

# ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย

CORE COMPETENCY OF THAI DRAMA ON TELEVISION



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2559

KMITL-2016-FAM-M-047-048

ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย

CORE COMPETENCY OF THAI DRAMA ON TELEVISION



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ.2559

KMITL-2016-FAM-M-047-048

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**CORE COMPETENCY OF THAI DRAMA TELEVISION**



**KOSIN SUBHATOSHA**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT FOR**

**THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION**

**IN BUSINESS ADMINISTRATION**

**FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

**2016**

**KMITL-2016-FAM-M-047-048**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**COPYRIGHT 2016**

**FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย

CORE COMPETENCY OF THAI DRAMA ON TELEVISION

นักศึกษา

นายโกสินทร์ สุขโตชะ

รหัสประจำตัว

56611082

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์


รองศาสตราจารย์กัตัญญ์ หิรัญญสมบูรณ์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
รศ.ดร.วรรณารด	แสงมณี	
รศ.กัตัญญ์	หิรัญญสมบูรณ์	
ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ	โรจน์นิตตฤกษ์	
ผศ.ดร.มนัส	ไพฑูรย์เจริญลาภ	
ดร.พยัค	วุฒิรงค์	

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 21 กรกฎาคม 2559 เวลา 14.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้อง 402 อาคารสำนักบริการคอมพิวเตอร์

คณะรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ ดร.อานวย แสงโนรี)

คณบดีคณะกรรมการบริหารและจัดการ

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความได้เปรียบหลักของรายการละครโทรทัศน์ไทย
ชื่อนักศึกษา	นายโกสินทร์ สุภโตษะ
รหัสประจำตัว	56611082
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2559
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์กัตัญญู หิรัญญูสมบูรณ์

## บทคัดย่อ

การวิจัยความได้เปรียบหลักของรายการละครโทรทัศน์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

- 1) ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย
- 2) พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย
- 3) เปรียบเทียบระดับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ
- 4) ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่รับชมละครโทรทัศน์ไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากรที่แน่นอน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.899 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความเป็นอิสระด้วยไคสแควร์ การทดสอบสถิติทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมมีระดับความคิดเห็นของความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยได้ดังนี้คือ ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของละครโทรทัศน์ไทย ด้านการครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย และด้านคุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย ตามลำดับ

ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครด้านสาเหตุที่รับชมละครโทรทัศน์ไทย ความถี่ในการรับชมต่อสัปดาห์ และ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชม ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครด้านช่วงเวลาที่ได้รับชม และ ช่องที่รับชมละครโทรทัศน์ ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครด้านความถี่ในการรับชมต่อสัปดาห์ และ ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนผู้ชมที่มี อายุ สถานภาพ และ อาชีพ แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละคร  
ในทุก ๆ ด้าน

ส่วนผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ  
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความ  
ได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>Thesis Title</b>	Core Competency of Thai Television Drama
<b>Student</b>	Mr. Kosin Subhatosha
<b>Student ID</b>	56611082
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Program</b>	Business Administration
<b>Year</b>	2016
<b>Thesis Advisor</b>	Associate Professor Katanyu Hiransomboon

## ABSTRACT

A research of the core competency of Thai television dramas aims to 1) Study of the core competency of Thai television drama. 2) Study of Thai television drama watching behavior. 3) Comparison of the core competency of Thai television drama divided by personal factors 4) Comparison of Thai television drama watching behavior divided by personal factors. 400 samples in this research were selected from person who live in Bangkok and watched Thai television dramas. Questionnaire was used to collect data. The statistics used in this research were percentage, mean, standard deviation, Chi-Square test, T-test Statistic, One-way ANOVA and Fisher's Least Significant Difference (LSD)

The results showed that; most viewers had moderate opinion level to the overall of core competency of Thai drama television. The highest opinion level was active duty factor, followed by market coverage factor and quality factors respectively.

Different age viewer do not related to the reason, level viewer, frequency of viewing and influencer. Different education had no relationship to the watching period and channel. Different income viewer had no relationship to the frequency of viewing and the influencer. Different age , marital status and occupation viewer had no relationship to every behavior of watching Thai television drama in every aspect.

The viewers with all different personal factors had no different opinions on core competency of Thai Drama Television in every aspect.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างดี ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์ ในการให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำปรึกษาอย่างดียิ่งจากบุคคลากรหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ

รองศาสตราจารย์กัณญู หิรัญญูสมบูรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำต่างๆ จนสามารถทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รศ.ดร. วรนาถ แสงมณี ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล ผศ.ดร.มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ และ ดร.พยัคฆ์ วุฒิรงค์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่า ในการช่วยให้คำปรึกษาชี้แนะและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

รศ. รังสรรค์ โนชัย ผศ.ดร. วอนชนก ไชยสุนทร และ คุณขวัญเรือน ชื่นชมสกุลชัย ได้ช่วยกรุณาสละเวลาในการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนให้คำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ผู้ให้การศึกษา และเสียสละทุ่มเททุกสิ่งอย่าง รวมถึงให้ความรักและกำลังใจอันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัยตลอดมา ขอขอบคุณพี่ๆ และเพื่อนๆ สาขาวิชา บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำที่ดีเสมอมา ตลอดจนบุคคลที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวถึง ณ ที่นี้ที่ให้ความช่วยเหลือ และให้การสนับสนุนการดำเนินงานจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

สุดท้ายขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ธุรการ คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความช่วยเหลือประสานงาน และอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ด้วยความเคารพยิ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

โกสินทร์ สุภโตชะ

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	IX
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานในการวิจัย.....	5
1.4 กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	7
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบหลัก.....	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	16
2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย.....	19
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	36

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	44
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล .....	44
4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย.....	47
4.3 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย.....	51
4.4 ผลทดสอบสมมติฐาน .....	54
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	81
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	82
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	85
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	87
บรรณานุกรม.....	89
ภาคผนวก .....	92
ภาคผนวก ก .....	93
ภาคผนวก ข .....	96
ประวัติผู้เขียน.....	102

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ร้อยละการรับชมรายการเปรียบเทียบ 6 สถานี (เวลา 05:00-02:00น.) จำแนกตามประเภทรายการ .....	2
1.2 การจัดอันดับเรตติ้งทีวีดิจิทัล ประจำเดือนเมษายน 2559 .....	4
3.1 รายชื่อ ตำแหน่งและสถานที่ปฏิบัติงานของผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการตรวจ สอบคุณภาพเครื่องมือ.....	32
3.2 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ .....	35
3.3 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA.....	41
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ.....	44
4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ.....	45
4.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	46
4.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด .....	46
4.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ .....	46
4.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	47
4.7 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามประเภท/แนวที่ชอบ .....	47
4.8 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามสาเหตุการรับชมละครโทรทัศน์ไทย .....	48
4.9 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามช่วงเวลา ที่รับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำ .....	49
4.10 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามความถี่ ของการรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อสัปดาห์ .....	49
4.11 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพล ต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด.....	50
4.12 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามช่องที่รับชมละครโทรทัศน์ไทย .....	50
4.13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านการครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย .....	51
4.14 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านคุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย.....	52
4.15 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของละครโทรทัศน์ไทย.....	53

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างเพศของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยกับพฤติกรรม การรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้ $\chi^2$ Test for Homogeneity .....	55
4.17 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างอายุของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยกับพฤติกรรม การรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้ $\chi^2$ Test for Homogeneity .....	58
4.18 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างสถานภาพการสมรสของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทย กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้ $\chi^2$ Test for Homogeneity.....	61
4.19 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างระดับการศึกษาของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทย กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้ $\chi^2$ Test for Homogeneity .....	65
4.20 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างอาชีพของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยกับพฤติกรรม การรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้ $\chi^2$ Test for Homogeneity.....	68
4.21 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทย กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้ $\chi^2$ Test for Homogeneity.....	72
4.22 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามเพศโดยใช้ t-test.....	75
4.23 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามอายุโดยใช้ One-way ANOVA.....	76
4.24 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามสถานภาพการสมรส โดยใช้ One-way ANOVA.....	77
4.25 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้ One-way ANOVA.....	78
4.26 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามอาชีพโดยใช้ One-way ANOVA ....	79
4.27 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ One-way ANOVA.....	80

# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ประเภทของละครที่ผู้ชมชอบมากที่สุด .....	2
1.2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย .....	7



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

สื่อโทรทัศน์ เรียกได้ว่าเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากกว่าสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่เช่น สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นต้น สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีการส่งสารทั้งทางภาพและเสียง ทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้ง่ายกว่าสื่อชนิดอื่น โดยทุกวันนี้สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ทุกครัวเรือนมีการเปิดรับมากที่สุด จึงมีผู้รับสารเป็นวงกว้าง สังกัดได้จากทุกครัวเรือนจะต้องมีอย่างน้อยบ้านละ 1 เครื่องเป็นอย่างต่ำ ปัจจุบันทุกสถานีโทรทัศน์ของไทยได้พยายามผลิตรายการโทรทัศน์ออกมามากมาย อาทิ รายการข่าว รายการเกมส์โชว์ รายการสารคดี รายการวาไรตี้ รายการเพลง รายการละคร ฯลฯ เพื่อดึงดูดผู้ชมให้รับสารที่ต้องการจะสื่อให้มากที่สุด แต่รายการที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุดคือละครโทรทัศน์ (Television Drama) เนื่องจากเป็นรายการที่ได้รับเวลาในการแพร่ภาพมากที่สุดในบรรดารางการทั้งหมด โดยเฉพาะละครโทรทัศน์หลังข่าว ซึ่งมีการเสนอในช่วงค่ำ จะเป็นช่วงของละครที่ยาวนานที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิตินันท์ บุญภาพ (2542) ที่กล่าวไว้ว่า รายการละครเป็นรายการที่ครองใจคนไทยได้โดยไม่มีปัจจัยใดที่จะมาทำให้ความนิยมลดน้อยลง เนื่องจากละครแต่ละเรื่องมีดารานักแสดงหลายคนเนื้อเรื่องชวนติดตาม ภายใต้อิทธิพลที่ไม่สิ้นสุดของคน

ความนิยมของละครโทรทัศน์ไทยในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงมาอย่างยาวนาน จากข้อมูลจากเอชเอ็นดีเอ็น แสดงสัดส่วนผู้ชมในระบบฟรีทีวีที่มีต่อรูปแบบรายการต่างๆ ในเดือนกรกฎาคม 2556 จะเห็นว่าผู้ชมส่วนมากชื่นชอบรายการละครหลังข่าว ภาพยนตร์ มินิซีรีส์ และช่อง 3 กับช่อง 7 ก็เป็นคู่แข่งกันในฐานะรายการบันเทิง รวมกระทั่งข่าว ขณะที่ช่องสื่อสารณะ เช่น ช่อง 5 ทำได้ดีในรายการกลุ่มละคร เพลง และบันเทิงเบาๆ ส่วนช่อง NBT นั้น ดีที่สุดคือ รายการกีฬา (และมีส่วนแบ่งผู้ชมเพียง 3%) ส่วนไทยพีบีเอสนั้น มีส่วนแบ่งที่ดีในรายการเด็ก (8.18%) แต่ก็ห่างไกลกับช่อง 7 ที่มีส่วนแบ่งผู้ชมรายการเด็กมากถึง 43.37% ดังตารางที่ 1.1

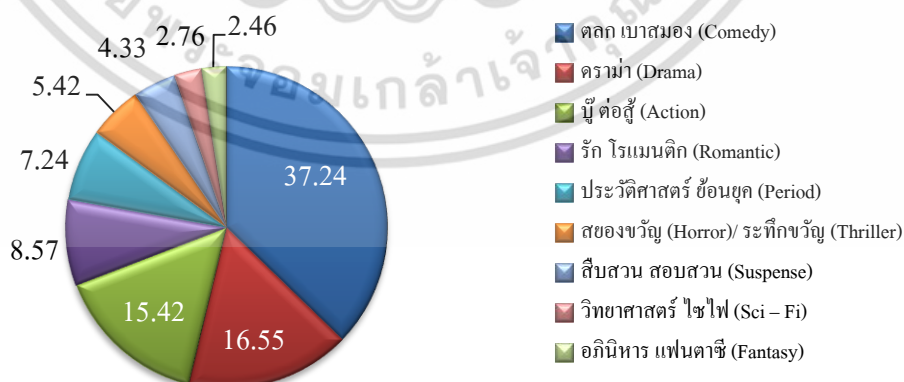
ตารางที่ 1.1 ร้อยละการรับชมรายการเปรียบเทียบ 6 สถานี (เวลา 05:00-02:00น.)

จำแนกตามประเภทรายการ

ประเภทรายการ	จำนวนผู้ชม หน่วย : พันคน	ร้อยละการรับชมเดือน ก.ค. 2556 จำแนกตามสถานี (ผู้ชมอายุ 4 ปีขึ้นไป)					
		ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	NBT	ThaiPBS
ภาพยนตร์	2,322			43.98%	23.15%		3.88%
ละครเรื่องยาว	10,821	31.96%	14.12%	53.13%	5.77%		2.41%
ละครชุด	6,678	34.22%	10.15%	38.79%	20.04%	1.25%	2.96%
ข่าว	4,595	39.96%	3.63%	44.95%	6.48%	1.34%	3.13%
วิเคราะห์ข่าว	8,133	32.36%	2.99%	49.74%	3.38%	1.26%	2.09%
สารคดี	2,094	23.65%	4.06%	36.26%	5.40%	1.24%	3.50%
บันเทิง	4,407	30.48%	6.47%	38.49%	7.24%	1.32%	2.21%
เพลง	2,521	22.75%	6.47%	35.10%	6.21%	1.46%	1.48%
เด็ก	3,921	24.70%	4.48%	43.37%	12.38%	0.61%	8.18%
กีฬา	3,967	30.84%	5.81%	39.89%	12.27%	3.72%	2.09%
ศาสนา	1,648	39.91%	4.06%	38.14%	6.38%	1.70%	
รวม	51,107	33.82%	6.20%	47.37%	7.50%	1.50%	3.34%

ที่มา: เอชเน็ลเส็น / Positioning Magazine วันพฤหัสบดีที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2556

นอกจากนั้นความนิยมของละครโทรทัศน์แล้ว ประเภทของละครโทรทัศน์ไทยยังมีหลากหลายประเภทให้รับชม ดังภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นถึงประเภทของรายการละครที่ประชาชนชอบดูมากที่สุด จากการสำรวจความคิดเห็นเรื่อง “พฤติกรรมการรับชมละครของคนไทย” ของศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



ภาพที่ 1.1 ประเภทของละครที่ผู้ชมชอบดูมากที่สุด

ที่มา: ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ “พฤติกรรมการ

รับชมละครของคนไทย” วันเสาร์ที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปัจจุบันกิจการวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมมีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก หลังจากการก่อตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ขึ้นในวันที่ 7 ตุลาคม 2554 ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระของรัฐ มีบทบาทและอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการบริหารจัดการคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน ซึ่งจากอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ที่มีการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนผ่านระบบการแพร่ภาพโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัลในปี พ.ศ. 2557

จากการสำรวจเรตติ้งการชมรายการโทรทัศน์ ของ นีลเส็น ระหว่างวันที่ 1-25 มกราคม 2558 ในกลุ่มผู้ชมอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่วีดิทัศน์เดิมมีแนวโน้ม "ลดลง" เมื่อเปรียบเทียบการสำรวจเดือน พ.ศ.2557 ขณะที่ วีดิทัศน์ ช่องใหม่กลุ่มผู้นำ 5 อันดับแรกมีเรตติ้ง "เพิ่มขึ้น" จากปีที่ผ่านมา จากเปลี่ยนสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ทำให้มีจำนวนช่องฟรีทีวีเพิ่มขึ้น ในอัตรา 4 เท่าตัว จากเดิมมีเพียง 6 ช่อง เป็น 24 ช่องวีดิทัศน์ ทำให้จำนวนผู้ชมกระจายตัว เรตติ้งแต่ละรายการลดลง ปัจจัยที่จะรักษาฐานและเพิ่มจำนวนผู้ชม อยู่ที่คุณภาพของเนื้อหา รูปแบบ การผลิตรายการ การประชาสัมพันธ์และการตลาดของแต่ละรายการหรือช่อง (กรุงเทพธุรกิจ, 2558)

และผลสำรวจเรตติ้งเมื่อครบรอบ 2 ปีของการแพร่ภาพโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในเดือนเมษายน 2559 ของ บริษัท เอจีบี นีลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรทั่วไปที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่รับชมโทรทัศน์ในช่วงเวลา 06.00 – 24.00 น. ระหว่างวันที่ 1-25 เมษายน 2559 ดังตารางที่ 1.2 และยังระบุว่าผลการรับชมโทรทัศน์ของคนไทยทั่วประเทศ ในเดือนเมษายน 2559 มีผู้ชมฟรีทีวีรายใหม่ (วีดิทัศน์) สัดส่วน 43.41% และฟรีทีวีรายเดิม (ช่อง 3 5 7 9) สัดส่วน 56.59% ซึ่งเมื่อเทียบช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อนที่ฟรีทีวีรายใหม่มีสัดส่วน 28.62% และฟรีทีวีรายเดิมมีสัดส่วน 71.38%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.2 การจัดอันดับเรตติ้งทีวีดิจิทัล ประจำเดือนเมษายน 2559

Ranking	Channel	AVR.Rating	Ranking	Channel	AVR.Rating
1	7 HD	3.340	14	พีพีทีวี	0.12
2	3 HD	2.177	15	อมรินทร์ทีวี	0.116
3	เวิร์คพอยท์	1.198	16	ไทยพีบีเอส	0.103
4	โมโน	0.735	17	เนชั่นทีวี	0.09
5	ช่อง 8	0.498	18	ช่อง 5	0.077
6	ช่อง ONE	0.447	19	สปริงนิวส์	0.077
7	ช่อง 3SD	0.262	20	นิวทีวี	0.072
8	ทรูโฟร์ยู	0.226	21	ทีเอ็นเอ็น	0.053
9	ไทยรัฐทีวี	0.213	22	NBT	0.038
10	ช่อง 9	0.210	23	ไบรท์ทีวี	0.034
11	ช่องนาว	0.180	24	วอยซ์ทีวี	0.032
12	จีเอ็มเอ็มแชนแนล	0.160	25	MCOT Family	0.023
13	ช่อง 3 Family	0.124			

ที่มา: บริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด / หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 36 ฉบับที่ 3,145

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย เพื่อให้ทราบข้อมูลที่แท้จริงด้านปัญหาและอุปสรรค ความได้เปรียบ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ อันจะเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการพัฒนาการผลิตละครโทรทัศน์ให้ตอบรับเข้ากับความต้องการของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด ตลอดจนสามารถพัฒนาให้ละครไทยมีคุณภาพ ด้านต่างๆ ได้แก่ เนื้อหาสาระ ความสมจริงของฉากและเอฟเฟกต์ การจัดเครื่องแต่งกายนักแสดง ความสนุกสนานน่าติดตามของเนื้อเรื่อง ฯลฯ จนเป็นที่สนใจและต้องการของตลาด ผู้ชมในต่างประเทศ ดังที่ละครโทรทัศน์ไทยสามารถสร้างความสำเร็จในประเทศจีนมาแล้ว

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามปัจจัย

### ส่วนบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เพื่อศึกษาความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตาม

ปัจจัยส่วนบุคคล

### 1.3 สมมติฐานในการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละคร โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

**สมมติฐานที่ 1.1** เพศของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

**สมมติฐานที่ 1.2** อายุของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

**สมมติฐานที่ 1.3** สถานภาพการสมรสของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

**สมมติฐานที่ 1.4** การศึกษาของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

**สมมติฐานที่ 1.5** อาชีพของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

**สมมติฐานที่ 1.6** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

**สมมติฐานที่ 2** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

**สมมติฐานที่ 2.1** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.2** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.3** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

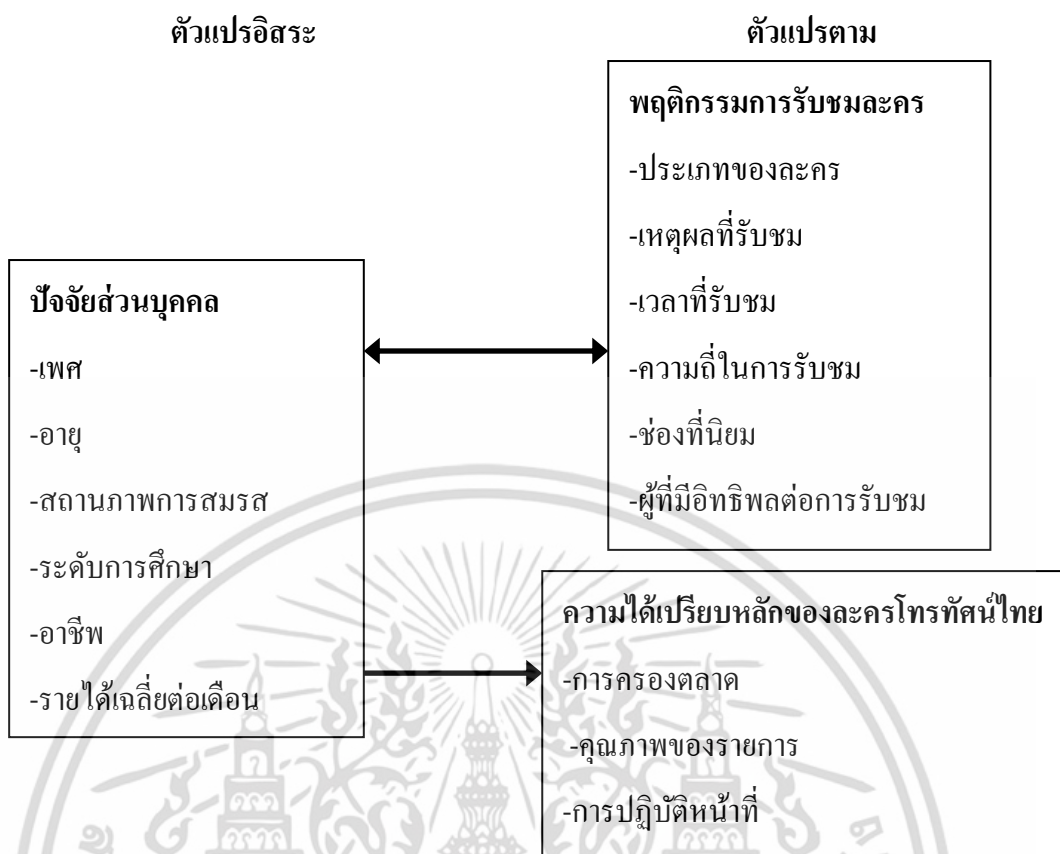
**สมมติฐานที่ 2.4** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.5** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.6** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

