

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมใน
เขตกรุงเทพมหานคร

ATTITUDE TOWARDS FOREIGN COPYRIGHT GAME SHOW
PROGRAMS ON FREE TV OF VIEWERS IN BANGKOK



วิทยานิพนธ์นี้สำหรับการศึกษิตตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณัติศ

สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2558

KMITL-2015-AMC-M-017-035

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมใน
เขตกรุงเทพมหานคร

ATTITUDE TOWARDS FOREIGN COPYRIGHT GAME SHOW
PROGRAMS ON FREE TV OF VIEWERS IN BANGKOK



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

วิทยาการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2558

KMITL-2015-AMC-M-017-035

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ATTITUDE TOWARDS INTERNATIONAL GAME SHOW
PROGRAMS ON FREE TV OF VIEWERS IN BANGKOK**

JACKAPAN WITCHUPRAPAPORN

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN INDUSTRIAL BUSINESS ADMINISTRATION
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2015

KMITL-2015-AMC-M-017-035

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2015

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ
ในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

นักศึกษา

นายจักรพันธ์ วิชชุประภาพร

รหัสประจำตัว

56611209

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

พ.ศ.

2558

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑาจุฬา สุวัฒน์ะดิลก

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวดี โรจนันันรุตติกุล

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการรับชมรายการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้รับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ที่ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่าผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ ด้านการนำเสนอ ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม อยู่ในระดับดีมากทั้ง 4 ด้าน

2. ผู้ชมรายการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีเจตคติต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

3. ผู้ชมรายการที่มีพฤติกรรมการรับชมรายการ ด้านประเภทรายการที่รับชม ความถี่ในรายการที่รับชม ผู้ร่วมรับชม บุคคลและสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ไม่สามารถนำออกจำหน่าย หรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Attitude Towards Foreign Copyright Game Show Program on Free TV of Viewers in Bangkok
Student	Mr. Jackapan Witchuprapaporn
Student ID	56611209
Degree	Master of Business Administration
Program	Industrial Business Administration
Year	2015
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Mondajula Suwattanadilok
Thesis Co-Advisor	Assistant Professor Dr. Nuttawut Rojniruttikul

ABSTRACT

The objective of this research is 1) to study attitude towards foreign copyright game show programs on free TV of viewers in Bangkok, and 2) To compare viewers attitudes towards foreign copyright game show programs on free TV of viewers in Bangkok under personal factors classification, and 3) To compare viewers attitudes towards foreign copyright game show programs on free TV channel of viewers in the Bangkok under behavior factors classification. The 400 viewers of foreign copyright game show programs on free TV channel in the Bangkok were selected by accidental sampling method. The data were analyzed by using percentage, arithmetic mean and standard deviation. t-test and One-way ANOVA were used for hypothesis testing. The results were as follow.

1. The attitudes toward foreign copyright game show programs on free TV channel of viewers in the Bangkok on the aspect of content, form and value of game show, the aspect of presentation, the aspect of key role player, and the aspect of viewer participation, was at a high level for all of 4 aspects.

2. In addition, the program viewers with different personal factors of age, educational level, occupation, monthly income and marital status, had different attitudes towards foreign copyright game shows at 0.01 of statistically significance level. Program viewers with different genders had attitudes toward foreign copyright game show programs that were indifferent.

3. Program viewers with different watching behaviors in the aspect of type of program, the aspect of watching frequency, participated viewers, watching decision influencing person and watching decision influencing media had attitudes toward foreign copyright game show programs at 0.05 of statistically significance level.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วย โดยได้รับคำแนะนำ ความช่วยเหลือ และคำปรึกษาอย่างดียิ่งจาก ศศ.ดร.มณฑาจุฬา สุวัฒนะดิลก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ศศ.ดร. ณัฐวุฒิ โรจน์นिरุตติกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งให้ความกรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่านและกราบ ขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน สำหรับการแนะนำแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ ศศ.ดร.สมศักดิ์ คุหาสวรรค์เวช คุณปรีฉัตร เทพหัสดิน ณ อรุณยา และคุณกฤตพร แยมสุข ที่ให้ความกรุณาช่วยเหลือในการตรวจสอบ แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้และให้คำปรึกษาแนะนำที่เป็นประโยชน์

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่เป็นกำลังใจที่ดีที่สุดในการศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูล และตอบแบบสอบถามในทุกข้ออย่างสมบูรณ์ รวมถึงให้ข้อเสนอแนะต่างๆตลอดระยะเวลาในการ เก็บข้อมูล

ขอขอบพระคุณ บริษัทเฮลิโคเนีย เอช กรุ๊ป จำกัดที่ให้โอกาสในการศึกษา

ขอขอบพระคุณ วิทยาลัยบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง รวมถึงเจ้าหน้าที่วิทยาลัยการบริหารและจัดการ เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ IM ทุกท่าน

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ประจำปีงบประมาณ 2558

จักรพันธ์ วิชชุประภาพร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	8
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	9
1.5 ขอบเขตการศึกษา.....	11
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	12
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ.....	14
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสาร.....	18
2.3 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร.....	24
2.4 รูปแบบแนวคิดเรื่องรายการเกมโชว์ (Game Show) และก่อกำเนิดรายการ “เซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย” และ “โหด มัน ฮา ประเทศไทย”.....	26
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
3.3 การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ.....	38
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชม	49
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	51
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร.....	54
4.4 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร.....	61
4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	113
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	116
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	116
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	120
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	126
บรรณานุกรม.....	129
ภาคผนวก	133
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	134
ประวัติผู้เขียน.....	142

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ จากต่างประเทศของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์เกมโชว์แห่งหนึ่งในช่องฟรีทีวี.....	37
3.2 รายชื่อ ตำแหน่ง และสถานที่ปฏิบัติงานของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	39
3.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศในช่องฟรีทีวี.....	40
3.4 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	41
3.5 สูตรการวิเคราะห์ โดยวิธี One-way ANOVA.....	47
4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชม.....	49
4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร.....	52
4.3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของเจตคติที่มีต่อ รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี.....	54
4.4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของเจตคติที่มีต่อ รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของ รายการเกมโชว์.....	55
4.5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของเจตคติที่มีต่อ รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านการนำเสนอ.....	57
4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของเจตคติที่มีต่อ รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ.....	58
4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของเจตคติที่มีต่อ รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม.....	60
4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศโดยใช้วิธี t-test.....	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุโดยวิธี One – way ANOVA	63
4.10 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	65
4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกระดับการศึกษาโดยวิธี One – way ANOVA	69
4.12 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	70
4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพโดยวิธี One – way ANOVA.....	73
4.14 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	75
4.15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้โดยวิธี One – way ANOVA	81
4.16 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีรายได้แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	82
4.17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพการสมรส โดยวิธี One – way ANOVA.....	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	88
4.19 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทรายการที่รับชม โดยใช้วิธี t-test.....	90
4.20 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความถี่ในการรับชม โดยวิธี One – way ANOVA	91
4.21 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมแตกต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	93
4.22 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้ร่วมรับชม โดยวิธี One – way ANOVA	96
4.23 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีผู้ร่วมรับชมแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	97
4.24 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้ร่วมรับชม โดยวิธี One – way ANOVA	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.25 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	102
4.26 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ โดยวิธี One – way ANOVA	108
4.27 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	110
4.28 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	113
4.29 สรุปตัวแปรที่มีการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD.....	115

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ช่องทางในการรับชมรายการทีวี	2
1.2 พฤติกรรมการรับชมรายการต่างๆทางโทรทัศน์ของคนไทย.....	4
1.3 พฤติกรรมการรับชมทีวีหลังติดตั้งทีวีดิจิตอล.....	6
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	10



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทุกวันนี้ประเทศไทยมีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้า รวมถึงการบริโภคข้อมูลข่าวสารของประชาชนชาวไทยที่เปลี่ยนแปลงไปมาก อาจด้วยเพราะรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปตามกระแสสังคมหรือค่านิยมต่างๆ โดยสื่อที่เป็นตัวกลางที่สำคัญที่สุดในปัจจุบัน คือสื่อโทรทัศน์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากในยุคนี้ เพราะสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานที่ ทุกเวลาอย่างไม่จำกัดมากกว่าสื่อทุกชนิด โดยรูปแบบของสื่อโทรทัศน์มีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาไปตามกาลเวลาและเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยหลักของการปฏิรูปของสื่อต่างๆ ทั้งนี้รายการต่างๆรวมทั้งข้อมูลข่าวสารก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับวัตถุประสงค์ของสื่อโทรทัศน์นั้นๆ

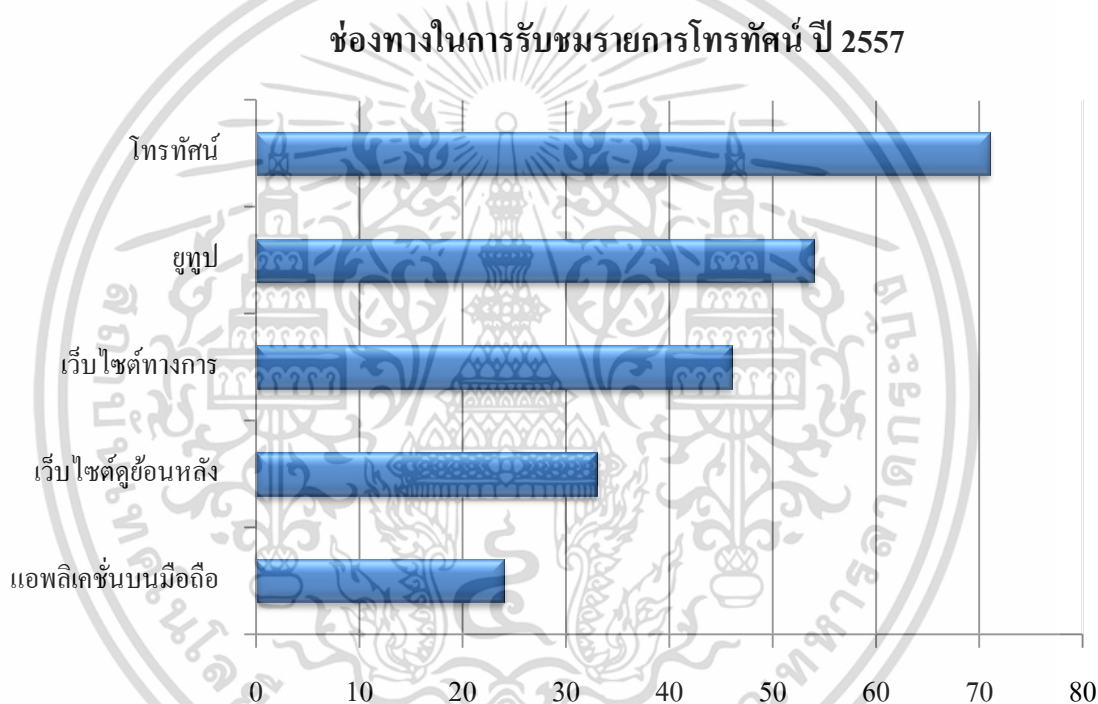
ในปัจจุบัน สื่อโทรทัศน์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารของคนในสังคมที่จะรับรู้ได้ถึง ความเคลื่อนไหว ความเป็นไป และเนื้อหาของเหตุการณ์รอบตัวที่เกิดขึ้น โดยเหตุที่โทรทัศน์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร เพราะความได้เปรียบในด้านความรวดเร็วของตอบสนอง (Responsible) ต่อเหตุการณ์อย่างทันท่วงที ซึ่งหนังสือพิมพ์ก็ไม่สามารถตอบสนองได้ ความได้เปรียบในด้านความ น่าสนใจ (Attractive) ทั้งสีสันที่ปรากฏ ภาพที่เคลื่อนไหว และสาระที่หลากหลาย ซึ่งวิทยุก็ไม่สามารถตอบสนองได้ และความได้เปรียบในด้านการหาเพื่อครอบครอง (Affordable) ซึ่งสื่อ อินเทอร์เน็ตแม้ว่าจะมีปริมาณการใช้ที่เพิ่มขึ้น แต่ก็ยังเป็นเฉพาะในกลุ่มคนที่มีรายได้เพียงพอที่จะซื้อ บริการดังกล่าว โดยเฉพาะกลุ่มคนในเมือง เมื่อเทียบกับเครื่องโทรทัศน์ซึ่งนับวันราคาก็ถูกลงมาก และในปัจจุบันทุกบ้านก็สามารถมีได้รวมทั้งค่าบริการใช้อินเทอร์เน็ตที่ค่อนข้างสูง ในขณะที่สื่อ โทรทัศน์โดยเฉพาะฟรีทีวีไม่มีค่าบริการดังกล่าวด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้สื่อโทรทัศน์สามารถ เข้าถึงผู้ชมได้ทุกเพศทุกวัยอย่างกว้างขวาง (วรพจน์ นวลสกุล, 2550)

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทอิทธิพลสำคัญอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของคน เพราะโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) นอกจากโทรทัศน์จะมีทั้งภาพและเสียงปรากฏ ให้ผู้ชมทุกรุ่นทุกวัยเข้าใจได้ง่ายแล้ว ผู้ชมบางคนไม่ได้ตั้งใจจะชมรายการทางโทรทัศน์ แต่พอเปิดดู บางทีก็จะเต็มอกเต็มใจชมรายการนั้น โดยตลอด อีกอย่างหนึ่งนั้นก็คงเป็นเพราะความสะดวกสบาย เพราะการไปดูภาพยนตร์ หรือละคร แต่ละครั้งจะต้องแต่งตัวนั่งรถไปยังโรงภาพยนตร์ หรือโรง ละคร และก็เสียค่าชม ดังนั้นการดูโทรทัศน์อยู่กับบ้านจึงสะดวกสบายกว่าและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ใดๆด้วย แต่ผู้ชมจะไม่คาดหวังมากจนเกินไปว่าเขาจะได้รับความบันเทิงโดยสมบูรณ์จากสิ่งที่ดูทาง โทรทัศน์

ยิ่งไปกว่านั้นโทรทัศน์ยังมีความรวดเร็ว (Immediacy) รายการสดได้เปรียบมากที่สุด ในแง่ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเร็ว คือสามารถเสนอเหตุการณ์ได้ทันที ทันวัน ในขณะที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้น ผู้ชมจะได้เห็นทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจได้อย่างฉับพลัน และทำให้มีความรู้สึกร่วมอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย เมื่อผู้ชมทราบว่ากำลังดูรายการสดอยู่เขาจะคิดถึงความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ที่จะดำเนินต่อไป และผลของเหตุการณ์นั้นอาจจะมีสิ่งที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นก็ได้ ด้วยเหตุนี้เองทำให้ผู้ชมตื่นเต้น อยากรู้ อยากเห็น อึดอัด คาดการณ์ล่วงหน้าความคิดและความรู้สึกอื่นๆ สิ่งเหล่านี้อาจจะไม่แสดงออกอย่างตรงไปตรงมาจากสีหน้าท่าทางของผู้ชม แต่อยู่ในความนึกคิด และอาจจะเกิดความสุขสนทนและความบันเทิง จากความสำเร็จของผู้ชมในการทำนายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น

ในยุคดิจิทัลผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นในการรับสื่อเพื่อชมรายการโทรทัศน์ต่างๆ



ภาพที่ 1.1 ช่องทางที่ใช้ในการรับชมรายการทีวี ปี 2557

ที่มา : www.Mindshareworld.com

ซึ่งจากผลสำรวจแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ที่ยังคงเป็นหนึ่งในช่องทางการนำเสนอที่ได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน ถึงแม้จะมีช่องทางในการรับชมที่มากขึ้นก็ตาม

ปัจจุบันผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายตลอดเวลาเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด มีการศึกษาความเคลื่อนไหว กระแสความนิยมและพฤติกรรมของผู้ชมเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์และสภาพของตลาด ซึ่งนอกจากจะเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมแล้วยังสร้างฐานลูกค้าใหม่ด้วย

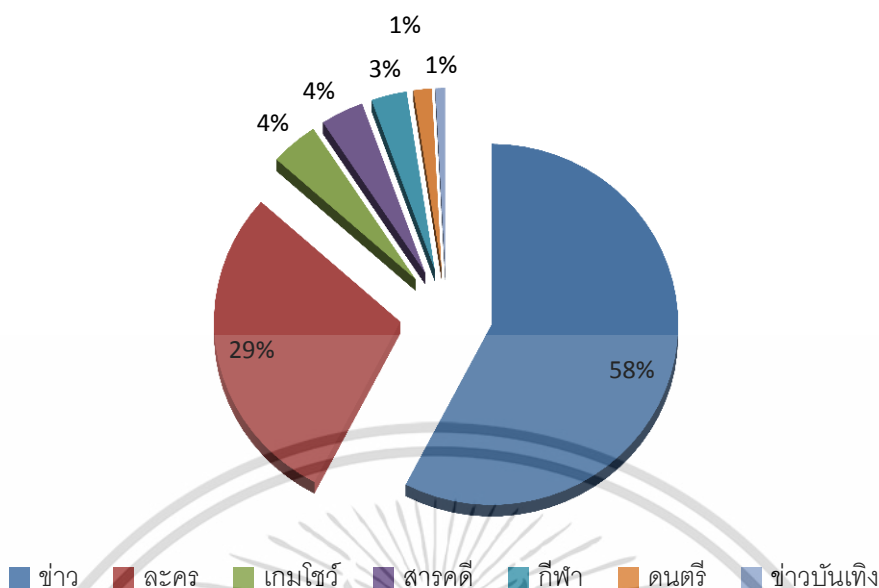
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคที่วีดิจิตอลในปี 2557 และเป็นปัจจัยหลักในการช่วยผลักดันให้ตลาดผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยเติบโตและมีความถี่คึกคักมากขึ้น โดยตลาดผลิตรายการโทรทัศน์ในปี 2557 มีมูลค่าสูงถึง 32,690 - 33,260 ล้านบาท เติบโตกว่าร้อยละ 14-16 จากปี 2556 ที่มีมูลค่าอยู่ที่ 28,780 ล้านบาท

ดังนั้นการประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์จึงมีการแข่งขันที่สูงขึ้นจากการที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีความเชี่ยวชาญในการผลิตรายการที่แตกต่างกันเข้ามาในตลาดเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้เนื้อหารายการโทรทัศน์ในประเทศไทยมีความหลากหลายขึ้น ทั้งในด้านความคิดสร้างสรรค์ผลงานและรูปแบบการนำเสนอของผู้ชมรายการจะสามารถเลือกชมรายการต่างๆ ได้มากขึ้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่จะผลิตรายการเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของผู้ชมรายการที่ให้ความสำคัญกับสาระและความบันเทิงที่มีคุณภาพ และส่งผลให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีรายการที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงมีทางเลือกมากขึ้นในการนำเสนอรายการผ่านสถานีต่างๆ อย่างไรก็ตามการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับรวมถึงเวลาการออกอากาศต้องอาศัยทั้งความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการนำเสนอรายการที่แตกต่างรวมถึงประสบการณ์และความสามารถในการผลิตรายการด้วยความเป็นมืออาชีพ เพื่อสร้างความเชื่อถือกับทางสถานีและผู้ซื้อโฆษณา จึงทำให้มีผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายใหญ่เป็นจำนวนน้อยรายที่นำเสนอรายการโทรทัศน์ ได้แก่ บริษัท มีเดียออฟ มีเดียส์ จำกัด บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด บริษัท เฮลิโคเนียเอช กรุ๊ป จำกัด บริษัท เวิร์คพอยท์เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด บริษัท แกรมมี่ เทเลวิชั่น จำกัด และบริษัท แม็ทซิ่ง สตูดิโอ จำกัด เป็นต้น โดยผู้ผลิตแต่ละรายจะมีจุดเด่นและแนวทางในการผลิตรายการและด้านนำเสนอซึ่งนับเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่แตกต่างกันไป

โดยสื่อโทรทัศน์ก็มีหลากหลายประเภทของรายการที่วีให้ผู้คนเลือกรับชมและเมื่อพูดถึงรูปแบบรายการในช่องทีวียุคนี้ อีกหนึ่งรายการที่ได้รับความนิยมไม่น้อยน่าจะเป็น "เกมโชว์" ที่เป็นฐานกำลังเรียกความน่าสนใจให้แต่ละช่องไม่น้อยและในระยะเวลาที่ผ่านมารายการโทรทัศน์มีเรตติ้งและจำนวนผู้ชมเพิ่มขึ้น ได้แก่ เกมโชว์ที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิง นอกจากนี้ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ผลิตรายการยังมีการผลิตรูปแบบรายการใหม่ๆ ไปยังรายการประเภทอื่นเพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น ละคร และวาไรตี้ เป็นต้น ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากทั้งผู้ชมรายการและลูกค้าที่ซื้อโฆษณา

พฤติกรรมการรับชมรายการทางโทรทัศน์ของคนไทย ปี 2557



ภาพที่ 1.2 พฤติกรรมการรับชมรายการทางโทรทัศน์ของคนไทย ปี 2557

ที่มา : www.nidapoll.nida.ac.th

จากผลสำรวจแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของรายการเกมโชว์ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ในช่วงฟรีทีวี ปี 2557พบว่าประชาชนร้อยละ 55.19 รับชมข่าว ตามด้วยละครหนัง และซีรีส์ทั้งไทย และต่างประเทศ 27.72% และ 3.99% รับชมเกมโชว์ ตามด้วย 3.59% กับรายการวาไรตี้ ส่วนคนที่รับชมสารคดีมีเพียง 3.43% กีฬา 2.96% รายการเพลงและดนตรี 1.52% มีเพียง 0.80% เท่านั้นที่รับชมข่าวบันเทิงนอกเหนือจากนั้นจะเป็นรายการเด็กการ์ตูนรายการทำอาหารรายการเกี่ยวกับสุขภาพและรายการธรรมะ

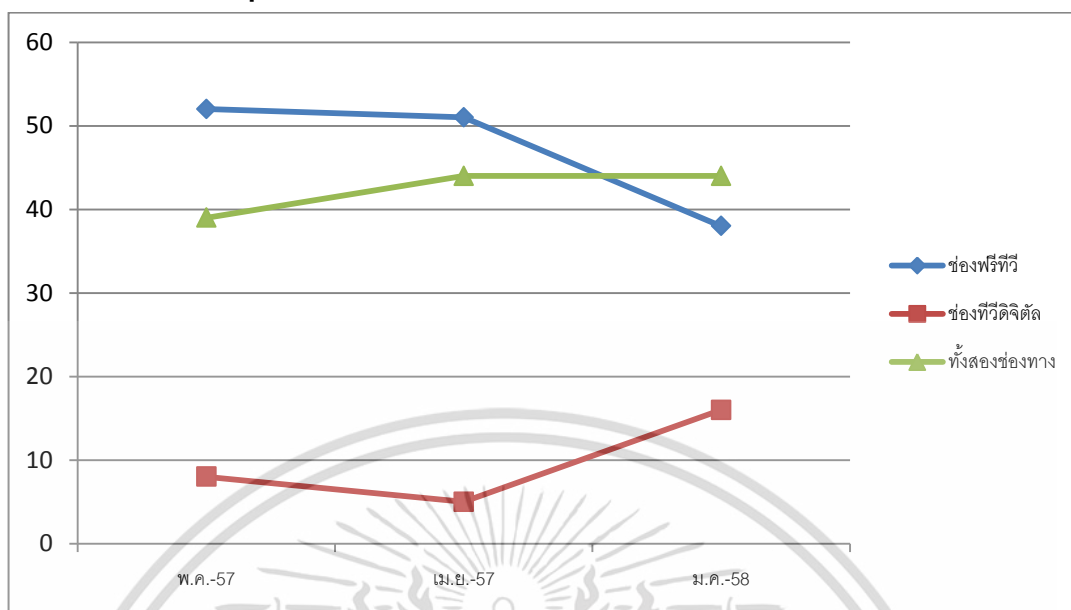
บทบาทของรายการเกมโชว์กำลังเป็นที่กล่าวถึงอย่างมากในขณะนี้ เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ ในช่วงฟรีทีวีต่างก็นำรายการเกมโชว์มาเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของผังรายการ โดยถ่วงกัน เพราะในปัจจุบันมีรายการเกมโชว์รวมทั้งในช่วงฟรีทีวีและช่องทีวีดิจิทัลกว่า 50 รายการ เช่น ชิงร้อยชิงล้าน (พ.ศ. 2533 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7 และเวิร์คพอยท์ทีวี (เวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์) แพนพังก์แท้ (พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2552, พ.ศ. 2555 - พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2559) ออกอากาศทางช่อง 5 และเวิร์คพอยท์ทีวี (เวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์) คีค 12 ราศี (พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 3 (โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนต์)เทค มี เอาท์ ไทยแลนด์ (พ.ศ. 2554 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 3 (ทีวี รัชเตอร์)เซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย (พ.ศ. 2555 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 7 (เฮลิโคโนเนีย เอช กรุ๊ป) Step Right Up ใครเก่ง...ใครได้ (พ.ศ. 2556 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 9 (โมเดิร์นไนน์ทีวี) (เซ็นส์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์)ใครคือใคร Identity Thailand (พ.ศ. 2556 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 9 (โมเดิร์นไนน์ทีวี) และช่องเวิร์คพอยท์ทีวี (เวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์)My Man Can แพนด้าเก่ง (พ.ศ. 2556 - พ.ศ. 2557, พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นไปใช้ประโยชน์อื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกอากาศทางช่อง 9 (โมเดิร์นไนน์ทีวี) และช่องเวิร์คพอยท์ทีวี (เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์) สายลับจับแกะ ออกอากาศทางเวิร์คพอยท์ทีวี (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน) (เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์) The Dish เมฆทอง (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่องเวิร์คพอยท์ทีวี (เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์) ปริศนาฟ้าแลบ (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่องเวิร์คพอยท์ทีวี (เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์) The Money Drop ไทยแลนด์ (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 7 (เซ็นส์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์) โหด มั่น ฮา ประเทศไทย Takeshi's Castle Thailand (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 7 (เฮลิโคโนเนีย เอ็นเทอร์เทนเมนท์) วันท้าดวง Horo Game (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 9 (โมเดิร์นไนน์ทีวี) (เซ็นส์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์) ช่วยฉันที Do Me A Favor (พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 9 (โมเดิร์นไนน์ทีวี) (เซ็นส์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์) แท็กซี่มหาเศรษฐี Cash Cab Thailand (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 9 (โมเดิร์นไนน์ทีวี) (แอฟเอ็กซ์ตรีม) The Prove Master คน-เล่น-ของ (พ.ศ. 2556 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 5 (กันตนา) เกมล่าเวลา (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่องไทยรัฐทีวี Who's Asking Thailand ปุจฉาหาชน (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่องไทยรัฐทีวี (ทีวี ชันเดอร์) The Love Machine วงล้อ... ลุ้นรัก (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 3 (เชิร์ช เอ็นเทอร์เทนเมนท์) ร้องได้ให้ล้าน (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่องไทยรัฐทีวี (ชัน เด เทเลวิชั่น) The Choice Thailand เลือกได้ ให้เด็ด (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 7 และช่องโมโนทเวนตีไนน์ (เฮลิโคโนเนีย เอ็กสตรึม และ แอฟเอ็กซ์ตรีม) Dreamteam Thailand คาราเฮโย (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 7 (ทริปเปิ้ล ยู) Still Standing Thailand ตกสลิปหียบล้าน (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 7 (เซ็นส์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์) The Kids Are All Right เด็กอัจฉริยะ ทำประลอง (พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน) ออกอากาศทางช่อง 3 เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทั้งในช่องฟรีทีวีและทีวีดิจิทัล แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าสัดส่วนของทีวีดิจิทัลกำลังมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น แต่ในส่วนของฟรีทีวีก็ยังคงถือครองสัดส่วนผู้บริโภคที่มีมากกว่า จากข้อมูลของ AGB Nielsen พบว่าการเติบโตของกลุ่มผู้ชมทีวีใน 3 แพลตฟอร์มเมื่อเปรียบเทียบในช่วงเดือนมีนาคม 2557 กับ เดือนกันยายน 2557 พบว่าอันดับ 1 ฟรีทีวี (6 ช่อง) เดิมมีส่วนแบ่งผู้ชม 79.3% ลดลงเหลือ 72.5% อันดับ 2 ทีวีดาวเทียม เดิมมีส่วนแบ่งผู้ชม 17.3% ลดลงเหลือ 14.2% อันดับ 3 ทีวีดิจิทัล (24 ช่อง) เดิมมีส่วนแบ่งผู้ชม 3.4% เพิ่มขึ้นเป็น 13.3% (Nielsen, 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการรับชมทีวีหลังติดตั้งทีวีดิจิทัล ปี 2558



ภาพที่ 1.3 พฤติกรรมการรับชมทีวีหลังติดตั้งทีวีดิจิทัล ปี 2558

ที่มา : <http://www.nielsen.com>

จากผลสำรวจแสดงให้เห็นว่าฟรีทีวีมีส่วนผู้ชมมากกว่าทีวีดิจิทัล ถึงแม้ว่าทีวีดิจิทัลจะมีแนวโน้มของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นมากตามลำดับก็ตาม โดยรายการเกมโชว์ในช่องฟรีทีวีส่วนใหญ่แล้วล้วนเป็นรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ เพราะในปัจจุบันนี้รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ มีความแปลกใหม่ น่าสนใจและหลากหลายมากกว่ารายการเกมโชว์ทั่วไป โดยรายการเกมโชว์นั้นแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้ คือ 1. เกมโชว์ประเภทสาระและบันเทิง เป็นรายการที่ให้ผู้ร่วมรายการเล่นเกมเพื่อแข่งขันชิงรางวัล โดยมุ่งเน้นให้ผู้ร่วมรายการและผู้ชมรายการได้รับทั้งความบันเทิงและสาระ โดยการสอดแทรกเนื้อหา แง่คิดและความรู้ต่างๆไว้ในรายการผ่านคำถามที่ถามผู้เล่นเกมหรือการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ ยกตัวอย่างเช่น รายการเชฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย Iron Chef Thailand ที่ถือเป็นรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ในยุคแรกๆเลยทีเดียว ได้ที่มีการบุกตลาดอุตสาหกรรมบันเทิงในเมืองไทย ซึ่งแต่เดิมเป็นลิขสิทธิ์ของประเทศญี่ปุ่นและเคยออกอากาศในประเทศไทยมาแล้ว ก่อนที่จะมีการซื้อลิขสิทธิ์เพื่อทำการผลิตในรูปแบบของประเทศไทย และยิ่งไปกว่านั้นยังคงออกอากาศต่อเนื่องมานานกว่า 4 ปี ซึ่งเป็นรายการแข่งขันการทำอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนรายการอื่นๆในประเทศ โดยจะเป็นการแข่งขันระหว่างเชฟกระทะเหล็กและเชฟผู้ทำชิง โดยในทุกสัปดาห์จะมีการแข่งขัน โดยใช้วัตถุดิบปริศนาเป็นโจทย์การของแข่งขัน ซึ่งแต่ละท่านจะต้องทำอาหารให้เสร็จภายใน 1 ชั่วโมง หลังจากนั้นจะเป็นการตัดสินโดยกรรมการ รายการเชฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย ถือเป็นรายการเกมโชว์และวาไรตี้ที่รวบรวมความสนุกและความรู้เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงเทคนิคการทำอาหารและทักษะของเชฟทุกท่านหรือจะเป็นรายการเท็กซีมหาเศรษฐี Cash

