียง เครื่องบันทึก โทรศัพท์

การเห็นและการได้ยิน จากวิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์

ผู้ส่งสารต้องเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร โดยการคำนึงถึงเกณฑ์

ในการเลือกที่ได้มีกำหนดไว้ต่อไปนี้

- 3.1 มีสื่ออะไรในครอบครองที่จะเลือกใช้ได้บ้าง
- 3.2 มีเงินทุนมากน้อยเพียงใด
- 3.3 ความชื่นชอบของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ
- 3.4 สื่อชนิดไหนที่มีผู้รับสารมากที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด
- 3.5 สื่อชนิดไหนที่มีอิทธิพลมากที่สุด
- 3.6 สื่อชนิดไหนที่คัดแปลงให้เข้ากับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้มากที่สุด
- 3.7 สื่อชนิดไหนที่ปรับให้เหมาะสมกับเนื้อหาของสารได้ดีที่สุด

นอกจากนี้ สิ่งที่ผู้ส่งสารควรคำนึงควบคู่ไปด้วย ก็คือ ลักษณะพื้นฐานและความสามารถของผู้รับสาร เพื่อที่จะเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม สื่อที่ดูกลามาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับผู้รับสารแต่ละประเภทเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะทำให้การสื่อสารได้ผลตามมุ่งหมาย การเลือกใช้สื่อที่ถูกต้องเหมาะสมมิได้หมายความว่า จะเลือกเฉพาะสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงอย่างเดียว ถ้าเป็นไปได้ ควรที่จะนำสื่อหลายประเภทมาใช้ร่วมกันอย่างเหมาะสม ด้วยวิธีการนำเสนอที่ดียอมทำให้การสื่อสารมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การจัดประเภทของสื่อด้านเกณฑ์ “การมีส่วนร่วม” ของผู้รับสาร

มาร์แชล แมคลูฮัน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช, 2546 : 22) กล่าวว่า การจำแนกประเภทและธรรมชาติของ “สื่อ” ด้วยเกณฑ์ “การมีส่วนร่วม” ของผู้รับสาร (Audience’s Participation) เป็นข้อเสนอข้อหนึ่งในนักวิชาการสำนักโทรอนโตของแคนาดา คือ มาร์แชล แมคลูฮัน (McLuhan, 1987) ทั้งนี้ จุดมุ่งเน้นทางวิชาการของแมคลูฮันไม่ได้อยู่ที่เนื้อหา (Content) หรือการตั้งคำถามที่ว่า เราได้รับประสบการณ์ “อะไร” ผ่านสื่อสาร (“what” we experience) แต่ความสนใจของเขาอยู่กับประเด็นของรูปแบบหรือตัวสื่อ (Form/Media) หรือการตั้งคำถามว่า เราได้รับประสบการณ์ผ่านสื่อ “อย่างไร” (“how” we experience the world) ด้วยเหตุนี้ แมคลูฮันจึงเลือกใช้ลักษณะ “การมีส่วนร่วม” ของผู้รับสาร มาเป็นเกณฑ์ในการจำแนก “สื่อ” โดยแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ สื่อร้อน (Hot Media) กับ สื่อเย็น (Cool Media)

แมคลูฮันอธิบายว่า “สื่อร้อน” หมายถึง สื่อที่จัดสรรให้ข้อมูลไว้มาก (High Definition) จนแทบจะไม่มีช่องว่างให้ผู้รับสารเข้าไปสู่ข้อมูลหรือเนื้อหาเพิ่มเติมมากนัก ซึ่งตรงข้ามกับ “สื่อเย็น” ที่เปิดช่องว่างให้ผู้รับสารเข้าไปมีส่วนร่วมค่อนข้างสูง เพราะมีเนื้อหาข่าวสารที่เข้มข้นน้อยกว่า (Low Definition) เช่น ภาพยนตร์มีสถานะเป็น “สื่อร้อน” ในขณะที่โทรศัพท์จัดได้ว่าเป็น “สื่อเย็น” ทั้งนี้ เพราะในบรรยากาศของการชมภาพยนตร์ ผู้รับสารจะถูกบังคับให้นั่งแยกกันเก้าอี้ใครเก้าอี้มันและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มืด ฉะนั้น ผู้ชมจึงไม่มีช่องว่างที่จะเติมเต็มข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ (เช่น ห้ามส่งเสียงดัง ห้ามลุกขึ้นเดินไปเดินมา) หากแต่ได้ถูกกักกับการรับชมไว้ด้วยสื่อภาพยนตร์ที่อยู่ตรงหน้าเท่านั้น แต่ในทางกลับกัน สำหรับสื่อโทรศัพท์นั้น จะเปิดช่องว่างให้ผู้รับสารเข้าไปเติมเต็มข้อมูลข่าวสารความคิดเห็น หรือเข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้มากกว่า ทั้งนี้ นอกจากการรับชมโทรทัศน์จะอยู่ในบรรยากาศที่คุ้นเคยอย่างห้องนั่งเล่นในบ้านแล้ว วิธีการดูโทรทัศน์ของคนปกติก็ยิ่งเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้ต่อรองกับสื่อผ่านกิจกรรมการสื่อสารอื่น ๆ ที่อยู่รอบตัว (เช่น พูดคุยกับสมาชิกครัวเรือนคนอื่น ๆ หรือลุกขึ้นเดินไปเดินมาหรือเดินเข้าเดินออกในห้องนั่งเล่นได้) หรือในกรณีของสื่อประเภทหนังสือ ก็อาจจัดได้ว่าเป็น “สื่อร้อน” เพราะความหมายต่าง ๆ ถูกกำหนดมาแล้วโดยผู้ส่งสารหรือผู้เขียน เพราะฉะนั้นผู้รับสารจึงต้องเปิดรับสื่อหรืออ่านไปตามหมายที่ถูกควบคุมมาแล้วนั้น ตรงกันข้ามกับสื่อโทรศัพท์ ซึ่งเป็น “สื่อเย็น” เนื่องจากการสื่อสารแบบสองทางผ่านสายโทรศัพท์ ทำให้ผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้สูง ทั้งในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือตอบโต้ความคิดเห็นระหว่างกันได้ตลอดเวลา ในกรณีดังกล่าว การจัดประเภทว่าอะไรจะเป็น “สื่อร้อน” หรือ “สื่อเย็น” จำเป็นต้องมีการพิจารณาในสามระดับด้วยกันคือ ระดับของเนื้อหา (Content) ที่บรรจุอยู่ในสื่อ (เช่น รายการข่าวจะเป็นเนื้อหาที่ “ร้อน” กว่าละครโทรทัศน์) ระดับของปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างผู้รับสารกับตัวสื่อ และ ระดับของวิธีการ นำเสนอ (Presentation) ของสื่อที่กำหนดแบบแผนในการเปิดรับสารของผู้คนอย่างไร

จากตัวอย่างดังกล่าวนี้ แมคลูฮัน จึงสรุปว่า “สื่อร้อน” (อาทิ ภาพยนตร์ หนังสือ หรือ ภาพถ่าย) จะมีลักษณะของการศูนย์กลางข้างสูง (Centralization) และถูกผูกขาดการกำหนดความหมายจากผู้ส่งสาร (Authoritarianism) ซึ่งผิดกับ “สื่อเย็น” (อาทิ โทรศัพท์ หรือการเสวนาโต๊ะกลม) ที่ค่อนข้างกระจายอำนาจ (Decentralization) และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารเข้าไปมีส่วนร่วมได้อย่างเท่าเทียมมากกว่า (Democratization) ทั้งในแง่ของการเติมเต็มข้อมูลข่าวสารและในแง่การเพิ่มเติมความเห็นของตน

อย่างไรก็ดี แมแมคลูฮันจะไม่ได้กล่าวไว้ชัดเจน แต่ก็อาจจะพออนุมานได้ว่า วิธีการนิยามว่ากิจกรรมการสื่อสารใดเป็นการถ่ายทอดผ่าน “สื่อร้อน” หรือ “สื่อเย็น” นั้น ต้องใช้ลักษณะของการเปรียบเทียบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ซึ่งหมายความว่า “สื่อ” หนึ่ง ๆ อาจไม่สามารถจำแนกประเภทด้วยตัวของมันเองได้ หากเราไม่เปรียบเทียบหรือจัดความสัมพันธ์กับสื่อประเภทอื่น เพราะฉะนั้นสื่อประเภทการสนทนากลุ่ม ซึ่งเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมของผู้รับสารสูง จะเป็น “สื่อเย็น” ก็ต่อเมื่อเราเปรียบเทียบกับสื่อชนิดอื่น ๆ แล้วพบว่า การสนทนากลุ่มเป็น “สื่อที่เย็นกว่า” สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีลักษณะเป็น “สื่อที่ร้อนกว่า” ด้วยลักษณะที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารเข้าไปมีส่วนร่วมเติมเต็มข้อมูลข่าวสารหรือความคิดเห็น

และในขณะเดียวกัน การจำแนกความเป็น “สื่อร้อน” หรือ “สื่อเย็น” จะมีลักษณะไม่หยุดนิ่งตายตัว แต่ทว่าสัมพันธ์กับบริบทหรือสภาพแวดล้อมในการสื่อสารแต่ละครั้งไป เช่น โดยธรรมชาติแล้ว หนังสือพิมพ์อาจจะจัดได้ว่า “สื่อร้อน” แต่นั่นต้องเกิดขึ้นในบรรยากาศที่ผู้รับสารอ่านหรือเปิดรับสื่อคนเดียว แต่หากเป็นการอ่านหนังสือพิมพ์พร้อม ๆ กันกับบุคคลอื่นแล้ว สื่อหนังสือพิมพ์ก็อาจจะกลายเป็น “สื่อเย็น” มากขึ้น เพราะคำวิพากษ์วิจารณ์ระหว่างสื่อบุคคล มีแนวโน้มจะเกิดการมีส่วนร่วมของผู้รับสารแต่ละคนได้สูงกว่าเนื้อหาจากสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนพร ไม้ตราวัฒนา (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับชมรายการชู้รัก ชูรสทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 18-24 ปี มีสถานภาพสมรส โสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีอาชีพนักเรียน นักศึกษามากที่สุด ด้านพฤติกรรมการรับชมรายการชู้รัก ชูรสพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมในระดับปานกลาง กล่าวคือ โดยส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน (รับชมบ้างเป็นบางครั้ง) การรับชม สำหรับความตั้งใจชม

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมเฉพาะช่วงที่น่าสนใจ มีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ ประมาณ 30 นาที และมีลักษณะการรับชมรายการโดยรับชมตามลำพังมากที่สุด

ธิติมา ปิยะศิริศิลป์ (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ด้านเนื้อหารายการ ในเรื่องข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจ ท้นต่อเหตุการณ์มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ส่วนความพึงพอใจด้านการดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผู้ดำเนินรายการใช้คำถามได้ตรงประเด็นมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์มากที่สุดในด้านการทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม โดยมีการใช้ประโยชน์ระดับมาก ลักษณะประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรส ไม่มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ และไม่มีผลกับความพึงพอใจโดยภาพรวม พฤติกรรมการรับชมที่เกี่ยวกับเหตุผลที่รับชม ผู้ที่ร่วมชมด้วย สถานที่ที่เปิดรับชม การแสดง ปฏิกริยา ไม่มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ในขณะที่พฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม ระยะเวลาในการรับชม และพฤติกรรมการรับชม มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ

ศกุนต์ สายบุญฤดี (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับ จากการชมโทรทัศน์รายการสารคดีพัฒนาชุมชน” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 16 ปี จนถึง 71 ปี เกือบครึ่งมีการศึกษาระดับประถมศึกษา สองในสามมีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท และมีอาชีพรับจ้าง รองลงมาหนึ่งในสามเป็นเกษตรกร มากกว่าครึ่งไม่มีอาชีพเสริม แต่งงานแล้วและมีสถานภาพทางสังคม ด้านความพึงพอใจต่อการรับชมรายการสารคดีพัฒนาชุมชน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเทคนิคอยู่ในเกณฑ์พอใจมากเกี่ยวกับการภาพถ่ายคมชัด ภาพสวยงาม การเปิดรายการมีเสียงดนตรีประกอบ และความต่อเนื่องของภาพ มีความพึงพอใจ ในด้านการดำเนินรายการอยู่ในเกณฑ์สูงมากในสามเรื่องคือ เรื่องที่นำมาเสนอได้น่าสนใจ การใช้ ภาษาในรายการเข้าใจง่าย และผู้ดำเนินรายการพูดจาคล่องแคล่ว

อนุชิต มุราธาทิพย์ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ เข้าชมรายการตีสิบ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-23 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียนและนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สำหรับพฤติกรรมในการชม รายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมบ่อย ๆ (3 ครั้งต่อเดือน) และชมเป็นเวลานานมากกว่า 8 เดือน ขึ้นไป โดยตั้งใจชมมากแต่เปลี่ยนช่องเมื่อมีโฆษณา และชอบชมช่วงเรีลทีวีมากที่สุด และชอบเป็น อันดับหนึ่ง ส่วนทัศนคติต่อรายการตีสิบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติทั่วไปต่อรายการ และ