#### 1.4 กรอบแนวความคิดในงานวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยจากผู้รับชมละครโทรทัศน์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากธุรกิจละครโทรทัศน์ได้รับความนิยมและผู้รับชมรายการเป็นจำนวนมาก และจากการเปลี่ยนแปลงระบบการออกอากาศจากแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัลทำให้จำนวนช่องรายการที่มีเพิ่มมากขึ้นทำให้ตลาดมีแนวโน้มเติบโตและมีการแข่งขันสูง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความได้เปรียบหลักจากผู้รับชมละครโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเขตกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของประชากรในประเทศ โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรับชมละครและความได้เปรียบหลัก เป็นกรอบแนวคิดในงานวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้มีการกำหนดขอบเขต ในการศึกษาในด้านต่างๆ แบ่งเป็น 3 ด้านดังต่อไปนี้

### 1.5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่รับชมละครโทรทัศน์ไทย ที่อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

### 1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

#### 1.5.2.1 ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพการสมรส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

#### 1.5.2.2 ตัวแปรตาม

##### 1) พฤติกรรมการรับชมละคร

- ประเภทของละคร
- เหตุผลที่รับชม
- เวลาที่รับชม
- ความถี่ในการรับชม
- ช่องที่นิยม
- ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชม

##### 2) ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย

- ด้านการครองตลาด
- ด้านคุณภาพของรายการ
- ด้านการปฏิบัติหน้าที่

#### 1.5.3 ขอบเขตระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การวิจัยนี้ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักและพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้รับชมละครโทรทัศน์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และวิเคราะห์ผล ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2558 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2558

#### 1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

**1.6.1 ผู้ชมละครโทรทัศน์** หมายถึง บุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และเปิดรับชมละครโทรทัศน์ไทยในช่วงระยะเวลาที่มีการเก็บข้อมูล

**1.6.2 ละครโทรทัศน์** หมายถึง รายการทางโทรทัศน์ที่มีบทละครและเรื่องราว มีระยะเวลาออกอากาศเป็นประจำ 1-3 วันต่อสัปดาห์ โดยมากจะมีหลายตอน เน้นความบันเทิงเป็นหลัก เพื่อการรับชมภายในเคสสถาน ไม่รวมถึงรายการจำพวก กีฬา ข่าว เรียลลิตี้โชว์ เกมโชว์ และวาไรตี้โชว์

**1.6.3 พฤติกรรมการรับชมละคร** หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์จากสื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยพิจารณาจาก ประเภทของละคร เหตุผลที่รับชม เวลาที่รับชม ความถี่ในการรับชม ช่องที่นิยม และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**1.6.4 ความสำเร็จเปรียบหลัก** หมายถึง ส่วนประสมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับชมละครเพื่อจูงใจ หรือผลักดันผู้ชมใช้บริการรับชมรายการ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1.6.4.1 ด้านการครองตลาด หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ชมเลือกรับชมชมรายการละครอยู่อย่างสม่ำเสมอ หรือมากกว่ารายการประเภทอื่นๆ

1.6.4.2 ด้านคุณภาพของรายการ หมายถึง บทละครและเนื้อหาของละครโทรทัศน์มีความเหมาะสมตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชมละครโทรทัศน์

1.6.4.3 ด้านการปฏิบัติหน้าที่ หมายถึง ความรับผิดชอบในการผลิตรายการ มีความรับผิดชอบต่อสาธารณชน การกระจายโอกาสในการมีส่วนร่วมมีการเข้าถึงละครโทรทัศน์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

# แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง “ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย” จะครอบคลุมถึง เอกสาร แนวความคิด และวรรณกรรมตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการ กำหนดแนวทางการวิจัยซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำเสนอตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบหลัก
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบหลัก

#### 2.1.1 ความหมายของ Competency

จากการศึกษาเรื่อง Competency พบว่าผู้เขียนมักให้คำจำกัดความที่แตกต่างกันออกไป ตามความเข้าใจของนักวิชาการศึกษา Competency แต่ละคน หลายท่านต่างก็ให้ “คำแปล” และ “คำ จำกัดความ” ว่า “ขีดความสามารถ” บางท่านแปลว่า “สมรรถนะ” หรือบางท่านแปลว่า “ศักยภาพ” เป็นต้น Competency มีความหมายตามพจนานุกรมว่า “ความสามารถ” หรือ “สมรรถนะ” ใน ภาษาอังกฤษมีคำที่มีความหมายคล้ายกันอยู่หลายคำ ได้แก่ Capability, Ability, Proficiency, Expertise, Skill Fitness, Aptitude โดยสำนักงาน ก.พ. ใช้ภาษาไทยว่า “สมรรถนะ” เป็นต้น อย่างไรก็ตาม นักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ มักจะอ้างอิงถึงความหมายหรือคำนิยามของ David C. McClelland ที่กล่าวว่า Competency คือ บุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายใต้ปัจเจกบุคคล ซึ่งสามารถ ผลักดันให้ปัจเจกบุคคลนั้น สร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ที่กำหนด ในงานที่ตน รับผิดชอบความสามารถตามกรอบแนวคิดเรื่องขีดความสามารถ

สุกัญญา รัศมีธรรม โขติ (2549) ให้ความหมายของ Competency คือความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristic or Attributes) ที่ ทำให้บุคคลผู้นั้นทำงานในความรับผิดชอบของตนได้ดีกว่าผู้อื่น

อนันต์ชัย คงจันทร์ (2550) กล่าวว่า Competency หมายถึงกลุ่มของความรู้ ความสามารถ และคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกัน และมีผลต่อการทำให้เกิดผลงานที่เป็นเลิศในแต่ละหน้าที่รับผิดชอบในองค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิระวัฒน์ ปันนิตามัย (2550) กล่าวว่า สมรรถนะหมายถึงกลุ่มของคุณลักษณะใด ๆ ที่ อยู่ภายในบุคคลอันมีผลต่อการแสดงออกในสถานการณ์ต่าง ๆ ส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จดี ขึ้น ได้ตั้งมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือมีประสิทธิภาพ

ในการประชุมนานาชาติว่าด้วยสมรรถนะครั้งที่ 1 ณ กรุงโยฮานเนสเบิร์ก ประเทศอัฟริกาใต้เดือนตุลาคม ค.ศ.1995 ได้กำหนด “คุณสมบัติ 5 ประการ” ของสมรรถนะที่ต้องมีให้ครบดังนี้ (วิระวัฒน์ ปันนิตามัย. 2550)

1. เป็นผลประกอบร่วมกันของทักษะ ความรู้ ความสามารถ มิใช่จากตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง สมรรถนะที่จะก่อให้เกิดการชิงความได้เปรียบอย่างแท้จริงนั้น มิใช่เกิดจากการแค้นหรือเข้าใจ แต่เป็นผลร่วมของสามสิ่งประสานกันที่ Durand (1998) เรียกว่า ศีรษะ (ข้อมูล ความรู้ สารสนเทศ) มือ (ทักษะ วิธีทำขีดความสามารถ) และหัวใจ (ความพร้อม ความมุ่งมั่น เจตคติ) บุคคลพึงเป็น พึ่งรู้ พึ่งทำ พึ่งมีอะไรบ้าง

2. กระทบต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่รับผิดชอบ มีความเกี่ยวข้องกับงาน เป็นสิ่งที่สำคัญ จำเป็น ขาดเสียไม่ได้ที่ส่งผลต่อการทำงานดีหรือบกพร่องได้

3. มีความสัมพันธ์ในเชิงสาเหตุ ส่งผลต่อความสำเร็จ ความล้มเหลวในการทำงาน หรือสะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น สามารถปรับปรุงพัฒนาได้

4. สามารถวัดและประเมิน โดยการเทียบเคียงกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ หรือสะท้อนถึงการสนองตอบต่อกลยุทธ์ นโยบายขององค์กร โดยมีข้อความเชิงพฤติกรรมที่บ่งถึงความสำเร็จปานกลาง-ดี-ดีมาก ที่เหมาะสมกับระดับตำแหน่งหน้าที่

5. เอื้อต่อการฝึกฝนพัฒนา สอนสั่งให้เกิดมีขึ้นได้ องค์ประกอบของสมรรถนะ ทักษะ ความรู้ ความสามารถ หรือคุณลักษณะอื่นใดทั้งที่เป็นสภาพเอื้อ (Enabling) หรือผลท้ายสุด (End-State Competencies) ที่กำหนดไว้เพื่อภาวะปัจจุบันและในอนาคต พึ่งอยู่ในวิสัยของพนักงานที่จะพัฒนาปรับปรุงได้ คุณลักษณะบางอย่างที่มีลักษณะ Soft เช่น ค่านิยม ปรัชญา ลีลา ความซื่อสัตย์ ความเสียสละ อดทน เป็นสิ่งที่ตกผลึกแล้วยากแก่การพัฒนาด้วยการอบรมได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ความหมายตามที่ฝ่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษา โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยได้ให้ความหมายของ Competency คือ ขีดความสามารถ ซึ่งรวมถึง ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ความชำนาญ แรงจูงใจ หรือคุณลักษณะที่เหมาะสมของบุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จตามมาตรฐานที่โรงเรียนกำหนด

### 2.1.2 ประเภทของ Competency

Competency เป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปสู่การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งนักวิชาการศึกษาหลายท่านได้จำแนก Competency ดังนี้

อนันต์ชัย คงจันทร์ (2550) ได้แบ่ง Competency ออกเป็น 2 กลุ่มสำคัญ คือ

1. สมรรถนะหลัก (Core Competency) หมายถึง คุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละองค์กร ที่จะทำให้องค์กรต่างจากองค์กรคู่แข่ง เป็นสมรรถนะที่ถือเป็นจุดแรงแรงทางกลยุทธ์ขององค์กร ถือว่าเป็นกลยุทธ์สำคัญที่เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กร ตัวอย่างของ Core Competency ขององค์กรต่าง ๆ เช่น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดสมรรถนะหลักไว้ 11 ด้าน ได้แก่ 1. Teamwork and team leadership 2. Strategic agility 3. Customer service orientation/client need-focused 4. Ethics, Integrity, Trust 5. Leadership 6. Perspective Vision 7. Achievement and Action Oriented 8. Business Acumen 9. Directing Others/Providing Directions 10. Career Ambition และ 11. Leading Change/Change Agent นอกจากนี้ ยังมีความรู้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานเป็นสมรรถนะพื้นฐานอีกส่วนหนึ่ง

2. สมรรถนะตามหน้าที่ (Functional Competency) หมายถึง สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับหน้าที่ต่าง ๆ ในองค์กร ซึ่งอาจแตกต่างกันไปตาม job level หรือ job role สมรรถนะตามหน้าที่ หรือ Functional Competency ยังอาจแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มย่อย คือ

2.1 Common Competency หมายถึงสมรรถนะพื้นฐานของทุกตำแหน่งหน้าที่งานใน Function เดียวกัน

2.2 Specific Competency หมายถึง สมรรถนะที่เจาะจงของแต่ละหน้าที่ บทบาท ความรับผิดชอบ อากรณั ภูวิทย์พันธ์ (2550) ได้แบ่ง Competency เป็น 3 หมวดหลัก ดังนี้

1) Core Competency เป็นขีดความสามารถหลักที่พนักงานทุกคนจะต้องมีเหมือนกันไม่จำเป็นต้องมีมาก ควรเป็น Core Competency หลัก ๆ ที่กำหนดขึ้นมาจากวิสัยทัศน์ ภารกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กร ข้อพึงระวังก็คืออย่าลอกเลียนแบบ Core Competency ขององค์กรอื่น เนื่องจากผู้เขียนเคยจัดทำ Core Competency ให้องค์กรต่าง ๆ มีหลายองค์กรที่ต้องการให้ Core Competency ของตนเหมือนกับองค์กรชั้นนำ (Best Practice) เนื่องจากมีความใฝ่ฝันว่า จะสร้างองค์กรของตนให้เหมือนกับองค์กรชั้นนำเหล่านั้นให้ได้

2) Managerial Competency เป็นขีดความสามารถตามลำดับขั้นหรือสายการบังคับบัญชาใครอยู่ในระดับตำแหน่งงานไหนควรจะมี Managerial Competency ที่เหมือนกับระดับตำแหน่งงานนั้นในลักษณะ Cross Functions ไม่ว่าจะอยู่ในสายงานใดก็ตาม หากมีตำแหน่งงานที่เหมือนกัน Managerial Competency ก็จะเหมือนกัน องค์กรบางแห่ง กำหนด Managerial Competency เป็น 4 กลุ่ม ก็คือ กลุ่มผู้บริหารระดับสูง กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง กลุ่มผู้บริหารระดับต้น และกลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ มีองค์กรบางแห่งได้กำหนดไว้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริหาร ขึ้นไป และกลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) Functional Competency เป็นขีดความสามารถในงานกำหนดขึ้นจากขอบเขตความรับผิดชอบในงาน ถึงแม้จะอยู่ในหน่วยงานเดียวกันแต่ขอบเขตความรับผิดชอบต่างกัน Functional Competency ก็จะแตกต่างกันด้วยการกำหนด Functional Competency ไม่จำเป็นจะต้องมีจำนวนมาก ควรจะเป็นข้อหลัก ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของงาน ข้อพึงระวังในการกำหนด Functional Competency ก็คือ เกิดการรักพี่เสียดายน้อง ในการกำหนด Functional Competency คิดว่าตัวนี้ ก็ใช่ ตัวนั้นก็ใช่ จึงทำให้มี Functional Competency ประมาณ 80 – 100 ตัวต่อหนึ่งตำแหน่งงาน

### 2.1.3 Competency กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การสร้างความจริงรักภักดีที่ลูกค้ามีให้กับองค์กรเป็นหัวใจสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต ธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จมาจากจำนวนลูกค้าใหม่และการรักษาสถานลูกค้าให้เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ลูกค้าเป็นเหตุผลเดียวที่ทำให้บริษัทสามารถสร้างโรงงาน จ้างพนักงานผลิตสินค้า หรือมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมทางธุรกิจ หากปราศจากลูกค้าแล้วก็จะไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

การสร้างและส่งมอบคุณค่าจากสินค้าหรือบริการจากบริษัทสู่ลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นความผูกพันกับแบรนด์ และส่งผลให้ลูกค้าคนนั้นกลายมาเป็นลูกค้าประจำในที่สุด (ภัทร รุจยาชยะกูร. 2558)

**2.1.3.1 การส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้า** คือความปรารถนาของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการที่บริษัทสร้างและส่งมอบเพื่อให้เกิดคุณค่าสูงสุดแก่ผู้บริโภค และผลิตภัณฑ์หรือบริการที่บริษัทนำเสนอต่อลูกค้าก็ควรประกอบขึ้นมามีคุณค่าเหล่านี้ ได้แก่

- 1) คุณค่าทางด้านราคา
- 2) คุณภาพของสินค้าหรือบริการ
- 3) ความพร้อมใช้งาน
- 4) ความหลากหลาย
- 5) ความสามารถหลัก
- 6) ความสามารถเสริม
- 7) การบริการ
- 8) เครือข่ายความร่วมมือ
- 9) ตราสินค้า

ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่บริษัทส่งมอบให้ตามคุณลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นจะ

สามารถสร้าง “ความได้เปรียบในการแข่งขัน” กับคู่แข่งในตลาดได้ ความแข็งแกร่ง ความน่าเชื่อถือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสินค้าและบริการที่องค์กรนั้นสร้างขึ้นจนเป็นที่ถูกอกถูกใจของลูกค้าสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคอย่างไม่มีข้อสงสัย

ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในการมอบสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้นั้นมีคุณลักษณะสำคัญสองประการ นั่นคือคุณค่าทางด้านราคาและคุณภาพ การหาสมดุลที่ถูกต้องระหว่างสองคุณลักษณะนี้ได้ก็จะสามารถนำผลิตภัณฑ์นั้น ๆ สู่ความสำเร็จได้ ถ้าบริษัทผลิตสินค้าได้คุณภาพเดียวกับคู่แข่ง แต่ขายราคาถูกกว่า ก็จะทำให้เกิดคุณค่าทางด้านราคา หากทว่าบริษัทผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงกว่า ราคาอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ก็ถือเป็นการมอบมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

นอกจากคุณค่าทางด้านราคาและคุณภาพสินค้าแล้ว บริษัทอาจจะมอบคุณค่าด้านอื่นเพิ่มเข้าไป อย่างช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าซึ่งปัจจุบันไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าผ่านทางหน้าร้าน (Physical Store) เพียงอย่างเดียว ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ โมบายไซต์ หรือ โมบายแอปพลิเคชัน การชำระเงินก็ทำได้สะดวกสบาย เช่น การชำระผ่าน Counter Service, ATM, Mobile Banking ไม่ต้องต่อคิวจ่ายเงินในห้าง รออยู่ที่บ้านสินค้าก็มาส่งถึงมือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการจำหน่ายสินค้า อย่างการลด แลก แจก แถม การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การจัดกิจกรรมจิตอาสา เพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับองค์กรและคืนกำไรสู่สังคม ก็เป็นช่องทางที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพันกับแบรนด์ด้วยคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าได้เช่นกัน

### 2.1.3.2 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

นอกเหนือจากการตอบโจทยความต้องการของลูกค้าด้วยการส่งมอบคุณค่าทางด้านคุณภาพ ราคา ช่องทางการซื้อขาย และความสะดวกสบายพื้นฐานต่าง ๆ แล้ว ผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้นั้นสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าเป็นอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันก็มีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการมากมาย โดยส่วนใหญ่ที่เห็นจะเป็นการนำผลิตภัณฑ์และบริการมารวมกัน และการผนึกกำลังของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในปัจจุบัน

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) สามารถแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) เช่น รถยนต์ไฮบริด โทรทัศน์ HDTV, iPad ฯลฯ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) อย่างเช่นการบริการต่าง ๆ แพคเกจท่องเที่ยว บริการชำระเงินออนไลน์ การให้บริการที่ปรึกษาเฉพาะทาง เป็นต้น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในท้องตลาด หรือผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วแต่นำมาเพิ่มคุณค่าของสินค้าให้ดีขึ้น

### 2.1.3.3 ผนวกกำลังด้วย Product-service Bundling

การนำผลิตภัณฑ์และบริการมารวมกัน (Product-service bundling) เป็นการจับผลิตภัณฑ์และบริการมารวมเอาไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างความแตกต่าง เพิ่มคุณค่าที่มากกว่า และมอบข้อเสนอที่หลากหลายสู่ผู้บริโภค การจับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการมาไว้ด้วยกันอยู่บนพื้นฐานของความคิดที่ต้องการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผู้บริโภคออกมาในรูปแบบของแพ็คเกจสินค้าหรือบริการ เช่น แพ็คเกจท่องเที่ยว แพ็คเกจค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต แพ็คเกจอาหาร เป็นต้น การจัดแพ็คเกจช่วยดึงดูดใจผู้บริโภคจากประโยชน์ที่มอบให้ในแต่ละแพ็คเกจ กระตุ้นให้ลูกค้าเห็นว่าแพ็คเกจที่มอบให้สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย บริษัทเองก็สามารถลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย สินค้าที่นำมาจัดเป็นแพ็คเกจอาจมาจากผู้ผลิตสินค้ารายเดียวหรือหลายรายก็ได้

การผนึกกำลังของสินค้ากับแบรนด์บริษัท แบรนด์หรือตราสินค้าไม่ว่าจะเป็นชื่อสินค้า การออกแบบ สัญลักษณ์ทำให้สินค้าของเราเห็นแตกต่างจากคู่แข่ง แบรนด์สามารถสะท้อนคุณค่าของผลิตภัณฑ์และส่งมอบคุณค่าไปยังลูกค้าที่ใช้สินค้าชิ้นนั้น เช่น รถ Mercedes Benz เป็นรถหรู ลูกค้าที่ขับรถเบนซ์ได้เป็นคนมีฐานะร่ำรวย การผนึกกำลังกันได้นั้นเกิดขึ้นได้ภายใต้ความสัมพันธ์ที่ดีภายในเครือข่ายขององค์กร ตัวอย่างที่น่าสนใจในการผสมกำลังกันในองค์กรได้เป็นอย่างดี Disney มีการ์ตูนดัง ๆ อย่าง Snow White, The Little Mermaid ซึ่งสร้างสรรค์ขึ้นโดยทีมงานภาพยนตร์ของ Disney ตัวการ์ตูนดัง ๆ ขวัญใจเด็ก ๆ ปรากฏตัวตาม Theme Park ทั้งใน อเมริกา ปารีส โตเกียว ฮองกง ภายในสวนสนุกยังมีบริการล่องเรือ ร้านขายของที่ระลึก สุดท้ายตัวการ์ตูนก็ถูกขาย License นำไปผลิตเป็น กล้องข้าว กระเป๋านักเรียน เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น

คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการซื้อสินค้าและใช้บริการจากองค์กร รวมทั้งความแตกต่างของผลิตภัณฑ์จากคู่แข่ง การได้รับความสนใจจากลูกค้าและการได้รับการยอมรับจะช่วยสร้างยอดขายได้อย่างรวดเร็วและผลกำไรอย่างมากมาย รวมทั้งได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น การเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญเพราะจะช่วยสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค ตราสินค้าช่วยให้ผู้บริโภครับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อครองใจผู้บริโภคที่เป็น

กลุ่มเป้าหมายขององค์กรตลอดไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.4 การประยุกต์ใช้ความสามารถหลักกับละครโทรทัศน์ไทย

ความสามารถหลักของละครโทรทัศน์ไทยในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้คือ

1. ด้านการครองตลาด ได้แก่ เป็นรายการที่ผู้ชมรับชมอยู่อย่างสม่ำเสมอ ผู้ชมได้รับความความสนุกสนานจากการรับชมมากกว่ารายการประเภทอื่น ๆ ผู้ชมมีบุคลิกรอบด้านชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทย ผู้ชมรับชมโทรทัศน์เพื่อรับชมละครโทรทัศน์ไทย ผู้ชมรับชมละครโทรทัศน์ไทยซ้ำจากการนำมาฉายซ้ำอีก

2. ด้านคุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย ได้แก่ เรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยมีความทันสมัย ละครโทรทัศน์ไทยสามารถสะท้อนภาพสังคมปัจจุบัน สร้างกรอบจริยธรรม คุณธรรมให้แก่ผู้รับชม ละครโทรทัศน์ไทยเนื้อหากระชับไม่ยืดเยื้อ ละครโทรทัศน์ไทยมีเนื้อหาแปลกใหม่ไม่ซ้ำซาก ละครโทรทัศน์ไทยให้ดารานำแสดงที่เหมาะสมกับบทบาท ละครโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของท่าน เช่น เรื่องแฟชั่น ละครโทรทัศน์ไทยมีการสร้างฉากละคร เครื่องประกอบฉาก เครื่องแต่งกายตัวละครที่สมจริงและเหมาะสม มีเทคนิคการถ่ายทำที่ทันสมัย มีคุณภาพ