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Cab Thailand ที่เป็นรายการลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ โดยใช้แท็กซีที่รับผู้โดยสารในชีวิตประจำวันเป็นตัวดำเนินรายการ โดยผู้ร่วมรายการจะเป็นบุคคลทั่วไปโดยไม่ทราบมาก่อนว่าต้องเจอกับอะไร และใช้คำถามซึ่งเป็นเรื่องรอบตัวมาให้ผู้ร่วมรายการตอบ เพื่อรับเงินรางวัลและนั่งแท็กซี่ไปยังจุดหมายโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ หรือรายการ The Money Drop Thailand ก็เป็นรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ ที่ใช้การตอบคำถามแบบความรู้รอบตัว เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันชิงเงินรางวัล โดยให้ผู้ร่วมแข่งขันสามารถใช้เงินที่กำหนดวางเพื่อเป็นการตอบคำถามในข้อนั้นๆ เป็นต้น 2. เกมโชว์ประเภทบันเทิง เป็นรายการที่ให้ผู้ร่วมรายการเล่นเกมเพื่อแข่งขันชิงรางวัลโดยมุ่งเน้นให้ผู้ร่วมรายการและผู้ชมรายการได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ได้แก่ รายการ โหด มั่น ฮา ประเทศไทย Takeshi's Castle Thailand ซึ่งเป็นรายการเกมโชว์ที่ให้ผู้เข้าแข่งขัน ช่วยเหลือตัวประกันที่ถูกจับไป โดยแต่ละท่านจะต้องฝ่าด่านต่างๆ ที่อันตรายและสกรปรก โดยผู้ที่ผ่านเข้ารอบสุดท้ายจะต้องขับรถโดยให้ปืนฉีดน้ำเพื่อยิงกระดาศของฝ่ายศัตรูให้ขาด จึงเป็นการจบภารกิจ ผู้ชนะในแต่ละสัปดาห์จะได้เงินรางวัลตั้งแต่ 1 ล้านบาท หรือรายการ เลือกได้....ให้เด็ด The Choice Thailand ที่จะคัดสรรทั้งหญิงและชาย เพื่อมาแสดงความสามารถหรือลีลาเฉพาะของตัวเอง เพื่อเรียกให้ดารารับเชิญหันมา โดยจะต้องผ่านแต่ละด่าน ไปให้ได้ จนรอบสุดท้ายจะมีการเลือกผู้ชนะและจะได้ออกเดทกับดารานั้นๆ ในแต่ละสัปดาห์พร้อมรับเงินรางวัล หรือจะเป็นรายการ The Voice Thailand ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันที่เป็นการโชว์ทักษะการร้องเพลง เพื่อให้โค้ชทั้ง 4 คนหันมา โดยจะถูกแบ่งคัดสรรไปตามโค้ชที่เลือก และจะมีการแข่งขันเพื่อคัดออก จนรอบสุดท้ายเพื่อพิสูจน์ว่าใครจะเป็นตัวจริงเสียงจริงในแต่ละซีซั่น

รายการเกมโชว์มีหลายประเภทเพื่อให้ผู้ชมได้เลือกที่จะบริโภค และยังไปกว่านั้นรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศก็มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี เนื่องด้วยเพราะปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมต่างๆของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและค่านิยม อีกทั้งการแข่งขันในตลาดอุตสาหกรรมบันเทิงก็มีแนวโน้มว่าจะมีการแข่งขันที่สูงขึ้นในแต่ละปี จึงเป็นแนวคิดหลักที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเกี่ยวกับเรื่องการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครฯ โดยเลือกเพียง 2 รายการที่มีความแตกต่างกันในด้านการนำเสนอคือ รายการเซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย ที่เป็นรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศและเป็นการแข่งขันทำอาหารระดับประเทศ ซึ่งเป็นรายการเฉพาะกลุ่มเพื่อแสดงฝีมือและทักษะในด้านการทำอาหารและไม่มีของรางวัลใดๆในการดำเนินรายการ และรายการ โหด มั่น ฮา ประเทศไทย ที่เป็นรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ โดยให้ผู้เข้าแข่งขันตะลุยด่านต่างๆไป เพื่อให้ได้มาซึ่งเงินรางวัล โดยทั้ง 2 รายการมีความแตกต่างกันในด้านการนำเสนอและรูปแบบรายการถึงแม้จะเป็นรายการเกมโชว์เหมือนกัน ซึ่งเป็นของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์แห่งหนึ่ง โดยการศึกษาครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับองค์กรในการปรับปรุงและพัฒนารายการ อีกทั้งยังสามารถนำไปต่อยอดรายการเกมโชว์ของประเทศไทยต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์แห่งหนึ่งจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์แห่งหนึ่งจำแนกตามพฤติกรรมการรับชมรายการ

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมรายการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ชมรายการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ชมรายการที่มีพฤติกรรมการรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ชมรายการที่มีความถี่ในรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ชมรายการที่ได้รับสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยในด้านต่างๆ เพื่อศึกษาเจตคติที่มีผลต่อการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของสื่อโทรทัศน์ในยุคปัจจุบัน โดยกรอบแนวคิดในงานวิจัยเรื่องนี้ได้นำการวิจัยของรัชฎา โคลินคริสป์ (2548) จากบทความเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” โดยนำแนวคิดและผลการวิจัยมาประยุกต์เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์
2. ด้านการนำเสนอ
3. ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ
4. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาเจตคติของผู้ชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ

1.5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้รับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

1.5.2.1 ตัวแปรอิสระ คือ

1) ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา
- อาชีพ
- รายได้ต่อเดือน
- สถานภาพการสมรส

2) พฤติกรรมการรับชมรายการได้แก่

- รายการที่รับชม
- ความถี่ในรายการที่รับชม
- ผู้ร่วมรับชมรายการ
- บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ
- สื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ

1.5.2.2 ตัวแปรตาม คือ เจตคติที่มีต่อการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์แห่งหนึ่งได้แก่

- ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์
- ด้านการนำเสนอ
- ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ
- ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

1.5.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ระยะเวลาการดำเนินงานวิจัยและเก็บข้อมูลอยู่ระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ. 2558 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 รวมเป็นเวลา 2 เดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ ด้านช่องทางการนำเสนอ ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม เป็นต้น

1.1 เจตคติที่มีต่อเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ เช่น ความน่าสนใจของรูปแบบรายการ การให้ประโยชน์ด้านข้อมูลเพื่อนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการดำเนินชีวิต

1.2 เจตคติที่มีต่อช่องทางการนำเสนอ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อช่องทางการนำเสนอ เช่น ระบบแสง สี เสียงของรายการ จำนวนวัน – เวลาในการออกอากาศ ขนาดตัวอักษรของข้อความที่ผู้ชมรายการจะ ได้เห็นจากจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ

1.3 เจตคติที่มีต่อบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญเช่น บุคลิกภาพของผู้ดำเนินรายการ การแต่งกาย การใช้ภาษา น้ำเสียง การพูด กิริยา อารมณ์ รวมทั้งการแสดงความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้ดำเนินรายการที่มีต่อเนื้อหารายการ

1.4 เจตคติที่มีต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชม หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการมีส่วนร่วมในรายการ เช่น ผู้ชมสามารถแสดงความคิดเห็นต่อรายการและเรื่องราวต่างๆได้ รวมทั้งมีกิจกรรมให้เข้าร่วมกับรายการ

2. พฤติกรรมการรับชมรายการ หมายถึง ลักษณะการรับชมรายการเกมโชว์ในด้านต่างๆ ดังนี้ รูปแบบรายการที่รับชม ประเภทรายการที่รับชม ความถี่ในการรับชม จำนวนคนที่รับชมรายการ โอกาสในการรับชมรายการ ช่วงเวลาในการรับชมรายการ บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ เป็นต้น

2.1 รายการที่รับชม หมายถึง ประเภทของรายการเกมโชว์ที่รับชม โดยแบ่งตามประเภทของเนื้อหารายการและเวลาในการออกอากาศ เช่น รายการเซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย และรายการโหด มัน ฮา ประเทศไทย เป็นต้น

2.2 ความถี่ในการรับชม หมายถึง จำนวนครั้งที่รับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศภายใน 1 เดือน เช่น เดือนละ 1 ครั้ง เดือนละ 2 ครั้ง เดือนละ 3 ครั้ง หรือ ทุกอาทิตย์

2.3 ผู้ร่วมรับชม หมายถึง จำนวนผู้ชมที่รับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ เช่น รับชมกับครอบครัว แฟน เพื่อน หรือรับชมคนเดียว เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ หมายถึง บุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชม เช่น พิธีกร คารา ผู้ร่วมรายการจากทางบ้าน คณะกรรมการตัดสิน หรือครอบครัว เป็นต้น

2.5 สื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ หมายถึง สื่อต่างๆที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมเช่น การโฆษณารายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ทางสื่อออนไลน์หรือสื่ออื่นๆ อย่าง เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร

3. รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ หมายถึง รายการเกมโชว์ที่มีตัวแทนถือครองในประเทศไทย โดยเป็นการซื้อลิขสิทธิ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ในต่างประเทศเพื่อนำมาผลิตในรูปแบบของประเทศไทย ในงานวิจัยนี้หมายถึงรายการเซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย และ โหด มัน ฮา ประเทศไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร

2.3 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร

2.4 รูปแบบแนวคิดเรื่องรายการเกมโชว์ (Game Show) และก่อกำเนิตรายการ “เซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย” และ “โหด มัน ฮา ประเทศไทย”

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ

2.1.1 ความหมายของเจตคติ

Allport (1985 อ้างถึงใน นวลศิริเปาโรหิตย์. 2545) ได้ให้ความหมายของเจตคติว่าเป็นสภาวะของความพร้อมทางจิตใจซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้เป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาระหว่างบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง เจตคติสามารถเกิดขึ้นได้ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมในสังคม
2. การสร้างความรู้สึกรู้สึกจากประสบการณ์ของตนเอง
3. ประสบการณ์ที่ได้รับจากเดิม มีทั้งทางบวกและลบ จะส่งผลถึงเจตคติต่อสิ่งใหม่ที่คล้ายคลึงกัน

4. การเลียนแบบบุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญ และรับเอาเจตคตินั้นมาเป็นของตน

Belkin and Skydell (1979 อ้างถึงใน จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย.2549) ให้ความสำคัญ ของเจตคติว่าเป็นแนวโน้มที่บุคคลจะตอบสนองในทางที่พอใจหรือไม่พอใจต่อสถานการณ์ต่าง ๆ

เจตคติจึงมีความหมายสรุปได้ดังนี้

1. ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลังจากที่บุคคลได้มีประสบการณ์ในสิ่งนั้น ความรู้สึกนี้จึงแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

1.1 ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และสนับสนุน

1.2 ความรู้สึกในทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบ และไม่สนับสนุน

1.3 ความรู้สึกที่เป็นกลางคือไม่มีความรู้สึกใด ๆ

2. บุคคลแสดงความรู้สึกทางด้านพฤติกรรม ซึ่งแบ่งพฤติกรรมเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้ มีการกล่าวถึง สนับสนุน ทำท่างหน้าตาบ่งบอก ความพึงพอใจ

2.2 พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ ชอบหรือไม่ชอบก็ไม่แสดงออก

2.1.2 ประเภทของเจตคติ

เจตคติแบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. เจตคติในด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ (Affective Attitude) ประสบการณ์ที่คนได้สร้างความพึงพอใจและความสุขใจ จนกระทั่งทำให้มีเจตคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ตลอดจนเรื่องอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกัน

2. เจตคติทางปัญญา (Intellectual Attitude) เป็นเจตคติที่ประกอบด้วยความคิดและความรู้ เป็นแกน บุคคลอาจมีเจตคติต่อบางสิ่งบางอย่างโดยอาศัยการศึกษา ความรู้ จนเกิดความเข้าใจและมีความสัมพันธ์กับจิตใจ คืออารมณ์และความรู้สึกร่วม หมายถึง มีความรู้สึกจนเกิดความซาบซึ้งเห็นดีเห็นงามด้วย เช่น เจตคติที่มีต่อศาสนาเจตคติที่ไม่ดีต่อยาเสพติด

3. เจตคติทางการกระทำ (Action-oriented Attitude) เป็นเจตคติที่พร้อมจะนำไปปฏิบัติ เพื่อสนองความต้องการของบุคคล เช่น เจตคติที่ดีต่อการพูดจาไพเราะอ่อนหวานเพื่อให้คนอื่นเกิดความนิยม เจตคติที่มีต่องานในสำนักงาน

4. เจตคติทางด้านความสมดุล (Balanced Attitude) ประกอบด้วยความสัมพันธ์ทางด้านความรู้สึกและอารมณ์เจตคติทางปัญญาและเจตคติทางการกระทำ เป็นเจตคติที่สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจในการทำงาน ทำให้บุคคลสามารถทำงานตามเป้าหมายของตนเองและองค์กรได้

5. เจตคติในการป้องกันตัวเอง (Ego-defensive Attitude) เป็นเจตคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองให้พ้นจากความขัดแย้งภายในใจ ประกอบด้วยความสัมพันธ์ทั้ง 3 ด้าน คือ ความสัมพันธ์ด้านความรู้สึก อารมณ์ ด้านปัญญาและด้านการกระทำ

2.1.3 องค์ประกอบของเจตคติโดยทั่วไป

เจตคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งเรานั้น ๆ เพื่อเป็นเหตุผลที่จะสรุปความ และรวมเป็นความเชื่อ หรือช่วยในการประเมินค่าสิ่งเรานั้นๆ

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึกและอารมณ์ (Affective Component) เป็นองค์ประกอบด้าน
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความรู้สึก หรืออารมณ์ของบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งเร้า ต่างเป็นผลต่อเนื่องมาจากที่บุคคล ประเมินค่าสิ่งเร้า นั้น แล้วพบว่าพอใจหรือไม่พอใจ ต้องการหรือไม่ต้องการ ดีหรือเลว

องค์ประกอบทั้งสองอย่างมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งเจตคติบางอย่างจะประกอบด้วยความรู้ความ เข้าใจมาก แต่ประกอบด้วยองค์ประกอบด้านความรู้สึกและอารมณ์น้อย เช่น เจตคติที่มีต่องานที่ทำ ส่วนเจตคติที่มีต่อแฟชั่นเสื้อผ้าจะมีองค์ประกอบด้านความอารมณ์และความรู้สึกและอารมณ์สูง แต่ มีองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจต่ำ

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นองค์ประกอบทางด้านความ พร้อมหรือความ โน้มเอียงที่บุคคลประพฤติปฏิบัติ หรือตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทิศทางที่จะสนับสนุน หรือคัดค้าน ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อ หรือความรู้สึกของบุคคลที่ได้รับจากการประเมินค่าให้ สอดคล้องกับความรู้สึกที่มีอยู่

เจตคติที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือบุคคลหนึ่งบุคคลใด จะต้องประกอบด้วยทั้งสาม องค์ประกอบเสมอ แต่จะมีปริมาณมากน้อยแตกต่างกันไป โดยปรกติบุคคลมักแสดงพฤติกรรมใน ทิศทางที่สอดคล้องกับเจตคติที่มีอยู่แต่ก็ไม่เสมอไปทุกกรณี ในบางครั้งเรามีเจตคติอย่างหนึ่ง แต่ก็ ไม่ได้แสดงพฤติกรรมตามเจตคติที่มีอยู่ก็มี

2.1.4 คุณลักษณะของเจตคติ

เจตคติมีคุณลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. เจตคติเกิดจากประสบการณ์ สิ่งเร้าต่าง ๆ รอบตัวบุคคล การอบรมเลี้ยงดู การเรียนรู้ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดเจตคติ แม้ว่าจะมีประสบการณ์ที่ เหมือนกันก็เป็นเจตคติที่แตกต่างกันได้ ด้วยสาเหตุหลายประการ เช่น สติปัญญา อายุ เป็นต้น