ทัศนคติต่อรายการแต่ละช่วงดีมาก โดยช่วงเปิดรายการ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดีมากที่สุด รองลงมาคือช่วงเรียลทีวี ส่วนความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการ ดีสิบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินและความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ ทันโลก

อิสราวดี ชำนาญกิจ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน นักศึกษามีอายุ 18-25 ปี เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง พื้นความรู้ที่อยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ในส่วนการรับชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์มากกว่า 4 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ คือ 18.00 – 20.00 น. และ 21.00 – 24.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมจำนวนมากใกล้เคียงกับส่วนรายการที่น่าสนใจนั้น ส่วนใหญ่สนใจติดตามชมรายการข่าว โดยเฉพาะข่าวประจำวันและวิเคราะห์ข่าว มีการรับชมรายการเองค่อนข้างบ่อยแต่ไม่ทุกวัน รายการการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเอ่ยถึงเป็นชื่อแรก คือ รายการข่าวช่อง 7 สี ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด และสถานีโทรทัศน์ที่ติดตามชมรายการด้านการเมืองมากที่สุดคือ ช่อง ITV การศึกษาทัศนคติทางการเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเมืองในแง่บวก โดยภาพรวมมีความเข้าใจการเมืองค่อนข้างสูง

การศึกษาคความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกิดการเรียนรู้ มีความรู้ทางการเมืองที่ใหม่ทันสมัยและมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของตน โดยตรง กลุ่มตัวอย่างสามารถทบทวนความรู้ทางการเมือง ได้รับประโยชน์จากข้อมูลที่มีความถูกต้องเชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้เรื่องการเมืองที่เข้าใจง่าย ไม่เครียด ให้ความเพลิดเพลินสนุกสนานเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

2.5 กรอบแนวคิดและตัวแปรที่ต้องการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรในการวิจัยเป็นดังนี้



2.6 สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี
2. ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนการดำเนินการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการศึกษา
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
7. การนำเสนอข้อมูล
8. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนประชากร 5,634,132 คน แบ่งเป็นเพศชาย 2,698,051 คน และเป็นเพศหญิง 2,936,081 คน (www.dopa.go.th) และแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ (<http://203.155.220.230/NowBMA/Profile.htm>)

1. เขตชั้นใน ประกอบด้วย 21 เขตปกครอง คือ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง และวัฒนา
2. เขตชั้นกลาง ประกอบด้วย 18 เขตปกครอง คือ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ทungkru บางแค วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง และสายไหม
3. เขตชั้นนอก ประกอบด้วย 11 เขตปกครอง คือ มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ตลิ่งชัน หนองแขม บางขุนเทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน และทวีวัฒนา

3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้ตารางสำเร็จรูปเกี่ยวกับประชากรของ Taro Yamane ที่จัดทำขึ้น กำหนดขนาดของตัวอย่างที่ระดับความสำคัญ 0.05 โดยคิดค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน

$$\text{จำนวนตัวอย่าง} = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

โดยที่

N คือ จำนวนประชากร

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับ

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง มีลำดับ ดังนี้

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งตามเขตที่ตั้งของพื้นที่ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง เขตชั้นนอก และใช้สูตรทาร์ยามานะที่ระดับความสำคัญ 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และทำการเลือกเฉพาะเจาะจงจากจำนวนประชากรที่มากที่สุด ได้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 1 เขต รวมทั้งสิ้น 3 เขต โดยทำการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ใช้วิธีการสุ่มโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยแบบสอบถามจำนวนดังกล่าวจะนำไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ตารางที่ 3.1
กลุ่มตัวอย่าง

เขตชั้นใน	รวม (คน)	เขตชั้นกลาง	รวม (คน)	เขตชั้นนอก	รวม (คน)
เขตพระนคร	69,188	เขตบางเขน	177,062	เขตหนองจอก	117,385
เขตคูสิต	123,282	เขตบางกะปิ	147,694	เขตมีนบุรี	115,212
เขตบางรัก	50,735	เขตพระโขนง	98,957	เขตลาดกระบัง	134,834
เขตปทุมวัน	64,168	เขตภาษีเจริญ	137,473	เขตตลิ่งชัน	104,680
เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	61,220	เขตราษฎร์บูรณะ	95,041	เขตบางขุนเทียน	127,697
เขตยานนาวา	88,986	เขตบางพลัด	110,331	เขตหนองแขม	125,545
เขตสัมพันธวงศ์	32,194	เขตบึงกุ่ม	138,340	เขตดอนเมือง	157,989
เขตพญาไท	78,294	เขตประเวศ	139,009	เขตหลักสี่	117,163
เขตธนบุรี	139,573	เขตสวนหลวง	114,940	เขตคลองสามวา	124,476
เขตบางกอกใหญ่	82,676	เขตจอมทอง	167,794	เขตทวีวัฒนา	64,220
เขตห้วยขวาง	76,452	เขตลาดพร้าว	116,305	เขตบางบอน	93,225
เขตคลองสาน	89,200	เขตบางแค	186,744		1,282,426
เขตบางกอกน้อย	135,944	เขตสายไหม	161,749		
เขตดินแดง	147,398	เขตคันนายาว	83,611		
เขตสาทร	96,714	เขตสะพานสูง	81,784		
เขตบางซื่อ	154,079	เขตวังทองหลาง	113,166		
เขตจตุจักร	169,983	เขตบางนา	101,737		
เขตบางคอแหลม	106,499	เขตทุ่งครุ	104,827		
เขตคลองเตย	125,254		2,276,564		
เขตราชเทวี	103,086				
เขตวัฒนา	80,217				
	2,075,142				

ตารางที่ 3.2
กลุ่มตัวอย่างที่ได้เลือกและจำนวน

ข้อมูลเขต	จำนวนประชากร(คน)	เขตที่เลือกกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร(คน)	จำนวนตัวอย่าง
เขตชั้นใน	2,075,142	เขตจตุจักร	169,983	132
เขตชั้นกลาง	2,276,564	เขตบางแค	186,744	145
เขตชั้นนอก	1,282,426	เขตดอนเมือง	157,989	123
รวม	5,634,132		514,716	400

จำนวนประชากรทั้งหมด 5,634,132 คน กำหนดจำนวนตัวอย่างโดยใช้สูตรตารางของ ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อถือได้ 95 % ซึ่งยอมให้คลาดเคลื่อนได้ $\pm 5\%$ สามารถกำหนดจำนวนตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่าง} = \frac{N}{1 + (Ne^2)} = \frac{5,634,132}{1 + (5,634,132 \times 0.05^2)} = 400 \text{ คน}$$

โดยที่ N คือ จำนวนประชากร

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับ

$$\text{จำนวนตัวอย่างจากแต่ละเขต} = \frac{\text{จำนวนประชากรเขตที่เลือก}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมดของทุกเขตที่เลือก}} \times 400$$

ข้อมูลจาก www.dopa.go.th (ข้อมูล ณ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2548)

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำราเอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ ทัศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ลักษณะโครงสร้างแบบสอบถามเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะคำถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) และถามให้ผู้ตอบเลือกคำตอบตรงตามความคิดเห็นเพียงคำตอบเดียว (Multiple Choices Question)

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับ เวลาออกอากาศ พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ด้านการรับชมรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้งาน ข้อดี ข้อเสียของรายการ โดยใช้ตารางแสดงค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์ข้อมูล ของแบบสอบถามโดยใช้ตารางแสดงค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) กำหนดระดับคะแนนจากความคิดเห็นดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดีมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดีมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (มัลลิกา บุนนาค. 2537 : 39)

$$\text{Interval (I)} = \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}}$$

$$\text{Interval (I)} = \frac{(\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5 - 1)}{5} = 0.8$$

จากนั้นนำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ย สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

มากที่สุด	ช่วงคะแนน 4.21 – 5.00
มาก	ช่วงคะแนน 3.41 – 4.20
ปานกลาง	ช่วงคะแนน 2.61 – 3.40
น้อย	ช่วงคะแนน 1.81 – 2.60
น้อยที่สุด	ช่วงคะแนน 1.00 – 1.80

ส่วนที่ 3 เป็นการสำรวจความคิดเห็น ข้อดีข้อเสีย ปัญหาและอุปสรรคในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ จำนวน 1 ข้อ และคำถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) จำนวน 2 ข้อ

1. นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม
2. ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำไปใช้จริง
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม

3.3 วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งดังนี้

- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมจากแหล่งเอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์ รายงาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางด้านสถิติ ข่าวสารทาง Internet
- แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) งานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2548 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2549 โดยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร

3.5 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจัดทำกรอกคะแนน และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ประมวลผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์โปรแกรม Minitab เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรตาม และ โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS) โดยมีขั้นตอนดังนี้

วิธีดำเนินการศึกษาประกอบด้วย

- กำหนดกลุ่มตัวอย่างและจัดทำแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด
- ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบข้อมูล
- Pre – test จำนวน 30 ชุด
- นำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- เก็บรวบรวมข้อมูล
- วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) = \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation = S.D.) และทดสอบสมมติฐาน
- สรุปและเขียนรายงานการวิจัย

การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ในการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามนั้น เพื่อให้คำถามมีความสมบูรณ์ในเนื้อหา ผู้ศึกษาได้ดำเนินการทดสอบข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามฉบับร่างเสน้อาจารย์ที่ปรึกษาในการวิจัย เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) หลังจากนั้นได้นำมาปรับปรุงแก้ไขและนำไปทดลองใช้ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ได้ถูกคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และขอให้ช่วยวิจารณ์

แบบสอบถามด้วย พร้อมทั้งขอสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างนี้เกี่ยวกับความเหมาะสมในการใช้ถ้อยคำ ตลอดจนข้อคิดเห็นในเนื้อหาของแบบสอบถาม แล้วนำมาแก้ไขอีกครั้งก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง

สำหรับความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้ว ไปแจกให้กับบุคลากรที่ไม่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด แล้วนำผลจากแบบสอบถามมาทำการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 11.5 ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามวัดระดับความสำคัญในปัจจุบันต่าง ๆ มีค่าเท่ากับ 0.7108 ดังแสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

หัวข้อในแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach
ด้านเนื้อหารายการ	
เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ	0.6918
เนื้อหาของรายการสอดแทรกวัฒนธรรม / การท่องเที่ยว	0.6941
เนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก	0.6787
เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย	0.6591
ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย	0.6618
ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ	
การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อ การตัดสินใจเลือกชมรายการ	0.7372
การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	0.6904
รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ	0.7010
รูปแบบรายการมีลูกเล่น / ชิงโชค / ชิงรางวัล	0.6889
รูปแบบการดำเนินรายการนำเสนอรูปแบบนอกสถานที่สร้างความดึงดูดใจในการชม	0.7147

ตารางที่ 3.3. (ต่อ)

หัวข้อในแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	
ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ทางด้านการศึกษา	0.6910
ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ทางด้านธุรกิจส่วนตัว	0.6880
ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ทางด้านการทำงาน	0.7006
ข้อดีของรายการ	
รายการเทคโนโลยีเป็นรายการที่เหมาะสมแก่ทุกคนในครอบครัว	0.7073
รายการเทคโนโลยีเป็นรายการที่เหมาะสมแก่ทุกอาชีพ	0.7021
ระยะเวลาการออกอากาศของรายการเหมาะสมกับทุกช่วงของรายการเทคโนโลยี	0.6979
หากเราพลาดจากการชมรายการใดแล้ว เรายังสามารถรับชมได้จากรายการอื่น ในช่วงเวลาถัดไป	0.7015
ด้านข้อเสียของรายการ	
เนื้อหารายการทางด้านเทคโนโลยีนำเสนอเรื่องราวสั้นเกินไป	0.7323
เนื้อหารายการทางด้านเทคโนโลยีนำเสนอเรื่องราวเร็วเกินไป	0.7137
พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการถ่ายทอดเรื่องราวไม่น่าสนใจ	0.7201
ข้อมูลที่ได้รับชมไม่เอื้อต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากจำกัดด้วยกฎระเบียบบริษัท และอื่น ๆ	0.7208
รวม	0.7108

จากผลการแจกแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด พบว่า มีค่าแอลฟา 0.7108 และเมื่อได้ทำการตัดคำถามที่มีค่าแอลฟาค่าสุดออก ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย ซึ่งมีค่าแอลฟา (0.6591) พบว่า ค่าแอลฟาโดยรวมลดลงเท่ากับ 0.6591 ทำให้ไม่สามารถตัดคำถามใดออกได้ แต่ได้ทำการแก้ไขปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถาม และอาจารย์ที่ปรึกษาให้มากที่สุด เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม โดยใช้ตาราง

- ค่าร้อยละ (Percentage)
- ค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

โดยที่ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง

$\sum x_i$ แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด

n แทน ขนาดตัวอย่าง

- ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation = S.D.)