3. ด้านการปฏิบัติหน้าที่ ได้แก่ ละครโทรทัศน์ไทยมีการออกอากาศในเวลา ระยะเวลา และความถี่ที่เหมาะสม มีโฆษณา ประชาสัมพันธ์หรือการแจ้งให้ผู้ชมทราบก่อนละครโทรทัศน์ไทยจะแพร่ภาพออกอากาศ มีละครโทรทัศน์ไทยที่หลากหลายประเภทให้รับชม มีกิจกรรมให้ผู้ชมได้เข้าร่วมเกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์ไทย ผู้จัดละครโทรทัศน์ไทยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้

### 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยเหตุผลหลายประการกล่าวคือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์การตลาดสามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดที่ว่า การทำให้ลูกค้าพึงพอใจด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541)

### 2.2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) อ้างอิงจาก Kotler, Philip. (1999). Marketing Management ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นวิธีการศึกษาที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร เช่น เวลา บุคลากร และอื่น ๆ เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะเสนอนั้น ใครคือผู้บริโภค (Who?) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?) ทำไมจึงซื้อ (Why?) ซื้ออย่างไร (How?) ซื้อเมื่อไร (When?) ซื้อที่ไหน (Where?) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often) รวมทั้งการศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

### 2.2.2 ทฤษฎีและตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อเอง โดยผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

จุดเริ่มต้นของตัวแบบอยู่ที่การมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ตอบ ดังนั้นตัวแบบนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายและจากสิ่งกระตุ้นจากภายนอกเพื่อเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า เป็นหน้าที่ของนักการตลาดในการจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล หรือใช้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งที่นักการตลาดสร้างให้มีขึ้นและสามารถควบคุมได้ จะเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ และมีความแตกต่างเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 ด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

1.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทั่วถึงทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างสะดวก ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น มีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ หรือตัวแทนจำหน่ายพยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ประกอบด้วย

1.2.1 ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ขึ้นกับภาวะของเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 ด้านเทคโนโลยี (Technology) การเกิดขึ้นของนวัตกรรมใหม่ ๆ ในยุคปัจจุบัน

1.2.3 ด้านการเมืองและกฎหมาย (Law and Political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีของสินค้า การนำเข้า เป็นต้น

1.2.4 ด้านวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ ผู้บริโภคจะเกิดความต้องการการซื้อตามเทศกาล

2. กล้องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เป็นกระบวนการที่มีผลต่อพฤติกรรม ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ เกิดจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อเองดังนี้

2.1 ด้านลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ คือ การรับรู้ ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision) ผู้ซื้อจะมีการตัดสินใจซื้อในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

### 3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

ดังนั้นหากจะกล่าวถึงความหมายของ พฤติกรรมของมนุษย์นั้น หมายถึง การกระทำของมนุษย์ที่จะปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น เป็นการแสดงออกเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งจะประกอบด้วยกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกำกับอยู่จากภายในตัวบุคคลนั้น ๆ เสมอ กล่าวคือ จะมีกลไกของการกำกับคำสั่งการจากความคิด และความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวบุคคล

## 2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย

### 2.3.1 ความเป็นมาของละครโทรทัศน์ไทย

ละครโทรทัศน์ของไทยเริ่มต้นจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ที่เป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศ ละครโทรทัศน์เกิดจากความคิดของนายจ่านิ่ง รั้งสิกุล ซึ่งดำรงตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายรายการโทรทัศน์ และเป็นรองผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 ในระยะแรก รายการละครที่แสดงทางโทรทัศน์จะเป็นละครไทยประเภทละครรำ ซึ่งไม่ใช่ละครที่ผลิตมาเพื่อโทรทัศน์โดยเฉพาะแต่ด้วยความชอบและต้องการอนุรักษ์ไว้ซึ่งศิลปะของชาติของนายจ่านิ่งรั้งสิกุล จึงได้นำการแสดงเหล่านี้มาออกอากาศทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เป็นละครสั้นความยาว 30-40 นาที (วิมลวรรณ บุญจันทร์, 2549)

สำหรับละครโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นในระยะแรกของช่อง 4 บางขุนพรหม เป็นละครสำหรับแสดงทางโทรทัศน์โดยเฉพาะ (Modern Drama) มี 6 เรื่อง เป็นละครโทรทัศน์ที่แต่งบทละครขึ้นใหม่ เป็นการแสดงสด ความยาวประมาณ 30-60 นาที การผลิตละครโทรทัศน์ในยุคแรก ๆ เป็นการแสดงสด นักแสดง ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของที่ของทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 เอง

ในปีแรกของสถานีโทรทัศน์ช่อง ๔ ละครโทรทัศน์ที่เขียนขึ้นมาใหม่จะเรียกกันในสถานีว่า “ละครเล็ก” คือ ละครที่มีตัวแสดงน้อยใช้ฉากไม่เกิน 3 หรือ 4 ฉากเพราะพื้นที่อีกด้านหนึ่งของห้องส่งต้องใช้ในการโฆษณาสินค้าที่ออกอากาศสดด้วยเช่นกัน การที่ห้องส่งมีเพียงห้องเดียวและต้องใช้พื้นที่ร่วมกันทำให้การเขียนบทละครโทรทัศน์ ต้องคำนึงถึงการประหยัดฉากเป็นสำคัญ ใน 1 เรื่องจะกำหนดฉากใหญ่เพียง 1 ฉาก ที่จะดึงเหตุการณ์ต่าง ๆ มารวมกันอยู่ในฉากนี้ให้มากที่สุด และเป็นการประหยัดพื้นที่ในการเก็บฉากและมีฉากย่อยอีก 2 หรือ 3 ฉากเท่านั้นการเขียนบทละคร

โทรทัศน์ นอกจากต้องคำนึงถึงเรื่องฉากแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ทำบทละครโทรทัศน์ต้องคำนึงในการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงเพราะเป็นการแสดงสด คือ เหตุการณ์สำคัญในเรื่อง ผู้เขียนบทจำเป็นต้องเขียนให้ได้ จังหวะในการตัดเข้าโฆษณา เพื่อเป็นการถ่วงเวลาให้นักแสดงเปลี่ยนเสื้อผ้าและทรงผมโดยใช้เวลา 5-6 นาที ให้นักแสดงในการเข้าฉากละคร การจัดเตรียมเสื้อผ้าจึงต้องพร้อมและไม่สับสน แต่ถ้าไม่มีการตัดเข้าโฆษณาเพื่อถ่วงเวลาก็จะต้องทำบทละครโทรทัศน์โดยการปล่อยคิวตัวเอกออกมาจากฉาก และใช้วิธีถ่วงเวลาด้วยบทเจรจา นักแสดงต้องคาดคะเนเวลาในการเจรจาเพื่อให้พระเอก หรือนางเอกเปลี่ยนเครื่องแต่งกายให้เรียบร้อย

พ.ศ. 2499-2500 เริ่มมีละครเพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่เป็นละครที่สร้างเรื่องขึ้นมา ใหม่ไม่ได้ นำมาจากหนังสือหรือนวนิยาย นักเขียนของช่อง ๔ บางขุนพรหมที่เป็นผู้พล็อต (Plot) เรื่องขึ้นเอง สถานีโทรทัศน์จะเป็นผู้ผลิตละครเอง ซึ่งก็ได้รับความนิยมจาก คนดูละครมากขึ้นเป็นลำดับ

พ.ศ. 2501 วงการละครโทรทัศน์เริ่มมีผู้สนใจเข้ามาดำเนินการมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักแสดงจากละคร โดยจากการชักชวนจากผู้จัดและผู้กำกับยุคใหม่ ขณะที่ละครโทรทัศน์ของช่อง 4 บางขุนพรหม กำลังได้รับความนิยมจากคนดูมากขึ้นเป็นลำดับ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 (ขาว-ดำ) เริ่มเปิดทำการ ในพ.ศ. 2501 และบุกเบิกละครโทรทัศน์ใน พ.ศ. 2502 มีพันเอกถาวร ช่วยประสิทธิ์ ดำรงตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายรายการ เปิดโอกาสให้ผู้จัดภายนอกที่ไม่ใช่เจ้าหน้าที่ของสถานีช่อง 4 บางขุนพรหม ผู้จัดส่วนใหญ่มาจากนักแสดง ละครเวทีที่ ย้ายมาจัดละครให้กับช่อง 7 (ขาว-ดำ) เช่น สุพรรณ บูรณพิมพ์ เนื่องจากขณะนั้นสถานีช่อง 7 (ขาว-ดำ) ไม่มีเจ้าหน้าที่ของทางสถานีที่จะนำมาแสดงละครได้ จึงต้องชักนำนักแสดงอาชีพมาแสดง เนื้อเรื่องที่นำมาจัดทำละครโทรทัศน์จะนำมาจากเรื่องที่เคยเขียนเป็นละครเวทีมาก่อน กำหนดทำการแสดงอาทิตย์ละ 5 หยุดเฉพาะวันอังคารและวันพฤหัสบดี ออกอากาศตั้งแต่เวลา 21.30-23.30 น. คณะหนึ่งมีสิทธิ์เล่นได้เดือนละครึ่ง

พ.ศ. 2504 ไทยทีวีสีช่อง 4 บางขุนพรหม เริ่มใช้เทปโทรทัศน์ (Video Tape) ในการอัดรายการ เป็นเทปแบบยู เบติก (U-BATIC) ขนาดของเทปและเครื่องเล่นที่ใหญ่รวมทั้งมีราคาแพง ทำให้ไม่สะดวกในการนำออกนอกสถานที่ ละครโทรทัศน์เรื่องแรกที่ได้อัดเทปไว้ล่วงหน้าไม่ได้แสดงสด ส่วนทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 (ขาว-ดำ) ในช่วงพ.ศ. 2504-2514 มีละครเรื่องหญิงแบบดั้งเดิม คือคณะเกียรติแก้ว โดยศรีนวล แก้วบัวสาย และมนัส บุญเกียรติ ซึ่งเป็นคณะละครร้องเพียงคณะเดียวที่จัดแสดงทางโทรทัศน์ 4 ต่อมาบริษัท โซนี่ ได้ผลิตเทปที่มีขนาดเล็กลงและใช้สำหรับบันทึกเทปโทรทัศน์ คือ เทปเบต้า (BATA) ด้วยขนาดเทปที่เล็กและมีการผลิตเครื่องมือการถ่ายทำมารองรับทำให้ได้รับความนิยมแพร่ราคาเทปแพงทำให้มีการพัฒนาระบบจนเกิดระบบดิจิทัล วิดีโอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Digital VDO) ทำให้การใช้เทปเบต่าลดน้อยลง แต่ก็ยังมีอยู่เนื่องจากอุปกรณ์การถ่ายทำและอุปกรณ์ระบบตัดต่อละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ยังเป็นระบบสำหรับเทปเบต่าอยู่

พ.ศ. 2505-2510 ละครโทรทัศน์ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง มีคณะละครเพิ่มขึ้นหลายสิบคณะ สถานีช่อง ๔ บางขุนพรหม โดยจำนง รังสิกุล ต้องการสร้างความสำเร็จให้กับละครโทรทัศน์ทุกประเภท จึงได้หันมาฟื้นฟูการแสดงละครเวทีในยุคละครร้องที่มีค่าควรแก่การอนุรักษ์ โดยเฉพาะบทละคร ของกรมพระนราธิปประพันธ์พงศ์ และหลวงวิจิตรวาทการ คณะนาฏศิลป์ สัมพันธ์ ของสัมพันธ์ พันธุ์มณี มักใช้บทประพันธ์ของ หลวงวิจิตรวาทการเป็นประจำเพราะผู้จัดเป็นลูกศิษย์ของหลวงวิจิตรวาทการมาก่อน ในปีนี้มีสถานีโทรทัศน์เกิดขึ้นใหม่ 2 สถานี คือ สถานีโทรทัศน์สีช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3

พ.ศ. 2511-2518 เป็นช่วงระยะเวลาที่ละครโทรทัศน์เสื่อมความนิยมไปช่วงหนึ่งจากอาจเป็นเพราะการผลิตและการแสดงไม่พิถีพิถัน เช่น คนแสดงละครต้องมีการบอกรับ ทำให้ผู้ชมรำคาญเสียงคนบอกรับ เป็นต้น ขณะที่สถานีโทรทัศน์สีช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 เป็นช่วงเพิ่งเปิดสถานีจึงไม่ค่อยมีละครโทรทัศน์มากนัก แต่จะเป็นภาพยนตร์โทรทัศน์และภาพยนตร์เรื่องยาวทั้งของไทยและต่างประเทศส่วนใหญ่

พ.ศ.2519 ละครโทรทัศน์กลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้งหนึ่ง เมื่อมีการใช้ระบบบันทึกเทปโทรทัศน์ ซึ่งบันทึกได้ดีขึ้น ในเวลานั้นสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหมได้เปลี่ยนเป็นสถานีโทรทัศน์สีช่อง 9 มีการจัดละครมากกว่าสถานีโทรทัศน์อีก 3 ช่อง คือมีการจัดละครเรื่องยาวแสดงติดต่อกันวันละครึ่งชั่วโมง ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์แบบ Soap Operas ของโทรทัศน์อเมริกา แต่วิธีการอัดเทปละครในช่วงนี้ยังเป็นการอัดเทปเหมือนละครสดอยู่ ยังไม่ใช้เทคนิคของเทปมากนัก

พ.ศ.2520 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 ได้เปลี่ยนเป็นองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย และในพ.ศ. ๒๕๒๒ ละครโทรทัศน์ประเภทละครสั้นจบในตอนและละครเรื่องยาวหลายตอนจบ มีเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะทางช่อง 3 และช่อง 5 ส่วนช่อง 9 จากที่เคยเป็นผู้นำด้านละครโทรทัศน์กลับถดถอยลงนับแต่เปลี่ยนแปลงสถานีเป็น อ.ส.ม.ท. คณะผู้จัดละครที่มีมาตั้งแต่ยุคแรกต้องยุบคณะลง ละครกลายเป็นทรัพย์สินของสถานีโทรทัศน์ที่ผลิตละครเพียงฝ่ายเดียว รวมทั้งรายได้ที่ผู้จัดเคยมีจากการวิ่งหาโฆษณาเข้ารายการละครของตนเอง ก็จะต้องตกเป็นของสถานีโทรทัศน์ด้วยกัน ในขณะนั้นสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ มุ่งแข่งขันกัน แต่สถานีโทรทัศน์ไทย

ทีวีสีช่อง 9 ได้เปิดรับผู้จัดภายนอกมาเข้าเวลากับทางสถานี แต่ด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจทำให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานีโทรทัศน์ต้องยุติการให้เช่าเวลาในการผลิตละครโทรทัศน์ลง และเป็นการปิดฉากละครโทรทัศน์ที่สถานีผลิตเองในพ.ศ. 2529 ส่วนสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่ในช่วงแรกไม่ค่อยเสนอรายการประเภทละครโทรทัศน์เท่าใดนัก แต่พอมาถึงยุคการบริหารงานของ สุรางค์ เปรมปรีดิ์ ได้มีการปรับปรุงทิศทางการตลาดของละครโทรทัศน์ ตั้งแต่ พ.ศ.2521-2522 โดยการลดรายการภาพยนตร์โทรทัศน์ให้สั้นลงจนในที่สุดก็ได้หมดไป เหลือแต่ละครโทรทัศน์ที่เป็นระบบการบันทึกเทปจากภายในสตูดิโอ และถ่ายทำนอกสถานที่ พร้อมทั้งนำผลงานของนักประพันธ์ชื่อเสียงและมีเนื้อหาลงทุนสูงมาเสนอ เช่น จดหมายจากเมืองไทย ข้าวอกนา ฯลฯ ส่วนคณะละครที่เคยมีอยู่ในช่วงแรกต่างก็เลิกผลิตไป เหลือเพียงบริษัทดาราศิลป์ ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทดาราศิลป์ วิดีโอ โปรดักชั่น

การดำเนินการแข่งขันของละครโทรทัศน์ในช่วงเวลาละครหลังข่าวดำเนินไปจนถึง พ.ศ. 2530 จึงมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการแข่งขันในช่วงละครหลังข่าว คือ การขยายเวลาออกอากาศจากเดิม 1 ชั่วโมง เป็น 1 ชั่วโมงครึ่ง ตั้งแต่เวลา 20.30-22.00 น. เมื่อสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ขยายเวลาออกอากาศละครหลังข่าว สถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 จึงได้ปรับและขยายเวลาการออกอากาศเช่นเดียวกับช่อง 7 ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และช่อง 3 กำลังปรับกลยุทธ์ในการแข่งขันด้านละครโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 ซึ่งในทิศทางที่ไม่ต่างจากช่อง 9 แต่ยังมีผู้จัดเช่าเวลาจากทางสถานีอยู่ เพราะค่าเช่าของทางสถานีไม่แพงมากนัก

พ.ศ.2539-2548 สถานีโทรทัศน์สีช่อง 7 ดำเนินยุทธวิธีในการแข่งขันเพื่อการชิงเรตติ้งจากผู้ชม โดยการเพิ่มเวลาออกอากาศละครโทรทัศน์หลังข่าวเป็น 2 ชั่วโมง คือ ตั้งแต่ 20.30-22.30 น. ของทุกวัน และได้เปิดโอกาสให้ผู้จัดรายอื่นเข้ามาเสริมทีมผู้จัด การเพิ่มผู้จัดเข้ามาเพื่อการหมุนเวียนในการผลิตละครหลังข่าวภาคค่ำทุกวัน โดยไม่มีการกำหนดวันออกอากาศตายตัวเหมือนเดิม ส่วนทางด้านช่อง 3 ในยุคของ ประชา มาลีनนท์ เป็นผู้บริหารก็มีใ้ว่าจะมีคณะละครน้อยไปกว่าช่อง 7 ผู้จัดบางรายได้แตกสาขาให้ผู้ช่วยมาตั้งคณะละครของตนถึงแม้ว่าผู้จัดรายเก่าจะเลิกผลิตไปบ้างแล้วแต่ก็มีคณะละครเกิดใหม่ขึ้นมาจนสถานีโทรทัศน์แทบจะหาเวลาลงละครให้แต่ละคณะไม่เพียงพอช่อง 3 จึงเพิ่มเวลาออกอากาศละครโทรทัศน์ช่วงเย็น เวลา 17.40-18.40 น. ทำให้การแข่งขันของละครโทรทัศน์ระหว่างช่อง 7 และช่อง 3 เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม เพราะนอกจากละครหลังข่าวแล้ว ทั้งสองช่องยังแข่งขันกันเพื่อแย่งเรตติ้งในช่วงเวลาเย็นด้วย

เมื่อละครโทรทัศน์ได้รับความนิยมจากผู้ชมและมีเรตติ้งที่ดีทำให้มีผู้ประกอบการมาซื้อ

เวลาในช่วงละครโทรทัศน์มาก เป็นปัจจัยให้ช่อง 7 และช่อง 3 ต่างใช้กลยุทธ์เพิ่มเวลาออกอากาศ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ละครโทรทัศน์มากขึ้น นอกจากนี้ช่อง 7 ยังนำละครโทรทัศน์ที่เคยออกอากาศแล้วและได้รับความนิยมมาออกอากาศซ้ำในช่วงบ่ายของวันจันทร์ – วันศุกร์ ทางช่อง 3 ก็มีละครออกอากาศในช่วงเวลาดังกล่าวเช่นกันแต่เป็นละครที่ค้างสต็อกหรือละครดอง สาเหตุจากการที่ช่อง 3 นำละครซีรีส์ที่ได้รับความนิยมของต่างประเทศมาออกอากาศเพื่อเรียกเรตติ้ง ทำให้ละครโทรทัศน์ที่ทางสถานีจ้างผลิตแล้วรอออกอากาศจำนวนมาก จึงต้องนำมาออกอากาศในช่วงเวลาดังกล่าวเพื่อเป็นการระบายละครออก เพราะละครเหล่านี้ไม่สามารถออกช่วงละครหลังข่าวได้เพราะผลิตไว้นานทำให้ไม่ทันสมัย นอกจากนี้ในวันเสาร์-อาทิตย์จะมีละครโทรทัศน์ออกอากาศตลอดทั้งวัน ตั้งแต่เช้า ช่วงสาย ช่วงเที่ยง ช่วงบ่าย ช่วงเย็นและช่วงหลังข่าว ซึ่งในแต่ละช่วงเวลาจะมีการนำเสนอละครที่มีเนื้อหาแตกต่างกันไป แต่ละละครที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม คือ ละครตลาดหรือที่เรียกว่า ละครน้ำเน่า ละครประเภทนี้จะได้รับการตอบรับจากผู้ชมที่เป็นชาวบ้านอย่างมากทำให้ทั้งสองสถานีต่างเร่งผลิตละครประเภทนี้ออกมากเพื่อสนองความต้องการของประชาชนและผู้อุปถัมภ์รายการ

เพื่อการเป็นผู้นำแห่งละครโทรทัศน์ ทำให้สถานีช่อง 3 และช่อง 7 ต่างแข่งขันผลิตละครโทรทัศน์เพื่อเรียกความนิยมหรือเรตติ้ง และสนองความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการเป็นสำคัญทำให้ละครโทรทัศน์กลายเป็นธุรกิจ มากกว่า ศิลปะ สถานีโทรทัศน์สีช่อง 7 เป็นสถานีที่สามารถเรียกเรตติ้ง จากผู้ชมได้เป็นจำนวนมากเพราะเนื้อหาละครที่เป็นแนวตลาด และการส่งสัญญาณภาพโทรทัศน์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ มีการสร้างนักแสดงรุ่นใหม่มาตลอด เหล่านี้มีส่วนให้เรตติ้งของทางสถานีอยู่เหนือคู่แข่งอย่างช่อง 3 มาได้ จนเมื่อ พ.ศ.2547 ช่อง 3 ได้เปลี่ยนสัญญาณการออกอากาศเป็นระบบ UHF แทนแบบเดิมที่เป็น VHF ทำให้มีภาพที่คมชัด และสามารถครอบคลุมได้ทั่วประเทศ ทั้งยังปรับแนวละครให้ถูกใจตลาดมากขึ้น พร้อมกับมีการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่น่าสนใจโดยการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับละคร และการนำละครซีรีส์ต่างประเทศมาออกอากาศในวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเย็น ทำให้สามารถดึงเรตติ้งที่เคยเป็นของกลุ่มช่อง 7 มาได้ ทำให้ช่อง 7 ถูกมองว่าเป็นช่วงขาลง และในขณะที่ช่อง 3 กำลังอยู่ในช่วงขาขึ้น จึงย้ายความเป็นผู้นำของละครโทรทัศน์ในช่วงปลายปี โดยการเพิ่มช่วงเวลาออกอากาศละครโทรทัศน์ในภาคดึกเวลา 22.00-23.00 น.ต่อจากละครหลังข่าวทุกวันศุกร์ – เสาร์ – อาทิตย์ เรียกช่วงเวลานี้ว่า ละครดีสี่ทุ่ม ช่อง 7 สิจึงต้องหาวิธีการในการเรียกเรตติ้งของละครโทรทัศน์คืนมาโดยการจัดงานส่งท้ายปลายปี คือ งานรวมละครเจ็ดสีเพื่อสร้างความไว้วางใจกับผู้อุปถัมภ์รายการ การแข่งขันด้านละครโทรทัศน์ของทั้งสองสถานีจึงดำเนินต่อไปเพื่อเรตติ้งและความเป็นจ้าวแห่งละครโทรทัศน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.1 การผลิตละครโทรทัศน์