2. เจตคติเป็นการเตรียม หรือความพร้อมในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า เป็นการเตรียมความ พร้อมภายในของจิตใจมากกว่าภายนอกที่สังเกตได้ สภาวะความพร้อมที่จะตอบสนอง มีลักษณะที่ ซับซ้อนของบุคคลว่า ชอบหรือไม่ชอบ ยอมรับหรือไม่ยอมรับ เกี่ยวข้องกับอารมณ์ด้วย

3. เจตคติมีทิศทางของการประเมิน ทิศทางของการประเมินคือลักษณะความรู้สึกหรืออารมณ์ ที่เกิดขึ้น ถ้าเป็นความรู้สึกหรือประเมินว่าชอบ พอใจ เห็นด้วย ก็คือเป็นทิศทางในทางที่ดี เรียกว่า เป็นทิศทางในทางบวก และถ้าประเมินออกมาในทางไม่ดี เช่น ไม่ชอบ ไม่พอใจ ก็มีทิศทางในทาง ลบ เจตคติทางลบไม่ได้หมายความว่าไม่ควรมีเจตคตินั้นเป็นเพียงความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

4. เจตคติมีความเข้ม คือมีปริมาณมากน้อยของความรู้สึก ถ้าชอบมากหรือไม่เห็นด้วยอย่าง มากก็แสดงว่ามี ความเข้มสูง ถ้าไม่ชอบเลยหรือเกลียดที่สุดก็แสดงว่ามีความเข้มสูงไปอีกทางหนึ่ง

5. เจตคติมีความคงทน เจตคติเป็นสิ่งที่บุคคลยึดมั่นถือมั่น และมีส่วนในการกำหนด พฤติกรรมของคนนั้น การยึดมั่นในเจตคติต่อสิ่งใดทำให้การเปลี่ยนแปลงเจตคติเกิดขึ้นได้ยาก

6. เจตคติมีทั้งพฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอก ซึ่งพฤติกรรมภายในเป็นสภาวะทาง จิตใจ ซึ่งหากไม่ได้แสดงออก ก็ไม่สามารถรู้ได้ว่าบุคคลนั้นมีเจตคติอย่างไรในเรื่องนั้น เจตคติเป็น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมภายนอกแสดงออกเนื่องจากถูกกระตุ้น และการกระตุ้นยังมีสาเหตุอื่น ๆ ร่วมอยู่ด้วย

7. เจตคติต้องมีสิ่งเร้าจึงมีการตอบสนองขึ้น ไม่จำเป็นว่าเจตคติที่แสดงออกจากพฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอกจะต้องตรงกัน เพราะก่อนแสดงออกนั้นก็จะต้องปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพของสังคม แล้วจึงแสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอก

2.1.5 การเกิดและการเปลี่ยนแปลงเจตคติ

เจตคติเกิดจากการมีประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมหากประสบการณ์ที่เราได้รับเพิ่มเติมแตกต่างจากประสบการณ์เดิม เราก็อาจเปลี่ยนแปลงเจตคติได้ การเปลี่ยนแปลงเจตคติมี 2 ทาง

1. การเปลี่ยนแปลงในทางเดียวกัน (Congruent Change) หมายถึง เจตคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกจะเพิ่มมากขึ้นในทางบวก แต่ถ้าเจตคติเป็นไปในทางลบก็เพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย

2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง (Incongruent Change) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเจตคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกจะลดลงและไปเพิ่มทางลบ

หลักการของการเปลี่ยนแปลงเจตคติ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หรือการเปลี่ยนแปลงไปคนละทางนั้น มีหลักการว่า เจตคติที่เปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกันเปลี่ยนได้ง่ายกว่าเจตคติที่เปลี่ยนแปลงไปคนละทาง เพราะการเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกันมีความมั่นคง ความคงที่มากกว่าการเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง การเปลี่ยนแปลงเจตคติเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่อไปนี้

1. ความสุดขีด (Extremeness) เจตคติที่อยู่ปลายสุดเปลี่ยนแปลงได้ยากกว่าเจตคติที่ไม่รุนแรงนัก เช่น ความรักที่สุดและความเกลียดที่สุดเปลี่ยนแปลงยากกว่าความรักและความเกลียดที่ไม่มากนัก

2. ความซับซ้อน (Multicomplexity) เจตคติที่เกิดจากสาเหตุเดียวกันเปลี่ยนได้ง่ายกว่าเกิดจากหลาย ๆ สาเหตุ

3. ความคงที่ (Consistency) เจตคติที่มีลักษณะคงที่มาก หมายถึงเจตคติที่เป็นความเชื่อฝังใจเปลี่ยนแปลงยากกว่าเจตคติทั่วไป

4. ความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่อง (Interconnectedness) เจตคติที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะที่เป็นไปในทางเดียวกันเปลี่ยนแปลงได้ยากกว่าเจตคติที่มีความสัมพันธ์ไปในทางตรงกันข้าม

5. ความแข็งแกร่งและจำนวนความต้องการ (Strong and Number of Wants Served) หมายถึงเจตคติที่มีความจำเป็นและความต้องการในระดับสูง เปลี่ยนแปลงได้ยากกว่าเจตคติที่ไม่แข็งแกร่งและไม่อยู่ในความต้องการ

6. ความเกี่ยวข้องกับค่านิยม (Centrality of Related Values) เจตคติหลายเรื่องเกี่ยวเนื่องจากค่านิยมความเชื่อที่ค่านิยมนั้นดีน่าปรารถนาและเจตคติสืบเนื่องมาจากค่านิยมขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยที่ที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค ถึงแม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์ เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน เพราะมนุษย์อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และ เพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่าง ๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ยุพดี จิตติกุลเจริญ. 2537)

ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ Atkin, & Charles k. (1973) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้นข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ. 2533)

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมกาสื่อสารของแต่ละบุคคล ว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

Klapper, J.T., (1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคล จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่งเช่นการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์

ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เห็นไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือเป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของ ผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากนี้จะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น Todd Hunt and Brent d. Ruben(1993อ้างถึงในประมธ สดะเวทิน.2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

ความต้องการ(Need) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการ ซึ่งความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็น

ความรู้สึกรู้สึกว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคนซึ่งเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

ความสามารถ (Capability) เพราะความสามารถของคนเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่งสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ส่วนขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการ เปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันคือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่คนเราแต่ละคนมีความ แตกต่าง เฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้าน โครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพ แวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับ สติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆก็ตาม

นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ Wilbur Schramm (1973) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสาระและประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและสภาพจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน
6. ด้านบุคลิกภาพ จะทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. ด้านอารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของ ข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

Wilbur Scharm (1973) กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่จะได้ (Promise of reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสารประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้นอาจมีสาเหตุอื่น ๆ อีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ตลอดจนสถานะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

สำหรับความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้น Samuel L. Becker (1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สว่นไวสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหา ข้อมูลเมื่อต้องการ ให้มีความคล้อยคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับ ข่าวสารเพื่อทราบ ข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่ อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ

การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้นมี นักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

Friedson Riley and Flowerman (1951) มีความเห็นแนวเดียวกันว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ ยอมรับของสมาชิก ภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจเปิดรับสื่อจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อ ตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้ Merton Wright & Waples, n.d. (1960 อ้างถึงใน กองสุขศึกษา. 2553) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็น ตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้นย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพทาง สังคมของผู้รับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่ง ของสังคม

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการเลือกรับข่าวสาร หรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้น สามารถจำแนกวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ประการคือ (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร. 2533)

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อ ความต้องการและความอยากรู้
2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความ เร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน
3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคย หรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่นการใช้ภาษาร่วมสมัย เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยง คนรอบข้าง
4. การผละสังคัม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อ หลีกเลี่ยงงานประจำ หรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

McCombs and Becker (1979) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับ ข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ

1. เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้คนเป็นที่ทันเหตุการณ์ ทันสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เพื่อการตัดสินใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องชีวิตประจำวัน

3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบ ๆ ตัว

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544) คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน Rogers and Shoemaker (1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้(เสถียร เขยประทับ, 2525)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540) ตัวอย่างของ สื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปลิวิ คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคล แต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

2.3 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร

สื่อมวลชน (Mass Communication) คือรูปแบบของการสื่อสารที่กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ที่มีความหลากหลายและไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักอยู่ในสังคมเดียวกันหรือมีประสบการณ์ร่วมกันมาก่อนผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจ ในการรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย (Shirley Biagi, 2003)

1. อายุ เป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคลเป็นลักษณะประจำตัวบุคคลที่สำคัญมากในการศึกษาและวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์ โดยอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาและข่าวสารรวมถึงการรับรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน การมีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกัน หรืออีกประการหนึ่งคืออายุจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆ เช่น เรื่องการเมืองความสนุกสนาน การเตรียมตัวสร้างอนาคต เป็นต้น นอกจากนี้ก็จะชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มคนที่มียุวัยต่างกันอันเนื่องมาจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัยที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคล

จากการศึกษาของ Torrance (1964 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) เรื่องความคิดละเอียดลออ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความคิดสร้างสรรค์ พบว่า อายุที่เพิ่มขึ้นของเด็กจะทำให้มีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้น อายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่

มีอายุน้อยและบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่ขึ้นต้นการวิจัย
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตนเองมีอายุมากขึ้น Myer Myer (1999 อ้างถึงใน สุชา จันทรเฒ. 2544)

2. เพศลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใดๆ ก็ตาม จะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และ ประชากรเพศหญิง (Female) ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีจำนวนที่ใกล้เคียงกันเพราะธรรมชาติได้สร้างความสมดุลทางเพศมาให้กับประชากรทุกกลุ่มเพศ เป็นปัจจัยพื้นฐานด้านร่างกายที่แตกต่างกันของบุคคล เป็นสถานภาพที่มีมาแต่กำเนิดของบุคคล เมื่อเป็นสมาชิกของกลุ่ม เพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ตลอดจนพัฒนาการต่างๆ ในแต่ละช่วงวัยก็มีความแตกต่างกันด้วย ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดจากการรับข่าวสารนั้นด้วย Wilo Goidhaborsadore and Yates (2002 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. 2546)

Mckee (1962 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. 2546) ศึกษาพบว่า ผู้ชายมีความสามารถทางการจำรูปทรงสิ่งของได้ แม้ว่าจะตั้งพลิกแพลงในท่าต่างๆ หรือสามารถที่จะเห็นความสัมพันธ์ของ Space – form ในจินตนาการได้ ส่วน Patel and Gordon (1960 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. 2546) ศึกษาพบว่า เด็กหญิงมีแนวโน้มที่จะสามารถคล้อยตามผู้อื่น หรือถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าเด็กชาย สอดคล้องกับการวิจัยของ Kimber (1974 อ้างถึงใน สุชา จันทรเฒ. 2544) ที่ศึกษาพบว่า เด็กหญิงสามารถรับสารและเลียนแบบพฤติกรรมบุคลิกภาพของผู้อื่นได้ง่ายกว่าเด็กชาย ผลการศึกษาและวิจัยของ Bennett And Cohen (1959 อ้างถึงใน สุรางค์ไคว้ ตระกูล. 2541) ที่ศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของความแตกต่างกันระหว่างเพศชายกับเพศหญิงยังพบว่า เพศชายมีความคิดหนักแน่นมากกว่าความคิดของเพศหญิง แต่เพศหญิงจะมีความละเอียดอ่อนและรอบคอบในด้านความคิดมากกว่าเพศชายซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารและการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในขั้นต่อไปอีกด้วย

3. ระดับการศึกษาในที่นี้หมายถึงระดับการศึกษาที่ได้รับจากสถาบันการศึกษา และที่ได้รับจากประสบการณ์ของชีวิต การศึกษาบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้พูดสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้

การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกเช่นกัน นอกจากนี้ปรมะ สตะเวทิน (2546) ยังได้กล่าวว่าการศึกษาคือลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน บุคลิกที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่ต่างกัน จึงมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมจะเป็นเครื่องชี้ถึงเรื่องที่ถูกกลุ่มจะสนใจรับรู้ข่าวสารบุคคลที่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันทั้งการประกอบอาชีพ รายได้ ศาสนา รวมไปถึงสถานภาพสมรสย่อมส่งผลต่อการรับสารที่แตกต่างกันด้วย (ซีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, 2551)

ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและครอบครัว รายได้ของบุคคลแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญแสดงถึงการมีศักยภาพในการดูแลตนเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการรับรู้ เรียนรู้ ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง

5. อาชีพและลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ฟัง ลักษณะอาชีพหรือลักษณะแห่งการรวมกลุ่ม จะบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคล ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร เรื่องที่กลุ่มผู้ฟังสนใจเช่น กลุ่มชานาก็จะสนใจเกี่ยวกับเรื่องข้าว ราคาข้าว ปุ๋ย เป็นต้น ในบางกรณีคนที่มีอาชีพอย่างหนึ่งแต่อาจจะไปรวมกลุ่มกับคนที่มีอาชีพหนึ่งก็ได้ ซึ่งก็จะทำให้ความสนใจของเขาขยายวงกว้างออกไป

6. ศาสนาหรือกลุ่มความเชื่อในศาสนา เช่น ศาสนาพุทธ อิสลาม หรือศาสนาคริสต์ หรืออื่นๆ ย่อมมีแนวคิด วัฒนธรรม ประเพณี และหลักการในการคิดตัดสินใจต่อการรับสารแตกต่างกันตามรายละเอียดปลีกย่อยของศาสนา ดังนั้นการสื่อสารหรือถ่ายทอดข้อมูลโดยการพิจารณาความแตกต่างทางศาสนาย่อมเป็นผลดีในการสามารถสื่อสารให้แก่ผู้รับสารได้อย่างถูกต้องและตรงกับความต้องการของผู้รับสารมากที่สุด

7. สถานภาพสมรส หมายถึง การครองเรือนซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น คนโสด สมรส หม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ ลักษณะความแตกต่างด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อถือทางด้านศาสนา ย่อมมีอิทธิพลต่อสถานภาพการสมรส ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ข่าวสาร สถานภาพสมรสของบุคคลจะบ่งบอกถึงควมมีอิสระในการตัดสินใจและอิทธิพลต่อกระบวนการคิดการวิเคราะห์ ข้อมูลข่าวสาร สตรีที่สมรสแล้วและสตรีที่ยังโสดย่อมมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันอันเนื่องมาจากสภาพครอบครัว และอิทธิพลของจำนวนบุคคลรอบข้าง

2.4 รูปแบบแนวคิดเรื่องรายการเกมโชว์ (Game Show) และก่อกำเนิดรายการ “เซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย” และ “โหด มัน ฮา ประเทศไทย”

ชัยยงค์ พรหมวงศ์นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ (2547) อธิบายความรู้เรื่องรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ สรุปได้ดังนี้

1. รายการพูดคุย (Talk Programme) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชม โดยการหยิบยกเอา ประเด็นเกี่ยวกับข่าวสาร ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ สารคดีความรู้ หรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ในสหรัฐอเมริกา นิยมเรียกว่ารายการทอล์คโชว์ (Talk Show) ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุย มีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลักและมีภาพประกอบเพื่อจะได้ไม่เห็นหน้าผู้พูดตลอดรายการ ในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่น ๆ มาผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิง ซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรี แสดงตลก หรือแสดงมายากล เพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น โดยที่ถือว่าการพูดคุยเป็นจุดเด่นกว่า รายการพูดคุยจะมีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่จะทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูดและการนำเสนอเนื้อหาของรายการ สามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ

2. รายการสนทนา (Conversational Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีคนมาพูดคุยกัน 2 หรือ 3 คน โดยมีคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการ หรือดำเนินการสนทนา ส่วนบุคคลที่เหลือจะเป็นผู้ร่วมสนทนา ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่นำการสนทนา และคอยควบคุมการสนทนาให้เป็นไปตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของรายการคอยเชื่อมโยงประเด็นการสนทนา เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความสับสนกับประเด็นที่สนทนาผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยการพูดคุย กับผู้ร่วมรายการในขณะเดียวกันก็ต้องคอยพูดคุยกับผู้ชมรายการด้วย โดยเฉพาะในช่วงต้น ที่ต้องเปิดประเด็นการสนทนาและช่วงท้ายที่ต้องสรุปประเด็นการสนทนา รายการสนทนา แตกต่างกับรายการพูดคุยกล่าวคือรายการพูดคุยเป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรงในขณะที่รายการสนทนามิใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง แต่เป็นการสนทนากันระหว่างผู้ร่วมรายการการนำเสนอรายการสนทนาที่ดี มิใช่เพียงการนำเสนอภาพผู้ร่วมสนทนาตัดสลับกันไปมาเท่านั้น หากแต่ควรจะต้องมีภาพเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือประเด็นที่กำลังสนทนามาตัดต่อประกอบกับรายการด้วย

3. รายการอภิปราย (Discussion Programme) เป็นรูปแบบรายการพูดคุยลักษณะหนึ่ง แต่ไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง หากแต่เป็นการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินการอภิปราย หรือผู้ดำเนินรายการกับผู้ร่วมรายการ ซึ่งอาจจะมีตั้งแต่ 2-4 คน ผู้ร่วมรายการมักจะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ ความสามารถมีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญหรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้ออภิปราย ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชิญมาร่วมรายการแต่ละครั้งควรมีความหลากหลายเพื่อผู้ชมจะได้รับรู้ในทรรศนะหรือมุมมองที่แตกต่างกันไป โดยหัวข้อที่หยิบยกมาอภิปรายในรายการ ควรเป็นหัวข้อที่กำลังเป็นที่สนใจ ของสังคมในขณะนั้น ซึ่งผู้จัดรายการ จะต้องเป็นผู้กำหนดขึ้นมา ผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้ทำหน้าที่พูดกล่าวนำถึงหัวข้อที่หยิบยกมาอภิปราย คอยป้อนประเด็นคำถามให้ผู้ร่วมรายการแต่ละคน ได้ร่วมแสดงทรรศนะคติและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทีละคน อย่างมีกติกาและมารยาทและต้องคอยควบคุมการอภิปรายให้อยู่ในขอบเขตของประเด็นที่กำหนดไว้ ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่เป็น

เพียงผู้นำการอภิปรายและสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปราย ในช่วงจังหวะที่เหมาะสมเท่านั้นจะ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ร่วมแสดงทรรศนะและความคิดเห็นเหมือนรายการสนทนา วัตถุประสงค์ของรายการอภิปรายส่วนใหญ่ต้องการให้เป็นเวทีแสดงทรรศนะหรือความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่างผู้ร่วมรายการหากเป็นรายการอภิปรายที่ถ่ายทอดสด (Live) อาจเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยหัวข้อหรือประเด็นที่อภิปราย มักเป็นเรื่องที่มีสาระทางวิชาการและเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ไม่เป็นเรื่องไร้สาระ

4. รายการสัมภาษณ์ (Interview Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีบุคคล 2 คนหรือมากกว่ามาร่วมพูดคุยซักถามปัญหา ข้อสงสัย หรือชี้แจงข้อเท็จจริง ตามหัวข้อที่กำหนดในแต่ละรายการ โดยมีผู้ดำเนินรายการ 1 คน ทำหน้าที่สัมภาษณ์หรือซักถาม และผู้ร่วมรายการหรือผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ตอบหรือชี้แจงข้อเท็จจริงต่อข้อคำถาม ซึ่งอาจจะมีจำนวนมากกว่า 1 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเวลาและขอบข่ายเนื้อหาของหัวข้อที่สัมภาษณ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด

5. รายการสาธิตและทดลอง (Demonstration and Experimental Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอด้วยการอธิบายกรรมวิธี เทคนิค วิธีการ กระบวนการและขั้นตอน หรือรายละเอียดอื่น ๆ ของการกระทำหรือการประดิษฐ์สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ด้วยการนำเสนอภาพและเสียงประกอบการสาธิตและทดลองในแต่ละเทคนิค แต่ละวิธีการหรือแต่ละขั้นตอนที่เป็นรูปธรรม สามารถนำไปปฏิบัติหรือทำได้จริง เช่น การสาธิตการเสริมสวย การทำผม การแต่งหน้า การสาธิตการปรุงอาหาร การสาธิตการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น

6. รายการข่าว (News Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์ เรื่องราวข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น ที่น่าสนใจ มีความสดใหม่ มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่น ๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศ การอ่านคำบรรยายข่าว ประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าว การรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์ โดยผู้สื่อข่าว หรือผู้รายงานข่าว ในสถานที่จริง หรือลักษณะอื่น ๆ

7. รายการสารคดี (Documentary Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นจริงหรือมีพื้นฐานอยู่บนข้อเท็จจริง ไม่ใช่จากเรื่องที่แต่งขึ้นหรือจากนวนิยาย หรือจากจินตนาการ ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่ผูกพันกับเหตุการณ์และบุคคลจริง เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับมนุษย์ อย่างไรก็ตามแม้จะเป็นการนำเสนอเรื่องจริง แต่การนำเสนอจะต้องมีลักษณะสร้างสรรค์ไม่ใช่ลอกเลียนแบบจากของจริงทั้งหมดโดยไม่มีการตกแต่ง การนำเสนอเนื้อหาสาระ ในรายการสารคดีโดยทั่วไป อาจเสนอด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการ โดยไม่มีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวเพื่อคอยพูดเกริ่นนำหรือเชื่อมโยงรายการ หรืออาจมีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวและทำหน้าที่พูดนำเข้าสู่รายการ คอยพูดเชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วงแต่ละตอน และคอยพูดสรุปในช่วงท้ายของรายการ

8. รายการละคร (Drama Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวโดยใช้การแสดงตามบทบาทในเรื่องราวที่แต่งขึ้นหรือดัดแปลงจากเรื่องจริง เพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับสาระ

ข้อคิด คติเตือนใจ และความบันเทิงไปสู่ผู้ชมรายการ โดยอาศัยองค์ประกอบและเทคนิคทางการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ละคร ศิลปะการแสดง เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อลำดับภาพ และการให้เสียงดนตรีและเสียงประกอบ เพื่อให้เรื่องราวมีความสมจริงสมจัง ผู้ชมชมแล้วมีอารมณ์ร่วม และเกิดความรู้สึกคล้อยตาม

9. รายการสารคดีละคร (Docudrama Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอโดยอาศัยรูปแบบสารคดีผสมผสานกับรูปแบบละคร เป็นนำเอารูปแบบของละครมาใช้เพื่อสื่อความหมาย ถ่ายทอดสาระความรู้ หรือสะท้อนปัญหาต่าง ๆ โดยการผูกเรื่องราวเป็นละครที่สะท้อนให้ผู้ชมตระหนักและรับรู้ถึงปัญหา สาเหตุของปัญหา และอาจรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ทำหน้าที่เกริ่นนำ อธิบายหรือขยายสาระ และสรุปประเด็น

10. รายการเพลง (Music Programme) เป็นรายการที่นำเสนอเพลงหรือการแสดงดนตรี ซึ่งสามารถจัดนำเสนอในลักษณะเป็นเพลง ที่มีภาพประกอบเป็นเรื่องราวตามเนื้อหาของเพลงที่เรียกว่า มิวสิก วิดีโอ (Music Video) หรือเป็นการจัดแสดงดนตรีที่เรียกว่าการแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งอาจจะเป็นการบันทึกเทปโทรทัศน์ไว้ล่วงหน้าก่อนออกอากาศแพร่หลาย หรือเป็นการถ่ายทอดสด โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้พูดเปิดนำรายการ พูดเชื่อมโยงเข้าสู่เพลงหรือการแสดงดนตรีของนักร้อง และพูดปิดรายการ

11. รายการนิตยสาร (Magazine Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่หลากหลาย ซึ่งอาจจัดแบ่งเป็นเรื่อง ย่อยต่างกันหลาย ๆ เรื่อง แต่ละเรื่องจะเป็นแนวเดียวกัน หรือต่างแนวกันก็ได้ และใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายในรายการเดียวกัน เช่น อาจเริ่มด้วยรายการเพลง สลับด้วยรายการสัมภาษณ์ รายการสารคดี รายการสนทนา หรือรายการละคร แต่สิ่งสำคัญของรูปแบบนิตยสารก็คือ การเชื่อมโยงหรือการร้อยเรียงแต่ละเรื่องย่อยหรือแต่ละตอนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความสอดคล้องและกลมกลืนกัน

12. รายการปิกนิกะ (Variety Programme) หรือที่นิยมเรียกว่ารายการวาไรตี้ (variety) เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิง หลายเรื่อง หลายรส โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายคล้าย ๆ กับรายการนิตยสารต่างกันเพียงรายการ ปิกนิกะไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยง หรือร้อยเรียงแต่ละช่วงแต่ละตอนของรายการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รายการปิกนิกะจึงมีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการนำเสนอด้วยความมุ่งหวังที่จะสร้างความ พึงพอใจ สร้างความสนุกสนานบันเทิงเรริงใจ ให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่มีความชอบแตกต่างกัน รูปแบบรายการที่มักปรากฏในรายการปิกนิกะได้แก่ รายการแสดงดนตรีและร้องเพลง รายการแสดงตลกหรือละครตลกเบาสมองรายการสัมภาษณ์นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง พร้อม การแสดงความสามารถพิเศษ ฯลฯ และองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างสรรค์รายการปิกนิกะก็คือพิธีกรประจำรายการผู้ทำหน้าที่เหมือนตัวแทนของผู้ชมรายการ ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในด้านการนำเสนอ มีไหวพริบดี แก้ปัญหาเฉพาะหน้าเก่งและมีบุคลิกภาพเหมาะสม

กับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. รายการเกมโชว์ (Game Show Programme) เป็นรูปแบบรายการที่จัดให้มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ร่วมรายการด้วยการเล่นเกม หรือตอบปัญหาที่ผู้จัดรายการกำหนดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของกฎและกติกาที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เกมหรือกิจกรรมที่จัดอาจเป็นการแข่งขันทางร่างกาย หรือใช้สติปัญญาระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขัน ฝ่ายชนะจะได้รับรางวัลเป็นเงินหรือของรางวัลที่มีมูลค่าจำนวนมาก ในขณะที่ผู้แพ้จะได้รับเงินหรือของรางวัลตอบแทน โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้อธิบายชี้แจงกติกาขอคำแนะนำและควบคุมการแข่งขัน ให้เกิดความสนุกสนานและยุติธรรม ในกรณีที่เป็นการแข่งขันตอบปัญหาโดยตรงอาจเรียกว่าเป็นรายการตอบปัญหา (Quiz Programme) ซึ่งมักเป็นการทดสอบความรู้หรือเชาว์ปัญญาในเรื่องต่าง ๆ

14. รายการสปอต (Spot Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่ผ่านกระบวนการผูกเรื่องและเรียบเรียงให้สั้นกะทัดรัด และใช้ศิลปะการนำเสนอด้วยภาพและเสียง ที่สอดคล้อง และกลมกลืนกับเนื้อหาสาระโดยใช้ระยะเวลารวมทั้งสิ้น 30-60 วินาที วัตถุประสงค์ของการนำเสนอในรูปแบบสปอตวิทยุโทรทัศน์ก็เพื่อจะตอกย้ำซ้ำเติมด้วยการออกอากาศการแพร่ภาพบ่อยครั้ง เช่น สปอตประชาสัมพันธ์ สปอตโฆษณา หรือสปอตตรณรงค์ในเรื่องราวหรือประเด็นปัญหาหนึ่งของสังคม ซึ่งผู้รณรงค์ต้องการ โน้มน้าวหรือชักจูงใจ ให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ และร่วมมือกันปฏิบัติตาม

“เชฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย”

รายการเชฟกระทะเหล็กประเทศไทย เป็นการผลิตและสร้างสรรค์โดยบริษัท เฮลิโคเนียเอช กรุ๊ป จำกัด ซึ่งได้นำลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมาร่วมผลิตกับฟูจิทีวี โดยรายการเชฟกระทะเหล็กประเทศไทยเป็นรายการแข่งขันการทำอาหาร เพื่อค้นหาเชฟเก่งที่สุดในประเทศไทย

โดยคุณชาคริต แย้มนาม ได้เป็นผู้ดำเนินรายการ และยังมีคุณสันติ เสวตวิมล ซึ่งรับหน้าที่เป็นประธานในการสรรหาวัตถุดิบ หม่อมหลวงภาสกร สวัสดิวัตน์ ซึ่งรับหน้าที่เป็นพิธีกรร่วมในรายการ รวมถึงคุณไดอาน่า จงจินตนาการ และคุณบอล เชิญยิ้ม ที่รับหน้าที่เป็นพิธีกรภาคสนาม และคุณโป๊ว ณัฐพงษ์ สมรรถเสวี ดีเจชื่อดังซึ่งรับหน้าที่เป็นผู้พากย์รายการเชฟกระทะเหล็กประเทศไทย

รายการเชฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย ออกอากาศทุกคืนวันพุธ เวลา 23.00 – 01.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

“โหด มั่น ฮา ประเทศไทย”

รายการ โหด มั่น ฮา ประเทศไทย เป็นรายการลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศญี่ปุ่น โดยทางบริษัท เฮลิโคเนีย เอช กรุ๊ป จำกัด ได้เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์ในการ

สร้างสรรค์และผลิตรายการนี้ โดยรายการ “โหด มั่น ฮา (ประเทศไทย) Takeshi's Castle Thailand เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมายและไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฟรีเซ็นเต็ด บาย โออิชิ กรีนที” ได้ถูกสร้างขึ้นบนพื้นที่กว่า 1500 ไร่ ในอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ซึ่งจะประกอบไปด้วยเกมหรือบททดสอบกว่า 20 เกม เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันได้ร่วมสนุก

โดยทางรายการได้มีเงินรางวัลสูงสุดถึง 35 ล้านบาท โดยในสัปดาห์แรกเงินรางวัลจะอยู่ที่ 1 ล้านบาท แต่หากไม่มีผู้กล้าคนใดพิชิตปราสาททาเคชิได้ เงินรางวัลจะถูกทยอยลดในสัปดาห์ต่อไป และเงินรางวัลจะถูกเพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆสัปดาห์ละ 1 ล้านบาท จนกว่าจะมีผู้กล้าพิชิตปราสาททาเคชิได้ หากสัปดาห์ใดมีผู้กล้าสามารถพิชิตปราสาททาเคชิได้ สัปดาห์ถัดไป เงินรางวัลจะถูกเริ่มใหม่ที่ 1 ล้านบาท และในกรณีที่พิชิตเงินรางวัลได้ ผู้กล้าที่เข้าสู่ด่านสุดท้ายทั้งหมดจะได้รับเงินรางวัลในจำนวนที่เท่ากัน เช่น ในสัปดาห์ที่เงินรางวัลอยู่ที่ 15 ล้านบาท และมีผู้กล้าที่เข้าสู่รอบพิชิตปราสาททาเคชิ 3 คน ผู้กล้าทั้ง 3 คน จะได้รับเงินรางวัลคนละ 5 ล้านบาท

ทั้งนี้ยังได้ดารานักแสดงระดับแนวหน้าของประเทศไทยมาร่วมเป็นพิธีกรประจำรายการมากมายเช่น คุณไนต์ เชิญยิ้ม รับบทเป็น “ท่านโชกุนทาเคชิ” ที่มีสมุนซ้ายและขวาอย่าง “เสนาบดีค่อมมู” รับบทโดย คุณค่อม ชวนชื่น และ “อำมาตย์บอนรี” รับบทโดย คุณบอล เชิญยิ้ม และ “นินจาเฟอร์จิง” รับบทโดย ไบเฟิร์น-พัศกร พลบูรณ์ และเป็นการรับงานพิธีกรร่วมกันครั้งแรกของ ชาคริต แย้มนาม และ วุ่นเสี้ยน-วิริดิพา ภักดีประสงค์ โดยทั้งสองจะมารับบทเป็น “นายพลชาคริตโตะ” และ “องค์หญิงวูเซนโก๊ะ”

“โหด มัน ฮา (ประเทศไทย) Takeshi's Castle Thailand ฟรีเซ็นเต็ด บาย โออิชิ กรีนที” จะออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก7 สี และ ช่อง 7HD ทุกวันอาทิตย์ เวลา 14.45น. -16.30น.