$$SD = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

โดยที่ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

x_i แทน ค่ากึ่งกลางชั้นที่ $i, i = 1, 2, \dots, k$

\bar{x} แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง

n แทน ขนาดตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

- ทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาโดย จะใช้ค่าไคสแควร์ (χ^2) ของ Pearson Chi-square โดยเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method)

- ตั้งสมมติฐาน H_0 และ H_1 โดย

$H_0 : P = 0$ คือ ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

$H_1 : P \neq 0$ คือ มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร

3.7 การนำเสนอข้อมูล

เป็นการนำเสนอข้อมูลในลักษณะตารางวิเคราะห์ (Analysis Table) ประกอบบทความ

3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ทำการศึกษาในระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2548 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2549

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด ได้รับคืน จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด โดยที่ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้าน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ส่วนที่ 3 ข้อดี ข้อเสีย ปัญหาและอุปสรรค

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

Sig แทน ค่า Significance

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.25 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.75

อายุ ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-35 ปี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 ระดับรองลงมา มีอายุระหว่าง 18-23 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ระดับน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และอายุมากกว่า 55 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

สถานภาพ ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84 ระดับรองลงมา คือ สมรสแล้ว จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ระดับน้อยที่สุด คือ หย่าร้าง/หม้าย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะสำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.70 ระดับรองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวส. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 และสำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น / ปวช. จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

อาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพทำงานพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 ระดับรองลงมา คือ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 ระดับรองลงมา ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ระดับรองลงมาประกอบอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และอื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และระดับน้อยที่สุดคือ แม่ บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

รายได้ต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีรายได้อยู่ระดับที่ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 ระดับรองลงมา มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ระดับน้อยที่สุด คือ มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

	รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	185	46.25
	หญิง	215	53.75
	รวม	400	100.00
อายุ	น้อยกว่า 18 ปี	4	1.00
	18 – 23 ปี	148	37.00
	24 – 35 ปี	215	53.75
	36 – 55 ปี	29	7.25
	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	4	1.00
	รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	336	84.00
	สมรส	61	15.25
	หย่าร้าง / หม้าย	3	0.75
	รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น / ปวช.	20	5.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวส.	68	17.00
	ปริญญาตรี	271	67.70
	สูงกว่าปริญญาตรี	33	8.30
	อื่นๆ	8	2.00
	รวม	400	100.00
อาชีพ	แม่บ้าน	1	0.25
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	21	5.25
	นักเรียน / นักศึกษา	145	36.25
	พนักงานบริษัทเอกชน	181	45.25
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	45	11.25
	อื่นๆ	7	1.75
	รวม	400	100.00
รายได้ที่ได้รับ	น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	221	55.25
	10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน	132	33.00
	20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน	37	9.25
	30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน	5	1.25
	มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน	3	0.75
	รวม	398	99.5

4.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้จัดเรียงลำดับความสำคัญดังนี้

ตารางที่ 4.2

จำนวนและร้อยละด้านการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

การรับชมรายการ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายการ IE Show.com	เคยชม	338	84.5
	ไม่เคยชม	62	15.5
รวม		400	100
รายการ E-life-e-business	เคยชม	67	16.8
	ไม่เคยชม	333	83.3
รวม		400	100
รายการ IT Eleven	เคยชม	88	22.0
	ไม่เคยชม	312	78.0
รวม		400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เคยได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีรายการ IE.Show เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.5 ระดับรองลงมา ได้แก่ รายการ IT Eleven คิดเป็นร้อยละ 22.0 และระดับน้อยที่สุด ได้แก่ รายการ E-Life-E-Business คิดเป็นร้อยละ 16.8

ตารางที่ 4.3

จำนวนและร้อยละความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกครั้งที่อยู่กลางแจ้ง	15	3.8
บ่อย (3 ครั้งต่อเดือน)	42	10.5
ปานกลาง (2 ครั้งต่อเดือน)	136	34.0
นาน ๆ ครั้ง	207	51.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีพฤติกรรมความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีนาน ๆ ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.8 ระดับรองลงมาได้แก่ ความถี่ปานกลาง ประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน ในการรับชม คิดเป็นร้อยละ 34.0 และระดับน้อยที่สุด ได้แก่ความถี่ในการรับชมทุกครั้งที่อยู่กลางแจ้ง คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งใจชมตลอดรายการ	56	14.0
ชมเฉพาะบางช่วง	186	46.5
ชมเพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับเรื่องอะไร	149	37.3
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	9	2.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีมากที่สุด ได้แก่ การรับชมเฉพาะบางช่วง คิดเป็นร้อยละ 46.5 ระดับรองลงมาได้แก่ การชมเพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับเรื่องอะไร คิดเป็นร้อยละ 37.3 และระดับน้อยที่สุด ได้แก่ การเปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละการเปิดรับสื่อทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี

รู้จักรายการโทรทัศน์จากสื่อ	รู้จัก	(%)	ไม่รู้จัก	(%)	จำนวน (คน)
สื่อโทรทัศน์	375	93.75	25	6.25	400
สื่อสิ่งพิมพ์	135	33.75	265	66.25	400
สื่อบุคคล	73	18.25	327	81.75	400
สื่อวิทยุ	72	18.0	328	82.0	400
อื่น ๆ	7	1.75	393	98.25	400

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.75 ระดับรองลงมา ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 33.75 และระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.75 ได้แก่ ทางด้านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.6

จำนวนและร้อยละบุคคลที่มีส่วนในการแนะนำให้เลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

บุคคลผู้มีส่วนในการแนะนำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน	222	55.5
ผู้ร่วมงาน	67	16.8
อื่น ๆ	65	16.3
พ่อแม่ /ญาติพี่น้อง	28	7.0
อาจารย์	14	3.5
รวม	396	99.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับการแนะนำจากเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.5 ระดับรองลงมา ได้แก่ จากผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และระดับน้อยที่สุด ได้แก่ จากอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.7

จำนวนและร้อยละช่วงเวลาที่มียผลต่อการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เวลา 10.15-11.00 น. (รายการ IE Show.com)	181	45.25
เวลา 21.00-21.25 น. (รายการ IT Eleven)	157	39.25
เวลา 10.30-11.00 น. (รายการ E-life-e-business)	60	15
รวม	398	99.5

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ช่วงเวลาที่มีผลมากที่สุดในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่ ช่วงเวลา 10.15-11.00 น. (รายการ IE Show.com) คิดเป็นร้อยละ 45.25 และช่วงเวลาที่มียผลน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 10.30-11.00 น. (รายการ E-Life-E-Business) คิดเป็นร้อยละ 15

ตารางที่ 4.8

จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีผลต่อการเลือกชมรายการ	316	79.0
ไม่มีผลต่อการเลือกชมรายการ	80	20.0
รวม	396	99.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 79.0 โดยมีเหตุผลดังนี้

- ด้านความน่าเชื่อถือ
- บุคลิกและการพูดจะทำให้อยากรับชมมากขึ้น
- แต่ละคนนำเสนอได้แตกต่างกันอาจเป็นการเพิ่มสีสัน
- ความน่าสนใจในการนำเสนอ
- การนำเสนอต้องน่าสนใจรวมถึงตัวพิธีกรด้วย
- สามารถดึงดูดผู้ชมได้

- แต่ละคนมีการนำเสนอที่น่าสนใจต่างกัน
- เป็นตัวดึงดูดให้ชมได้ส่วนหนึ่งนอกจากเนื้อหารายการ
- พิธีกรน่ารัก
- เพิ่มสีสันความน่าสนใจมากขึ้น
- เป็นจุดดึงดูดในการชมรายการ
- เป็นผู้นำเสนอแก่ผู้ชม
- บุคลิกภาพ ความสามารถ และความเหมาะสมในการนำเสนอ
- ต้องมีความรู้
- การพูดจาให้มีความน่าสนใจ

พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการไม่มีผลต่อการเลือกชมรายการโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 20.0

โดยมีเหตุผลดังนี้

- ขึ้นอยู่กับเนื้อหารายการที่น่าสนใจมากกว่า ผู้ดำเนินรายการเป็นส่วนประกอบหนึ่งเท่านั้น

ตารางที่ 4.9

จำนวนและร้อยละพฤติกรรมของผู้รับชมที่ได้รับประโยชน์จากการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ประโยชน์จากการรับชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้รับประโยชน์จากการชมรายการ	365	91.25
ไม่ได้รับประโยชน์จากการชมรายการ	33	8.25
รวม	498	99.5

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์จากการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 91.25 และไม่ได้รับประโยชน์จากการชมรายการ คิดเป็นร้อยละ 8.25

ตารางที่ 4.10

จำนวนและร้อยละพฤติกรรมของการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์หลังจากการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีไปปรับใช้

พฤติกรรมการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การทำงาน	187	46.75
การเรียนรู้	121	30.25
อื่น ๆ	43	10.75
ประกอบธุรกิจ	30	7.5
รวม	381	95.25

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้นำประโยชน์จากการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีไปปรับใช้ทางการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.75 ระดับรองลงมาได้แก่ ด้านการเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 30.25 และระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านประกอบธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.5 สำหรับด้านอื่น ๆ พบว่า ส่วนใหญ่จะนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ทางด้านความบันเทิงที่เกี่ยวกับการเล่นเกมส์ เพื่อความผ่อนคลาย และเรียนรู้เทคนิคจากเกมส์มาปรับใช้ในด้านอื่น

ตารางที่ 4.11

จำนวนและร้อยละเหตุจูงใจให้เลิกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

เหตุจูงใจให้ชมรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เนื้อหาที่น่าสนใจ	187	46.75
ดูแล้วนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน	89	22.25
เพิ่มพูนความรู้	87	21.75
พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ	32	8.00
อื่นๆ	3	0.75
รวม	398	99.5

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุจูงใจในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี โดยให้ความสำคัญทางด้านเนื้อหาที่น่าสนใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.75 ระดับรองลงมา ได้แก่ ดูแล้วนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.75 ได้แก่ ดูแล้วให้ความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายความเครียด

ตารางที่ 4.12

จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม
หลังจากชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ค้นคว้าข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค้นคว้าข้อมูล	218	54.5
ไม่ค้นคว้าข้อมูล	182	45.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมหลังจากได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีแล้ว ค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 และไม่ค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตารางที่ 4.13

จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมทางด้านต่าง ๆ หลังจากชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ค้นคว้าข้อมูลทางด้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	213	53.25
โทรทัศน์	70	17.50
หนังสือ	63	15.75
เพื่อน หรือคนรู้จัก	48	12.0
อื่น ๆ	5	1.25
รวม	399	99.75

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีทางด้านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.25 ระดับรองลงมา ได้แก่ ทางด้านโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 17.5 และระดับน้อยที่สุด คือ ทางด้านอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.25

4.3 ข้อมูลด้านปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้นจากนั้นนำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ย สามารถแปลความหมายของระดับคะแนน

มากที่สุด	ช่วงคะแนน 4.21 – 5.00
มาก	ช่วงคะแนน 3.41 – 4.20
ปานกลาง	ช่วงคะแนน 2.61 – 3.40
น้อย	ช่วงคะแนน 1.81 – 2.60
น้อยที่สุด	ช่วงคะแนน 1.00 – 1.80

ตารางที่ 4.14

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดอันดับความคิดเห็น และระดับความสำคัญ
ในด้านเนื้อหารายการเป็นรายชื่อ

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ ทางด้านเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ย	SD	จัดอันดับ ความคิดเห็น	ระดับ ความสำคัญ
ด้านเนื้อหารายการ				
1. เนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก	3.953	0.694	1	มาก
2. ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย	3.665	0.818	2	มาก
3. เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและ เรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย	3.627	0.798	3	มาก
4. เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ	3.475	0.749	4	มาก
5. เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว	3.420	0.775	5	มาก

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ ทางด้านเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ย	SD	จัดอันดับความ คิดเห็น	ระดับความ สำคัญ
ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ				
6. รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความ ดึงดูดใจในการชม	3.955	0.659	1	มาก
7. รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรม ร่วมกันนอกสถานที่	3.695	0.767	2	มาก
8. รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ	3.6675	0.744	3	มาก
9. การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	3.505	0.725	4	มาก
10. การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมี ผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	3.487	0.739	5	มาก
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ				
11. ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ ทางการศึกษา	3.942	0.660	1	มาก
12. ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ ทางด้านชีวิตประจำวัน	3.660	0.749	2	มาก
13. ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ ทางการทำงาน	3.635	0.730	3	มาก
14. ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ ทางด้านธุรกิจส่วนตัว	3.473	0.749	4	มาก
ข้อดีของรายการ				
15. รายการเทคโนโลยีเป็นรายการที่เหมาะสมแก่ทุกคน ในครอบครัว	3.59	0.771	1	มาก
16. รายการเทคโนโลยีเป็นรายการที่เหมาะสมแก่ทุกอาชีพ	3.57	0.739	2	มาก
17. ระยะเวลาของการนำเสนอเรื่องราวในแต่ละเรื่อง มีความเหมาะสม	3.31	0.688	3	ปานกลาง
18. หากเราพลาดจากการชมรายการใดแล้ว เรายัง สามารถรับชมได้จากรายการอื่น ในช่วงเวลาถัดไป	3.18	0.726	4	ปานกลาง