การผลิตละครโทรทัศน์ไทย การผลิตละครโทรทัศน์เป็นงานสร้างสรรค์ที่ต้องมีผู้สร้างผลงาน และผู้บริหาร การผลิต ละครโทรทัศน์ประกอบด้วย บุคคล 3 ฝ่าย คือ ผู้ผลิต ผู้อุปถัมภ์รายการ และสถานีโทรทัศน์ (วิมลวรรณ บุญจันทร์. 2549)

**2.3.1.1 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์** ผู้ผลิตมีหน้าที่ในการจัดการด้านต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ จะ เป็นผู้ที่กำหนดทีมงานที่สำคัญ ๆ เช่น ผู้กำกับการแสดง ผู้เขียนบท ผู้ผลิตจะบริหารงานต่าง ๆ เพื่อให้การผลิตละครโทรทัศน์นั้น ได้ผลงานที่ดี มีคุณภาพและได้รับผลกำไรมากที่สุด ส่วนมากแล้ว ผู้ผลิตรายการละครจะเป็นผู้ที่ติดต่อกับทางสถานีและรับเอานโยบายของสถานีโทรทัศน์มา ผลิตรายการให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ทางสถานีกำหนดไว้ อาจเรียกได้ว่า เป็นผู้รับเหมาหรือผู้รับจ้าง ผลิตละครโทรทัศน์ให้กับทางสถานีโทรทัศน์นั่นเอง

**2.3.1.2 ผู้อุปถัมภ์รายการ** เข้ามามีบทบาทหรือเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตรายการในลักษณะ ของธุรกิจ (Economic Exchange) เพราะผู้ชมเป็นกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าของผู้ อุปถัมภ์รายการ ดังนั้นละครโทรทัศน์จึงเป็นวิถีทางที่จะนำผู้ชมมาสู่สินค้าของเขาได้ ข้อพิจารณา หลักของผู้อุปถัมภ์รายการก็คือ ขนาดและสัดส่วนผสมที่รายการจะดึงดูดมาให้มากที่สุด โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ จึงเป็นสื่อที่ดีในการ โฆษณาประเภทสินค้าที่มวลชนบริโภค (Consumer Products)

**2.3.1.3 สถานี** นโยบายของสถานีโทรทัศน์จะเป็นปัจจัยเงื่อนไขในที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อกระบวนการ การผลิตละครโทรทัศน์ เช่น สถานีโทรทัศน์สีช่อง ๓ และช่อง ๗ มีนโยบายหลัก คือ การทำให้ ธุรกิจบันเทิงของสถานีบรรลุผลกำไรที่สูง ดังนั้น การเลือกเรื่องหรือนักแสดงจะต้องมีผลทางการ ตลาดเป็นตัวตัดสินใจ หรือเป็นแนวนโยบายที่กำหนดไว้ สำหรับช่อง ๕ และช่อง ๘ เป็นการให้ บริษัทผู้ผลิตเช่าเวลาไปบริหารเอง ปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดจากสถานี คือ เรื่องการปรับผังของทาง สถานี ที่อยู่ในชั้นออกอากาศ

ฉะนั้นความแตกต่างของบริษัทผู้ผลิตที่จะดำเนินงานในเรื่องการผลิตนั้นก็ขึ้นอยู่กับนโยบายของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีเป็นปัจจัยสำคัญเพราะถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการผลิต การกำหนดนโยบายของทางสถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่อง การตลาดเป็นส่วนใหญ่ คือ คำนึงถึงผลประโยชน์ด้านธุรกิจ ทำให้การผลิตละครโทรทัศน์ ข้อคำนึงของผู้ผลิตไม่ได้ขึ้นกับความสามารถและความถนัดในงานอย่างเดียวกันแต่จะต้องสามารถปรับกลยุทธ์ไปในทิศทางที่ตลาดต้องการด้วย เช่น ผู้ผลิตถนัดและมีความสามารถในละครชีวิต ละครสะท้อนสังคม แต่ตามสภาพของการตลาดในขณะนั้นละครที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ เป็นละครรักสามเส้า หรือละครตลก ก็ต้องพยายามทำละครสนองความต้องการทั้งสถานีและตลาดผู้ชมด้วย มีผลให้ความหลากหลาย และคุณภาพของละครดี ๆ ต้องลดลงไปด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.1 ประเภทของละครโทรทัศน์

เมื่อก้าวถึงละครโทรทัศน์ไทย คนส่วนใหญ่จะนึกถึงละครที่มีการขายต่อเนื่องกันเป็นตอน ๆ แต่ละตอนนั้นเรื่องราวที่เต็มไปด้วยการนำเสนอบทละครหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นเรื่องชิงรักหักสวาท ความอิจฉาริษยา การต่อสู้ หรือการล้างแค้นกันอย่างตื่นเต้น หรือไม่ก็เป็นละครตลกเบาสมอง ละครรักหวาน ๆ พร้อมฉากสะท้อนอารมณ์ที่เรียกน้ำตาจากผู้ชม ซึ่งทุกอย่างเต็มไปด้วยสูตรเมโลดราม่าทางโทรทัศน์หรือที่ฝรั่งนิยมเรียกกันว่า Soap Opera ดังนั้นเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตรายการละครที่จะเลือกว่าจะผลิตละครประเภทใดออกมาให้ได้ตรงกับความต้องการของผู้รับชมมากที่สุด

ละครโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นในประเทศไทยแบ่งเป็น 6 ประเภทใหญ่คือ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

1. Drama Special ได้แก่ละครพิเศษที่เล่นในวาระโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น วันพ่อ วันที่ระลึกของหน่วยงานต่าง ๆ ละครการกุศล ลักษณะของละครโทรทัศน์แบบนี้จะเป็นละครสั้นจบในตอนเดียว มักใช้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง
2. TV Series เป็นละครสั้นเล่นแต่ละครั้งจะจบในเวลา 30-60 นาที ออกอากาศเป็นประจำ เนื้อหาในแต่ละตอนจะเป็นแนวเดียวกัน และใช้ผู้แสดงชุดเดียวกัน แต่เรื่องราวจะเปลี่ยนไป
3. TV Serials เป็นละครเรื่องยาวที่เล่นหลายตอนจบประมาณ 20-30 ตอน เนื้อเรื่องทั้งหมดเป็นเรื่องเดียวกันออกอากาศเป็นประจำ ใช้ผู้แสดงเป็นชุดเดียวกัน ละครแบบนี้รู้จักกันในชื่อ soap opera
4. Mini Series เป็นละครสั้น ๆ เล่นจบใน 2-3 ตอน ผู้แสดงไม่ใช่ชุดเดียวกันและเนื้อเรื่องแต่เรื่องไม่เกี่ยวกันเลย
5. Anthology Series / Anthology Drama เป็นละครที่จบในตอนเลย ผู้แสดงไม่ใช่ชุดเดียวกัน และเรื่องราวตลาคตอนไม่เกี่ยวข้องกันเลย
6. Sit-Com เป็นละครแนวสนุกสนานมีลักษณะล้อเลียนสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้น เป็นละครที่จบในแต่ละตอน แต่ใช้นักแสดงชุดเดียวกันกับบทบาทเดิม คำว่า Sit มาจาก Situation ส่วนคำว่า Com มาจาก Comedy เมื่อรวมกันหมายความว่าความขบขันที่มีต่อสถานการณ์ต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.4.1 งานวิจัยในต่างประเทศ

โรนอลด์ เจ คอมเพซี โดยนงเยาว์ เกียรติวิชัยงาม (2550) อ้างอิงจาก Ronald J. Compesi. (1976) ศึกษาผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน โดยใช้วิธีการจัดกลุ่มของความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ชมทั้งหมด 52 รายการเพื่อจัดรวมเป็น 7 กลุ่มใหญ่ ๆ และตีความหมาย ความสำคัญของ แต่ละกลุ่ม รวมทั้งความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ หากค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มปัจจัยบนฐานของค่าเฉลี่ยปัจจัยทั้งหมด ได้ผลคือ กลุ่มปัจจัยที่จัดแบ่งได้เป็น 7 กลุ่มใหญ่ ๆ คือผู้ชมที่ชมเพื่อ 1. ได้รับความบันเทิง 2. ชมเพราะเป็นนิสัยเป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน 3. ดูเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่จะดู 4. ดูเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางสังคมในการติดต่อกับคนอื่นรวมทั้งการดูกับเพื่อน และการนำไปพูดคุยกับเพื่อนด้วย 5. ดูเพื่อเป็นการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงปัญหา เพื่อลดความตึงเครียด 6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย ดูเพราะเบื่อหรือไม่มีอะไรทำ หรือไม่มีรายการที่มีค่าพอจะดูในเวลาเดียวกันนั้น 7. ดูเพื่อสำรวจความจริงหรือเพื่อหาคำแนะนำเพื่อช่วยแก้ปัญหาของผู้ดู หรือใช้เป็นแหล่งอ้างอิงที่เป็นบุคคลช่วยให้ผู้ดูเข้าใจชีวิตของตนเองและชีวิตของคนอื่น ๆ หรือใช้สะท้อนความเป็นจริงทางสังคม กลุ่มของความพึงพอใจต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยเป็นประโยชน์ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นรายการชุดนั้นชมรายการเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้านใดบ้าง

พาล์มกรีน และเรย์เบิร์น โดยนงเยาว์ เกียรติวิชัยงาม (2550) อ้างอิงจาก Palmgreen and Rayburn. (1979) วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ โทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษานำร่อง เคนดิกกี ด้วยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน โดยวัดค่า ความคาดหวังจากการดูโทรทัศน์ว่ารายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ การใช้ประโยชน์ในการใช้สื่อสัมพันธ์ การช่วยให้ลืมปัญหาต่าง ๆ เพื่อเป็นการฆ่าเวลา เพื่อเป็นการแก้เหงา และเพื่อความบันเทิง เขาพบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง และมีความสัมพันธ์กันเชิงลบ คือความคาดหวังสูง – ความพึงพอใจต่ำ หรือความคาดหวังต่ำ - ความพึงพอใจสูง

โตชิโกะ มียาซากิ โดยชูเกียรติ ดีบุรี (2552) อ้างอิงจาก Toshiko Miyazaki. (1981) ศึกษาแม่บ้านและรายการละครโทรทัศน์ตอนกลางวันโดยใช้การใช้สารและความพึงพอใจ ที่ได้รับจากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้สาร เป็นกรอบในการศึกษางานวิจัยนี้ต้องการทราบถึงภาวะทางสังคมและทาง จิตวิทยาของ แม่บ้านชาวญี่ปุ่นที่มีผลต่อการชมละครโทรทัศน์ภาคกลางวัน โดยนำแบบการศึกษาของ Rosengreen and Windahl (1972) มาใช้ทดสอบแม่บ้านที่อยู่ในกรุงโตเกียวจำนวน 183 คน โดย วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ระหว่างการเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับตัวแปรหลักทั้งหมด 23 ตัวแปร ด้วยกัน ผลการศึกษา พบว่าองค์ประกอบทางจิตวิทยา เช่น ความไม่สมหวังต่อความสัมพันธ์ใน ครอบครัวและตัวแปรที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการดูละคร โทรทัศน์มากกว่าตัว แปร ด้านสังคม โครงสร้างอันได้แก่ ศักยภาพในการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น แต่ก็พบว่าศักยภาพ ในการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นนั้นแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดรับชม รายการโทรทัศน์ทั่ว ๆ ไป

เวนเนอร์ โดยนงเยาว์ เกียรติวิชัยงาม (2550) อ้างอิงจาก Wenner. (1986) ได้ ศึกษาเกี่ยวกับ ความคาดหวังหรือความพึงพอใจที่ได้รับ จากการชมรายการโทรทัศน์ โดยการวัดค่าการใช้สื่อเพื่อ ประโยชน์และความพึงพอใจในด้านความต้องการ เฝ้าสังเกตเพื่อติดตามข่าวสาร ด้านความ บันเทิง/ พักผ่อนหย่อนใจ การใช้ประโยชน์ระหว่างบุคคล ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยอ้อม รวม 12 รายการ เก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สุ่มตัวอย่างผู้ชมทางโทรทัศน์จากเมืองไอโอวา รัฐ ไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ กับ ความคาดหวังจากการชมรายการโทรทัศน์ โดยความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ดังกล่าวจะมี ความสัมพันธ์ กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่อง ต่างกัน

#### 2.4.2 งานวิจัยในประเทศไทย

นงเยาว์ เกียรติวิชัยงาม (2550) ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษา พฤติกรรมการ รับชม รายการโทรทัศน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า นิสิตกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชม รายการโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน 3-4 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่รับชมส่วนใหญ่ คือ 18.01 - 24.00 น.

อชนีญา มีทรัพย์ทวีกุล (2551) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการรับชมละคร โทรทัศน์เอเชีย ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมก่อนรับชม (ด้านแรงจูงใจ) พฤติกรรมระหว่างรับชม (ด้านการรับรู้) และพฤติกรรมหลังรับชม (ด้านการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม) ละครโทรทัศน์เอเชีย อยู่ในระดับปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิชากา จรรยาพิสัย (2552) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อละครโทรทัศน์ใน กรุงเทพมหานคร พบว่าความต้องการของผู้ชมทางด้านเหตุผลในการรับชมละครโทรทัศน์ เพลงประกอบละครโทรทัศน์ เครื่องแต่งกาย ความยาวในการนำเสนอ รูปแบบละครโทรทัศน์ สถานที่ ความสมจริง ฉาก มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทยใน กรุงเทพมหานคร เนื้อหาละครโทรทัศน์ ในปัจจุบัน การดำเนินเรื่อง เนื้อหาที่สามารถเพิ่มเติม มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทยในกรุงเทพมหานคร นักแสดงจาก สถานีโทรทัศน์ เหตุผลในตัวนักแสดง การเชื่อมความนิยมในตัวนักแสดง การย้ายสังกัดของนักแสดง มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เช่นเดียวกัน

สินีนานู สีสรรค์ (2552) จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับชมด้วยความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อละครโทรทัศน์หลังข่าวพบว่า ประชากรผู้รับชมละครโทรทัศน์หลังข่าวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่ชื่นชอบละครแนวรัก โรแมนติกและตลกเบาสมอง โดยเลือกรับชมละครจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เพราะสนใจความสามารถในการแสดงของนักแสดงนำจากละคร มีความสนใจเครื่องแต่งกายของนักแสดงเพราะเครื่องแต่งกายมีความเหมาะสมกับบทบาทที่ได้รับและสนใจเพลงประกอบละครเพราะเนื้อหาของเพลงจดจำได้ง่ายและเนื้อหาของเพลงเป็นที่พอใจผู้ชมในช่วงนั้น ประชากรส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุงเนื้อหาของละครโทรทัศน์ และสาระความรู้ในละคร เพราะละครในปัจจุบันเน้นเรื่องความบันเทิงจนลืมนำเสนอเนื้อหาสาระความรู้ที่ผู้ชมควรจะได้รับ ประชากรส่วนใหญ่คิดว่าละครหลังข่าวควรมีเนื้อหาที่เน้นความหลากหลายให้กับผู้ชมหลายเพศมากกว่าการเจาะจงเน้นกลุ่มเป้าหมายที่วัยรุ่นเพียงอย่างเดียว

พรรษา รีมกาญจน์วัฒน์ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่องประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างรับชมละครโทรทัศน์ไทย ที่บ้าน/ที่พักอาศัยมากที่สุด มากกว่าครึ่งหนึ่งรับชมละครโทรทัศน์ไทยในช่วงเวลา 20.30-22.30 น. โดยจะเลือกชมเฉพาะตอนที่มีความยาวมากที่สุด สำหรับแนวละครโทรทัศน์ที่ชื่นชอบมากที่สุดคือแนวตลกเบาสมอง เลือกรับชมละครโทรทัศน์จากสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มากที่สุดใกล้เคียงกัน นอกจากนี้พบว่ามีการตัดสินใจชมละครโทรทัศน์ไทยด้วยตัวเองมากที่สุด มีความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยอยู่ที่ 7 วันต่อสัปดาห์เป็นจำนวนมากที่สุด

นันทสิทธิ์ แก้วทิพยเนตร (2555) ศึกษาพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ ของนักศึกษา

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมชอบประเภทละครเรื่อง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยาวหลายตอนจบ ด้านเนื้อหาของละครที่ชอบคือ ละครตลกเบาสมอง ช่วงเวลาที่ชมละครโทรทัศน์ คือ ช่วงเวลา 18.01 -22.30 น. ความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ คือ ทุกวัน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมละครโทรทัศน์ คือ บทละคร เนื้อเรื่อง ประโยชน์ที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ คือ นำข้อคิดไปใช้ในการต่อสู้ชีวิตได้ สถานีโทรทัศน์ที่รับชมละครโทรทัศน์คือ ไทยทีวีสีช่อง 3 ช่องทางการรับชมละครโทรทัศน์คือ โทรทัศน์ และชอบรับชมละครประเทศไทยมากที่สุด

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทยเกี่ยวกับ พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ พอสรุปได้ว่า การศึกษา อายุ และเพศ และปัจจัยในด้านต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ เพื่อที่จะนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน และตอบสนองในความพึงพอใจของตนเองแตกต่างกันไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาค้นคว้าความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและรายละเอียดของวิธีการดำเนินงานวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่รับชมละครโทรทัศน์ไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนโดยเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2558 ถึง ธันวาคม พ.ศ.2558

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากรที่แน่นอนของ Yamane (1973)

สูตรในการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{Z^2}{4e^2} \quad (3.1)$$

เมื่อ  $Z = 1.96$  ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95%

$e =$  ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ โดยการวิจัยซึ่งกำหนดที่ร้อยละ 5

$n =$  ขนาดตัวอย่างที่จะทำการศึกษา

เมื่อทำการแทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2} = 384.16$$

ผู้วิจัยจะใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง = 400 ชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญเป็นการเลือกกลุ่มที่ไม่มีลักษณะแบบแผนคงที่ แต่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรับชมรายการละครโทรทัศน์ไทยที่ผู้วิจัยต้องการได้ครบถ้วน วิธีนี้มักใช้ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนของประชากร และจากการใช้สูตรกรณีแบบแผนการสุ่มอย่างง่าย โดยประชากรมีขนาดใหญ่และได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น  $e = 0.05$  จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากคำนวณเท่ากับ 384.16 คน ผู้วิจัยได้ทำการสำรองไว้กรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ครบถ้วน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างประชากรในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บเฉพาะผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ในการวิจัยครั้งนี้จะครบ 400 ชุด จากผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด (ดังภาคผนวก ก) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง และลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้เป็นลักษณะของแบบสอบถามปลายเปิด กำหนดไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามดังต่อไปนี้

#### 3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย จำนวน 6 ข้อ

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามแบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ข้อ

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ตามระดับการประเมินความคิดเห็น 5 ระดับ คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีจำนวนทั้งหมด 21 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามที่สร้างขึ้นโดยใช้ลักษณะเป็นมาตรวัด Likert's Rating Scale จำนวนทั้งหมด 5 ระดับ โดยดัดแปลงจากคำถามที่ได้มีผู้วิจัยทำการวิจัยมาก่อน และสร้างขึ้นเองบางส่วน

โดยแบ่งข้อคำถามออก 3 ด้านดังนี้

1. ด้านการครองตลาด จำนวน 6 ข้อ
2. ด้านคุณภาพของรายการ จำนวน 8 ข้อ
3. ด้านการปฏิบัติหน้าที่จำนวน 7 ข้อ

### 3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาตัดแปลงและปรับปรุงให้เหมาะสมที่จะใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากทฤษฎีบทและตำราต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. สร้างแบบสอบถามสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อขอความเห็นในการพิจารณาด้านความครอบคลุมของเนื้อหาการเลือกกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล และภาษาที่ใช้
4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามจำนวน 3 ท่าน ตามตารางที่ 3.1 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 รายชื่อ ตำแหน่งและสถานที่ปฏิบัติงานของผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
รศ. รังสรรค์ โนชัย	อาจารย์ประจำ	คณะกรรมการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผศ.ดร. วอนชนก ไชยสุนทร	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	คณะกรรมการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คุณขวัญเรือน ชื่นชมสกุลชัย	รองผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการละคร	บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และ วิทยุ จำกัด

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ มาปรับปรุงแก้ไขแล้วมาทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ในส่วนของอำนาจจำแนก และความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ตาม

รายละเอียดดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยจะใช้วิธีของ Cronbach ค่าความเชื่อมั่นที่หาโดยวิธีนี้ เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” ( $\alpha$ - Coefficient) สูตรในการหาค่าความเชื่อมั่นวิธีนี้คือ

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right\} \quad (3.2)$$

กำหนดให้	$\alpha$	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
	k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	$S^2$	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ - Coefficient) จากงานวิจัยในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 0.899

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2558 โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามด้วยตนเอง ตามวิธีการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด การเก็บรวบรวมข้อมูลจะค้นหาข้อมูล โดยจะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 2 แบบ คือ

#### 3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้รับชมละครโทรทัศน์ไทยในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด 400 คน ในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ.2558 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 สำหรับขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่เป็นการแจกแบบสอบถามดังนี้

- 1) นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ไปแจกให้แก่ผู้รับชมละครโทรทัศน์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองและรอรับคืน
- 2) หลังจากได้แบบสอบถามกลับคืนมาจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุดแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดก่อนจะนำไปวิเคราะห์
- 3) นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

### 3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า รวบรวมวารสาร เอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

## 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการจัดทำข้อมูลดังนี้

**3.4.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing)** ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามโดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

**3.4.2 การลงรหัส (Coding)** นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้อำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

**3.4.3 การประมวลผลข้อมูล** โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

**3.4.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์** โดยใช้สถิติเชิงบรรยายกับแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** วิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 นำเสนอข้อมูลในแต่ละข้อ คือความถี่และร้อยละ ในรูปตารางประกอบการพรรณนาข้อมูล

**ส่วนที่ 2** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการละคร จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 นำเสนอข้อมูลในแต่ละข้อ คือ ความถี่และร้อยละ ในรูปตารางประกอบการพรรณนาข้อมูล

**ส่วนที่ 3** วิเคราะห์เกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งเป็นแบบวัดที่กำหนดเป็นมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert's rating scale จำนวน 5 ระดับ โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยมาก

คะแนน 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยน้อย

คะแนน 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยน้อยที่สุด

เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ใช้เกณฑ์อ้างอิงดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.20 – 5.00	มากที่สุด
3.40 – 4.19	มาก
2.60 – 3.39	ปานกลาง
1.80 – 2.59	น้อย
1.00 – 1.79	น้อยที่สุด

### 3.4.5 การทดสอบสมมติฐาน ทดสอบสมมติฐานตามตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละคร โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้	
สมมติฐานที่ 1.1 เพศของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	$\chi^2$ - Test for Homogeneity
สมมติฐานที่ 1.2 อายุของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	$\chi^2$ - Test for Homogeneity
สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพการสมรสของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	$\chi^2$ - Test for Homogeneity
สมมติฐานที่ 1.4 การศึกษาของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	$\chi^2$ - Test for Homogeneity
สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	$\chi^2$ - Test for Homogeneity
สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	$\chi^2$ - Test for Homogeneity

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้	
สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน	T - Test
สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.6 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน	One-way ANOVA

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูล ที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)** ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลในแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา แผนกงาน ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ทำงาน โดยมี สูตรการคำนวณดังนี้

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลย่อย} \times 100}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \quad (3.3)$$

**3.5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)** ใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้ในการแบ่งระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถาม (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543) โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad (3.4)$$

เมื่อ	$\bar{X}$	หมายถึง ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึง ผลรวมข้อมูลแต่ละตัว
	n	หมายถึง จำนวนคนของกลุ่มตัวอย่าง

**3.5.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)** ใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ซึ่งใช้คู่กับค่าเฉลี่ย เพื่อคุณลักษณะของการกระจายข้อมูลแต่ละครั้งซึ่งคำนวณได้จากสูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.5)$$

เมื่อ	S.D.	หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึง คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

### 3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

**3.5.2.1 การทดสอบความเป็นเอกพันธ์ด้วยไคสแควร์ ( $\chi^2$  Test for Homogeneity)** ใช้เปรียบเทียบระหว่างประชากรมากกว่า 2 ประชากร ว่ามีการแจกแจงความถี่ที่สังเกตได้ของตัวแปรที่แบ่งเป็น k หรือ c กลุ่ม แตกต่างกันหรือไม่ ข้อมูลที่นำมาทดสอบจะเป็นตารางการแจกแบบสองทาง โดยจำนวนประชากร = r และลักษณะหรือตัวแปรมีลักษณะวัดนามบัญญัติ (Normal Scale) แบ่งได้เป็น c กลุ่ม โดยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์จะอยู่ในรูปความถี่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่จะทดสอบ

$H_0$  : ไม่มีความแตกต่างในการแจกแจงความถี่ที่สังเกตได้ของตัวแปรระหว่างประชากรที่ต่างกัน

$H_1$  : มีความแตกต่างในการแจกแจงความถี่ที่สังเกตได้ของตัวแปรระหว่างประชากรที่ต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$\chi_{cal}^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \quad (3.6)$$

เมื่อ	$\chi_{cal}^2$	=	สถิติทดสอบไคสแควร์
	$O_{ij}$	=	ความถี่ที่สังเกตได้ของประชากร i ตัวแปรในกลุ่ม j
	$E_{ij}$	=	ความถี่ที่คาดหวังของประชากร i ตัวแปรในกลุ่ม j
	$f_i$	=	ผลรวมความถี่ของทุกกลุ่มของตัวแปรในประชากรที่ i
	$f_j$	=	ผลรวมความถี่ทุกประชากรในตัวแปรกลุ่มที่ j
	r	=	จำนวนประชากร
	c	=	จำนวนกลุ่มของตัวแปร
	n	=	ขนาดตัวอย่าง

การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.05$

ถ้าค่า  $\chi_{cal}^2$  ที่คำนวณได้มากกว่าค่า  $\chi^2$  ที่เปิดจากตารางที่ขึ้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom, d.f.) เท่ากับ  $(r-1)(c-1)$  ที่  $\alpha = 0.05$  หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า  $\chi^2$  มากกว่าค่า  $\chi_{cal}^2$  ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า  $\alpha$  จะปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  นั่นคือมีความแตกต่างในการแจกแจงของความถี่ที่สังเกตได้ของตัวแปรระหว่างประชากรที่ต่างกัน

ถ้าค่า  $\chi_{cal}^2$  ที่คำนวณได้น้อยกว่าหรือเท่ากับค่า  $\chi^2$  ที่เปิดจากตารางที่ขึ้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree Of Freedom, d.f.) เท่ากับ  $(r-1)(c-1)$  ที่  $\alpha = 0.05$  มีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ  $\alpha$  จะยอมรับ  $H_0$  นั่นคือไม่มีความแตกต่างในการแจกแจงของความถี่ที่สังเกตได้ของตัวแปรระหว่างประชากรที่ต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.2.2 การวิเคราะห์โดยวิธี t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานทางสถิติ

2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$  หรือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$  หรือ ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกัน

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543)

กรณีที่ 1 เมื่อ  $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{S_p^2 \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}} \quad (3.7)$$

$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \quad (3.8)$$

$n_1$  หมายถึงขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$n_2$  หมายถึงขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$\bar{X}_1$  หมายถึงค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{X}_2$  หมายถึงค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$S_1^2$  หมายถึงค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$S_2^2$  หมายถึงค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

กรณีที่ 2 เมื่อ  $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\left( \frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right)}} \quad (3.9)$$

$$df_{.,v} = \frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[ \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}} \quad (3.10)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. การตัดสินใจเมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ถ้าค่า  $t$  ที่คำนวณได้มีค่า  $t_c < -t_{\frac{\alpha}{2}, df}$  หรือ  $t_c > t_{\frac{\alpha}{2}, df}$  หรือถ้า  $t_c$  ให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่า

ความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า  $t$  มากกว่าค่า  $t$  ที่คำนวณได้ มีค่าน้อยกว่า  $\alpha$  จะปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  นั่นคือยอมรับว่า  $\mu_1 \neq \mu_2$  หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่าที่คำนวณได้มีค่า  $-t_{\frac{\alpha}{2}, df} < t_c < t_{\frac{\alpha}{2}, df}$   $df = n_1 + n_2 - 2$  หรือ  $v$  แล้วแต่กรณี หรือ

ถ้ามี ค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ  $\alpha$  จะยอมรับ  $H_0$  นั่นคือยอมรับว่า  $\mu_1 = \mu_2$  หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

#### 5. การทดสอบ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

การที่จะเลือกใช้สูตรในกรณีที่ 1 หรือ 2 นั้น จำเป็นต้องทดสอบว่า  $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$  หรือไม่ โดยใช้ F-test ทำการทดสอบตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

สมมติฐานสถิติ

$$H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$H_1 : \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2} \quad (3.11)$$

เมื่อ  $S_1 > S_2, df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$

หรือ  $F = \frac{S_1^2}{S_2^2}$

เมื่อ  $S_2 > S_1, df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$

การตัดสินใจเมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.05$

ถ้าค่า  $F$  ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบค่า  $F$  จากตาราง  $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$  หรือ  $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$  แล้วแต่กรณีจะปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  นั่นคือยอมรับว่า  $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$  ถ้าค่า  $F$  ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า  $F$  จากตาราง  $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$  หรือ  $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$  แล้วแต่กรณี จะยอมรับ  $H_0$  นั่นคือยอมรับว่า  $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.2.3 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA (Analysis of Variance) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี (One-way ANOVA) คือ  
 $H_0$  : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร  $k$  กลุ่มไม่แตกต่างกัน  
 $H_1$  : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

หรือ

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \mu_i \neq \mu_j \text{ เมื่อ } i \neq j ; i, j = 1, 2, \dots, k$$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} \quad (3.12)$$

ตารางที่ 3.3 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of Freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
Within Group	$n - k$	$SS_w = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	
Total	$n - 1$	$SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

เมื่อ  $k$  คือ จำนวนประชากร

$n$  คือ ขนาดตัวอย่างทั้งหมด

$n_j$  คือ ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่  $j$

$T_j$  คือ ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่  $j$

$T$  คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$X_{ij}$  คือ คะแนนของแต่ละตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. การตัดสินใจ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ถ้า  $F$  ที่คำนวณได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า  $F$  จากตาราง  $df = (k - 1), (n - k)$  หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า  $p$ -value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า  $F$  มากกว่าค่า  $F$  ที่คำนวณได้ ถ้าค่า  $p$ -value มีค่าน้อยกว่า  $\alpha$  จะปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  นั่นคือยอมรับว่าค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร  $k$  กลุ่มไม่แตกต่างกัน

#### 3.5.2.4 การทดสอบค่าเฉลี่ยภายหลังปฏิเสธสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบรายคู่

##### วิธี Least-Significant Different (LSD)

วิธี Least-Significant Different (LSD) นิยมใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ สิ่งทดลองทีละคู่ ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายในการคำนวณ และมีความถูกต้องในการทดสอบมาก ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้ในกรณีที่การทดสอบค่าเฉลี่ยโดย One-way ANOVA ให้ผลว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันเนื่องจาก One-way ANOVA จะไม่ทราบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างใดบ้างที่ไม่เท่ากัน ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบต่อไปว่าค่าเฉลี่ยใดบ้างไม่เท่ากัน โดยหากพบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการพลังงานตามพระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2550 แตกต่างกันจึงจะดำเนินการทดสอบรายคู่โดยวิธี Least-Significant Different (LSD) โดยมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (บุญธรรม กิจปริดาภิวัตน์, 2545)

$$LSD = \frac{t_{\alpha}}{2}, (n-k) \sqrt{MS_w \left( \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad (3.13)$$

เมื่อ	$\frac{t_{\alpha}}{2}, (n-k)$	คือ ค่าที่ได้จากตาราง $t$ ที่ $df = n - k$ ที่ $\frac{\alpha}{2}$
	$n_i$	คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ $i$
	$n_j$	คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ $j$

ในการวิเคราะห์ One-way ANOVA จะมีการกำหนดนัยสำคัญ  $\alpha = 0.05$  และ  $0.01$

คำนวณหา	$ \bar{X}_i - \bar{X}_j $	เมื่อ $i \neq j; i, j = 1, 2, \dots, k$
	$\bar{X}_i$	คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ $i$
	$\bar{X}_j$	คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ $j$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตัดสินใจ

ถ้าค่า  $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$  ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียมนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า  $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$  ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียมนั้นแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความได้เปรียบหลักของรายการละครโทรทัศน์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1.) ศึกษาพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย
- 2.) ศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 3.) ศึกษาความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย
- 4.) ศึกษาเปรียบเทียบระดับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยผลการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

4.3 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย

4.4 ผลทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	125	31.25
หญิง	275	68.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิงจำนวน 275 คนคิดเป็นร้อยละ 68.75 และชายจำนวน 125 คนคิดเป็นร้อยละ 31.25 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 ปี	30	7.50
15-29	101	25.25
30-44	186	46.50
45-60	51	12.75
มากกว่า 60 ปี	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-44 จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ถัดมา มีอายุระหว่าง 15-29 จำนวน 101 คนคิดเป็นร้อยละ 25.25 มีอายุระหว่าง 45-60 จำนวน 51 คนคิดเป็นร้อยละ 12.75 มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 8.00 และมีอายุระหว่างน้อยกว่า 15 ปี จำนวน 30 คนคิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	231	57.75
สมรส	139	34.75
หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	30	7.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพการสมรส โสด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 ถัดมาสมรสจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 และหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	116	29.00
ปริญญาตรี	209	52.25
สูงกว่าปริญญาตรี	75	18.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 116 คิดเป็นร้อยละ 29.00 ถัดมาปริญญาตรีจำนวน 209 คิดเป็นร้อยละ 52.25 และสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 75 คิดเป็นร้อยละ 18.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	69	17.25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	11.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	143	35.75
พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง	109	27.25
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน/เกษียณอายุ	33	8.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 ถัดมาพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้างจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 นักเรียน/นักศึกษาจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน/เกษียณอายุจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	147	36.75
15,001 - 25,000 บาท	111	27.75
25,001 – 35,000 บาท	80	20.00
มากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไป	62	15.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 ถัดมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาทจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาทจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ มากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไปจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ

#### 4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 4.7 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามประเภท/แนวที่ชอบ

ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตลก เบาสมอง	225	56.25
ดราม่า	55	13.75
บู๊ ต่อสู้	47	11.75
รัก โรแมนติก	31	7.75
ประวัติศาสตร์ / ย้อนยุค	9	2.25
สยองขวัญ / ระทึกขวัญ	10	2.50
สืบสวน สอบสวน	11	2.75
วิทยาศาสตร์ ไซไฟ	5	1.25
อภินิหาร แฟนตาซี	7	1.75
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คณะครุศาสตร์ไทยประเภทต่างๆ เรียงจากมากไปน้อยดังนี้ ละคร ตลก เมาสมองจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 ละครดราม่า จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 ละครบู๊ ต่อสู้ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ละครรัก โรแมนติกจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ละครสืบสวน สอบสวนจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ละครของขวัญ / ระทึกขวัญจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ละครประวัติศาสตร์ / ย้อนยุค จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ละครอภินิหาร แฟนตาซีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และ ละครวิทยาศาสตร์ ไซไฟจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามสาเหตุการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะเหตุใดมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตามกระแสสังคม/ตามบุคคลในครอบครัว	48	12.00
ตามความเคยชินดูช่องเดิมเป็นประจำ	46	11.50
ความบันเทิง ชอบตามแนวของละคร	268	67.00
ชื่นชอบ / ติดตามดารานักแสดง	38	9.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะความบันเทิง ชอบตามแนวของละครจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 ตามกระแสสังคม/ตามบุคคลในครอบครัวจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามความเคยชินดูช่องเดิมเป็นประจำจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และ ชื่นชอบ / ติดตามดารานักแสดงจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามช่วงเวลาที่ได้รับชมละคร  
โทรทัศน์ไทยเป็นประจำ

ช่วงเวลาที่ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
06.01 น. - 12.00 น.	45	11.25
12.01 น. - 18.00 น.	34	8.50
18.01 น. - 24.00 น.	308	77.00
00.01 น. - 06:00 น.	13	3.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำ ช่วงเวลา 18.01 น. - 24.00 น. จำนวน 308 คิดเป็นร้อยละ 77.00 รับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำช่วงเวลา 06.01 น. - 12.00 น. จำนวน 45 คิดเป็นร้อยละ 11.25 รับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำช่วงเวลา 12.01 น. - 18.00 น. จำนวน 34 คิดเป็นร้อยละ 8.50 และรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำช่วงเวลา 00.01 น. - 06:00 น. จำนวน 13 คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามความถี่ของการรับชมละคร  
โทรทัศน์ไทยต่อสัปดาห์

ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อสัปดาห์บ่อยเพียงใด	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 วันต่อสัปดาห์	60	15.00
3 - 4 วันต่อสัปดาห์	134	33.50
ทุกวัน	190	47.50
ไม่แน่นอน	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อสัปดาห์ทุกวันจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมา 3 - 4 วันต่อสัปดาห์จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองสุดท้าย 1 - 2 วันต่อสัปดาห์จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และไม่แน่นอนจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว	50	12.50
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	52	13.00
ตนเอง	298	74.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุดตนเองจำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 รองลงมาเพื่อน/เพื่อนร่วมงานจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และครอบครัวจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามช่องที่รับชมละครโทรทัศน์ไทย

ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยจากช่องใดมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
Workpoint ช่อง 23	9	2.25
True4U ช่อง 24	7	1.75
ช่อง 8 ช่อง 27	20	5.00
3 SD ช่อง 28	13	3.25
MCOT HD ช่อง 30	1	0.25
ONE ช่อง 31	18	4.50
3 HD ช่อง 33	158	39.50
7 HD ช่อง 35	172	43.00
PPTV ช่อง 36	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมละครโทรทัศน์ไทยจากช่อง 7 HD ช่อง 35 จำนวน 172 คนคิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาช่อง 3 HD ช่อง 33 จำนวน 158 คนคิดเป็นร้อยละ 39.5 ช่อง 8 ช่อง 27 จำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 5.00 ช่อง ONE ช่อง 31จำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 4.5 ช่อง 3 SD ช่อง 28จำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 3.25 ช่อง Workpoint ช่อง 23

จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.25 ช่อง True4U ช่อง 24 จำนวน 7 คนคิดเป็นร้อยละ 1.75 ช่อง PPTV เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่อง 36 จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.5 และช่อง MCOT HD ช่อง 30 จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ตามลำดับ

#### 4.3 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย

การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยแบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ การครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย และการปฏิบัติหน้าที่ของละครโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านการครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย

ความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยด้านการครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ท่านได้รับชมละครโทรทัศน์ไทยอยู่เสมอ	4.065	0.723	มาก	1
2. ละครโทรทัศน์ไทยสนุกกว่าละครโทรทัศน์ประเทศอื่น	3.090	0.951	ปานกลาง	5
3. ละครโทรทัศน์ไทยสนุกกว่ารายการประเภทอื่นๆ เช่น เกมโชว์ สารคดี ทั่วไป	3.170	0.814	ปานกลาง	4
4. ผู้คนรอบด้านท่านเช่น เพื่อนหรือคนในครอบครัว ชอบละครโทรทัศน์ไทยเป็นส่วนใหญ่	3.900	0.966	มาก	2
5. ท่านชมโทรทัศน์เพื่อรับชมละครโทรทัศน์ไทย	2.575	1.026	น้อย	6
6. ท่านชมละครโทรทัศน์ไทยซ้ำจากการนำมาฉายซ้ำ (rerun)	3.333	1.107	ปานกลาง	3
ภาพรวมด้านการครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย	3.356	0.884	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านการครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย ในภาพรวมด้านการครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย มีค่าเฉลี่ย 3.356 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น จากมากไปหาน้อยพบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นมากที่สุดได้แก่ ท่านได้รับชมละครโทรทัศน์ไทยอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ย 4.065 มีระดับความคิดเห็นมาก ผู้คนรอบด้านท่านเช่น เพื่อนหรือคนในครอบครัว ชอบละครโทรทัศน์ไทยเป็นส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ย 3.900 มีระดับความคิดเห็นมาก ท่านชมเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ละครโทรทัศน์ไทยซ้ำจากการนำมาฉายซ้ำ (rerun) มีค่าเฉลี่ย 3.333 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง  
 ละครโทรทัศน์ไทยสนุกกว่ารายการประเภทอื่นๆ เช่น เกมสัปดาห์ สารคดี ทีวีดี มีค่าเฉลี่ย 3.170 มี  
 ระดับความคิดเห็นปานกลาง ละครโทรทัศน์ไทยสนุกกว่าละครโทรทัศน์ประเทศอื่นมีค่าเฉลี่ย 3.090 มี  
 ระดับความคิดเห็นปานกลาง ท่านชมโทรทัศน์เพื่อรับชมละครโทรทัศน์ไทยมีค่าเฉลี่ย 2.575 มี  
 ระดับความคิดเห็นน้อย

ตารางที่ 4.14 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านคุณภาพของ  
 ละครโทรทัศน์ไทย

ความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านคุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับที่
1. เรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยมีความทันสมัย	3.548	1.061	มาก	2
2. ละครโทรทัศน์ไทยสะท้อนภาพสังคมปัจจุบัน ให้แก่ผู้ชม	3.628	1.101	มาก	1
3. ละครโทรทัศน์ไทย สร้างกรอบจริยธรรม คุณธรรมให้แก่ผู้ชม	2.865	1.070	ปานกลาง	4
4. ละครโทรทัศน์ไทยเนื้อหากระชับ ไม่ยืดเยื้อจนน่า รำคาญ	3.055	0.767	ปานกลาง	3
5. ละครโทรทัศน์ไทยมีเนื้อหาแปลกใหม่ไม่ซ้ำซาก กับเรื่องอื่น	2.150	1.007	น้อย	9
6. ละครโทรทัศน์ไทยให้ดาราส่งแสดงที่เหมาะสมกับ บทบาท	2.470	1.047	น้อย	7
7. ละครโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ของท่าน เช่น แฟชั่น การดำรงชีวิต	2.173	1.082	น้อย	8
8. ละครโทรทัศน์ไทยมีการสร้างฉากละคร เครื่อง ประกอบฉาก เครื่องแต่งกายตัวละครที่สมจริงและ เหมาะสม	2.685	1.153	ปานกลาง	5
9. เทคนิคการถ่ายทำของละครโทรทัศน์ไทยมีการ พัฒนาคุณภาพตามเทคโนโลยี เช่น ภาพที่คมชัด คอมพิวเตอร์กราฟฟิก (CG) หรือ เอฟเฟกต์ที่สมจริง	2.655	1.074	ปานกลาง	6
ภาพรวมด้านคุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย	2.803	0.992	ปานกลาง	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านคุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย ในภาพรวมด้านคุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย มีค่าเฉลี่ย 2.803 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น จากมากไปหาน้อยพบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นมากที่สุดได้แก่ ละครโทรทัศน์ไทยสะท้อนภาพสังคมปัจจุบัน ให้แก่ผู้ชมมีค่าเฉลี่ย 3.628 มีระดับความคิดเห็นมาก เรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยมีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.548 มีระดับความคิดเห็นมาก ละครโทรทัศน์ไทยเนื้อหากระชับไม่ยืดเยื้อจนน่ารำคาญมีค่าเฉลี่ย 3.055 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ละครโทรทัศน์ไทย สร้างกรอบจริยธรรมคุณธรรมให้แก่ผู้ชมมีค่าเฉลี่ย 2.865 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ละครโทรทัศน์ไทยมีการสร้างฉากละคร เครื่องประกอบฉาก เครื่องแต่งกายตัวละครที่สมจริงและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 2.685 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง เทคนิคการถ่ายทำของละครโทรทัศน์ไทยมีการพัฒนาคุณภาพตามเทคโนโลยี เช่น ภาพที่คมชัด คอมพิวเตอร์กราฟฟิก (CG) หรือ เอฟเฟกที่สมจริงมีค่าเฉลี่ย 2.655 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ละครโทรทัศน์ไทยให้ดาราส่งที่ตรงกับบทบาทมีค่าเฉลี่ย 2.470 มีระดับความคิดเห็นน้อย ละครโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของท่าน เช่น แฟชั่น การดำรงชีวิตมีค่าเฉลี่ย 2.173 มีระดับความคิดเห็นน้อย และ ละครโทรทัศน์ไทยมีเนื้อหาแปลกใหม่ไม่ซ้ำซากกับเรื่องอื่นมีค่าเฉลี่ย 2.150 มีระดับความคิดเห็นน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านการปฏิบัติ  
หน้าที่ของละครโทรทัศน์ไทย

ความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยด้านการปฏิบัติ หน้าที่ของละครโทรทัศน์ไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ละครโทรทัศน์ไทยมีการออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสม	3.933	0.911	มาก	4
2. ละครโทรทัศน์ไทยมีการออกอากาศในระยะเวลาที่เหมาะสม	3.898	0.830	มาก	6
3. ละครโทรทัศน์ไทยมีความถี่ในการออกอากาศที่เหมาะสม	3.928	0.710	มาก	5
4. มีการประชาสัมพันธ์หรือการแจ้งให้ผู้ชมทราบก่อน ละครโทรทัศน์ไทยจะแพร่ภาพออกอากาศ	3.948	0.822	มาก	3
5. มีละครโทรทัศน์ไทยที่หลากหลายประเภทให้รับชม	4.088	0.826	มาก	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยด้านการปฏิบัติหน้าที่ของละครโทรทัศน์ไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
6. มีกิจกรรมให้ผู้ชมได้เข้าร่วมเกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์ไทย	4.015	0.697	มาก	2
7. ผู้จัดละครโทรทัศน์ไทยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้	3.275	0.993	ปานกลาง	7
ภาพรวมด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.870	0.780	มาก	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของละครโทรทัศน์ไทย ในภาพรวมด้านการปฏิบัติหน้าที่ของละครโทรทัศน์ไทย มีค่าเฉลี่ย 3.870 มีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นจากมากไปหาน้อยพบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นมากที่สุดได้แก่ มีละครโทรทัศน์ไทยที่หลากหลายประเภทให้รับชมมีค่าเฉลี่ย 4.088 มีระดับความคิดเห็นมาก มีกิจกรรมให้ผู้ชมได้เข้าร่วมเกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์ไทยมีค่าเฉลี่ย 4.015 มีระดับความคิดเห็นมาก มีการประชาสัมพันธ์หรือการแจ้งให้ผู้ชมทราบก่อนละครโทรทัศน์ไทยจะแพร่ภาพออกอากาศมีค่าเฉลี่ย 3.948 มีระดับความคิดเห็นมาก ละครโทรทัศน์ไทยมีการออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 3.933 มีระดับความคิดเห็นมาก ละครโทรทัศน์ไทยมีความถี่ในการออกอากาศที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 3.928 มีระดับความคิดเห็นมาก ละครโทรทัศน์ไทยมีการออกอากาศในระยะเวลาที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 3.898 มีระดับความคิดเห็นมาก และผู้จัดละครโทรทัศน์ไทยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้มีค่าเฉลี่ย 3.275 มีระดับความคิดเห็นปานกลางตามลำดับ

#### 4.4 ผลทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละคร โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชม

ละครโทรทัศน์ไทย  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างเพศของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยกับพฤติกรรม  
การรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้  $\chi^2$  Test for Homogeneity

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		เพศ		
		ชาย	หญิง	รวม
ท่านชอบดู ละคร โทรทัศน์ ไทยประเภท ใด/แนวใด มากที่สุด	ตลก เบาสมอง	51 (22.67)	174 (77.33)	225 (100)
	ดราม่า	20 (36.36)	35 (63.64)	55 (100)
	บู๊ ต่อสู้	27 (57.45)	20 (42.55)	47 (100)
	รัก โรแมนติก	11 (35.48)	20 (64.52)	31 (100)
	ประวัติศาสตร์ / ย้อนยุค	1 (11.11)	8 (88.89)	9 (100)
	สยองขวัญ / ระทึกขวัญ	5 (50.00)	5 (50.00)	10 (100)
	สืบสวน สอบสวน	3 (27.27)	8 (72.73)	11 (100)
	วิทยาศาสตร์ ไซไฟ	3 (60.00)	2 (40.00)	5 (100)
	อภินิหาร แฟนตาซี	4 (57.14)	3 (42.86)	7 (100)
$\chi^2 = 31.181$ p-value = 0.000*				
ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยเพราะ เหตุใดมาก ที่สุด	ตามกระแสสังคม/ ตามบุคคลในครอบครัว	21 (43.75)	27 (56.25)	48 (100)
	ตามความเคยชินดูช่องเดิมเป็นประจำ	14 (30.43)	32 (69.57)	46 (100)
	ความบันเทิง ชอบตามแนวของละคร	74 (27.61)	194 (72.39)	258 (100)
	ชื่นชอบ / ติดตามดารานักแสดง	16 (42.11)	22 (57.89)	38 (100)
$\chi^2 = 7.240$ p-value = 0.065				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		เพศ		
		ชาย	หญิง	รวม
ช่วงเวลาที่ ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ไทย เป็นประจำ	06.01 น. - 12.00 น.	19 (42.22)	26 (57.78)	45 (100)
	12.01 น. - 18.00 น.	8 (23.53)	26 (76.47)	34 (100)
	18.01 น. - 24.00 น.	90 (29.22)	218 (70.78)	308 (100)
	00.01 น. - 06:00 น.	8 (61.54)	5 (38.46)	13 (100)
	$\chi^2 = 9.606$ p-value = 0.022*			
ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ไทย ต่อสัปดาห์ บ่อยเพียงใด	1 - 2 วันต่อสัปดาห์	25 (41.67)	35 (58.33)	60 (100)
	3 - 4 วันต่อสัปดาห์	44 (32.84)	90 (67.16)	134 (100)
	ทุกวัน	52 (27.37)	138 (72.63)	190 (100)
	ไม่แน่นอน	4 (25.00)	12 (75.00)	16 (100)
$\chi^2 = 4.811$ p-value = 0.186				
ผู้ที่สืบทอด ต่อการรับชม ละคร โทรทัศน์ไทย มากที่สุด	ครอบครัว	21 (42.00)	29 (58.00)	50 (100)
	เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	15 (28.85)	37 (71.15)	52 (100)
	ตนเอง	89 (29.87)	209 (70.13)	298 (100)
$\chi^2 = 3.095$ p-value = 0.2128				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		เพศ		
		ชาย	หญิง	รวม
ท่านรับชมละคร โทรทัศน์ไทย จากช่องใดมาก ที่สุด	Workpoint ช่อง 23	5 (55.56)	4 (44.44)	9 (100)
	True4U ช่อง 24	2 (28.57)	5 (71.43)	7 (100)
	ช่อง 8 ช่อง 27	1 (5.00)	19 (95.00)	20 (100)
	3 SD ช่อง 28	5 (38.46)	8 (61.54)	13 (100)
	MCOT HD ช่อง 30	1 (100.00)	0 (0.00)	1 (100)
	ONE ช่อง 31	8 (44.44)	10 (55.56)	18 (100)
	3 HD ช่อง 33	37 (23.42)	121 (76.58)	158 (100)
	7 HD ช่อง 35	64 (37.21)	108 (62.79)	172 (100)
	PPTV ช่อง 36	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100)
				$\chi^2 = 24.640$ p-value = 0.002*

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครในการตัดสินใจเลือกชมประเภทของละครโทรทัศน์ไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด (p-value = 0.000) ช่วงเวลาที่ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำ (p-value = 0.022) และ ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยจากช่องใดมากที่สุด (p-value = 0.002)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.2 อายุของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างอายุของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยกับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้  $\chi^2$  Test for Homogeneity

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		อายุ					รวม
		น้อยกว่า 15 ปี	15 – 29 ปี	30 – 44 ปี	45 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	
ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด	ตลก	10	58	121	19	17	225
	เบาสมอง	(4.44)	(25.78)	(53.78)	(8.44)	(7.56)	(100)
	ดราม่า	3	12	28	8	4	55
		(5.45)	(21.82)	(50.91)	(14.55)	(7.27)	(100)
	บู๊ต่อสู้	10	7	16	10	4	47
		(21.28)	(14.89)	(34.04)	(21.28)	(8.51)	(100)
	รักโรแมนติก	1	11	9	6	4	31
		(3.23)	(35.48)	(29.03)	(19.35)	(12.90)	(100)
	ประวัติศาสตร์/ย้อนยุค	0	0	2	4	3	9
		(0.00)	(0.00)	(22.22)	(44.44)	(33.33)	(100)
ประเภทใด/แนวใดมากที่สุด	สยองขวัญ / ระทึกขวัญ	2	3	4	1	0	10
		(20.00)	(30.00)	(40.00)	(10.00)	(0.00)	(100)
	สืบสวน	0	2	6	3	0	11
	(0.00)	(18.18)	(54.55)	(27.27)	(0.00)	(100)	
วิทยาศาสตร์ไซไฟ	วิทยาศาสตร์	0	5	0	0	0	5
		(0.00)	(100.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100)
อภินิหารแฟนตาซี	อภินิหาร	4	3	0	0	0	7
		(57.14)	(42.86)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100)

$$\chi^2 = 102.693 \text{ p-value} = 0.000^*$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พฤติกรรมมารับชมละคร โทรทัศน์ไทย		อายุ					รวม	
		น้อยกว่า 15 ปี	15 – 29 ปี	30 – 44 ปี	45 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี ขึ้น ไป		
ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยเพราะ เหตุใดมากที่สุด	ตามกระแส สังคม/ตามบุคคล ในครอบครัว	4 (8.33)	19 (39.58)	17 (35.42)	8 (16.67)	0 (0.00)	201 (100)	
	ตามความเคยชิน ดูช่องเดิมเป็น ประจำ	0 (0.00)	0 (0.00)	17 (36.96)	9 (19.57)	20 (43.48)	46 (100)	
	ความบันเทิง ชอบตามแนวของ ละคร	16 (5.97)	73 (27.24)	138 (51.49)	29 (10.82)	12 (4.48)	268 (100)	
	ชื่นชอบ / ติดตาม ดารานักแสดง	10 (26.32)	9 (23.68)	14 (36.84)	5 (13.16)	0 (0.00)	38 (100)	
$\chi^2 = 129.066$ p-value = 0.000*								
ช่วงเวลา ที่ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยเป็น ประจำ	06.01 น. - 12.00 น.	3 (6.67)	0 (0.00)	15 (33.33)	16 (35.56)	11 (24.44)	45 (100)	
	12.01 น. - 18.00 น.	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (79.41)	7 (20.59)	0 (0.00)	34 (100)	
	18.01 น. - 24.00 น.	27 (8.77)	101 (32.79)	136 (44.16)	23 (7.47)	21 (6.82)	308 (100)	
	00.01 น. - 06:00 น.	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (61.54)	5 (38.46)	0 (0.00)	13 (100)	
	$\chi^2 = 97.973$ p-value = 0.000*							
	ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยต่อ สัปดาห์บ่อย เพียงใด	1 - 2 วัน ต่อสัปดาห์	5 (8.33)	10 (16.67)	24 (40.00)	17 (28.33)	4 (6.67)	60 (100)
	3 - 4 วัน ต่อสัปดาห์	9 (6.72)	31 (23.13)	68 (50.75)	11 (8.21)	15 (11.19)	134 (100)	
	ทุกวัน	13 (6.84)	56 (29.47)	90 (47.37)	21 (11.05)	10 (5.26)	190 (100)	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พฤติกรรมการรับชมละคร โทรทัศน์ไทย		อายุ					รวม
		น้อยกว่า 15 ปี	15 – 29 ปี	30 – 44 ปี	45 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี ขึ้น ไป	
	ไม่แน่นอน	3 (18.75)	4 (25.00)	4 (25.00)	2 (12.5)	3 (18.75)	16 (100)
	$\chi^2 = 28.949$ p-value = 0.004*						
ผู้ที่มี อิทธิพลต่อ	ครอบครัว	5 (10.00)	7 (14.00)	14 (28.00)	19 (38.00)	5 (10.00)	50 (100)
	การรับชม ละคร	เพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน	6 (11.54)	10 (19.23)	20 (38.46)	13 (25.00)	3 (5.77)
โทรทัศน์ ไทยมาก ที่สุด	ตนเอง	19 (6.38)	84 (28.19)	152 (51.01)	19 (6.38)	24 (8.05)	298 (100)
	$\chi^2 = 53.218$ p-value = 0.0000*						
ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยจาก ช่องใดมาก ที่สุด	Workpoint ช่อง 23	0 (0.00)	5 (55.56)	3 (33.33)	1 (11.11)	0 (0.00)	9 (100)
	True4U ช่อง 24	0 (0.00)	2 (28.57)	4 (57.14)	1 (14.29)	0 (0.00)	7 (100)
	ช่อง 8 ช่อง 27	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (50.00)	6 (30.00)	4 (20.00)	20 (100)
	3 SD ช่อง 28	0 (0.00)	1 (7.69)	11 (84.62)	1 (7.69)	0 (0.00)	13 (100)
	MCOT HD ช่อง 30	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	1 (100)
	ONE ช่อง 31	7 (38.89)	6 (33.33)	5 (27.78)	0 (0.00)	0 (0.00)	18 (100)
	3 HD ช่อง 33	9 (5.70)	50 (31.65)	71 (44.94)	15 (9.49)	13 (8.23)	158 (100)
	7 HD ช่อง 35	13 (7.56)	37 (21.51)	81 (47.09)	26 (15.12)	15 (8.72)	172 (100)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พฤติกรรมกำรรับชมละคร โทรทัศน์ไทย		อายุ					รวม
		น้อยกว่า 15 ปี	15 – 29 ปี	30 – 44 ปี	45 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี ขึ้น ไป	
PPTV		1	0	1	0	0	2
ช่อง 36		(50.00)	(0.00)	(50.00)	(0.00)	(0.00)	(100)
$\chi^2 = 77.391$ p-value = 0.000*							

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกำรรับชมละครในการตัดสินใจเลือกชมประเภทของละครโทรทัศน์ไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด (P-value = 0.000) ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะเหตุใดมากที่สุด (P-value = 0.000) ช่วงเวลาที่ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำ (p-value = 0.004) ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อสัปดาห์บ่อยเพียงใด (p-value = 0.000) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด (p-value = 0.000) และท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยจากช่องใดมากที่สุด (p-value = 0.000)

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพการสมรสของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกำรรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างสถานภาพการสมรสของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยกับพฤติกรรมกำรรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้  $\chi^2$  Test for Homogeneity

พฤติกรรมกำรรับชมละคร โทรทัศน์ไทย		สถานภาพการสมรส			
		โสด	สมรส	หย่า/หม้าย/ แยกกันอยู่	รวม
ท่านชอบดูละคร โทรทัศน์ไทย	ตลก เบาลมอง	181 (80.44)	44 (19.56)	0 (0.00)	225 (100)
	ดราม่า	3 (5.45)	45 (81.82)	7 (12.73)	55 (100)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		สถานภาพการสมรส			
		โสด	สมรส	หย่า/หม้าย/ แยกกันอยู่	รวม
ท่านชอบดูละคร โทรทัศน์ไทย ประเภทใด/แนว ใดมากที่สุด	บู๊ ต่อสู้	18 (38.30)	29 (61.70)	0 (0.00)	47 (100)
	รัก โรแมนติก	1 (3.23)	13 (41.94)	17 (54.84)	31 (100)
	ประวัติศาสตร์ / ย้อนยุค	0 (0.00)	4 (44.44)	5 (55.56)	9 (100)
	สยองขวัญ / ระทึกขวัญ	9 (90.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	10 (100)
	สืบสวน สอบสวน	9 (81.82)	2 (18.18)	0 (0.00)	11 (100)
	วิทยาศาสตร์ ไซไฟ	3 (60.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	5 (100)
	อภินิหาร แฟนตาซี	7 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (100)
$\chi^2 = 287.328$ p-value = 0.000*					
ท่านรับชมละคร โทรทัศน์ไทย เพราะเหตุใด มากที่สุด	ตามกระแสสังคม/ ตามบุคคลในครอบครัว	48 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (100)
	ตามความเคยชิน ดูช่องเดิมเป็นประจำ	30 (65.22)	16 (34.78)	0 (0.00)	46 (100)
	ความบันเทิง	117 (43.66)	121 (45.15)	30 (11.19)	268 (100)
	ชื่นชอบ / ติดตามดารานักแสดง	36 (94.74)	2 (5.26)	0 (0.00)	38 (100)
	$\chi^2 = 82.805$ p-value = 0.000*				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		สถานภาพการสมรส			
		โสด	สมรส	หย่า/หม้าย/ แยกกันอยู่	รวม
ช่วงเวลาที่ท่าน รับชมละคร โทรทัศน์ไทย เป็นประจำ	06.01 น. -12.00 น.	36 (80.00)	9 (20.00)	0 (0.00)	45 (100)
	12.01 น. - 18.00 น.	31 (91.18)	3 (8.82)	0 (0.00)	34 (100)
	18.01 น. - 24.00 น.	164 (53.25)	125 (40.58)	19 (6.17)	308 (100)
	00.01 น. - 06:00 น.	0 (0.00)	2 (15.38)	11 (84.62)	13 (100)
	$\chi^2 = 142.569$ p-value = 0.000*				
ท่านรับชมละคร โทรทัศน์ไทย ต่อสัปดาห์บ่อย เพียงใด	1 - 2 วันต่อสัปดาห์	56 (93.33)	4 (6.67)	0 (0.00)	60 (100)
	3 - 4 วันต่อสัปดาห์	109 (81.34)	25 (18.66)	0 (0.00)	134 (100)
	ทุกวัน	52 (27.37)	108 (56.84)	30 (15.79)	190 (100)
	ไม่แน่นอน	14 (87.50)	2 (12.50)	0 (0.00)	16 (100)
$\chi^2 = 144.619$ p-value = 0.000*					
ผู้ที่มื่ออิทธิพลต่อ การรับชมละคร โทรทัศน์ไทย มากที่สุด	ครอบครัว	41 (82.00)	9 (18.00)	0 (0.00)	50 (100)
	เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	39 (75.00)	9 (17.31)	4 (7.69)	52 (100)
	ตนเอง	151 (50.67)	121 (40.60)	26 (8.72)	298 (100)
$\chi^2 = 26.233$ p-value = 0.000*					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		สถานภาพการสมรส			
		โสด	สมรส	หย่า/หม้าย/ แยกกันอยู่	รวม
ท่านรับชมละคร โทรทัศน์ไทย จากช่องใดมาก ที่สุด	Workpoint ช่อง 23	3 (33.33)	4 (44.44)	2 (22.22)	9 (100)
	True4U ช่อง 24	2 (28.57)	2 (28.57)	3 (42.86)	7 (100)
	ช่อง 8 ช่อง 27	4 (20.00)	13 (65.00)	3 (15.00)	20 (100)
	3 SD ช่อง 28	0 (0.00)	10 (76.92)	3 (23.08)	13 (100)
	MCOT HD ช่อง 30	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	1 (100)
	ONE ช่อง 31	9 (50.00)	7 (38.89)	2 (11.11)	18 (100)
	3 HD ช่อง 33	79 (50.00)	68 (43.04)	11 (6.96)	158 (100)
	7 HD ช่อง 35	133 (77.33)	33 (19.19)	6 (3.49)	172 (100)
	PPTV ช่อง 36	1 (50.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	2 (100.0 0)
	$\chi^2 = 81.311$ p-value = 0.000*				

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า สถานภาพการสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครในการตัดสินใจเลือกชมประเภทของละครโทรทัศน์ไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด (p-value = 0.000) ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะเหตุใดมากที่สุด (p-value = 0.000) ช่วงเวลาที่ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำ (p-value = 0.000) ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อสัปดาห์บ่อยเพียงใด (p-value = 0.000) ผู้ที่มีไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิทธิพลต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด (p-value = 0.000) และท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยจากช่องใดมากที่สุด (p-value = 0.000)

สมมติฐานที่ 1.4 การศึกษาของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างระดับการศึกษาของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยกับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้  $\chi^2$  Test for Homogeneity

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด	ตลก เบาสมอง	58 (25.78)	135 (60.00)	32 (14.22)	225 (100)
	ดราม่า	10 (18.18)	27 (49.09)	18 (32.73)	55 (100)
	บู๊ต่อสู้	21 (44.68)	20 (42.55)	6 (12.77)	47 (100)
	รัก โรแมนติก	15 (48.39)	11 (35.48)	5 (16.13)	31 (100)
	ประวัติศาสตร์ / ย้อนยุค	0 (0.00)	4 (44.44)	5 (55.56)	9 (100)
	สยองขวัญ / ระทึกขวัญ	4 (40.00)	4 (40.00)	2 (20.00)	10 (100)
	สืบสวน สอบสวน	0 (0.00)	6 (54.55)	5 (45.45)	11 (100)
	วิทยาศาสตร์ ไซไฟ	1 (20.00)	2 (40.00)	2 (40.00)	5 (100)
	อภินิหาร แฟนตาซี	7 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (100)
$\chi^2 = 61.375$ p-value = 0.000*					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

พฤติกรรมการรับชมละคร โทรทัศน์ไทย		ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ไทย เพราะเหตุใด มากที่สุด	ตามกระแสสังคม/ ตามบุคคลในครอบครัว	22 (45.83)	21 (43.75)	5 (10.42)	201 (100)
	ตามความเคยชินดูช่องเดิม เป็นประจำ	15 (32.61)	19 (41.30)	12 (26.09)	46 (100)
	ความบันเทิง	65 (24.25)	149 (55.60)	54 (20.15)	268 (100)
	ชอบตามแนวของละคร	14 (36.84)	20 (52.63)	4 (10.53)	38 (100)
$\chi^2 = 14.827$ p-value = 0.022*					
ช่วงเวลา ที่ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ไทย เป็นประจำ	06.01 น. - 12.00 น.	12 (26.67)	27 (60.00)	6 (13.33)	45 (100)
	12.01 น. - 18.00 น.	9 (26.47)	16 (47.06)	9 (26.47)	34 (100)
	18.01 น. - 24.00 น.	95 (30.84)	159 (51.62)	54 (17.53)	308 (100)
	00.01 น. - 06:00 น.	0 (0.00)	7 (53.85)	6 (46.15)	13 (100)
$\chi^2 = 25.931$ p-value = 0.057					
ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ไทย ต่อสัปดาห์ บ่อยเพียงใด	1 - 2 วันต่อสัปดาห์	24 (40.00)	27 (45.00)	9 (15.00)	60 (100)
	3 - 4 วันต่อสัปดาห์	32 (23.88)	85 (63.43)	17 (12.69)	134 (100)
	ทุกวัน	47 (24.74)	97 (51.05)	46 (24.21)	190 (100)
	ไม่แน่นอน	13 (81.25)	0 (0.00)	3 (18.75)	16 (100)
$\chi^2 = 38.289$ p-value = 0.000*					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
ผู้ที่มีอิทธิพล ต่อการรับชม ละคร โทรทัศน์ไทย มากที่สุด	ครอบครัว	11 (22.00)	32 (64.00)	7 (14.00)	50 (100)
	เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	25 (48.08)	13 (25.00)	14 (26.92)	52 (100)
	ตนเอง	80 (26.85)	164 (55.03)	54 (18.12)	298 (100)
$\chi^2 = 19.518$ p-value = 0.006*					
ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ไทย จากช่องใด มากที่สุด	Workpoint ช่อง 23	1 (11.11)	7 (77.78)	1 (11.11)	9 (100)
	True4U ช่อง 24	0 (0.00)	4 (57.14)	3 (42.86)	7 (100)
	ช่อง 8 ช่อง 27	5 (25.00)	10 (50.00)	5 (25.00)	20 (100)
	3 SD ช่อง 28	2 (15.38)	6 (46.15)	5 (38.46)	13 (100)
	MCOT HD ช่อง 30	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	1 (100)
	ONE ช่อง 31	7 (38.89)	9 (50.00)	2 (11.11)	18 (100)
	3 HD ช่อง 33	46 (29.11)	86 (54.43)	26 (16.46)	158 (100)
	7 HD ช่อง 35	54 (31.40)	85 (49.42)	33 (19.19)	172 (100)
	PPTV ช่อง 36	1 (50.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	2 (100)
$\chi^2 = 14.780$ p-value = 0.541					