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนุชิต มุราธาทิพย์ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสืบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมรายการตีสืบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สำหรับพฤติกรรมในการชมรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการชมรายการบ่อยประมาณ 3 ครั้งต่อเดือน และชมเป็นเวลานานกว่า 8 เดือนขึ้นไป โดยตั้งใจชมมากแต่เปลี่ยนช่องเมื่อมีโฆษณา กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการอยู่ในระดับดีมาก และมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมเพื่อความเพลิดเพลินและความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ทันโลก

อิสราวดิ ชำนาญกิจ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์” พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน นักศึกษา มีอายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง พื้นฐานความรู้อยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มี

รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ในส่วนการรับชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์มากกว่า 4 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่เปิดชมรายการ คือ 18.00-20.00น. และ 21.00-24.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมจำนวนมากใกล้เคียงกัน ส่วนรายการที่สนใจนั้น ส่วนใหญ่สนใจติดตามชมรายการข่าว โดยเฉพาะข่าวประจำวันและวิเคราะห์ข่าว มีการรับชมรายการการเมืองค่อนข้างบ่อยแต่ไม่ทุกวัน รายการการเมืองที่มีกลุ่มตัวอย่างสามารถเอ่ยเป็นชื่อแรกคือ รายการข่าวช่อง 7 สี ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดและสถานีโทรทัศน์ที่ติดตามชมรายการด้านการเมืองมากที่สุด คือ ช่อง ITV การศึกษาทัศนคติทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเมืองในแง่บวก โดยภาพรวมมีความเข้าใจการเมืองค่อนข้างสูง

การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดชมรายการด้านการเมืองโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกิดการเรียนรู้ มีความรู้ทางการเมืองที่ใหม่ ทันสมัย และมีผลกระทบต่อวิถีของตนโดยตรง กลุ่มตัวอย่างสามารถทบทวนความรู้ทางการเมืองได้รับประโยชน์จากข้อมูลที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้เรื่องการเมืองที่เข้าใจง่าย ไม่เครียด ให้ความเพลิดเพลินสนุกสนาน เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

ชิตติมา ปิยะศิริศิลป์ (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์รายการสารคดีพัฒนาชุมชน” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 26 ปีจนถึง 71 ปี เกือบครึ่งมีการศึกษาระดับประถมศึกษา สองในสามมีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท และมีอาชีพรับจ้าง รองลงมาหนึ่งในสามเป็นเกษตรกร มากกว่าครึ่งไม่มีอาชีพเสริม แต่งงานแล้วมีสภาพทางสังคม ด้านความพึงพอใจต่อการรับชมรายการสารคดีพัฒนาชุมชน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเทคนิคอยู่ในเกณฑ์พอใจมากเกี่ยวกับการถ่ายภาพคมชัด ภาพสวยงาม การเปิดรายการมีเสียงดนตรีประกอบ และความต่อเนื่องของภาพ มีความพึงพอใจในด้านการดำเนินรายการอยู่ในเกณฑ์สูงมากในสามเรื่อง คือ เรื่องที่นำมาเสนอได้น่าสนใจ การใช้ภาษาในรายการเข้าใจง่าย และผู้ดำเนินรายการพูดจาคล่องแคล่ว

สุณี อธินันทนากกร (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวของ Modernine Television ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวของ Modernine Television ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 18-27 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพค้าขายหรือกิจการส่วนตัว และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อรายการข่าวของ Modernine Television ในด้านความน่าเชื่อถือของข่าวอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนในด้านบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าว กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าผู้ประกาศข่าวมีบุคลิกภาพในระดับดี นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น โดยส่วนใหญ่ชมรายการข่าวของช่อง 3 บ่อยที่สุด รองลงมาคือ ช่อง 7 และช่องอื่นได้ ได้แก่ UBC

รัชฎา โคลินกริปส์ (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 39 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 30,000 บาท สำหรับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ผู้ชมมีความพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้านยกเว้นวิธีการนำเสนอ ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ชมที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชมที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความถึงพอใจต่อการชมรายการแตกต่างกันในทุกด้าน ส่วนผู้ชมที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันทุกด้าน ยกเว้นด้านวิธีการนำเสนอมีความถึงพอใจไม่แตกต่างกัน

จุฑามาศ ตนเจริญสุข (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมละครก่อนข่าว (18.45 น.) ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ในเขตกรุงเทพมหานคร” จากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 385 คนพบว่าพฤติกรรมการชมละครของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 15 – 20 ปีสถานภาพโสดมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษาโดยผู้ชมละครส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการชมละครด้านความถี่ในการชม 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนพฤติกรรมการชมละครด้านระยะเวลาในการชม 32 - 33 นาทีต่อครั้งซึ่งผู้ชมส่วนใหญ่จะชมละครกับสมาชิกในครอบครัวและในช่วงเวลา 18.45-19.45 น. ทั้งนี้ผู้ชมละครมักชมรายการละครทางช่อง 3

ส่วนผลการวิจัยด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่างๆที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการชมละครของกลุ่มตัวอย่างการวิจัยนั้นพบว่า ปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของละครประเภท โรแมนติก เมื่อเทียบกับละครโทรทัศน์ช่องอื่น ละครชีวิตต้องสู้ และประเภทละครตลก ปัจจัยด้านการเลือกนักแสดงที่เหมาะสมกับบท และความสามารถในการแสดง ปัจจัยด้านผู้กำกับที่มีความสามารถเมื่อเปรียบเทียบกับช่องอื่น และประสพการณ์ของผู้กำกับ ปัจจัยด้านเพลง/ทำนองประกอบละครที่มีความสอดคล้องกับเนื้อหา ตลอดจนปัจจัยด้านแรงจูงใจการชมละคร โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมละครก่อนข่าว ในด้านระยะเวลาในการชมละคร(นาทีต่อครั้ง) ปัจจัยด้านการเลือกนักแสดงที่เหมาะสมกับบท รูปร่างหน้าตานักแสดง ความสามารถในการแสดง และการเลือกนักแสดงที่อายุเหมาะสมกับบทที่ได้ ปัจจัยด้านการเลือกบทละครและความสนุกน่าติดตาม ปัจจัยด้านผู้กำกับที่มีความสามารถเมื่อเปรียบเทียบกับช่องอื่น และประสพการณ์ของผู้กำกับปัจจัยด้านบริษัทผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงรางวัลที่ได้รับเมื่อเทียบกับช่องอื่น และการดำเนินเรื่องของละครปัจจัยด้านเพลง/ทำนองประกอบจูงใจให้ชมและมีความสอดคล้องกับเนื้อหา ปัจจัยด้านแรงจูงใจการชมละคร โดยรวม ตลอดจนปัจจัยด้านการรับรู้ต่อการชมละคร โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมละครก่อนข่าวในด้านความถี่ในการชมละคร (ครั้งต่อสัปดาห์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนสิทธิ์ เศรษฐกิจ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยการเปิดรับสื่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการชมรายการบิกบราเธอร์ของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่เคยชมรายการบิกบราเธอร์ทั้งเพศชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คนซึ่งจากการวิจัยพบว่าผู้ชมรายการบิกบราเธอร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-35 ปีสถานภาพโสดมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ระหว่าง 3,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายการเรียลลิตี้ที่ผู้ชมรายการส่วนใหญ่เคยรับชมมากที่สุดคือรายการเจาะใจ รองลงมาคือรายการเดอะสตาร์และรายการไฮโซบ้านนอก แต่รายการที่ชื่นชอบมากที่สุดคือรายการบิกบราเธอร์ รองลงมาคือเจาะใจและเดอะสตาร์ โดยสื่อที่ทำให้รู้จักรายการมากที่สุดคือสื่อกระจายภาพและเสียง รองลงมาคือสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออินเทอร์เน็ต ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวีเป็นช่องทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับชมรายการบิกบราเธอร์มากที่สุด รองลงมาเป็นสถานีโทรทัศน์ยูบีซีช่อง 16 และน้อยที่สุดคือเว็บไซต์ ซึ่งผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมมีผลต่อผู้ชมรายการบิกบราเธอร์ในระดับปานกลาง

ส่วนความพึงพอใจโดยรวมของรายการบิกบราเธอร์ของผู้ชมรายการอยู่ในระดับความพึงพอใจมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ในด้านเนื้อหาและรูปแบบรายการโดยรวม ในด้านการผลิตโดยรวม ในด้านกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ในด้านผู้เข้าแข่งขันโดยรวม ในด้านผู้สนับสนุนรายการและการแฝงโฆษณา และในด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการมีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ความถี่ในการรับชมรายการบิกบราเธอร์ของผู้ชมรายการโดยเฉลี่ยจำนวน 3.28 ครั้งต่อสัปดาห์และมีระยะเวลาในการชมรายการโดยเฉลี่ยเท่ากับ 68.88 นาทีต่อวัน ช่วงเวลาที่เลือกรับชมเป็นประจำมากที่สุดคือเวลา 18.01-24.00 น. ซึ่งผู้ชมรายการมีเหตุผลในการชมรายการ 5 อันดับแรกคือเพราะเป็นรายการเรียลลิตี้ เพราะทำให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมคนได้ เพราะอยากดูบุคคลภายในสถานการณ์ที่กดดัน เพราะเป็นรายการสดเพราะทำให้มีเรื่องไปพูดคุยในสังคมได้ โดยผู้ชมรายการส่วนใหญ่เลือกรับชมรายการพร้อมกับครอบครัวมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อน และน้อยที่สุดคือคุณคนเดียว และแนวโน้มความต้องการรับชมรายการบิกบราเธอร์ของผู้ชมอยู่ในระดับเฉยๆไม่ต้องการเป็นผู้ร่วมแข่งขันในครั้งต่อไป และมีแนวโน้มพฤติกรรมในการแนะนำให้ผู้ชมรายการบิกบราเธอร์ ทั้งนี้ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชมรายการบิกบราเธอร์ ทั้งในด้านความถี่ในการชมรายการต่อสัปดาห์และระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่รับชมรายการต่อวัน

ความพึงพอใจของผู้ชมรายการในด้านเนื้อหาและรูปแบบด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมรายการบิกบราเธอร์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ในขณะที่ความพึงพอใจในด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจของผู้ชมรายการด้านผู้เข้าแข่งขัน ด้านการผลิต ด้านผู้สนับสนุนรายการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และการแฝงโฆษณา และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมรายการในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ

แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการบี๊กบราเธอร์ด้านการรับชมรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมรายการในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมรายการด้านความต้องการเป็นผู้เข้าแข่งขันครั้งต่อไปมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของรายการในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ

ณัฐฤติ นุตประวีณ์ และพจนนา รูปแก้ว (2557 : บทคัดย่อ) ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 31-40 ปีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 15,000 -25,000 บาท มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการทุกซีซั่นผ่านช่องทางโทรทัศน์โดยความถี่ในการรับชมคือ 1-4 บัณฑิตศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน 2 สัปดาห์/ซีซั่นมีระยะเวลาในการรับชมจนจบรายการลักษณะในการรับชมรายการเปลี่ยนช่องเมื่อมีโฆษณา เลือกรับชมการแข่งขัน Blind Audition รับชมกับครอบครัวหรือญาติ แต่ส่วนใหญ่ไม่เคยมีส่วนร่วมในการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์

ในด้านความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านคุณสมบัติของผู้ตัดสิน "ผู้ตัดสิน หรือ "โค้ช" นำประสบการณ์ของตนเองมาปรับใช้ในการให้คำแนะนำผู้เข้าแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ" มากที่สุดและมีระดับความพึงพอใจด้านการนำเสนอรายการ "การนำเสนอผู้สนับสนุนรายการ (สปอนเซอร์) มีความเหมาะสม" น้อยที่สุด

ส่วนประโยชน์จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ โดยรวมในระดับสูงเช่นกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการด้านความบันเทิง "ได้รับความเพลิดเพลินจากการรับชม"มากที่สุด ส่วนประโยชน์จากการรับชมรายการด้านความเป็นเอกลักษณ์บุคคล "การนำเสนอประสบการณ์จากการรับชมไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน" น้อยที่สุด

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่องเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์เกมโชว์แห่งหนึ่งในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีการกำหนดหัวข้อวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือผู้รับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากผู้รับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้วิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกรณีที่ 1 ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนกำหนดให้ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ $Z=1.96$ ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95%

e = ค่าความคลาดเคลื่อนจากค่าประชากร โดยการวิจัยซึ่งกำหนดที่ร้อยละ 5

n = ขนาดตัวอย่างที่จะทำการศึกษา

เมื่อทำการแทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

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

ดังนั้น ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างเพิ่มขึ้นอีก 15 ตัวอย่าง เพื่อกรณีที่แบบสอบถามได้รับกลับคืนมาไม่ครบ รวมจำนวนตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งหมดเท่ากับ 400 คน

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายการเกมโซเชียลลิทธิจจากต่างประเทศของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์เกมโซเชียลลิทธิจหนึ่งในช่องทางฟรีทีวี

ลำดับ	ประเภทของรายการเกมโซเชียลลิทธิจจากต่างประเทศ	จำนวนตัวอย่าง
1	เซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย	200
2	โหด มัน ฮา ประเทศไทย	200
	รวม	400

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเพื่อรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ ได้จัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยจะทำการออกแบบสอบถามไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยคำถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับชมรายการเกมโซเชียลลิทธิจจากต่างประเทศในช่องทางฟรีทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. อาชีพ
5. สถานภาพการสมรส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่

1. รายการที่รับชม
2. ความถี่ในรายการที่รับชม
3. ผู้ร่วมรับชมรายการ
4. บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ
5. สื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์เกมโชว์แห่งหนึ่งในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่

1. ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์
2. ด้านการนำเสนอ
3. ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ
4. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ

3.3 การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างและตรวจสอบเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

3.3.1 จัดพิมพ์แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน รายละเอียดดังได้กล่าวไว้ข้างต้น และนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ตรวจสอบและแนะนำ เพื่อการแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม

3.3.2 นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเหมาะสม โดยขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ ดังตารางที่ 3.2 เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และภาษาที่ใช้แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

ตารางที่ 3.2 รายชื่อ ตำแหน่ง และสถานที่ปฏิบัติงานของผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
ผศ.ดร.สมศักดิ์ ภูหาสวรรค์เวช	อาจารย์ประจำ สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ คณะ เทคโนโลยีการเกษตร	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
คุณปริณิตร เทพหัสติน ณ อยุธยา	ผู้จัดการฝ่ายรายการและ การตลาด	บริษัท เฮลิโคเนีย เอช กรุ๊ป จำกัด
คุณกฤตพร เข้มสุข	โปรดิวเซอร์	บริษัท เฮลิโคเนีย เอช กรุ๊ป จำกัด