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ ทางด้านเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ย	SD	จัดอันดับความ คิดเห็น	ระดับความ สำคัญ
ข้อเสียของรายการ				
19. เนื้อหารายการทางด้านเทคโนโลยีนำเสนอเรื่องราว เร็วเกินไป	3.42	0.706	1	มาก
20. เนื้อหารายการทางด้านเทคโนโลยีนำเสนอเรื่องราว สั้นเกินไป	3.32	0.727	2	ปานกลาง
21. ข้อมูลที่ได้รับชมไม่เอื้อต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากจำกัดด้วยกฎระเบียบบริษัท และอื่น ๆ	3.21	0.824	3	ปานกลาง
22. พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการถ่ายทอดเรื่องราวไม่น่า สนใจ	3.14	0.847	4	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์คำตอบของกลุ่มตัวอย่างในด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีเป็นรายชื่อ ดังนี้

- ด้านเนื้อหารายการ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลกมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.953) ระดับรองลงมา ได้แก่ ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.665)

ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยด้านเนื้อหารายการน้อยที่สุด คือ เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดล้อม / การท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.420)

- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.955) ระดับรองลงมา ได้แก่ รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.695)

ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยด้านรูปแบบการดำเนินรายการน้อยที่สุด คือ การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.487)

- ด้านประโยชน์ที่ได้รับ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานครได้รับประโยชน์จากการรับชม โดยสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ทางการศึกษามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.942)

ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยจากการนำประโยชน์ไปปรับใช้น้อยที่สุด คือ ทางด้านธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.473)

- ด้านข้อดีของรายการ

ผลการศึกษา พบว่า ข้อดีของรายการที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เป็นรายการเทคโนโลยีที่เหมาะสมแก่ทุกคนในครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ เป็นระยะเวลาของการนำเสนอเรื่องราวในแต่ละเรื่องมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.31) ระดับรองลงมา คือ เมื่อพลาดรายการใดแล้วยังสามารถรับชมได้จากรายการอื่น ในช่วงเวลาถัดไป (ค่าเฉลี่ย 3.18)

- ด้านข้อเสียของรายการ

ผลการศึกษา พบว่า ข้อเสียของรายการที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ทางด้านเนื้อหาการนำเสนอเรื่องราวเร็วเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ เนื้อหารายการทางด้านเทคโนโลยีนำเสนอเรื่องราวสั้นเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.32) ระดับรองลงมา คือ ข้อมูลที่ได้รับชมไม่เอื้อต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากจำกัดด้วยกฎระเบียบของบริษัทและอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และระดับน้อยที่สุด คือ พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการถ่ายทอดเรื่องราวไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ตารางที่ 4.15

จำนวนและร้อยละความคิดเห็นที่มีต่อสัญญาณภาพในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

สัญญาณภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีผล	365	91.25
ไม่มีผล	34	8.5
รวม	399	99.75

จากตารางที่ 4.15 พบว่า สัญญาณภาพมีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 91.25 ระดับรองลงมา คือ ไม่มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตารางที่ 4.16

จำนวนและร้อยละความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีที่ควรปรับปรุงในด้านต่าง ๆ

ควรปรับปรุงในด้าน	ควรปรับปรุง	(%)	ไม่ควรปรับปรุง	(%)	จำนวน (คน)
เวลาออกอากาศ	222	55.5	176	44.0	398
วันออกอากาศ	193	48.3	205	51.30	398
รูปแบบการนำเสนอ	193	48.3	204	51.0	398
เนื้อหา	123	30.8	275	68.80	398
พิธีกร	82	20.5	316	79.0	398
อื่นๆ	10	2.5	388	97.0	398

จากตารางที่ 4.16 พบว่า รายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีควรปรับปรุงทางด้านเวลาในการออกอากาศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.5 ระดับรองลงมา มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากัน ได้แก่ วันออกอากาศ และรูปแบบการนำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 48.3 ระดับน้อยที่สุดที่ควรปรับปรุง ได้แก่ อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ได้แก่ ด้านภาษาทางเทคโนโลยีควรสื่อสารให้เข้าใจง่ายขึ้นสำหรับผู้ที่ไม่ค่อยมีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี

สำหรับความคิดเห็นจากแบบสอบถามที่ผู้รับชมได้ทำการเสนอแนะสรุปโดยรวมได้ดังนี้

1. ควรหมุนเวียนเปลี่ยนพิธีกรที่นำเสนอในแต่ละช่วง เพื่อการสร้างสีสันให้น่าชม
2. วัน และเวลาในการออกอากาศควรจะเป็นวันหยุด เพื่อให้นักเรียน / นักศึกษา และคนทำงานได้รับชมบ่อยยิ่งขึ้นในแต่ละรายการ
3. ควรนำเรื่องราวที่นำเสนอผ่าน ไปแล้วมาลงในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ที่พลาดชมได้รับชมในภายหลัง

การทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

๑
PN
1992.45
89481
1509

โดยในการทดสอบสมมติฐานในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดค่านัยสำคัญอยู่ที่ระดับ 0.05 ซึ่งหากค่านัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้ต่ำกว่า 0.05 หมายความว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ที่ตั้งไว้ และหากค่าสถิติที่คำนวณได้สูงกว่า 0.05 หมายความว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี จะยอมรับสมมติฐานหลัก H_0

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_0 : เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ตารางที่ 4.17

ความสัมพันธ์ระหว่างเพศที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

Chi-Square Tests

พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.214	ยอมรับ H_0
ความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.843	ยอมรับ H_0
การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม	0.408	ยอมรับ H_0
การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	0.226	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4.17 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือมีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละด้านเป็นดังนี้

- ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.214 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.843 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.408 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.226 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

สรุป จากตาราง พบว่า ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่ทั้ง 4 ข้อ มีค่านัยสำคัญที่มากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 2 อายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ตารางที่ 4.18

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

Chi-Square Tests

พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.891	ยอมรับ H_0
ความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.000	ปฏิเสธ H_0
การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม	0.000	ปฏิเสธ H_0
การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	0.000	ปฏิเสธ H_0

จากตารางที่ 4.18 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือมีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละด้านเป็นดังนี้

- ด้านความถี่ในการรับชม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.891 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านความตั้งใจในการรับชม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

สรุป จากตาราง พบว่า ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญที่น้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าอายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี แต่มีเพียง 1 ข้อ ที่พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.891 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่ ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_0 : สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_1 : สถานภาพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ตารางที่ 4.19

ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

Chi-Square Tests

พฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.683	ยอมรับ H_0
ความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.221	ยอมรับ H_0
การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม	0.002	ปฏิเสธ H_0
การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	0.000	ปฏิเสธ H_0

จากตารางที่ 4.19 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละด้านเป็นดังนี้

- ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.683 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.221 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

สรุป จากตาราง พบว่า ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มิ่ค่านัยสำคัญที่อยู่ในระดับเท่า ๆ กัน คือ มากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี และอีก 2 ข้อ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.002 และ 0.000 มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าสถานภาพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม และการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

สมมติฐานที่ 4 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ตารางที่ 4.20

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาต่อพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

Chi-Square Tests

พฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.250	ยอมรับ H_0
ความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.384	ยอมรับ H_0
การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม	0.000	ปฏิเสธ H_0
การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	0.265	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4.20 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละด้านเป็นดังนี้

- ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.250 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.384 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.265 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

สรุป จากตาราง พบว่า ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญที่มากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี แต่มีเพียง 1 ข้อ ที่พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

สมมติฐานที่ 5 อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ตารางที่ 4.21

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพต่อพฤติกรรมกรมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

Chi-Square Tests

พฤติกรรมกรมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.241	ยอมรับ H_0
ความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.431	ยอมรับ H_0
การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม	0.283	ยอมรับ H_0
การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	0.000	ปฏิเสธ H_0

จากตารางที่ 4.21 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพต่อพฤติกรรมกรมรายการโทรทัศน์ในแต่ละด้านเป็นดังนี้

- ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.241 ซึ่ง มีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.431 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.283 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

สรุป จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่อันทั้ง 3 ข้อ มีค่านัยสำคัญที่มากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี แต่มีเพียง 1 ข้อ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่ การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

สมมติฐานที่ 6 รายได้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_0 : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

H_1 : รายได้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ตารางที่ 4.22

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

Chi-Square Tests

พฤติกรรมเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.945	ยอมรับ H_0
ความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์	0.679	ยอมรับ H_0
การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม	0.727	ยอมรับ H_0
การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	0.000	ปฏิเสธ H_0

จากตารางที่ 4.22 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละด้านเป็นดังนี้

- ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.945 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.679 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.727 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

สรุป จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่ทั้ง 3 ข้อ มีค่านัยสำคัญที่มากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี แต่มีเพียง 1 ข้อ พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่ารายได้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่ การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

สมมติฐานที่ 7 เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

H_0 : เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความถี่ในการชมรายการ

H_1 : เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

ตารางที่ 4.23

ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์
ด้านความถี่ในการชมรายการ

Chi-Square Tests

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ด้านเนื้อหารายการ		
เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ	0.140	ยอมรับ H_0
เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดล้อม / การท่องเที่ยว	0.081	ยอมรับ H_0
เนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก	0.982	ยอมรับ H_0
เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับ เรื่องราวเข้าใจง่าย	0.032	ปฏิเสธ H_0
ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย	0.875	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4.23 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความถี่ในการชมรายการ พบว่า

- ด้านเนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.140 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีด้านความถี่ในการชมรายการ

- ด้านเนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดล้อม / การท่องเที่ยว พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.081 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

- ด้านเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์/ ก้าวทันโลก พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.982 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

- ด้านเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.032 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

- ด้านภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.875 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ด้านเนื้อหาของรายการ (ด้านความถี่ในการชมรายการ) ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญที่มากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี มีเพียง 1 ข้อที่พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.032 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ ในเรื่องเนื้อหาของรายการควรเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวให้เข้าใจง่าย

สรุป การนำเสนอเรื่องราวของรายการทางด้านเทคโนโลยี ควรเจาะลึกถึงขั้นตอนต่าง ๆ รวมทั้งวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวให้น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจไปพร้อม ๆ กับการนำเสนอของรายการได้มากขึ้น

สมมติฐานที่ 8 เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

H_0 : เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

H_1 : เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

ตารางที่ 4.24

ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์
ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

Chi-Square Tests

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ด้านเนื้อหารายการ		
เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ	0.002	ปฏิเสธ H_0
เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว	0.121	ยอมรับ H_0
เนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก	0.007	ปฏิเสธ H_0
เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับ เรื่องราวเข้าใจง่าย	0.514	ยอมรับ H_0
ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย	0.015	ปฏิเสธ H_0

จากตารางที่ 4.24 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ พบว่า

- ด้านเนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

- ด้านเนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.121 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

- ด้านเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

- ด้านเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.514 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

- ด้านภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ด้านเนื้อหาของรายการ (ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ) ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญที่น้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าเนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี แต่มีเพียง 2 ข้อ ที่พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.121 และ 0.514 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการชมรายการ เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดล้อม / การท่องเที่ยว และเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับ เรื่องราวเข้าใจง่าย

สรุป ดังนั้นในการจัดทำรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี จึงควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาทางวิชาการ และเนื้อหาที่ก้าวทันต่อทุกสถานการณ์ ก้าวทันโลก พร้อม ๆ กับการใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย จะช่วยให้ผู้ชมเข้าใจในเนื้อหาที่นำเสนอได้มากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 9 เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

H_0 : เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

H_1 : เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

ตารางที่ 4.25

ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์
ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

Chi-Square Tests

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ด้านเนื้อหารายการ		
เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ	0.000	ปฏิเสธ H_0
เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว	0.069	ยอมรับ H_0
เนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก	0.003	ปฏิเสธ H_0
เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับ เรื่องราวเข้าใจง่าย	0.004	ปฏิเสธ H_0
ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย	0.438	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4.25 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า

- ด้านเนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- ด้านเนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.069 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- ด้านเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- ด้านเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- ด้านภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.438 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ด้านเนื้อหาของรายการ (ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูล) ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญที่น้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าเนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี แต่มีเพียง 2 ข้อ ที่พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.069 และ 0.438 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูล ได้แก่ เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว และภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

สรุป จากข้อมูลในตารางพบว่าพฤติกรรมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี หลังจากรับชมรายการแล้ว จะทำการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในด้านของเนื้อหาวิชาการ การก้าวทันต่อสถานการณ์ ก้าวทันโลก ซึ่งเนื้อหาควรเจาะลึกถึงขั้นตอนวิธีการใช้งานต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในทางปฏิบัติต่อไป