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครในการตัดสินใจเลือกชมประเภทของละครโทรทัศน์ไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด (p-value = 0.000) ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะเหตุใดมากที่สุด (p-value = 0.022) ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อสัปดาห์บ่อยเพียงใด (p-value = 0.000) และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด (p-value = 0.006)

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างอาชีพของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยกับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้  $\chi^2$  Test for Homogeneity

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	อาชีพ						
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน/เกษียณอายุ	รวม	
ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด	ตลก เบาสมอง	44 (19.56)	31 (13.78)	87 (38.67)	57 (25.33)	6 (2.67)	225 (100)
	ดราม่า	3 (5.45)	0 (0.00)	23 (41.82)	20 (36.36)	9 (16.36)	55 (100)
	บู๊ ต่อสู้	10 (21.28)	2 (4.26)	22 (46.81)	9 (19.15)	4 (8.51)	47 (100)
	รัก โรแมนติก	1 (3.23)	0 (0.00)	2 (6.45)	18 (58.06)	10 (32.26)	31 (100)
	ประวัติศาสตร์ / ย้อนยุค	0 (0.00)	2 (22.22)	3 (33.33)	0 (0.00)	4 (44.44)	9 (100)
	สยองขวัญ / ระทึกขวัญ	4 (40.00)	4 (40.00)	2 (20.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (100)
	สืบสวนสอบสวน	0 (0.00)	7 (63.64)	3 (27.27)	1 (9.09)	0 (0.00)	11 (100)
	วิทยาศาสตร์ ไซไฟ	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	4 (80.00)	0 (0.00)	5 (100)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

พฤติกรรมารับชมละคร โทรทัศน์ไทย		อาชีพ						
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	พนักงาน บริษัท เอกชน/ รับจ้าง	พอบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน/ เกษียณอายุ	รวม	
อกินิหาร แฟนตาซี		7	0	0	0	0	7	
		(100.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100)	
$\chi^2 = 185.533$ p-value = 0.000*								
ท่าน รับชม ละคร โทรทัศน์ ไทย เพราะ เหตุใด มากที่สุด	ตามกระแส สังคม/ ตามบุคคล ในครอบครัว	23 (47.92)	20 (41.67)	0 (0.00)	4 (8.33)	1 (2.08)	201 (100)	
	ตามความเคย ชินดูช่องเดิม เป็นประจำ	0 (0.00)	9 (19.57)	29 (63.04)	1 (2.17)	7 (15.22)	46 (100)	
	ความบันเทิง ชอบตามแนว ของละคร	28 (10.45)	15 (5.60)	101 (37.69)	99 (36.94)	25 (9.33)	268 (100)	
	ชื่นชอบ/ ติดตามดารา นักแสดง	18 (47.37)	2 (5.26)	13 (34.21)	5 (13.16)	0 (0.00)	38 (100)	
	$\chi^2 = 175.673$ p-value = 0.000*							
ช่วงเวลา ที่ท่าน รับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยเป็น ประจำ	06.01 น. - 12.00 น.	3 (6.67)	22 (48.89)	14 (31.11)	4 (8.89)	2 (4.44)	45 (100)	
	12.01 น. - 18.00 น.	0 (0.00)	7 (20.59)	25 (73.53)	2 (5.88)	0 (0.00)	34 (100)	
	18.01 น. - 24.00 น.	66 (21.43)	17 (5.52)	101 (32.79)	95 (30.84)	29 (9.42)	308 (100)	
	00.01 น. - 06:00 น.	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (23.08)	8 (61.54)	2 (15.38)	13 (100)	
	$\chi^2 = 120.785$ p-value = 0.000*							

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

พฤติกรรมมารับชมละครโทรทัศน์ไทย		อาชีพ					
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว / อาชีพอิสระ	พนักงาน บริษัท เอกชน / รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน/ เกษียณอายุ	รวม
ท่าน รับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยต่อ สัปดาห์ บ่อย เพียงใด	1 - 2 วัน ต่อสัปดาห์	15 (25.00)	29 (48.33)	8 (13.33)	6 (10.00)	2 (3.33)	60 (100)
	3 - 4 วัน ต่อสัปดาห์	34 (25.37)	11 (8.21)	65 (48.51)	16 (11.94)	8 (5.97)	134 (100)
	ทุกวัน	13 (6.84)	6 (3.16)	61 (32.11)	87 (45.79)	23 (12.11)	190 (100)
	ไม่แน่นอน	7 (43.75)	0 (0.00)	9 (56.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (100)
	$\chi^2 = 181.913$ p-value = 0.000*						
ผู้ที่มี อิทธิพล ต่อการ รับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยมาก ที่สุด	ครอบครัว	6 (12.00)	32 (64.00)	12 (24.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	50 (100)
	เพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน	10 (19.23)	14 (26.92)	27 (51.92)	1 (1.92)	0 (0.00)	52 (100)
	ตนเอง	53 (17.79)	0 (0.00)	104 (34.90)	108 (36.24)	33 (11.07)	298 (100)
	$\chi^2 = 217.628$ p-value = 0.0000*						
ท่าน รับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยจาก ช่องใด มากที่สุด มากที่สุด	Workpoint ช่อง 23	0 (0.00)	2 (22.22)	0 (0.00)	6 (66.67)	1 (11.11)	9 (100)
	True4U ช่อง 24	0 (0.00)	1 (14.29)	0 (0.00)	2 (28.57)	4 (57.14)	7 (100)
	ช่อง 8 ช่อง 27	0 (0.00)	2 (10.00)	4 (20.00)	5 (25.00)	9 (45.00)	20 (100)
	3 SD ช่อง 28	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (53.85)	6 (46.15)	13 (100)
	ONE ช่อง 31	7 (38.89)	2 (11.11)	0 (0.00)	9 (50.00)	0 (0.00)	18 (100)
3 HD ช่อง 33	23 (14.56)	0 (0.00)	58 (36.71)	77 (48.73)	0 (0.00)	158 (100)	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

พฤติกรรมกำรรับชมละครโทรทัศน์ไทย		อาชีพ					รวม
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	พนักงาน บริษัท เอกชน/ รับจ้าง	พอบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน/ เกษียณอายุ	
7 HD ช่อง 35	38 (22.09)	39 (22.67)	81 (47.09)	2 (1.16)	12 (6.98)	172 (100)	
PPTV ช่อง 36	1 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	2 (100)	
$\chi^2 = 266.241$ p-value = 0.000*							

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกำรรับชมละครในการตัดสินใจเลือกชมประเภทของละครโทรทัศน์ไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด (p-value = 0.000) ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะเหตุใดมากที่สุด (p-value = 0.000) ช่วงเวลาที่ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำ (p-value = 0.000) ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อสัปดาห์บ่อยเพียงใด (p-value = 0.000) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด (p-value = 0.000) และท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยจากช่องใดมากที่สุด (p-value = 0.000)

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกำรรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 4.21 การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทย กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยใช้  $\chi^2$  Test for Homogeneity

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				รวม
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	25,001 - 35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไป	
ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด	ตลก เบาสมอง	85 (37.78)	75 (33.33)	41 (18.22)	24 (10.67)	225 (100)
	ดราม่า	11 (20)	15 (27.27)	15 (27.27)	14 (25.45)	55 (100)
	บู๊ ต่อสู้	16 (34.04)	10 (21.28)	6 (12.77)	15 (31.91)	47 (100)
	รัก โรแมนติก	11 (35.48)	9 (29.03)	8 (25.81)	3 (9.68)	31 (100)
	ประวัติศาสตร์ / ย้อนยุค	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (66.67)	3 (33.33)	9 (100)
	สยองขวัญ / ระทึกขวัญ	8 (80.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	1 (10.00)	10 (100)
	สืบสวน	6 (54.55)	1 (9.09)	2 (18.18)	2 (18.18)	11 (100)
	วิทยาศาสตร์ ไซไฟ	3 (60.00)	1 (20.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (100)
	อภินิหาร แฟนตาซี	7 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (100)
	$\chi^2 = 69.025$ p-value = 0.000*					
ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะเหตุใดมากที่สุด	ตามกระแสสังคม/ ตามบุคคลในครอบครัว	28 (58.33)	13 (27.08)	4 (8.33)	3 (6.25)	48 (100)
	ตามความเคยชิน ดูช่องเดิมเป็นประจำ	10 (21.74)	9 (19.57)	15 (32.61)	12 (26.09)	46 (100)
	ความบันเทิง ชอบตามแนวของละคร	83 (30.97)	82 (30.60)	60 (22.39)	43 (16.04)	268 (100)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

พฤติกรรมการรับชมละคร โทรทัศน์ไทย		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	25,001 - 35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไป	รวม	
ขึ้นชอบ / ติดตาม ดารานักแสดง	ขึ้นชอบ / ติดตาม	26	7	1	4	38	
	ดารานักแสดง	(68.42)	(18.42)	(2.63)	(10.53)	(100)	
$\chi^2 = 44.858$ p-value = 0.000*							
ช่วงเวลา ที่ ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยเป็น ประจำ	06.01 น. - 12.00 น.	18 (40.00)	8 (17.78)	9 (20.00)	10 (22.22)	45 (100)	
	12.01 น. - 18.00 น.	14 (41.18)	10 (29.41)	6 (17.65)	4 (11.76)	34 (100)	
	18.01 น. - 24.00 น.	115 (37.34)	91 (29.55)	58 (18.83)	44 (14.29)	308 (100)	
	00.01 น. - 06:00 น.	0 (0.00)	2 (15.38)	7 (53.85)	4 (30.77)	13 (100)	
	$\chi^2 = 19.455$ p-value = 0.022*						
	ท่านรับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยต่อ สัปดาห์ บ่อย เพียงใด	1 - 2 วัน ต่อสัปดาห์	26 (43.33)	16 (26.67)	12 (20.00)	6 (10.00)	60 (100)
	3 - 4 วัน ต่อสัปดาห์	48 (35.82)	41 (30.60)	26 (19.40)	19 (14.18)	134 (100)	
	ทุกวัน	64 (33.68)	51 (26.84)	41 (21.58)	34 (17.89)	190 (100)	
	ไม่แน่นอน	9 (56.25)	3 (18.75)	1 (6.25)	3 (18.75)	16 (100)	
$\chi^2 = 7.728$ p-value = 0.562							
ผู้ที่ มี อิทธิพลต่อ การรับชม ละคร โทรทัศน์ ไทยมาก ที่สุด	ครอบครัว	24 (48.00)	8 (16.00)	9 (18.00)	9 (18.00)	50 (100)	
	เพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน	16 (30.77)	19 (36.54)	12 (23.08)	5 (9.62)	52 (100)	
	ตนเอง	107 (35.91)	84 (28.19)	59 (19.80)	48 (16.11)	298 (100)	
	$\chi^2 = 8.028$ p-value = 0.2361						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	25,001 - 35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไป	รวม
ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยจากช่องใดมากที่สุด	Workpoint ช่อง 23	3 (33.33)	4 (44.44)	2 (22.22)	0 (0.00)	9 (100)
	True4U ช่อง 24	0 (0.00)	1 (14.29)	5 (71.43)	1 (14.29)	7 (100)
	ช่อง 8 ช่อง 27	2 (10.00)	6 (30.00)	9 (45.00)	3 (15.00)	20 (100)
	3 SD ช่อง 28	4 (30.77)	3 (23.08)	2 (15.38)	4 (30.77)	13 (100)
	MCOT HD ช่อง 30	1 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100)
	ONE ช่อง 31	10 (55.56)	3 (16.67)	2 (11.11)	3 (16.67)	18 (100)
	3 HD ช่อง 33	61 (38.61)	40 (25.32)	27 (17.09)	30 (18.99)	158 (100)
	7 HD ช่อง 35	65 (37.79)	53 (30.81)	33 (19.19)	21 (12.21)	172 (100)
	PPTV ช่อง 36	1 (50.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100)
	$\chi^2 = 37.575$ p-value = 0.038*					

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครในการตัดสินใจเลือกชมประเภทของละครโทรทัศน์ไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ ท่านชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด (p-value = 0.000) ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะเหตุใดมากที่สุด (p-value = 0.000) ช่วงเวลาที่ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำ (p-value = 0.022) และท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยจากช่องใดมากที่สุด (p-value = 0.038)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**สมมติฐานที่ 2** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.22** การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามเพศโดยใช้ t-test

ความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย	เพศ		p-value
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
การครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย	3.331	3.368	0.299
คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย	2.829	2.791	0.721
การปฏิบัติหน้าที่	3.854	3.878	0.519
ภาพรวมความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย	3.337	3.345	0.190

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า เพศ ต่างกันมีระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน การครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.299) คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.721) การปฏิบัติหน้าที่ (p-value = 0.519) และภาพรวมความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.190) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีเพศต่างกันให้ระดับของความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 2.2** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
 ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามอายุโดยใช้ One-way  
 ANOVA

ความได้เปรียบของละคร โทรทัศน์ไทย	อายุ					p-value
	น้อยกว่า 15 ปี	15 – 29 ปี	30 – 44 ปี	45 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
การครองตลาดของละคร โทรทัศน์ไทย	3.345	3.369	3.374	3.358	3.298	0.970
คุณภาพของละคร โทรทัศน์ไทย	2.870	2.755	2.846	2.625	2.923	0.590
การปฏิบัติหน้าที่	4.067	3.778	3.858	3.980	3.876	0.357
ภาพรวมความได้เปรียบ ของละครโทรทัศน์ไทย	3.400	3.300	3.358	3.320	3.366	0.814

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า อายุ ต่างกันมีระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลัก  
 ของละครโทรทัศน์ไทย ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน การครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย  
 (p-value = 0.970) คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.590) การปฏิบัติหน้าที่  
 (p-value = 0.357) และภาพรวมความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.814) ซึ่ง  
 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอายุต่างกันให้ระดับของความได้เปรียบ  
 หลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีระดับความ  
 คิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามสถานภาพการสมรสโดยใช้  
One-way ANOVA

ความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย	สถานภาพการสมรส			p-value
	โสด	สมรส	หย่า/หม้าย/ แยกกันอยู่	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
การครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย	3.342	3.367	3.423	0.881
คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย	2.721	2.951	2.748	0.092
การปฏิบัติหน้าที่	3.873	3.855	3.920	0.912
ภาพรวมความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย	3.311	3.390	3.364	0.313

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า สถานภาพการสมรส ต่างกันมีระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับความ  
ได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน การครองตลาดของละครโทรทัศน์  
ไทย (p-value = 0.881) คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.092) การปฏิบัติหน้าที่  
(p-value = 0.912) และภาพรวมความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.313) ซึ่งมากกว่า  
ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันให้ระดับของ  
ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็น  
เกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
 ความสำเร็จหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดโดยใช้  
 One-way ANOVA

ความสำเร็จหลักของละครโทรทัศน์ไทย	ระดับการศึกษาสูงสุด			p-value
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
การครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย	3.251	3.394	3.415	0.310
คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย	2.848	2.749	2.883	0.510
การปฏิบัติหน้าที่	3.870	3.853	3.919	0.819
ภาพรวมความสำเร็จหลักของละคร โทรทัศน์ไทย	3.322	3.331	3.405	0.465

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุด ต่างกันมีระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
 ความสำเร็จหลักของละครโทรทัศน์ไทย ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน การครองตลาดของละคร  
 โทรทัศน์ไทย (p-value = 0.465) คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.310) การปฏิบัติ  
 หน้าที่ (p-value = 0.819) และภาพรวมความสำเร็จหลักของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.465) ซึ่ง  
 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ระดับของความสำเร็จ  
 ความสำเร็จหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
 ความสำเร็จหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามอาชีพโดยใช้ One-way  
ANOVA

ความได้เปรียบของ ละครโทรทัศน์ไทย	อาชีพ					p-value
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว / อาชีพอิสระ	พนักงาน บริษัท เอกชน / รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ ว่างงาน/ เกษียณอายุ	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
การครองตลาดของละคร โทรทัศน์ไทย	3.293	3.483	3.276	3.500	3.188	0.163
คุณภาพของละคร โทรทัศน์ไทย	2.749	2.727	2.739	2.876	3.057	0.430
การปฏิบัติหน้าที่	3.904	3.843	3.820	3.919	3.898	0.870
ภาพรวมความได้เปรียบ ของละครโทรทัศน์ไทย	3.314	3.350	3.277	3.431	3.380	0.160

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า อาชีพ ต่างกันมีระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลัก  
ของละครโทรทัศน์ไทย ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน การครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย  
(p-value = 0.163) คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.430) การปฏิบัติหน้าที่  
(p-value = 0.870) และภาพรวมความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.160) ซึ่ง  
มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอาชีพต่างกันให้ระดับของความได้เปรียบ  
หลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความ  
ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

;

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีต่อระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้  
One-way ANOVA

ความได้เปรียบของละคร โทรทัศน์ไทย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				p-value
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	25,001 - 35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
การครองตลาดของละคร โทรทัศน์ไทย	3.324	3.394	3.395	3.315	0.878
คุณภาพของละคร โทรทัศน์ไทย	2.763	2.716	2.826	3.023	0.243
การปฏิบัติหน้าที่	3.845	3.944	3.876	3.790	0.608
ภาพรวมความได้เปรียบ ของละครโทรทัศน์ไทย	3.310	3.351	3.365	3.375	0.766

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับความ  
ได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน การครองตลาดของละครโทรทัศน์  
ไทย (p-value = 0.878) คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.243) การปฏิบัติหน้าที่  
(p-value = 0.608) และภาพรวมความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย (p-value = 0.766) ซึ่ง  
มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันให้ระดับของ  
ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทที่ 5 นี้ ผู้วิจัยกล่าวถึงการศึกษาเรื่อง ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย ในส่วนของการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งข้อเสนอแนะจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เพื่อนำไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่องความได้เปรียบหลักของรายการละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 4 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามปัจจัย

ส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตาม

ปัจจัยส่วนบุคคล

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยตามระดับการประเมินความคิดเห็น 5 ระดับ คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีจำนวนทั้งหมด 21 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามที่สร้างขึ้นโดยใช้ลักษณะเป็นมาตรวัด Likert's Rating Scale จำนวนทั้งหมด 5 ระดับ โดยดัดแปลงจากคำถามที่ได้มีผู้วิจัยทำการวิจัยมาก่อน และสร้างขึ้นเองบางส่วน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่รับชมละครโทรทัศน์ไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน โดยผลการศึกษาสามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

### 5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง คิดเป็นร้อยละ 68.75 มีอายุระหว่าง 30-44 คิดเป็นร้อยละ 46.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.75 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.00 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 35.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.75

### 5.1.2 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบดูละครโทรทัศน์ไทยประเภท ตลก เมาสมอง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะ ความบันเทิง ชอบตามแนวของละครจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 รับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นประจำในช่วงเวลา 18.01 น. - 24.00 น. จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 รับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อสัปดาห์เป็นประจำทุกวันจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุดคือตนเองจำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 และรับชมละครโทรทัศน์ไทยจากช่อง 7 HD หมายเลข 35 จำนวน 172 คนคิดเป็นร้อยละ 43

### 5.1.3 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย

การศึกษาความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยแบ่งออกเป็น 3 ด้านการครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย และการปฏิบัติหน้าที่

ด้านการครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเห็นด้วยปานกลาง โดยข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านชมโทรทัศน์เพื่อรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ด้านคุณภาพของละครโทรทัศน์ไทยในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเห็นด้วยปานกลาง โดยข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือคือ ละครโทรทัศน์ไทยมีเนื้อหาแปลกใหม่ไม่ซ้ำซากกับเรื่องอื่น

ด้านการปฏิบัติหน้าที่ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย โดยข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือคือ ผู้จัดละครโทรทัศน์ไทยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้

#### 5.1.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละคร โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

**สมมติฐานที่ 1.1** เพศของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในด้าน ประเภทของละครที่ชอบ ช่วงเวลาที่รับชม และช่องที่รับชม

**สมมติฐานที่ 1.2** อายุของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าอายุของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 1.3** สถานภาพการสมรสของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าสถานภาพการสมรสของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 1.4** การศึกษาของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าการศึกษาของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในด้าน ประเภทของละครที่ชอบ สาเหตุของการรับชม ความถี่ของการรับชม และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชม

**สมมติฐานที่ 1.5** อาชีพของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าอาชีพของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 1.6** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในด้าน ประเภทของละครที่ชอบ สาเหตุของการรับชม ช่วงเวลาที่รับชม และ ช่องที่รับชม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**สมมติฐานที่ 2** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

**สมมติฐานที่ 2.1** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 2.2** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 2.3** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 2.4** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 2.5** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 2.6** ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

เพศที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับประเภทของละครที่ชอบ สาเหตุที่รับชม ความถี่ในการรับชม ผู้มีอิทธิพลในการรับชม ที่เป็นเช่นนี้น่าจะเกิดจากการที่ เพศหญิงมักจะชอบรับชมละครมากกว่าเพศชาย ทำให้ช่องไหนมีละครมากกว่าจะทำให้เพศหญิงรับชมช่องโทรทัศน์ช่องนั้นมากกว่า และมีความถี่และใช้เวลาในการรับชมละครมากกว่าเพศชาย ในเรื่องความถี่การรับชมโทรทัศน์นั้น การดูโทรทัศน์ของเพศชายมักจะเกิดขึ้นในขณะที่พักผ่อน แต่สำหรับเพศหญิงแล้วมักจะดูโทรทัศน์ไปพร้อม ๆ กับทำงานอื่น ๆ ด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2534) ในเรื่องการรับชมประเภทของละครที่ต่างกันนั้นมาจากที่เพศมีความสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะ จิตใจ และอารมณ์ของบุคคล ซึ่งเพศหญิงมักเป็นเพศที่มีอารมณ์อ่อนไหว มองสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะดูรายละเอียด มีความละเอียดละไมกว่าผู้ชาย ส่วนเพศชายก็จะเป็นเพศที่มีใจค่อนข้างแน่น ไม่อ่อนไหวกับสิ่งต่าง ๆ ไม่ชอบพิจารณาในรายละเอียด จิตใจแข็งกระด้าง (กิติมา สุรสุนธิ. 2544) รวมไปถึงที่ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน. 2541)