3.3.3 นำเสนอแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิและปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ให้พิจารณาให้สมบูรณ์อีกครั้งก่อน เพื่อความสมบูรณ์ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.4 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try – Out) กับกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล จำนวน 30 คน เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของCronbach(กัลยา วาณิชย์บัญชา.2545) ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right) \quad (3.3)$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
	k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	$\sum s_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนของแต่ละข้อ
	s_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านรูปแบบ เนื้อหาและคุณค่าของรายการเกมโชว์	0.884
ด้านการนำเสนอ	0.737
ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	0.758
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	0.734
โดยรวม	0.834

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลและค้นหาข้อมูล ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ ดังนี้

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. นำเสนอแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ไปสุ่มแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆด้วยตนเอง โดยเก็บข้อมูลการวิจัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยสุ่มเลือกเขตที่มีประชากรหนาแน่นมากที่สุด 4 เขต จากการแบ่งภูมิภาคของกรุงเทพมหานคร พร้อมกับรอรับคืน ตั้งแต่เดือนกันยายน 2558 ถึงเดือนตุลาคม 2558

2. หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยต้องทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้งก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์รายงานการวิจัยและบทความต่างๆเพื่อที่จะได้ข้อมูลที่จำเป็นและเกี่ยวข้องมาทำการศึกษา

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลมีวิธีการดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้อง และจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา
2. นำแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์และแปรผลทางข้อมูลทางสถิติ

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

อาชีพ รายได้ต่อเดือนและสถานภาพสมรส นำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ หากความถี่และ
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นใจระเบียบข้อนี้ในการศึกษา
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมพรรณนาข้อมูล

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นคำถามข้อมูลพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ รายการที่รับชมความถี่ในรายการที่รับชมผู้ร่วมรับชมรายการบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ โดยนำข้อมูลมาแจกแจงความถี่และร้อยละ พร้อมพรรณนาข้อมูล

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์โทรทัศน์จากต่างประเทศของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์เกมโชว์แห่งหนึ่งในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ด้านช่องทางการนำเสนอด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม โดยนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมพรรณนาข้อมูลแล้วนำมาทดสอบสมมติฐาน โดยวิธี $t - test$ และ One – way ANOVA ตามด้วย Least Significant Difference (LSD)

แบบสอบถามส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะอื่นๆ นำเสนอในรูปแบบการพรรณนา

3.การทดสอบสมมติฐาน ดังแสดงตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมรายการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์โทรทัศน์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์โทรทัศน์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	$t - test$
สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์โทรทัศน์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	One – way ANOVA ตามด้วย LSD
สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์โทรทัศน์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	One – way ANOVA ตามด้วย LSD
สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์โทรทัศน์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	One – way ANOVA ตามด้วย LSD

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	One – way ANOVA ตามด้วย LSD
สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ชมรายการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	One – way ANOVA ตามด้วย LSD
สมมติฐานที่ 2 ผู้ชมรายการที่มีพฤติกรรมการรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ชมรายการที่มีรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	t – test
สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ชมรายการที่มีความถี่ในรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	One – way ANOVA ตามด้วย LSD
สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	One – way ANOVA ตามด้วย LSD
สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	One – way ANOVA ตามด้วย LSD
สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ชมรายการที่ได้รับสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	One – way ANOVA ตามด้วย LSD

การกำหนดค่าตัวแปร

ในแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นการทดสอบระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์เกมโชว์แห่งหนึ่งในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนระดับความคิดเห็นของปัจจัยตามมาตรวัดของลิเคิร์ต(Likert Scale)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

$$\text{ช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ซึ่งแทนค่าได้เท่ากับ} = \frac{(5 - 1)}{5} = 0.8$$

สามารถแปลความหมายของค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์เกมโชว์แห่งหนึ่งในช่องทางทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์
1.000 – 1.800	ไม่ดี
1.801 – 2.600	ค่อนข้างไม่ดี
2.601 – 3.400	ปานกลาง
3.401 – 4.200	ค่อนข้างดี
4.201 – 5.000	ดีมาก

การแปลความหมายของค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544) ใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.000 – 0.999 หมายถึง ผู้รับชมแต่ละคนมีระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ไม่แตกต่างกันมาก

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตั้งแต่ 1.000 ขึ้นไปหมายถึง ผู้รับชมแต่ละคนมีระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์แตกต่างกันมาก

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้บรรยายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ โดยจะต้องเก็บข้อมูลมาทั้งหมด หรือทุกหน่วยของประชากรเป้าหมายจะเป็นการใช้วิธีการวิเคราะห์อย่างง่ายมาบรรยายลักษณะข้อมูล (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2548) ได้แก่

3.6.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่ม

ตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพสมรส และพฤติกรรมการรับชมเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการโทรทัศน์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ รายการที่รับชมความถี่ในรายการที่รับชม ผู้ร่วมรับชมรายการบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนที่คำนวณ} \times 100}{\text{จำนวนทั้งหมด}}$$

3.6.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้สำหรับแบบสอบถามเพื่อวัดระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโทรทัศน์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ \bar{X} แทนค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

X แทน ค่าคะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

$\sum X$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.6.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลต่างๆ คู่กับค่าเฉลี่ย เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของคะแนนแต่ละครั้งซึ่งคำนวณได้จากสูตร

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

เมื่อ S.D. แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum X)^2$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum X^2$ แทนผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

3.6.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.6.2.1 การทดสอบ t-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ 2 กลุ่มโดยใช้สถิติที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 \text{ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน}$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2 \text{ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกัน}$$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

กรณีที่ 1 เมื่อความแปรปรวนของข้อมูลของประชากรทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

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

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

กรณีที่ 2 เมื่อความแปรปรวนของข้อมูลของประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df, v = \frac{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}{\frac{S_1^2}{n_1 - 1} + \frac{S_2^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ t แทนค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-Distribution

\bar{X}_1 แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

\bar{X}_2 แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_1^2 แทนค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

S_2^2 แทนค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทนค่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทนค่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

4. การตัดสินใจเมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t ในตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ v แล้วแต่กรณี หรือค่า p -value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของค่า t ที่คำนวณได้ มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t ในตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ v แล้วแต่กรณี หรือค่า p -value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของค่า t ที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การจะเลือกใช้สูตรที่ 1 หรือ 2 นั้นจำเป็นต้องทดสอบว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ หรือไม่ โดยใช้ F-test ทำการทดสอบตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

สมมติฐานทางสถิติ

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

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

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = S_1^2 / S_2^2 \text{ เมื่อ } S_1 > S_2, df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$$

$$\text{เมื่อ } F = S_2^2 / S_1^2 \text{ เมื่อ } S_2 > S_1, df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 2)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$ แล้วแต่กรณี จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 2)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$ แล้วแต่กรณี จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

3.6.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - way ANOVA) ใช้ในการ

ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สมมติฐานการวิจัยดังนี้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 1 เปลี่ยนสมมติฐานการวิจัยเป็นสมมติฐานทางสถิติ

ขั้นตอนที่ 2 สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ โดยวิธี One – way ANOVA

H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

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

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

ขั้นตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

ตารางที่ 3.5 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of variation	df	Sum of square (SS)	Mean square (MS)	F
Between-groups	$k - 1$	$SS_B = \sum_{j=1}^k \left(\frac{T_j^2}{n_j} \right) - \frac{T^2}{N}$	$MS_B = \frac{SS_B}{k - 1}$	$F = \frac{MS_B}{MS_W}$
Within-groups	$N - k$	$SS_W = SS_T - SS_B$	$MS_W = \frac{SS_W}{N - k}$	
Total	$N - 1$	$SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}^2 - \frac{T^2}{N}$		

เมื่อ MS_B แทนค่า ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean square between-groups)

MS_W แทนค่า ความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean square within-groups)

SS_B แทนค่า ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Sum of squares between groups)

SS_W แทนค่า ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสองภายในกลุ่ม (Sum of squares within groups)

SS_T แทนค่า ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสองทั้งหมด (Total Sum of squares)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

n_j แทนค่า จำนวนข้อมูลในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

K แทนค่า จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N แทนค่า จำนวนข้อมูลทั้งหมด

T_j แทนค่า ผลรวมของคะแนนในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

T แทนค่า ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}^2$ แทนค่า ผลรวมทั้งหมดของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีมากกว่าค่า F จากตาราง $df = (k - 1), (n - k)$ หรือ จากโปรแกรมค่า p -value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่า F จากตาราง $df = (k - 1), (n - k)$ หรือ จากโปรแกรมค่า p -value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่า F มีค่ามากกว่า α จะยอมรับ H_0 นั่นคือค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3.6.2.3 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) สำหรับ One-way ANOVA ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณี F-test ที่ระดับ $\alpha = 0.05$ หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$

2. คำนวณค่า LSD จากสูตรที่ใช้ในการวิเคราะห์

$$LSD = t_{1-\alpha/2} \sqrt{MS_E} \sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}$$

3. คำนวณค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ เปรียบเทียบกับ ค่า LSD

ถ้า ค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j| > \text{ค่า LSD}$ แสดงว่า $\mu_i \neq \mu_j$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรคู่เปรียบเทียบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้า ค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j| \leq \text{ค่า LSD}$ แสดงว่า $\mu_i = \mu_j$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรคู่เปรียบเทียบไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยจะเสนอข้อมูลตามลำดับดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

4.4 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์

4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชม

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้มีจำนวน 400 คนซึ่งรายละเอียดในส่วนข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชมได้แก่เพศอายุระดับการศึกษา อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็นดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	151	37.8
หญิง	249	62.2
รวม	400	100.0
2. อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	70	17.5
มากกว่า 20 – 30 ปี	136	34.0
มากกว่า 30 – 40 ปี	94	23.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่า 40 – 50 ปี	58	14.5
มากกว่า 50 ปี	42	10.5
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	57	14.2
อนุปริญญา/ปวส.	103	25.8
ปริญญาตรี	176	44.0
สูงกว่าปริญญาตรี	64	16.0
รวม	400	100.0
4. อาชีพ		
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	128	32.0
พนักงานบริษัทเอกชน	83	20.8
รับราชการ	59	14.8
ธุรกิจส่วนตัว	60	15.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	54	13.4
พ่อบ้าน แม่บ้าน	16	4.0
รวม	400	100.0
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	48	12.0
มากกว่า 10,000-20,000 บาท	106	26.5
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	91	22.8
มากกว่า 30,000-40,000 บาท	94	23.5
มากกว่า 40,000 บาท	61	15.2
รวม	400	100.0
6. สถานภาพสมรส		
โสด	253	63.2
สมรส / อยู่ด้วยกัน	105	26.2
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	42	10.5
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชม ดังต่อไปนี้
เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 และเพศชาย มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 20 – 30 ปี ซึ่งมีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคืออายุมากกว่า 30 – 40 ปี มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 อายุมากกว่า 40 – 50 ปี มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคืออนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคืออาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ราชการ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 และอาชีพ พ่อบ้านแม่บ้าน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ย 30,000-40,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 รายได้เฉลี่ย 20,000-30,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 รายได้เฉลี่ยมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งมีจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส อยู่ด้วยกัน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 และสถานภาพหม้าย หย่าร้าง และแยกกันอยู่ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

รายละเอียดในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งออกเป็นดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. รายการที่รับชม		
เซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย	200	50.0
โหด มัน ฮา ประเทศไทย	200	50.0
รวม	400	100.0
2. ความถี่ในการรับชม		
เดือนละ 1 ครั้ง	85	21.2
เดือนละ 2 ครั้ง	101	25.2
เดือนละ 3 ครั้ง	139	34.8
ทุกอาทิตย์	75	18.8
รวม	400	100.0
3. การรับรู้ข่าวสารรายการ		
โทรทัศน์	156	39.0
นิตยสาร	16	4.0
เฟสบุ๊ก	92	23.0
อินสตราแกรม	57	14.2
ยูทูบ	58	14.6
ทวิตเตอร์	21	5.2
รวม	400	100.0
4. บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม		
พิธีกร	35	8.8
นักแสดงรับเชิญ	63	15.8
ผู้ร่วมรายการจากที่บ้าน	16	4.0
คณะกรรมการตัดสิน	52	13.0
ครอบครัว	142	35.5
เพื่อน	92	23.0
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. บุคคลที่ร่วมรับชม		
ครอบครัว	199	49.8
แฟน	68	17.0
เพื่อน	36	9.0
ไม่มี	97	24.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นถึงข้อมูลพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

รายการที่รับชม พบว่า รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมมากที่สุดคือ เซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย และรายการ โหด มัน ฮา ประเทศไทย มีจำนวนรายการละ 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน

ความถี่ในการรับชม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา รับชมเดือนละ 2 ครั้ง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 รับชมเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 และรับชมทุกอาทิตย์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

การรับรู้ข่าวสารรายการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารรายการผ่านทางโทรทัศน์ มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา เฟสบุ๊ก จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ยูทูบ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 อินสตราแกรม จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ทวิตเตอร์ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และ นิตยสาร จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชมของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ครอบครัว มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือเพื่อน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 นักแสดงรับเชิญจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 คณะกรรมการตัดสินจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 พิธีกรจำนวน 35 คน ร้อยละ 8.8 และ ผู้ร่วมรายการจากที่บ้านจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

บุคคลที่ร่วมรับชม พบว่า บุคคลที่ร่วมรับชมของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ครอบครัวมีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคือไม่มีผู้ร่วมรับชมด้วย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 รับชมกับแฟน มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และรับชมกับเพื่อนจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาข้อมูลของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์
ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ดังแสดงในตารางที่ 4.3 ถึง
ตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของเจตคติที่มีต่อ
รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกม โชว์	3.978	0.600	ค่อนข้างดี	1
2. การนำเสนอ	3.602	0.654	ค่อนข้างดี	3
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.594	0.630	ค่อนข้างดี	4
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.900	0.656	ค่อนข้างดี	2
โดยรวม	3.764	0.661	ค่อนข้างดี	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่อง
ฟรีทีวีโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.764 และผู้ชมแต่ละ
คนมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีโดยรวมไม่แตกต่างกันมาก
โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.661 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า ผู้ชมมีเจตคติที่มีต่อรายการ
เกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์อยู่
ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.978 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่
แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.660

ลำดับที่ 2 การมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า ผู้ชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก
ต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม อยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจาก
ค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.900 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.656

ลำดับที่ 3 การนำเสนอพบว่า ผู้ชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ในช่องฟรีทีวี ด้านการนำเสนอ อยู่ในระดับค่อนข้างดีโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.602 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.654

ลำดับที่ 4 บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า ผู้ชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญอยู่ในระดับค่อนข้างดีโดยพิจารณาจาก ค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.594 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.630

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของเจตคติที่มีต่อ รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่า ของรายการเกมโชว์

เนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์	n = 400		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. เนื้อหา มีความแปลกใหม่และแตกต่างจาก รายการเกมโชว์อื่นๆในประเทศไทย	3.952	0.870	ค่อนข้างดี	3
2. รูปแบบมีความแปลกใหม่และแตกต่าง จากรายการเกมโชว์อื่นๆ ในประเทศไทย	4.090	0.751	ค่อนข้างดี	2
3. รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ช่วยสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน	4.175	0.923	ค่อนข้างดี	1
4. รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ช่วยให้ท่านได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น กับผู้อื่น	3.859	0.870	ค่อนข้างดี	5
5. รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ช่วยให้ท่านได้รับความรู้และข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์	3.842	0.774	ค่อนข้างดี	6
6. ท่านได้รับความรู้เพิ่มเติมและสามารถนำ ทักษะความรู้จากรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ จากต่างประเทศไปใช้ใน ชีวิตจริงได้	3.949	0.623	ค่อนข้างดี	4
รวม	3.978	0.600	ค่อนข้างดี	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.978 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.600 และเมื่อพิจารณาระดับเจตคติเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศช่วยสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.175 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.923