สมมติฐานที่ 10 เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

H_0 : เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

H_1 : เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

ตารางที่ 4.26

ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์
ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

Chi-Square Tests

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ด้านเนื้อหารายการ		
เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ	0.454	ยอมรับ H_0
เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว	0.005	ปฏิเสธ H_0
เนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก	0.539	ยอมรับ H_0
เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย	0.000	ปฏิเสธ H_0
ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย	0.000	ปฏิเสธ H_0

จากตารางที่ 4.26 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ พบว่า

- ด้านเนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.454 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- ด้านเนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- ด้านเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.539 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- ด้านเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- ด้านภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ด้านเนื้อหาของรายการ (ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์) ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญที่น้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าเนื้อหารายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี แต่มีเพียง 2 ข้อ ที่พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.454 และ 0.539 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เนื้อหารายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ และเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก

สรุป ผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี เมื่อได้รับชมแล้วยังสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในด้านต่าง ๆ ได้

สมมติฐานที่ 11 รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

H_0 : รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

H_1 : รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

ตารางที่ 4.27

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์
ด้านความถี่ในการชมรายการ

Chi-Square Tests

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ		
การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	0.128	ยอมรับ H_0
การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	0.143	ยอมรับ H_0
รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม	0.994	ยอมรับ H_0
รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ	0.739	ยอมรับ H_0
รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่	0.951	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4.27 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมชมรายการ โทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ พบว่า

- ด้านการเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.128 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการ โทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

- ด้านการดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.143 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการ โทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.994 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.739 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

- ด้านรูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่ พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.951 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ (ด้านความถี่ในการชมรายการ) ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญที่มากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่ารูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

สรุป รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์มากนัก เนื่องจากผู้ชมจะให้ความสำคัญทางด้านเนื้อหาของรายการมากกว่า ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมรายการน้อยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 12 รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

H_0 : รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

H_1 : รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

ตารางที่ 4.28

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์
ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

Chi-Square Tests

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ		
การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	0.005	ปฏิเสธ H_0
การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	0.336	ยอมรับ H_0
รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม	0.141	ยอมรับ H_0
รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ	0.680	ยอมรับ H_0
รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่	0.060	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4.28 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ พบว่า

- ด้านการเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

- ด้านการดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.336 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)

หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.141 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.680 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

- ด้านรูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.060 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ (ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ) ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญที่มากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่ารูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี แต่มีเพียง 1 ข้อ ที่พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ ได้แก่ การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ

สรุป รูปแบบการดำเนินรายการของแต่ละรายการควรคำนึงถึงวัน และเวลาออกอากาศ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในการรับชมต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ แต่มีข้อจำกัดในเรื่องของวัน และเวลาในการออกอากาศเป็นส่วนใหญ่

สมมติฐานที่ 13 รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

H_0 : รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

H_1 : รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

ตารางที่ 4.29

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์
ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

Chi-Square Tests

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ		
การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	0.000	ปฏิเสธ H_0
การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	0.129	ยอมรับ H_0
รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม	0.003	ปฏิเสธ H_0
รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ	0.155	ยอมรับ H_0
รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่	0.437	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4.29 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า

- ด้านการเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- ด้านการดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.129 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.155 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- ด้านรูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.437 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ (ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม) ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญที่มากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่ารูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี แต่มีเพียง 2 ข้อ ที่พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 และ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูล ได้แก่ การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ และรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม

สรุป รูปแบบการดำเนินรายการทางด้านเทคโนโลยีมีผลต่อการศึกษาค้นคว้าข้อมูลหลังจากได้รับชมแล้ว โดยเหตุผลหลัก ๆ ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ จะมาจากวันและเวลาการออกอากาศที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจส่งผลให้ไม่ได้รับชม ทำให้พลาดข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ได้ และนอกจากข้อมูลแล้วการนำเสนอรายการนอกสถานที่ยังสามารถสร้างความดึงดูดใจในการชมได้ดียิ่งขึ้นด้วย

สมมติฐานที่ 14 รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

H_0 : รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

H_1 : รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

ตารางที่ 4.30

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมกรมรายการโทรทัศน์
ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

Chi-Square Tests

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี	Sig (2-sided)	สรุปผลการวิจัย
ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ		
การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	0.298	ยอมรับ H_0
การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ	0.002	ปฏิเสธ H_0
รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม	0.649	ยอมรับ H_0
รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ	0.014	ปฏิเสธ H_0
รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่	0.000	ปฏิเสธ H_0

จากตารางที่ 4.30 วิเคราะห์ผลโดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งมีความเชื่อมั่นในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือ มีความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าที่ได้จากตารางจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อพฤติกรรมกรมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ พบว่า

- ด้านการเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.298 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- ด้านการดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.649 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- ด้านรูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่ พบว่า ค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ (ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์) ผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่มีค่านัยสำคัญที่น้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่ารูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี แต่มีเพียง 2 ข้อ ที่พบว่าค่าที่ได้จากตารางมีค่าเท่ากับ 0.298 และ 0.649 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นก็คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในการศึกษาค้นคว้าข้อมูล ได้แก่ การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ และรูปแบบการดำเนินรายการนำเสนอรูปแบบนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม

สรุป รูปแบบการดำเนินรายการทางด้านเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ โดยเหตุผลหลัก ๆ ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ จะมาจากการนำเสนอของพิธีกร รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ และการจัดกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่ ซึ่งผู้ชมสามารถนำวิธีการนำเสนอของพิธีกรมาปรับใช้ในการทำงาน การศึกษา เพื่อการนำเสนอผลงานต่าง ๆ ของตนเองให้หัวหน้างาน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้

ตารางที่ 4.31

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามด้านลักษณะประชากรศาสตร์

ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้
1. ความถี่ในการชมรายการ						
2. ความตั้งใจในการรับชม รายการโทรทัศน์		✓				
3. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล เพิ่มเติม		✓	✓	✓		
4. การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ ประโยชน์		✓	✓		✓	✓

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม

ตารางที่ 4.32

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามด้านเนื้อหารายการ

ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม	วิชาการ	สิ่งแวดล้อม/ การท่องเที่ยว	ก้าวหน้า สถานการณ์/ ทันโลก	เจาะลึกการ นำเสนอ	ภาษาในการ บรรยาย
1. ความถี่ในการชมรายการ				✓	
2. ความตั้งใจในการรับชม รายการโทรทัศน์	✓		✓		✓
3. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล เพิ่มเติม	✓		✓	✓	
4. การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ ประโยชน์		✓		✓	✓

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม

ตารางที่ 4.33

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามด้านรูปแบบการดำเนินรายการ

ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม	เปลี่ยนวัน เวลาออก อากาศ	พิธีกร	นำเสนอนอก สถานที่	ดึงดูดใจ	กิจกรรม นอกสถานที่
1. ความถี่ในการชมรายการ					
2. ความตั้งใจในการรับชม รายการโทรทัศน์	✓				
3. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล เพิ่มเติม	✓		✓		
4. การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ ประโยชน์		✓		✓	✓

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม

จากตารางที่ 4.31 - 4.33 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามได้ว่า ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เนื้อหารายการ รูปแบบการดำเนินรายการของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ทางด้านเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ลักษณะประชากรศาสตร์

- ในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ อายุ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ในด้านการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- ในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ด้านเนื้อหารายการ

- ในด้านความถี่ในการชมรายการ เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมชมรายการทางด้านเทคโนโลยี
- ในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ เนื้อหารายการนำเสนอในเชิงวิชาการ เนื้อหาทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก และภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมชมรายการทางด้านเทคโนโลยี
- ในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม เนื้อหารายการนำเสนอในเชิงวิชาการ เนื้อหาทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก และเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมชมรายการทางด้านเทคโนโลยี
- ในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดล้อม / การท่องเที่ยว เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย และภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมชมรายการทางด้านเทคโนโลยี

ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ

- ในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมชมรายการทางด้านเทคโนโลยี
- ในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมชมรายการทางด้านเทคโนโลยี
- ในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมชมรายการทางด้านเทคโนโลยี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการดำเนินรายการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี และศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี จำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ส่วนที่ 3 ข้อดี ข้อเสีย ปัญหาและอุปสรรค วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Percentage and Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation = S.D.) หาคความสัมพันธ์ และค่าไคสแควร์ (Chi-Square)

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า

ตารางที่ 5.1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากร	ผลการศึกษา
เพศ	กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.75 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.25
อายุ	กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.75
สถานภาพ	กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 84.0

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ลักษณะประชากร	ผลการศึกษา
ระดับการศึกษา	กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาขั้นปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.75
อาชีพ	กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.25
รายได้	กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.3

5.1.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ด้านพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีมากที่สุด ได้แก่ รายการ IE Show.com ร้อยละ 84.5 เนื่องจากมีความหลากหลายในรูปแบบการนำเสนอที่นำเสนอในด้านอื่น ๆ ในรูปแบบนอกสถานที่ ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยว ภาพยนตร์ ซึ่งช่วยทำให้ได้รับความบันเทิง และการผ่อนคลายจากเรื่องเทคโนโลยีที่นำเสนอควบคู่กันไป ซึ่งจะพบว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์จะมีพฤติกรรมความถี่ในการรับชมรายการนาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 51.8 และชมเป็นบางช่วง ร้อยละ 46.5 โดยมีสาเหตุมาจากการทำงาน หรือช่วงการออกอากาศเข้าเกินไป ทำให้ในบางครั้งพลาดการรับชมได้ และผู้ชมรายการโทรทัศน์จะรับรู้จากข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 93.75 บุคคลที่มีส่วนแนะนำให้ชมรายการโทรทัศน์ คือ เพื่อน ร้อยละ 55.5 และช่วงเวลาที่มผลต่อผู้ชมมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 10.15-11.00 น. (รายการ IE Show.com) ด้านพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการเลือกชมรายการมากที่สุด ร้อยละ 79.0 เหตุผลส่วนใหญ่ คือเป็นการเพิ่มสีสันในการนำเสนอเรื่องราว และดึงดูดให้มีความน่าสนใจ ผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีได้รับประโยชน์ ร้อยละ 91.25 และนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ทางด้านการทำงานมากที่สุด ร้อยละ 46.75 สำหรับเหตุจูงใจให้ชมรายการมากที่สุด คือ เนื้อหาที่นำเสนอ ร้อยละ 46.75 หลังจากรับชมรายการแล้วผู้รับชมศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ร้อยละ 54.5 ศึกษาค้นคว้าข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 53.25

ด้านเนื้อหารายการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านเนื้อหารายการกับเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก ร้อยละ 3.953 ระดับรองลงมาได้แก่ ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย ร้อยละ 3.665 ตามลำดับ

ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม ร้อยละ 3.955 ระดับรองลงมา ได้แก่ รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่ ร้อยละ 3.695 ตามลำดับ

จากการทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สามารถสรุปตามลักษณะประชากรศาสตร์ และปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ ได้ดังนี้

ลักษณะประชากรศาสตร์

- เพศ

เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- อายุ

อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- สถานภาพ

สถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์

สถานภาพที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- อาชีพ

อาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

อาชีพที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

- รายได้

รายได้ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

รายได้ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

ด้านเนื้อหารายการ

- ความถี่ในการชมรายการ

เนื้อหารายการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความถี่ในการชมรายการ ได้แก่ ด้านเนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ ด้านเนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว ด้านเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก ด้านภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

เนื้อหารายการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความถี่ในการชมรายการ ได้แก่ ด้านเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย

- ความตั้งใจในการรับชมรายการ

เนื้อหารายการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ ได้แก่ ด้านเนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว ด้านเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย

เนื้อหารายการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ ได้แก่ ด้านเนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ ด้านเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก ด้านภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

- การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

เนื้อหารายการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ ด้านเนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดล้อม / การท่องเที่ยว ด้านภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

เนื้อหารายการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ ด้านเนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ ด้านเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก ด้านเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย

- การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

เนื้อหารายการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ ด้านเนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ ด้านเนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก ต่อการนำไปใช้ประโยชน์

เนื้อหารายการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ ด้านเนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดล้อม / การท่องเที่ยว ด้านเนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย ด้านภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ

- ความถี่ในการชมรายการ

รูปแบบการดำเนินรายการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความถี่ในการชมรายการ ได้แก่ ด้านการเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการ ด้านการดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม ด้านรูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ ด้านรูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่

- ความตั้งใจในการรับชมรายการ

รูปแบบการดำเนินรายการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ ได้แก่ ด้านการดำเนินรายการของพิธีกร

หรือผู้ดำเนินรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม ด้านรูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ ด้านรูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่

รูปแบบการดำเนินรายการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านความตั้งใจในการรับชมรายการ ได้แก่ ได้แก่ ด้านการเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการ

- การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

รูปแบบการดำเนินรายการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ ด้านการดำเนินรายการของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ ด้านรูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่

รูปแบบการดำเนินรายการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ ด้านการเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม

- การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

รูปแบบการดำเนินรายการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ ด้านการเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม

รูปแบบการดำเนินรายการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ ด้านการดำเนินรายการของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ ด้านรูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดทั้ง 2 ปัจจัย คือ ด้านเนื้อหา รายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ และในด้านประโยชน์ที่ได้รับพบว่า มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด สำหรับระดับคะแนนในระดับปานกลาง คือ ด้านข้อดีของรายการ และด้านข้อเสียของรายการ

ส่วนในเรื่องของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์โดยมีความถี่ในการรับชมรายการนาน ๆ ครั้ง สำหรับความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมเฉพาะบางช่วง คือช่วงที่ตนเองให้ความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

รัตนพร ไม้ตราวัฒนา (2544) ที่พบว่า โดยส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน (รับชมบ้างเป็นบางครั้ง) การรับชม สำหรับความตั้งใจชมพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมเฉพาะช่วงที่น่าสนใจ

จิตติมา ปิยะศิริศิลป์ (2544) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเนื้อหา รายการ ในเรื่องข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด และทางด้านการดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผู้ดำเนินรายการใช้คำถามตรงประเด็นมากที่สุด ส่วนทางด้านการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์มากที่สุดในด้านการทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม

ศกุนต์ สายบุญลี (2543) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการดำเนินรายการอยู่ในเกณฑ์สูงมากใน 3 เรื่อง คือ เรื่องที่น่าสนใจ การใช้ภาษาในรายการเข้าใจง่าย และผู้ดำเนินรายการพูดจาคล่องแคล่ว

จากระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งได้อาศัยทฤษฎีเกี่ยวกับ ทฤษฎีการเปิดรับสาร และพฤติกรรมการเลือกในการสื่อสารของปรเมศ สตะเวทิน ที่นำมาศึกษาเป็นหลักมาประยุกต์ ในด้านเลือกเปิดรับสื่อ หรือการเลือกใช้สื่อมวลชน (Selective Exposure) ด้านการเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ด้านการเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) และด้านการเลือกจดจำ (Selective Retention) พบว่า ไม่ว่าจะเป็นส่วนเนื้อหา รายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งพฤติกรรมที่สอดคล้องจากการศึกษาพบว่าผู้ชมส่วนใหญ่

เลือกที่จะรับรู้หรือตีความหมายของเนื้อหาที่ตนเองสนใจ และจดจำเรื่องที่น่าเสนอมาใช้ ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด และนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ด้านการทำงานมากที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมมุมมอง และแนวคิดไว้ดังนี้

สำหรับผู้ผลิตรายการ

1. รายการทางด้านเทคโนโลยีที่มีออกอากาศ ผู้วิจัยเห็นว่า รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศอยู่ ณ ปัจจุบัน ยังมีน้อยสำหรับให้ผู้ชมได้เปิดโลกแห่งการเรียนรู้ ไม่ว่าจะด้วยปัจจัยใด ๆ ทางธุรกิจก็ตาม ควรมียุทธศาสตร์ที่จะช่วยส่งเสริมก่อให้เกิดการเรียนรู้ พัฒนาทั้งตนเอง องค์กร สังคม และประเทศชาติเพิ่มขึ้น ดังนั้นจำเป็นต้องหาช่องทางที่ภาครัฐและธุรกิจเอกชนควรหันมาให้ความสำคัญและร่วมกันส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีภายในองค์กร

2. ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ผู้วิจัยเห็นว่า รูปแบบรายการที่ควรที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเข้าไปในการสร้างสีสัน คือ การชักชวนให้เกิดการใช้เทคโนโลยีภายในองค์กร ด้วยรูปแบบ คือ

- การจัดกิจกรรมแข่งขันนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ โดยประยุกต์ให้เหมาะสมกับกระบวนการจัดการใหม่ ๆ ในองค์กร เนื่องจากบางองค์กรยังต้องมีการพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยี ดังนั้นกลุ่มผู้ชมที่เข้าร่วมการแข่งขันจะมาจากแต่ละองค์กร ซึ่งถือเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร อีกทั้งยังช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการระดมความคิด ความรู้ ความสามารถ และการทำงานเป็นทีม สร้างความสามัคคีให้เกิดกับเพื่อนร่วมงานภายในองค์กรและระหว่างองค์กรได้อีกวิธีหนึ่ง

3. ด้านพิธีกร ผู้วิจัยเห็นว่า ควรจะมีการนำพิธีกรรับเชิญท่านอื่น มาสลับกันในแต่ละเดือน เพื่อให้เกิดความน่าสนใจของการนำเสนอจากหลากหลายพิธีกร ซึ่งเป็นการเพิ่มสีสันในรายการให้น่ารับชมยิ่งขึ้น

4. ด้านเนื้อหารายการ ผู้วิจัยเห็นว่า ควรจะนำเนื้อหารายการที่ได้มีการออกอากาศไปแล้ว มาลงในอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ชมที่พลาดชมได้ติดตามจากสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเราจะพบว่า จากผลการวิจัยพฤติกรรมการศึกษาค้นคว้าข้อมูลมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด จะทำให้ผู้ที่พลาดชมในช่วงนั้นได้มีโอกาสค้นคว้าและติดตามภายหลังจากสื่ออินเทอร์เน็ตได้

5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัย พบว่า มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลา และการเก็บข้อมูล เนื่องจากเวลามีจำกัด ทำให้ในการศึกษาข้อมูลอาจมีข้อผิดพลาดที่พบในภายหลังจากการเก็บข้อมูล และจัดทำ อีกทั้งในการเก็บข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะไม่ค่อยมีเวลามากนักในการตอบแบบสอบถาม จึงทำให้การศึกษาครั้งนี้ยังไม่สามารถบ่งบอกและชี้แจงอะไรได้อย่างชัดเจนนัก หากจะมีการศึกษาเพื่อดูถึงแนวโน้มพฤติกรรมผู้รับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี จำเป็นจะต้องทำการศึกษาอีกหลายด้านประกอบกัน เพื่อประโยชน์สูงสุดในการวิจัยครั้งต่อไป ประเด็นที่ควรจะนำมาพิจารณาเพิ่มเติมในการวิจัยครั้งต่อไป คือ

1. การศึกษาถึงพฤติกรรมความเป็นไปได้ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ หลังจากได้รับชมรายการโทรทัศน์
2. การศึกษาถึงกระบวนการผลิตของสื่อโทรทัศน์ที่ออกอากาศ
3. การศึกษาถึงปัจจัยในการผลิตสื่อโทรทัศน์ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้รับชมรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร. (2546). ทฤษฎีและพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร, สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จุมพต เหลืองสุภรณ์. (2545). ความสัมพันธ์ของการรับชมรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้า : ศึกษากรณีประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครชั้นกลาง, สารนิพนธ์ สาขาการจัดการ โครงการสวัสดิการสังคม. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- จิตติมา ปิยะศิริศิลป์. (2544). ศึกษาพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี. วิทยานิพนธ์ วส.ม บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นราศรี ไวนิชกุล. (2548). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ, พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี, พิมพ์ครั้งที่ 3 คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภควรรณ นิพัทธ์โยธิน. (2539). พฤติกรรม และความคิดเห็นที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทละคร ก่อนข่าวภาคค่ำทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 กับละครหลังข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 ของพนักงานโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางชัน, วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์ สาขาประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- มัลลิกา บุนนาค. (2537). สถิติเพื่อการตัดสินใจ, พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนพร ไม้ตราวัฒนา. (2544). พฤติกรรมกรรมการรับชมรายการซุรัก ชูรสทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน. วิทยานิพนธ์ วส.ม. บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วสันต์ อติศัพท์. (2523). ประวัติวิทยุและเทคโนโลยีสื่อทางการศึกษาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศกุนต์ สายบุญลี. (2543). ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ รายการสารคดีพัฒนาชุมชน วิทยานิพนธ์ วส.ม. บัณฑิตวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุภาพร ทิพย์รัตน์. (2547). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมยูบีซีเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร, สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสิบทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. วิทยานิพนธ์ วส.ม. บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อาทิตย์ สุดาจันทร์. (2534). การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 (ป.ว.ช. 3) จากเทปโทรทัศน์ที่มีรายการบันเทิงแทรกระหว่างเนื้อหาโดยให้ช่วงเวลาแตกต่างกัน. ปรินญาณิพนธ์ บธ.ม. (เอกเทคโนโลยีทางการศึกษา). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อิสราวดี ชำนาญกิจ. (2542). ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ วส.ม. บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

www.bma.go.th

www.dopa.go.th

www.elifanclub.com

www.ieshow.com

www.princess-it.org

www.saijai.net

www.st.ac.th

www.travel.thailtd.com

<http://203.155.220.230/NowBMA/Profile.htm>



ภาคผนวก

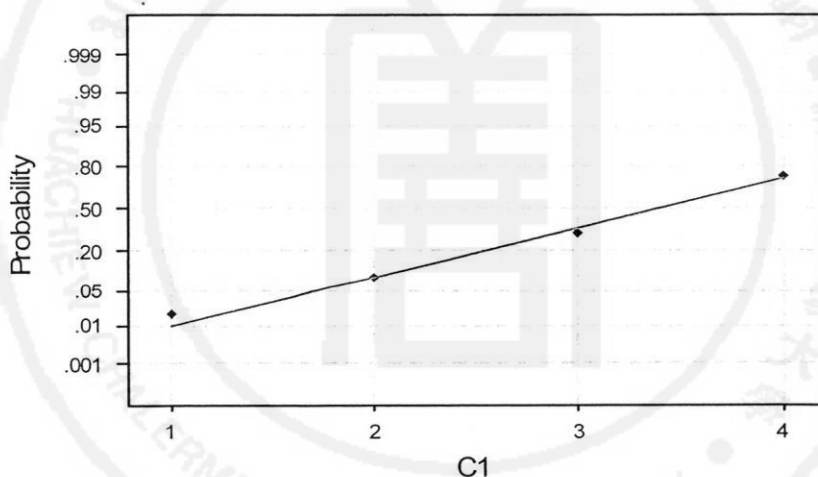
ผนวก ก.

ค่าสถิติที่ได้จากการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรตามเพื่อดูว่าเป็นข้อมูลแบบปกติหรือไม่
ความถี่ในการชมรายการโทรทัศน์

Normality Test

Normal Probability Plot

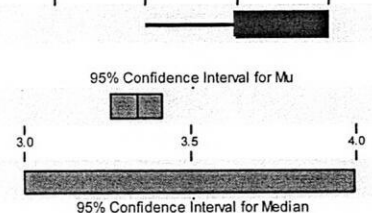
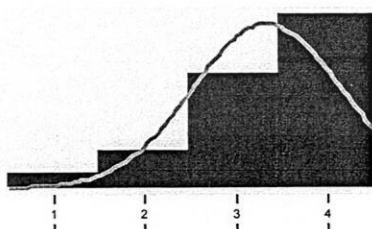


Average: 3.3375
StDev: 0.812554
N: 400

Anderson-Darling Normality Test
A-Squared: 39.334
P-Value: 0.000

Descriptive Statistics

Descriptive Statistics



Variable: C1

Anderson-Darling Normality Test
A-Squared: 39.334
P-Value: 0.000

Mean 3.33750
StDev 0.81255
Variance 0.660244
Skewness -1.11325
Kurtosis 0.618452
N 400

Minimum 1.00000
1st Quartile 3.00000
Median 4.00000
3rd Quartile 4.00000
Maximum 4.00000

95% Confidence Interval for Mu
3.25763 3.41737

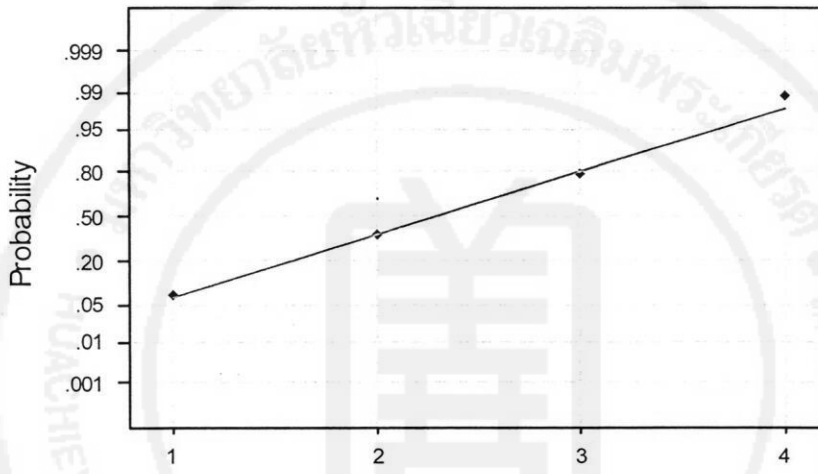
95% Confidence Interval for Sigma
0.75988 0.87314