อายุ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยทุกด้าน ที่เป็นเช่นนี้น่าจะเกิดจากการที่ ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะเติบโตมาจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้รสนิยมการรับชมละครที่แตกต่างกันเช่นคนรุ่นใหม่จะไม่ชอบละครแบบเดิม ๆ แล้ว เช่นละครย้อนยุค หรือละครเก่าๆ หรือที่นำกลับมาสร้างใหม่ เช่น คู่กรรม วนิดา คนรุ่นใหม่จะไม่ชอบ ในขณะที่ผู้มีช่วงอายุ ประมาณ 50 – 70 ปี จะมีรสนิยมชื่นชอบละครย้อนยุค หรือเรื่องเกี่ยวกับราชวงศ์ เป็นต้น ซึ่งอายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อยและบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น (Myer Myer, 1999 อ้างถึงใน สุชา จันท์ธอม. 2544)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย ในด้านสาเหตุการรับชม ความถี่ในการรับชมและผู้มีอิทธิพลในการรับชม เนื่องจากถ้าละครนั้นไม่สมจริงหรือสมเหตุสมผล ทำให้ผู้ชมที่มีการศึกษาไม่ยอมรับชม ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะมีความถี่ในการรับชมละครมากกว่าเพราะมีเวลามากกว่า ด้านผู้มีอิทธิพลต่อการรับชมละคร ผู้ชมที่มีการศึกษาต่ำกว่าจะปริญญตรีจะเลือกเชื่อเพื่อนมากกว่า ส่วนกลุ่มคนที่มีครอบครัวแล้วซึ่งมักได้รับอิทธิพลจากคนในครอบครัว

รายได้ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์ ประเภทของละครที่รับชม สาเหตุในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม และ ช่องที่รับชม เนื่องจากผู้ชมที่มีรายได้มากมักมาจากการมีการศึกษาระดับสูงหรือมีอาชีพต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ นักเรียนนักศึกษาซึ่งจะชื่นชอบละครที่มีคุณภาพคุ้มค่ากับเวลาที่ชม ผลที่ได้จากการวิจัยนี้สอดคล้องกับแมคเนลลี และคณะ (McNelly and Others, 1968 อ้างถึงใน บุบด เบ็ญจรงค์กิจ, 2542) ที่กล่าวว่า คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความเห็นด้านคุณภาพของละครโทรทัศน์ไทยน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คันธียา วงศ์จันทา (2541) ที่กล่าวไว้ว่าละครโทรทัศน์ที่อยู่ในความสนใจของผู้ชม อาจกล่าวได้ว่าเป็นความสำเร็จทางเชิงพาณิชย์หรือเชิงธุรกิจ ถึงแม้ว่าจะไม่สามารถเป็นสิ่งบ่งบอกถึงคุณภาพของละครนั้นๆ

ผู้ชมละครไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีระดับของความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกันในทุกด้านที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ความคิดเห็นของผู้บริโภคซึ่งมีความแตกต่างกันเกิดความรู้สึกกับละครไทยในลักษณะที่คล้ายๆกันระดับความคิดเห็นจึงออกมาคล้ายๆกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คันธียา วงศ์จันทา (2541) ที่ให้ความเห็นว่าเนื้อหาและแนวทางของละครโทรทัศน์นั้นยังวงเวียนซ้ำๆ ซึ่งผู้ชมก็ยังคงดูอยู่ จึงอยากให้มีละครในแนวที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับผู้ชม และงานวิจัยของ วารินทร์ ปฐมอารีย์ (2552) ที่กล่าวไว้ว่าการที่ละครจากต่างประเทศเช่น เกาหลี ญี่ปุ่นมักได้รับความนิยมเป็นพิเศษ เนื่องจากคนไทยเริ่มเบื่อละครแนวเดิม ๆ และละครไทยยังขาดความร่วมมือที่จะนำเสนอออกมาผ่านละครโทรทัศน์ รวมถึงงานวิจัยของ อโนชา ศิลารัตน์ตระกูล (2549) ซึ่งให้ความเห็นเกี่ยวกับธุรกิจละครโทรทัศน์ไว้ว่า ถ้าสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องไม่กล้าฉีกกรอบ สร้างความแปลกใหม่เพราะกลัวคนดู

จะไม่ยอมรับซึ่งมีผลต่อเนื่องไปถึงผลประกอบการทางธุรกิจ ผู้ชมก็จะถูกตีกรอบให้มีความรู้และความคิดแบบแคบๆเช่นเดิม

### 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้ผลิตและผู้จัดละครโทรทัศน์ ควรหากลยุทธ์ด้านการตลาดที่สามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดกับผู้ชมเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง และนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการ โดยผู้ผลิตและผู้จัดละครโทรทัศน์ควรมุ่งเน้นการพัฒนาในด้านคุณภาพของละครโทรทัศน์เพื่อให้ผู้ชมทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่ม หรือควรจะแตกประเภทของละครหรือออกเป็นช่วงอายุเพื่อเจาะตลาดของตามช่วงอายุ หรือระดับการศึกษา

2. เนื่องจากผู้ชมให้ความเห็นในเรื่องละครโทรทัศน์ไทยสะท้อนภาพสังคมปัจจุบันให้แก่ผู้ชมมากที่สุดในด้านของคุณภาพ ผู้ผลิตและผู้จัดละครโทรทัศน์ควรตระหนักถึงจรรยาบรรณของสื่อมวลชนที่ดี นึกถึงประโยชน์ที่ผู้ชมควรจะได้รับเป็นหลัก นำเสนอสิ่งที่ดีให้กับสังคม

3. การสร้างละครโทรทัศน์เพิ่มเติมในช่วงเวลาอื่นแทนการนำกลับมาฉายซ้ำ เพราะกลุ่มผู้ชมที่เป็นแม่บ้าน หรือ ผู้สูงวัยที่มีเวลาอยู่บ้านทั้งวัน ละครที่ฉายซ้ำอาจทำให้เบื่อหน่าย

4. เนื่องจากผู้ชมรับชมโทรทัศน์เพื่อชมละครไทยมากที่สุด ควรสอดแทรกความรู้ด้านต่างๆ ให้ผู้ชมได้ประโยชน์ควบคู่ไปกับความบันเทิง เพื่อบทบาทและความสมจริง เช่น การช่วยเหลือหรือปฐมพยาบาล เป็นต้น

5. ควรจะมีการแทรกเรื่องราวตลก เบาสมอง หรือ ดราม่า บ้างในละครประเภทอื่นๆ เพื่อเป็นการสร้างเรตติ้งในเชิงพาณิชย์ให้กับละคร

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งยังไม่ครอบคลุมถึงผู้ชมที่อยู่ในภูมิภาค ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษาให้ครอบคลุมในส่วนภูมิภาคด้วย เพื่อให้สามารถศึกษากลยุทธ์และแนวทางได้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างมากขึ้น

2. ทำการศึกษาขยายผลไปยังรายการโทรทัศน์ประเภทอื่น ๆ ที่ให้ความบันเทิง เช่น รายการเกมส์โชว์ รายการวาไรตี้ รายการเพลง เป็นต้น

3. เนื่องจากในปัจจุบันการแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ไม่ได้จำกัด อยู่เฉพาะสื่อจากเครื่องรับโทรทัศน์เท่านั้น ยังสามารถรับชมผ่านสื่ออื่น ๆ ได้หลากหลาย จึงควรขยายขอบเขตให้ครอบคลุมสื่อประเภทอื่น ๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

กรุงเทพธุรกิจ, 2558. **ส่องพฤติกรรมผู้ชม'ช่องดิจิทัล-ทีวีออนไลน์** [Online]. Available

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/632274>

กาญจนา แก้วเทพ. 2541. **สื่อสารมวลชนทฤษฎีแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ:

เอ็ดดิสัน เพลส โปรดักส์.

กิติมา สุรสนธิ. 2544. **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

คันธिया วงศ์จันทา. 2541. “การพัฒนาเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการ ละคร โทรทัศน์.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูเกียรติ ดีบุรี. 2552. “การเปรียบเทียบพฤติกรรมชมละครไทยและละครเกาหลีของผู้ชมใน

กรุงเทพฯ.” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(การตลาด) บัณฑิตวิทยาลัย,

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ฐานเศรษฐกิจ. 2559. **สู้ไม่ขึ้นเรตติ้งทีวีดิจิทัล ช่อง7ยึดแชมป์/กูรูแนะสร้างคอนเทนต์ที่แตกต่าง**

[Online]. Available : [www.thansettakij.com/2016/05/06/49788](http://www.thansettakij.com/2016/05/06/49788)

จิตินัน บุญภาพ. 2542. “วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลังปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ.2543-2568).” วิทยานิพนธ์

ปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และ

สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นางเยาว์ เกียรติวิชัยงาม. 2550. “พฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ของนิสิตมหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ.” วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการนันทนาการ).

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นันทสิทธิ์ แก้วทิพยเนตร. 2555. “พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ ของนักศึกษาสถาบันการพล

ศึกษา วิทยาเขตชลบุรี.” ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ,

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นิชภา จรรยาพิสัย. 2552. “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อละครโทรทัศน์ในกรุงเทพฯ.”

วิทยานิพนธ์ ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน,

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2545. การใช้สถิติในงานวิจัยอย่างถูกต้องและได้มาตรฐานสากล.

กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้าพรินต์.

ประมะ สตะเวทิน. 2541. การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ : ภาคพิมพ์.

พรรษา ริมกาญจนวัฒน์. 2553. “ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทย.” วิทยานิพนธ์

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8.

กรุงเทพฯ: ศูนย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภัทร รุจยาชยะกูร. 2558. “สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าจากผลิตภัณฑ์” [Online]. Available :

<http://incquity.com/articles/deliver-values-customers>

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2542. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: ที.พี.พรินท์.

วารินทร์ ปฐมอารีย์. 2552. “การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของละครไทยกับ ละคร

เกาหลี.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์

ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิมลวรรณ บุญจันทร์. 2549. “พัฒนาการของละครโทรทัศน์ไทย.” วิทยานิพนธ์ ศิลปะศาสตร์

มหาบัณฑิต วิชาประวัติศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. 2550. การพัฒนาโมเดลสมรรถนะเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์.

การจัดการภาครัฐและเอกชน.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 2557 “พฤติกรรมกา

รับชมละครของคนไทย.” <http://www.nidapoll.nida.ac.th>

สินีนานู สีสรรค์. 2552. “พฤติกรรมกาเปิดรับชมด้วยความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพฯที่มีต่อ

ละครโทรทัศน์หลังข่าว.” ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน,

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ. 2549. แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency

Based Learning. อมรินทร์พรินต์ แอนด์ พับลิชชิ่ง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

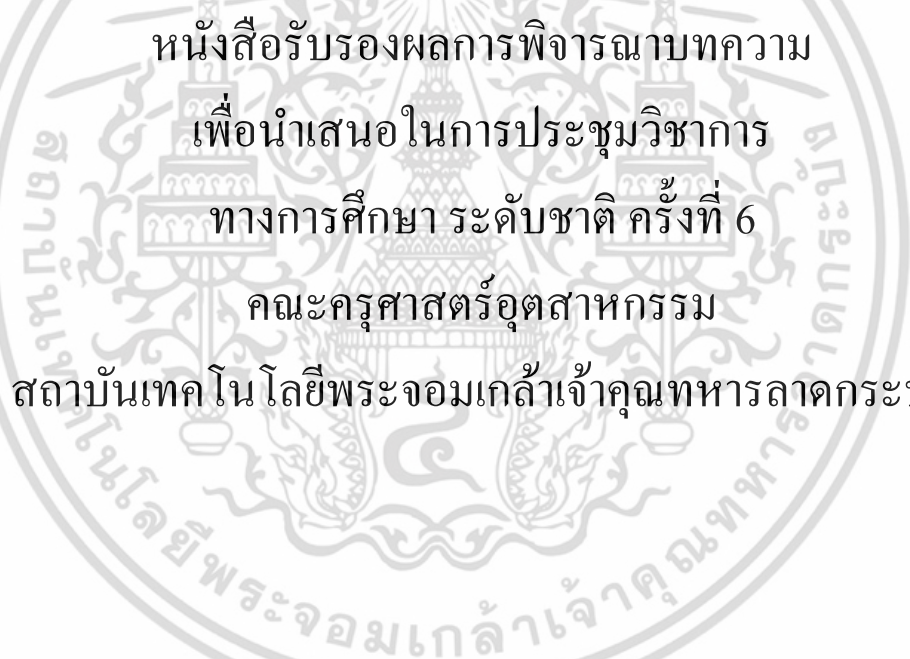
- สุชา จันทร์เอม. 2544. **จิตวิทยาทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 13 ฉบับแก้ไขปรับปรุง. กรุงเทพฯ; ไทยวัฒนาพานิช.
- อนันต์ชัย คงจันทร์. 2550. **การจัดการทรัพยากรมนุษย์โดยพื้นฐานสมรรถนะ**. การงบประมาณ.
- อโนชา จิรารัตนตระกูล. 2549. “ปัจจัยการสร้างละครเพื่อแข่งขันในตลาดละคร โทรทัศน์กรณีศึกษา สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7.” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อชนีญา มีทรัพย์ทวีกุล. 2551. “พฤติกรรมกรรมการรับชมละคร โทรทัศน์เอเชียของวัยรุ่นในเขต กรุงเทพฯ.” วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการนันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อาภรณ์ ภู่วิทยพันธ์. 2550. **Competency Based HRM/HRD**. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์
- Durand Thomas. 1998. "**The Alchemy of Competence**", in Strategic Flexibility: Managing in a Turbulent Environment, Prahalad C.K., G. Hamel, D. O'Neil & H. Thomas editors, John Wiley.
- Kotler, Philip. 1999. **Marketing Management: An Asian Perspective**. 2<sup>nd</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Positioning Magazine. 2556. **ทีวีดิจิทัล : สงครามแย่งชิงคนดู!** [Online]. Available : <http://www.positioningmag.com/content/ทีวีดิจิทัล-สงครามแย่งชิงคนดู>
- Yamane, Taro. 1973. **Statistics: An Introductory Analysis**. 3<sup>rd</sup> edition. Newyork: Harper and Row.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



หนังสือรับรองผลการพิจารณาบทความ  
เพื่อนำเสนอในการประชุมวิชาการ  
ทางการศึกษา ระดับชาติ ครั้งที่ 6  
คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/2167



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง

2 มิถุนายน 2559

เรื่อง หนังสือตอบรับเพื่อนำเสนอบทความในการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 6

เรียน คุณโกสินทร์ สุภโตษะ

ด้วยคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความยินดีเรียนเชิญท่านให้นำเสนอบทความ เรื่อง “*ความได้เปรียบหลักของรายการละครโทรทัศน์ไทย*” ในการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 6 “การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: STEM และทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตในศตวรรษที่ 21” ซึ่งจะจัดขึ้นในวันศุกร์ที่ 17 มิถุนายน 2559 ณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กิติยงค์ มะโน)  
คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทรศัพท์ 02 329 8000 ต่อ 3722

โทรสาร 02 329 8435

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบสอบถามประกอบงานวิจัย เรื่อง ความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นการวิจัยเพื่อประกอบวิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการศึกษาความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย ดังนั้นจึงขอความร่วมมือของท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความจริงทุกประการ ข้อมูลที่ท่านตอบจะเก็บเป็นความลับ และจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านและหน่วยงานของท่านแต่อย่างใด เนื่องจากข้อมูลที่นำเสนอในผลงานวิจัยจะนำเสนอในภาพรวม มิได้เสนอเป็นรายบุคคล และจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบหลักของละครโทรทัศน์ไทย

การตอบแบบสอบถามนี้ ขอความกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ เนื่องจาก ถ้าตอบไม่ครบเพียงข้อใดข้อหนึ่งจะทำให้การวิเคราะห์แบบสอบถามไม่สมบูรณ์ และขอให้คุณตอบตรงกับความเป็จริงมากที่สุด

ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือ

นายโกสินทร์ สุภโตชะ

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

คณะบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยมตามสถานภาพให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพียงข้อเดียว (ยกเว้นระบุเป็นอย่างอื่น)

#### 1. เพศ

 ชาย

 หญิง

#### 2. อายุ

 น้อยกว่า 15 ปี

 15 – 29 ปี

 30 – 44 ปี

 45 – 60 ปี

 มากกว่า 60 ปี

#### 3. สถานภาพการสมรส

 โสด

 สมรส

 หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่

#### 4. ระดับการศึกษาสูงสุด

 ต่ำกว่า ปริญญาตรี

 ปริญญาตรี

 สูงกว่าปริญญาตรี

#### 5. อาชีพ

 นักเรียน/นักศึกษา

 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

 พนักงานบริษัทเอกชน

 พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ว่างงาน/เกษียณอายุ

#### 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

 15,001 - 25,000 บาท

 25,000 – 35,000 บาท

 มากกว่า 35,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการละคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยมตามสถานภาพให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด  
เพียงข้อเดียว (ยกเว้นระบุเป็นอย่างอื่น)

### 1. ท่านชอบละครโทรทัศน์ไทยประเภทใด/แนวใดมากที่สุด

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> ตลก เบาสมอง   | <input type="checkbox"/> ครามา                 | <input type="checkbox"/> นู้ ต่อสู้           |
| <input type="checkbox"/> รัก โรแมนติก  | <input type="checkbox"/> ประวัติศาสตร์ ย้อนยุค | <input type="checkbox"/> สยองขวัญ / ระทึกขวัญ |
| <input type="checkbox"/> สืบสวน สอบสวน | <input type="checkbox"/> วิทยาศาสตร์ ไซไฟ      | <input type="checkbox"/> อภินิหาร แฟนตาซี     |

### 2. ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะเหตุใดมากที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ตามกระแสสังคม/ตามบุคคลในครอบครัว | <input type="checkbox"/> ตามความเคยชินดูช่องเดิมเป็นประจำ |
| <input type="checkbox"/> ความบันเทิง ชอบตามแนวของละคร     | <input type="checkbox"/> ชื่นชอบ/ติดตามดารานักแสดง        |

### 3. ช่วงเวลาที่ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทย

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 06.01 น. - 12.00 น. | <input type="checkbox"/> 12.01 น. - 18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 18.01 น. - 24.00 น. | <input type="checkbox"/> 00.01 น. - 06:00 น. |

### 4. ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อสัปดาห์บ่อยเพียงใด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> ทุกวัน              | <input type="checkbox"/> ไม่นั่งนอน          |

### 5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

- |                                   |   |                                |
|-----------------------------------|---|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ครอบครัว | <input type="checkbox"/> เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน | <input type="checkbox"/> ตนเอง |
|-----------------------------------|---|--------------------------------|

### 6. ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยจากช่องใดมากที่สุด

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Workpoint ช่อง 23   | <input type="checkbox"/> True4U ช่อง 24  | <input type="checkbox"/> GMM Channel ช่อง 25 |
| <input type="checkbox"/> NOW ช่อง 26         | <input type="checkbox"/> ช่อง 8 ช่อง 27  | <input type="checkbox"/> 3 SD ช่อง 28        |
| <input type="checkbox"/> MONO ช่อง 29        | <input type="checkbox"/> MCOT HD ช่อง 30 | <input type="checkbox"/> ONE ช่อง 31 \       |
| <input type="checkbox"/> Thairath HD ช่อง 32 | <input type="checkbox"/> 3 HD ช่อง 33    | <input type="checkbox"/> Amarin TV ช่อง 34   |
| <input type="checkbox"/> 7 HD ช่อง 35        | <input type="checkbox"/> PPTV ช่อง 36    |  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นมากที่สุด

ความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>การครองตลาดของละครโทรทัศน์ไทย</b>					
1. ท่านมีการรับชมละครโทรทัศน์ไทยอยู่เสมอ					
2. ละครโทรทัศน์ไทยสนุกกว่าละครโทรทัศน์ประเทศอื่น					
3. ละครโทรทัศน์ไทยสนุกกว่ารายการประเภทอื่นๆ เช่น เกมโชว์ สารคดี วาไรตี้					
4. ผู้คนรอบด้านท่านเช่น เพื่อนหรือคนในครอบครัวชอบละครโทรทัศน์ไทยทุกคน					
5. ท่านชมโทรทัศน์เพื่อรับชมละครโทรทัศน์ไทย					
6. ท่านชมละครโทรทัศน์ไทยซ้ำจากการนำมาฉายซ้ำ					
<b>คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย</b>					
1. เรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยมีความทันสมัย					
2. ละครโทรทัศน์ไทยสะท้อนภาพสังคมปัจจุบันสร้างกรอบจริยธรรม คุณธรรมให้แก่ผู้ชม					
3. ละครโทรทัศน์ไทยเนื้อหากระชับไม่ยืดเยื้อจนน่ารำคาญ					
4. ละครโทรทัศน์ไทยมีเนื้อหาแปลกใหม่ไม่ซ้ำซากกับเรื่องอื่น					
5. ละครโทรทัศน์ไทยให้ดารานำแสดงที่เหมาะสมกับบทบาท					
6. ละครโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของท่าน เช่น แฟชั่น					
7. ละครโทรทัศน์ไทยมีการสร้างฉากละคร เครื่องประกอบฉาก เครื่องแต่งกายตัวละครที่สมจริงและเหมาะสม					
8. เทคนิคการถ่ายทำของละครโทรทัศน์ไทยมีการพัฒนาคุณภาพตามเทคโนโลยี เช่น ภาพที่คมชัด เทคนิคหรือเอฟเฟกต์ที่สมจริง					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความได้เปรียบของละครโทรทัศน์ไทย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>การปฏิบัติหน้าที่ของละครโทรทัศน์ไทย</b>					
1. ละครโทรทัศน์ไทยมีการออกอากาศในเวลาที่เหมาะสม					
2. ละครโทรทัศน์ไทยมีการออกอากาศในระยะเวลาที่เหมาะสม					
3. ละครโทรทัศน์ไทยมีความถี่ในการออกอากาศที่เหมาะสม					
4. มีโฆษณาหรือการแจ้งให้ผู้ชมทราบก่อนละครโทรทัศน์ไทยจะแพร่ภาพออกอากาศ					
5. มีละครโทรทัศน์ไทยที่หลากหลายให้รับชม					
6. มีกิจกรรมให้ผู้ชมได้เข้าร่วมเกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์ไทย					
7. ผู้จัดละครโทรทัศน์ไทยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายโกสินทร์ สุขโตชะ

วันเดือนปีเกิด

2 มิถุนายน 2525

ที่อยู่

กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2550 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา วิศวกรรมไฟฟ้า

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้