95% Confidence Interval for Median
3.00000 4.00000

การวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรตามเพื่อดูว่าเป็นข้อมูลแบบปกติหรือไม่
ความตั้งใจในการชมรายการโทรทัศน์

Normality Test

Normal Probability Plot

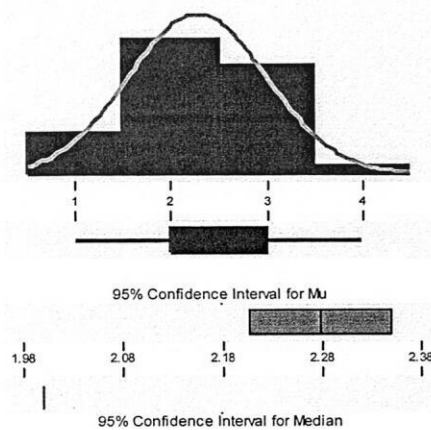


Average: 2.2775
StDev: 0.725817
N: 400

Anderson-Darling Normality Test
A-Squared: 31.804
P-Value: 0.000

Descriptive Statistics

Descriptive Statistics



Variable: C1

Anderson-Darling Normality Test
A-Squared: 31.804
P-Value: 0.000

Mean 2.27750
StDev 0.72582
Variance 0.526811
Skewness -1.2E-01
Kurtosis -5.5E-01
N 400

Minimum 1.00000
1st Quartile 2.00000
Median 2.00000
3rd Quartile 3.00000
Maximum 4.00000

95% Confidence Interval for Mu

2.20615 2.34885

95% Confidence Interval for Sigma

0.67876 0.77993

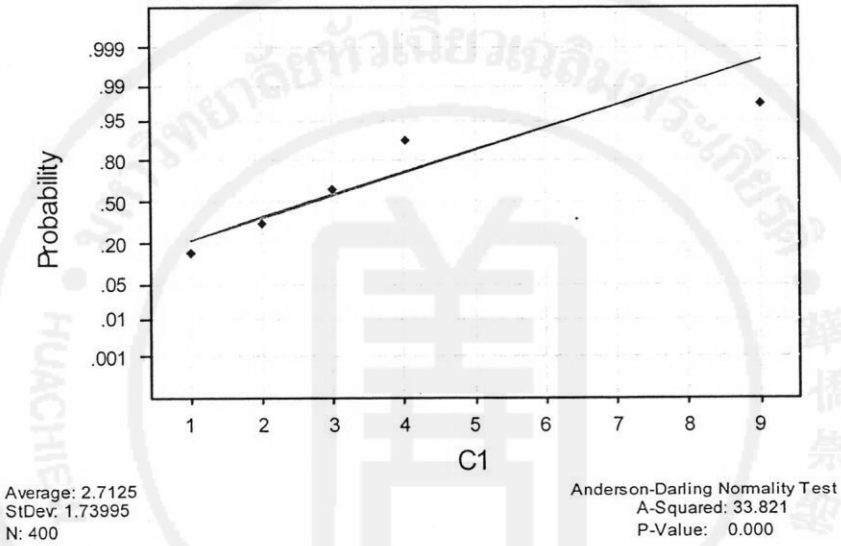
95% Confidence Interval for Median

2.00000 2.00000

การวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรตามเพื่อดูว่าเป็นข้อมูลแบบปกติหรือไม่
 การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

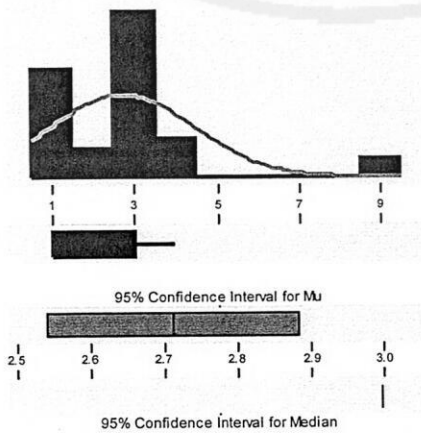
Normality Test

Normal Probability Plot



Descriptive Statistics

Descriptive Statistics



Variable: C1

Anderson-Darling Normality Test
 A-Squared: 33.821
 P-Value: 0.000

Mean 2.71250
 StDev 1.73995
 Variance 3.02741
 Skewness 2.00855
 Kurtosis 5.54440
 N 400

Minimum 1.00000
 1st Quartile 1.00000
 Median 3.00000
 3rd Quartile 3.00000
 Maximum 9.00000

95% Confidence Interval for μ
 2.54147 2.88353

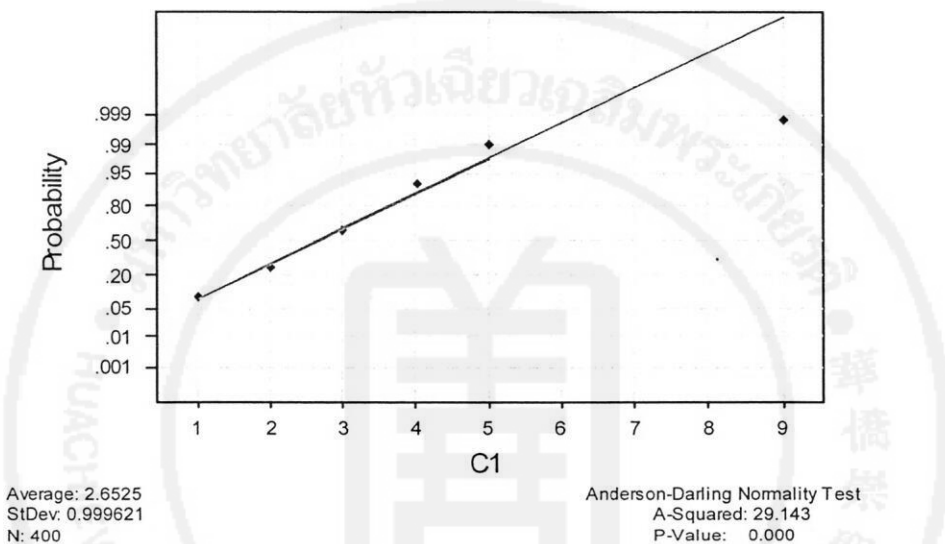
95% Confidence Interval for σ
 1.62715 1.86967

95% Confidence Interval for Median
 3.00000 3.00000

การวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรตามเพื่อดูว่าเป็นข้อมูลแบบปกติหรือไม่
 การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

Normality Test

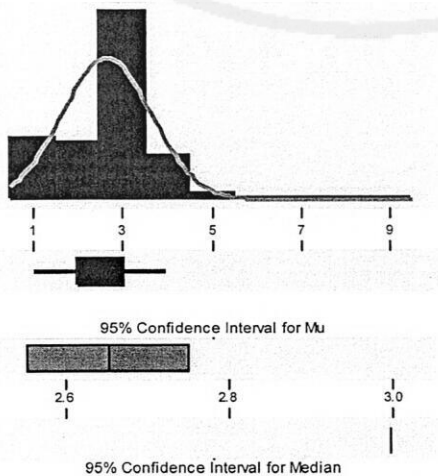
Normal Probability Plot



Descriptive Statistics

Descriptive Statistics

Variable: C1



Anderson-Darling Normality Test	
A-Squared:	29.143
P-Value:	0.000
Mean	2.65250
StDev	0.99962
Variance	0.999242
Skewness	0.286033
Kurtosis	3.27102
N	400
Minimum	1.00000
1st Quartile	2.00000
Median	3.00000
3rd Quartile	3.00000
Maximum	9.00000
95% Confidence Interval for Mu	
	2.55424 2.75076
95% Confidence Interval for Sigma	
	0.93482 1.07415
95% Confidence Interval for Median	
	3.00000 3.00000

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศที่ต่างกัันกับพฤติกรรม
การชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.479(a)	3	.214
Likelihood Ratio	4.479	3	.214
Linear-by-Linear Association	.843	1	.359
N of Valid Cases	400		

ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.827(a)	3	.843
Likelihood Ratio	.826	3	.843
Linear-by-Linear Association	.612	1	.434
N of Valid Cases	400		

ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.985(a)	4	.408
Likelihood Ratio	4.097	4	.393
Linear-by-Linear Association	2.238	1	.135
N of Valid Cases	399		

ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.346(a)	3	.226
Likelihood Ratio	4.424	3	.219
Linear-by-Linear Association	3.251	1	.071
N of Valid Cases	381		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.469(a)	12	.891
Likelihood Ratio	9.312	12	.676
Linear-by-Linear Association	.448	1	.503
N of Valid Cases	400		

ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43.422(a)	12	.000
Likelihood Ratio	34.325	12	.001
Linear-by-Linear Association	.704	1	.402
N of Valid Cases	400		

ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	42.118(a)	16	.000
Likelihood Ratio	29.027	16	.024
Linear-by-Linear Association	1.211	1	.271
N of Valid Cases	399		

ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	77.209(a)	12	.000
Likelihood Ratio	81.473	12	.000
Linear-by-Linear Association	49.095	1	.000
N of Valid Cases	381		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.953(a)	6	.683
Likelihood Ratio	4.407	6	.622
Linear-by-Linear Association	1.000	1	.317
N of Valid Cases	400		

ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.239(a)	6	.221
Likelihood Ratio	8.926	6	.178
Linear-by-Linear Association	.357	1	.550
N of Valid Cases	400		

ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24.860(a)	8	.002
Likelihood Ratio	20.096	8	.010
Linear-by-Linear Association	4.808	1	.028
N of Valid Cases	399		

ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.051(a)	6	.000
Likelihood Ratio	31.801	6	.000
Linear-by-Linear Association	8.086	1	.004
N of Valid Cases	381		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้าน
เทคโนโลยี

ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.849(a)	12	.250
Likelihood Ratio	18.719	12	.096
Linear-by-Linear Association	2.701	1	.100
N of Valid Cases	400		

ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.797(a)	12	.384
Likelihood Ratio	12.216	12	.429
Linear-by-Linear Association	.651	1	.420
N of Valid Cases	400		

ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	62.617(a)	16	.000
Likelihood Ratio	44.082	16	.000
Linear-by-Linear Association	.168	1	.682
N of Valid Cases	399		

ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.581(a)	12	.265
Likelihood Ratio	16.709	12	.161
Linear-by-Linear Association	.749	1	.387
N of Valid Cases	381		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18.432(a)	15	.241
Likelihood Ratio	18.374	15	.244
Linear-by-Linear Association	3.882	1	.049
N of Valid Cases	400		

ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.281(a)	15	.431
Likelihood Ratio	15.271	15	.432
Linear-by-Linear Association	.383	1	.536
N of Valid Cases	400		

ด้านการศึกษาคิดว่าข้อมูลเพิ่มเติม

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	23.119(a)	20	.283
Likelihood Ratio	22.858	20	.296
Linear-by-Linear Association	.395	1	.530
N of Valid Cases	399		

ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	185.911(a)	15	.000
Likelihood Ratio	168.845	15	.000
Linear-by-Linear Association	43.041	1	.000
N of Valid Cases	381		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.347(a)	12	.945
Likelihood Ratio	6.210	12	.905
Linear-by-Linear Association	.063	1	.802
N of Valid Cases	398		

ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.279(a)	12	.679
Likelihood Ratio	10.315	12	.588
Linear-by-Linear Association	3.503	1	.061
N of Valid Cases	398		

ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.247(a)	16	.727
Likelihood Ratio	14.104	16	.591
Linear-by-Linear Association	5.129	1	.024
N of Valid Cases	397		

ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	86.016(a)	12	.000
Likelihood Ratio	92.479	12	.000
Linear-by-Linear Association	30.179	1	.000
N of Valid Cases	380		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี
ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.251(a)	12	.140
Likelihood Ratio	13.837	12	.311
Linear-by-Linear Association	2.742	1	.098
N of Valid Cases	400		

เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.336(a)	12	.081
Likelihood Ratio	18.403	12	.104
Linear-by-Linear Association	.178	1	.673
N of Valid Cases	400		

เนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.476(a)	9	.982
Likelihood Ratio	2.758	9	.973
Linear-by-Linear Association	.046	1	.830
N of Valid Cases	400		

เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22.524(a)	12	.032
Likelihood Ratio	16.427	12	.172
Linear-by-Linear Association	.386	1	.534
N of Valid Cases	399		

ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.721(a)	12	.875
Likelihood Ratio	7.063	12	.853
Linear-by-Linear Association	.437	1	.509
N of Valid Cases	400		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี
ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์

เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31.226(a)	12	.002
Likelihood Ratio	28.421	12	.005
Linear-by-Linear Association	1.839	1	.175
N of Valid Cases	400		

เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดล้อม / การท่องเที่ยว

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.829(a)	12	.121
Likelihood Ratio	16.485	12	.170
Linear-by-Linear Association	1.695	1	.193
N of Valid Cases	400		

เนื้อหาของรายการทันตสาธารณสุข / ก้าวทันโลก

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22.781(a)	9	.007
Likelihood Ratio	22.568	9	.007
Linear-by-Linear Association	.275	1	.600
N of Valid Cases	400		

เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.172(a)	12	.514
Likelihood Ratio	11.776	12	.464
Linear-by-Linear Association	.426	1	.514
N of Valid Cases	399		

ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.013(a)	12	.015
Likelihood Ratio	19.898	12	.069
Linear-by-Linear Association	.831	1	.362
N of Valid Cases	400		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหารายการต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี
ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	46.514(a)	16	.000
Likelihood Ratio	40.160	16	.001
Linear-by-Linear Association	3.497	1	.061
N of Valid Cases	399		

เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.058(a)	16	.069
Likelihood Ratio	24.556	16	.078
Linear-by-Linear Association	1.052	1	.305
N of Valid Cases	399		

เนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29.378(a)	12	.003
Likelihood Ratio	27.594	12	.006
Linear-by-Linear Association	4.407	1	.036
N of Valid Cases	399		

เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35.261(a)	16	.004
Likelihood Ratio	33.389	16	.007
Linear-by-Linear Association	.750	1	.387
N of Valid Cases	398		

ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.213(a)	16	.438
Likelihood Ratio	16.435	16	.423
Linear-by-Linear Association	1.251	1	.263
N of Valid Cases	399		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาของรายการต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.902(a)	12	.454
Likelihood Ratio	12.030	12	.443
Linear-by-Linear Association	2.407	1	.121
N of Valid Cases	381		

เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดลอม / การท่องเที่ยว

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	28.186(a)	12	.005
Likelihood Ratio	30.372	12	.002
Linear-by-Linear Association	.732	1	.392
N of Valid Cases	381		

เนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.949(a)	9	.539
Likelihood Ratio	9.419	9	.400
Linear-by-Linear Association	.611	1	.434
N of Valid Cases	381		

เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอและเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	36.180(a)	12	.000
Likelihood Ratio	38.795	12	.000
Linear-by-Linear Association	1.562	1	.211
N of Valid Cases	380		

ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	46.117(a)	12	.000
Likelihood Ratio	38.625	12	.000
Linear-by-Linear Association	.714	1	.398
N of Valid Cases	381		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อ
พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี
ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.623(a)	12	.128
Likelihood Ratio	13.940	12	.305
Linear-by-Linear Association	2.128	1	.145
N of Valid Cases	400		

การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.466(a)	9	.143
Likelihood Ratio	12.903	9	.167
Linear-by-Linear Association	.161	1	.688
N of Valid Cases	400		

รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.815(a)	9	.994
Likelihood Ratio	2.351	9	.985
Linear-by-Linear Association	.438	1	.508
N of Valid Cases	400		

รูปแบบการดำเนินรายการมีความตั้งใจ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.009(a)	9	.739
Likelihood Ratio	6.351	9	.704
Linear-by-Linear Association	.024	1	.876
N of Valid Cases	400		

รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.296(a)	9	.951
Likelihood Ratio	3.288	9	.952
Linear-by-Linear Association	.051	1	.821
N of Valid Cases	400		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อ

พฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ด้านความตั้งใจในการรับชมรายการโทรทัศน์

การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	28.567(a)	12	.005
Likelihood Ratio	27.090	12	.008
Linear-by-Linear Association	.914	1	.339
N of Valid Cases	400		

การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.184(a)	9	.336
Likelihood Ratio	10.949	9	.279
Linear-by-Linear Association	5.064	1	.024
N of Valid Cases	400		

รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.507(a)	9	.141
Likelihood Ratio	12.252	9	.199
Linear-by-Linear Association	.098	1	.754
N of Valid Cases	400		

รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.587(a)	9	.680
Likelihood Ratio	6.674	9	.671
Linear-by-Linear Association	.007	1	.933
N of Valid Cases	400		

รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.335(a)	9	.060
Likelihood Ratio	12.639	9	.180
Linear-by-Linear Association	.305	1	.581
N of Valid Cases	400		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อ
พฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี
ด้านการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44.446(a)	16	.000
Likelihood Ratio	41.709	16	.000
Linear-by-Linear Association	6.099	1	.014
N of Valid Cases	399		

การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.595(a)	12	.129
Likelihood Ratio	19.471	12	.078
Linear-by-Linear Association	1.451	1	.228
N of Valid Cases	399		

รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	30.273(a)	12	.003
Likelihood Ratio	28.481	12	.005
Linear-by-Linear Association	4.763	1	.029
N of Valid Cases	399		

รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.861(a)	12	.155
Likelihood Ratio	17.268	12	.140
Linear-by-Linear Association	.613	1	.434
N of Valid Cases	399		

รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.103(a)	12	.437
Likelihood Ratio	11.820	12	.460
Linear-by-Linear Association	.926	1	.336
N of Valid Cases	399		

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินรายการต่อ

พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.050(a)	12	.298
Likelihood Ratio	15.346	12	.223
Linear-by-Linear Association	3.367	1	.067
N of Valid Cases	381		

การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.668(a)	9	.002
Likelihood Ratio	26.973	9	.001
Linear-by-Linear Association	1.119	1	.290
N of Valid Cases	381		

รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.881(a)	9	.649
Likelihood Ratio	7.627	9	.572
Linear-by-Linear Association	.502	1	.479
N of Valid Cases	381		

รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20.795(a)	9	.014
Likelihood Ratio	20.963	9	.013
Linear-by-Linear Association	.277	1	.599
N of Valid Cases	381		

รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	32.129(a)	9	.000
Likelihood Ratio	28.242	9	.001
Linear-by-Linear Association	.212	1	.645
N of Valid Cases	381		

ผนวก ข.

เลขที่ _____

แบบสอบถาม

เรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี**
ในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ : แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ การศึกษาของวิชา BA8913 การศึกษาด້วยตนเอง

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี
- ส่วนที่ 3 ข้อดีข้อเสีย ปัญหาและอุปสรรค

กรุณาตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้ครบทุกข้อ และตอบตามความคิดเห็น ความต้องการหรือประสบการณ์ที่เป็นจริง ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามในครั้งนี จะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านแต่ประการใด ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะได้รับการเก็บรักษาไว้เป็นความลับ และจะนำผลที่ได้มาใช้สำหรับการวิจัยเพื่อการศึกษาเท่านั้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ให้ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. ขณะนี้ท่านอายุ

1) น้อยกว่า 18 ปี

2) 18 – 23 ปี

3) 24- 35 ปี

4) 36-55 ปี

5) มากกว่า 55 ปี

3. สถานภาพ

1) โสด

2) สมรส

3) หย่าร้าง/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

1) มัธยมศึกษาตอนต้น / ปวช.

2) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวส.

3) ปริญญาตรี

4) สูงกว่าปริญญาตรี

5) อื่น ๆ โปรดระบุ

5. อาชีพ

1) แม่บ้าน

2) ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

3) นักเรียน / นักศึกษา ระดับ

4) พนักงานบริษัทเอกชน ตำแหน่ง

5) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตำแหน่ง

6) อื่น ๆ โปรดระบุ

6. รายได้ที่ได้รับ

1) น้อยกว่า 10,000 บาท

2) 10,001 – 20,000 บาท

3) 20,001 – 30,000 บาท

4) 30,001 – 40,000 บาท

5) มากกว่า 40,000 บาท

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

ตอนที่ 1 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์

1.1. ท่านเคยชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีต่อไปนี้รายการใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) รายการ IE Show.com
 2) รายการ E-life e-business
 3) รายการ IT Eleven

1.2 หากท่านได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ท่านเข้าชมรายการ.....

- 1) ทุกครั้งที่ออกอากาศ 2) บ่อย (3 ครั้งต่อเดือน)
 3) ปานกลาง (2 ครั้งต่อเดือน) 4) นาน ๆ ครั้ง

1.3 ในการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ท่าน

- 1) ตั้งใจชมตลอดรายการ 2) ชมเฉพาะบางช่วง
 3) ชมเพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับเรื่องอะไร 4) เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน

1.4 ท่านรู้จักรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีจากสื่อใดบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) โปรดเรียงลำดับความสำคัญ

- 1) สื่อวิทยุ 2) สื่อโทรทัศน์
 3) สื่อบุคคล 4) สื่อสิ่งพิมพ์
 5) อื่น ๆ โปรดระบุ

1.5 บุคคลใดมีส่วนในการแนะนำให้ท่านเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- 1) พ่อแม่ / ญาติพี่น้อง 2) อาจารย์
 3) เพื่อน 4) ผู้ร่วมงาน
 5) อื่น ๆ โปรดระบุ

1.6 ท่านคิดว่าช่วงเวลาใดที่รายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีออกอากาศมีผลต่อการเลือกชมรายการโทรทัศน์ของท่านมากที่สุด

- 1) เวลา 10.15 - 11.00 น. (รายการ IE Show.com)
 2) เวลา 10.30 - 11.00 น. (รายการ E-life e-business)
 3) เวลา 21.00 - 21.25 น. (รายการ IT Eleven)

1.7 พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

- 1) ใช่ เพราะ
- 2) ไม่ใช่ เพราะ

1.8 ท่านได้รับประโยชน์จากการได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี (ถ้าตอบ “ไม่ใช่” ให้ข้ามไปตอบข้อ 1.10)

1) ใช่

2) ไม่ใช่

1.9 ท่านได้นำประโยชน์จากการชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีไปใช้ทางด้านใด

1) การเรียน

2) ประกอบธุรกิจ

3) การทำงาน

4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.10 หากท่านคิดจะชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี ท่านคิดว่าสิ่งใดที่เป็นเหตุจูงใจให้ชมรายการ

1) เนื้อหาที่น่าสนใจ

2) พิธีกร / ผู้ดำเนินรายการ

3) เพิ่มพูนความรู้

4) ดูแล้วนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

5) อื่น ๆ โปรดระบุ

1.11 หลังจากที่ท่านได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีแล้ว ท่านได้ค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่

1) ค้นคว้า

2) ไม่ค้นคว้า

1.12 ท่านศึกษาค้นคว้าข้อมูลข่าวสารทางด้านเทคโนโลยีเพิ่มเติมจากสื่อ

1) โทรทัศน์

2) หนังสือ

3) อินเทอร์เน็ต

4) เพื่อน หรือคนรู้จัก

5) อื่น ๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี
ตอนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกชมรายการโทรทัศน์

ข้อความ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านเนื้อหารายการ					
2.1 เนื้อหาของรายการนำเสนอในเชิงวิชาการ					
2.2 เนื้อหาของรายการสอดแทรกสิ่งแวดล้อม / การท่องเที่ยว					
2.3 เนื้อหาของรายการทันต่อสถานการณ์ / ก้าวทันโลก					
2.4 เนื้อหาของรายการเจาะลึกถึงวิธีการนำเสนอ และเรียงลำดับเรื่องราวเข้าใจง่าย					
2.5 ภาษาที่ใช้ในการบรรยายเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย					
ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ					
2.6 การเปลี่ยนวัน และเวลาออกอากาศของแต่ละรายการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ					
2.7 การดำเนินรายการของพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการ					
2.8 รูปแบบการดำเนินรายการนอกสถานที่ สร้างความดึงดูดใจในการชม					
2.9 รูปแบบการดำเนินรายการมีความดึงดูดใจ					
2.10 รูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันนอกสถานที่					
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ					
2.11 ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ทางการศึกษา					
2.12 ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ทางด้านธุรกิจส่วนตัว					
2.13 ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ทางการทำงาน					
2.14 ท่านสามารถนำเทคโนโลยีที่ได้รับไปปรับใช้ทางด้านชีวิตประจำวัน					

ส่วนที่ 3 ข้อดีข้อเสีย ปัญหาและอุปสรรค

ข้อความ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ข้อดีของรายการ					
3.1 รายการเทคโนโลยีเป็นรายการที่เหมาะสมแก่ทุกคนในครอบครัว					
3.2 รายการเทคโนโลยีเป็นรายการที่เหมาะสมแก่ทุกอาชีพ					
3.3 ระยะเวลาของการนำเสนอเรื่องราวในแต่ละเรื่องมีความเหมาะสม					
3.4 หากเราพลาดจากการชมรายการใดแล้ว เรายังสามารถรับชมได้จากรายการอื่น ในช่วงเวลาถัดไป					
ข้อเสียของรายการ					
3.5 เนื้อหารายการทางด้านเทคโนโลยีนำเสนอเรื่องราวสั้นเกินไป					
3.6 เนื้อหารายการทางด้านเทคโนโลยีนำเสนอเรื่องราวเร็วเกินไป					
3.7 พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการถ่ายทอดเรื่องราวไม่น่าสนใจ					
3.8 ข้อมูลที่ได้รับชมไม่เอื้อต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากจำกัดด้วยกฎระเบียบบริษัท และอื่นๆ					

3.9 ท่านคิดว่าสัญญาณภาพมีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

1) มีผล

2) ไม่มีผล

3.10 ท่านคิดว่ารายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีควรปรับปรุงเรื่องใด และอย่างไร

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1) วันออกอากาศ

2) เวลาออกอากาศ

3) รูปแบบการนำเสนอ

4) พิธีกร

5) เนื้อหา

6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

โปรดแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรคในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยี

*** ขอขอบคุณที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ***