ลำดับที่ 2 รูปแบบมีความแปลกใหม่และแตกต่างจากรายการเกมโชว์อื่นๆ ในประเทศไทย พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.090 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.751

ลำดับที่ 3 เนื้อหา มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากรายการเกมโชว์อื่นๆ ในประเทศไทย พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.952 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.780

ลำดับที่ 4 ท่านได้รับความรู้เพิ่มเติมและสามารถนำทักษะความรู้จากรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไปใช้ในชีวิตรจริงได้ พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.949 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.623

ลำดับที่ 5 รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศช่วยให้ท่านได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.859 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.780

ลำดับที่ 6 รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศช่วยให้ท่านได้รับความรู้และข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.842 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.774

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านการนำเสนอ

การนำเสนอ	n = 400		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ระบบแสงของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมในการนำเสนอรายการ	3.715	0.983	ค่อนข้างดี	2
2. ระบบสีของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมในการนำเสนอรายการ	3.739	0.911	ค่อนข้างดี	1
3. ระบบเสียงของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมในการนำเสนอรายการ	3.452	0.713	ค่อนข้างดี	6
4. วันที่ออกอากาศรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสม	3.565	0.948	ค่อนข้างดี	4
5. เวลาในออกอากาศรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสม	3.560	0.927	ค่อนข้างดี	5
6. ขนาดตัวอักษรของข้อความที่ท่านเห็นทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศมีความเหมาะสม	3.584	0.854	ค่อนข้างดี	3
รวม	3.602	0.654	ค่อนข้างดี	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.602 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.654 และเมื่อพิจารณาระดับเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ระบบสีของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมในการนำเสนอรายการพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดีโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.739 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.911

ลำดับที่ 2 ระบบแสงของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมในการนำเสนอรายการพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.715 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.983

ลำดับที่ 3 ขนาดตัวอักษรของข้อความที่ท่านเห็นทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศมีความเหมาะสมพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.584 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.854

ลำดับที่ 4 วันที่ออกอากาศรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.565 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.948

ลำดับที่ 5 เวลาในออกอากาศรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.560 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.927

ลำดับที่ 6 ระบบเสียงของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมในการนำเสนอรายการพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.452 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.713

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ

บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	n = 400		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. บุคลิกภาพของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสม	3.390	0.906	ปานกลาง	5
2. การแต่งกายของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมต่อการรับชมรายการ	3.682	0.880	ค่อนข้างดี	3

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	n = 400		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
3. น้ำเสียง การพูด กิริยาและอารมณ์ของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมต่อการนำเสนอรายการ	3.722	0.870	ค่อนข้างดี	2
4. การแสดงความคิดเห็นหรือทรศนะของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสม	3.779	0.695	ค่อนข้างดี	1
5. การใช้ภาษาอย่างถูกต้องตามหลักภาษาไทยและอังกฤษ	3.394	0.711	ปานกลาง	4
รวม	3.594	0.630	ค่อนข้างดี	-

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.594 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.630 และเมื่อพิจารณาระดับเจตคติ เป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การแสดงความคิดเห็นหรือทรศนะของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.779 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.695

ลำดับที่ 2 น้ำเสียง การพูด กิริยาและอารมณ์ของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมต่อการนำเสนอรายการพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.722 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.780

ลำดับที่ 3 การแต่งกายของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมต่อการรับชมรายการพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.682 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.880

ลำดับที่ 4 การใช้ภาษาอย่างถูกต้องตามหลักภาษาไทยและอังกฤษพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.394 และ

ผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.711

ลำดับที่ 5 บุคลิกภาพของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมพบว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.390และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.906

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

การมีส่วนร่วมของผู้ชม	n = 400		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การสอบถามความคิดเห็นผู้ชมต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีมีความเหมาะสม	3.764	0.649	ค่อนข้างดี	4
2. การมีอิสระในการเสนอความคิดเห็นของผู้ชมต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	3.925	0.947	ค่อนข้างดี	2
3. การเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถเข้าร่วมแข่งขันรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสม	3.854	0.813	ค่อนข้างดี	3
4. การเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถเข้าร่วมชมการแข่งขันรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในสถานที่จริงมีความเหมาะสม	4.055	0.799	ค่อนข้างดี	1
รวม	3.900	0.656	ค่อนข้างดี	-

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.900 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.656 และเมื่อพิจารณาระดับเจตคติเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถเข้าร่วมชมการแข่งขันรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในสถานที่จริงมีความเหมาะสมพบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใช้เห็นใบโฆษณาขึ้นหน้าในการ์ตูนไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับก่อนข้างดีโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.055 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.799

ลำดับที่ 2 การมีอิสระในการเสนอความคิดเห็นของผู้ชมต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีพบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับก่อนข้างดีโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.925 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.947

ลำดับที่ 3 การเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถเข้าร่วมแข่งขันรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมพบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับก่อนข้างดีที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.854 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.813

ลำดับที่ 4 การสอบถามความคิดเห็นจากผู้ชมต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีมีความเหมาะสมพบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีเจตคติอยู่ในระดับก่อนข้างดี โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.764 และผู้ชมแต่ละคนมีเจตคติไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.649

4.4 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมรายการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้: t-test

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศโดยใช้วิธี t-test

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	เพศ (\bar{X})		p-value
	ชาย (n = 151)	หญิง (n = 249)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์	4.134	3.883	0.657
2. การนำเสนอ	3.559	3.529	0.000**
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.508	3.645	0.038*
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.980	3.851	0.887
โดยรวม	3.791	3.748	0.431

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยใช้วิธี t-test พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.431 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ชมรายการที่มีเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.791 และ 3.748 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.657 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ ไม่แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอพบว่า มีค่า p-value ค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการนำเสนอแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.038 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.887 ซึ่งมากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกันมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุโดยวิธี One – way ANOVA

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	อายุ (\bar{X})					p-value
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี (n = 70)	มากกว่า 20–30 ปี (n = 136)	มากกว่า 30–40 ปี (n = 94)	มากกว่า 40–50 ปี (n = 58)	มากกว่า 50 ปี (n = 42)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์	3.854	3.911	4.019	3.982	4.301	0.002**
2. การนำเสนอ	3.264	3.753	3.686	3.344	3.849	0.000**
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.548	3.420	3.723	3.517	4.047	0.000**
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.757	3.889	3.978	3.508	4.535	0.000**
โดยรวม	3.594	3.745	3.846	3.599	4.156	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามอายุ โดยวิธี One – way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้ชมรายการที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มากกว่า 20 – 30 ปี มากกว่า 30 – 40 ปี มากกว่า 40 – 50 ปี และ มากกว่า 50 ปี ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.594 3.745 3.846 3.599 และ 4.156 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านเนื้อหา รูปแบบ และคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการนำเสนอแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมแตกต่างกัน

เนื่องจากผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับเจตคติเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	อายุ	\bar{X}	กลุ่ม	p-value				
				1	2	3	4	5
เนื้อหา รูปแบบ และคุณค่า ของรายการ เกมโชว์	น้อยกว่าเท่ากับ 20ปี	3.854	1	-	0.512	0.078	0.222	0.000**
	มากกว่า 20 – 30 ปี	3.911	2	-	-	0.174	0.443	0.000**
	มากกว่า 30 – 40 ปี	4.019	3	-	-	-	0.709	0.010*
	มากกว่า 40 – 50 ปี	3.982	4	-	-	-	-	0.008**
	มากกว่า 50 ปี	4.301	5	-	-	-	-	-
การ นำเสนอ	น้อยกว่าเท่ากับ 20ปี	3.264	1	-	0.000**	0.000**	0.466	0.000**
	มากกว่า 20 – 30 ปี	3.753	2	-	-	0.419	0.000**	0.385
	มากกว่า 30 – 40 ปี	3.686	3	-	-	-	0.001**	0.158
	มากกว่า 40 – 50 ปี	3.344	4	-	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 50 ปี	3.849	5	-	-	-	-	-
บุคลากรที่มี บทบาท สำคัญ	น้อยกว่าเท่ากับ 20ปี	3.548	1	-	0.150	0.067	0.770	0.000**
	มากกว่า 20 – 30 ปี	3.420	2	-	-	0.000**	0.307	0.000**
	มากกว่า 30 – 40 ปี	3.723	3	-	-	-	0.041*	0.004**
	มากกว่า 40 – 50 ปี	3.514	4	-	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 50 ปี	4.047	5	-	-	-	-	-
การมีส่วน ร่วมของ ผู้ชม	น้อยกว่าเท่ากับ 20ปี	3.757	1	-	0.137	0.021*	0.021*	0.000**
	มากกว่า 20 – 30 ปี	3.899	2	-	-	0.273	0.000**	0.000**
	มากกว่า 30 – 40 ปี	3.978	3	-	-	-	0.000**	0.000**
	มากกว่า 40 – 50 ปี	3.508	4	-	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 50 ปี	4.535	5	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	อายุ	\bar{X}	กลุ่ม	p-Value				
				1	2	3	4	5
โดยรวม	น้อยกว่าเท่ากับ 20 ปี	3.594	1	-	0.012*	0.000**	0.947	0.000**
	มากกว่า 20 – 30 ปี	3.745	2	-	-	0.067	0.023*	0.000**
	มากกว่า 30 – 40 ปี	3.846	3	-	-	-	0.000**	0.000**
	มากกว่า 40 – 50 ปี	3.590	4	-	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 50 ปี	4.156	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่พบว่า

ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 20 – 30 ปี มากกว่า 30 – 40 ปี และมากกว่า 40 – 50 ปี และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 20-30 ปี มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 30-40 ปี และมากกว่า 40 – 50 ปี และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 30 -40 ปี มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 40 -50 ปี และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 40- 50 ปีมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกระดับการศึกษาโดยวิธี One – way ANOVA

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	ระดับการศึกษา(\bar{X})				p-value
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (n = 57)	อนุปริญญา/ปวส. (n = 103)	ปริญญาตรี (n = 176)	สูงกว่าปริญญาตรี (n = 64)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์	3.985	3.833	3.988	4.177	0.000**
2. การนำเสนอ	3.608	3.840	3.646	3.674	0.004**
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.926	3.365	3.415	4.156	0.160
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.925	3.558	3.983	4.199	0.000**
โดยรวม	3.745	3.846	3.590	4.156	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามระดับการศึกษาโดยวิธี One – way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่าเท่ากับ 3.745 ระดับอนุปริญญา/ปวส. มีค่าเท่ากับ 3.846 ระดับปริญญาตรีมีค่าเท่ากับ 3.590 และระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเท่ากับ 4.156 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า มีค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอพบว่า มีค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านการนำเสนอแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า มีค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.160 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญไม่แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า มีค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมแตกต่างกัน

เนื่องจากผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับเจตคติเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	ระดับการศึกษา	\bar{X}	กลุ่ม	p-value				
				1	2	3	4	5
เนื้อหา รูปแบบ และคุณค่าของรายการเกมโชว์	มัธยมตอนปลาย/ปวช.	3.985	2	-	-	0.121	0.971	0.076
	อนุปริญญา/ปวส.	3.833	3	-	-	-	0.035*	0.000**
	ปริญญาตรี	3.988	4	-	-	-	-	0.030*
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.177	5	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

เจตคติที่มีต่อ รายการเกม โชว์ลิขสิทธิ์ จาก ต่างประเทศ	ระดับการศึกษา	\bar{X}	กลุ่ม	p-value				
				1	2	3	4	5
การนำเสนอ	มัธยมตอนปลาย/ ปวช.	3.608	2	-	-	0.237	0.698	0.577
	อนุปริญญา/ปวส.	3.480	3	-	-	-	0.041*	0.063
	ปริญญาตรี	3.646	4	-	-	-	-	0.771
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.674	5	-	-	-	-	-
การมีส่วนร่วม ของผู้ชม	มัธยมตอนปลาย/ ปวช.	3.925	2	-	-	0.000**	0.544	0.016*
	อนุปริญญา/ปวส.	3.558	3	-	-	-	0.000**	0.000**
	ปริญญาตรี	3.983	4	-	-	-	-	0.018*
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.199	5	-	-	-	-	-
โดยรวม	มัธยมตอนปลาย/ ปวช.	3.745	2	-	-	0.000**	0.118	0.017*
	อนุปริญญา/ปวส.	3.846	3	-	-	-	0.000**	0.000**
	ปริญญาตรี	3.590	4	-	-	-	-	0.000**
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.156	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่พบว่า

ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ผู้ชมที่มีระดับการศึกษามัธยมตอนปลาย/ปวช. มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีระดับการศึกษานอนปริญญา/ปวส.ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีผู้ชมที่มีระดับการศึกษานอนปริญญา/ปวส.มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีต่อรายการเกมโซเชียลลิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโซเชียลลิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโซเชียลลิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโซเชียลลิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโซเชียลลิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพโดยวิธี One – way ANOVA

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโซเชียลลิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	อาชีพ (\bar{X})						p-value
	นักเรียนนักศึกษา (n=128)	พนักงานบริษัทเอกชน (n=83)	รับราชการ (n=59)	ธุรกิจส่วนตัว (n=60)	พนักงานรัฐวิสาหกิจ (n=54)	พ่อบ้านแม่บ้าน (n=16)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโซเชียลลิทธิ์	3.893	4.118	3.748	4.386	3.904	3.500	0.000**
2. การนำเสนอ	3.488	3.616	3.796	3.900	3.589	2.666	0.000**
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.395	3.896	3.735	3.666	3.303	3.800	0.000**
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.939	3.882	3.474	4.345	3.921	3.500	0.000**
โดยรวม	3.667	3.877	3.707	4.068	3.674	3.333	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามอาชีพโดยวิธี One – way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ชมรายการที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา มีค่าเท่ากับ 3.667 พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเท่ากับ 3.877 รัฐบาลมีค่าเท่ากับ 3.707 ธุรกิจส่วนตัวมีค่าเท่ากับ 4.068 พนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่าเท่ากับ 3.674 และพ่อบ้าน แม่บ้านมีค่าเท่ากับ 3.333 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านการนำเสนอพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการนำเสนอแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมแตกต่างกัน

เนื่องจากผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับเจตคติเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	อาชีพ	\bar{X}	กลุ่ม	p-value					
				1	2	3	4	5	6
เนื้อหา รูปแบบและ คุณค่าของ รายการเกม โชว์	นักเรียน นักศึกษา	3.893	1	-	0.005**	0.102	0.000**	0.903	0.009**
	พนักงาน บริษัท เอกชน	4.118	2	-	-	0.000**	0.005**	0.030*	0.000**
	รับ ราชการ	3.748	3	-	-	-	0.000**	0.141	0.117
เนื้อหา รูปแบบและ คุณค่าของ รายการเกม โชว์	ธุรกิจ ส่วนตัว	4.386	4	-	-	-	-	0.000**	0.000**
	พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	3.904	5	-	-	-	-	-	0.012*
	พ่อบ้าน แม่บ้าน	3.500	6	-	-	-	-	-	-
การนำเสนอ	นักเรียน นักศึกษา	3.488	1	-	0.138	0.001**	0.000**	0.309	0.000**
	พนักงาน บริษัท เอกชน	3.616	2	-	-	0.085	0.007**	0.801	0.000**
	รับ ราชการ	3.796	3	-	-	-	0.357	0.073	0.000**
	ธุรกิจ ส่วนตัว	3.900	4	-	-	-	-	0.007**	0.000**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวอนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

เจตคติที่มีต่อ รายการ เกมโชว์ ลิขสิทธิ์ จากต่าง ประเทศ	อาชีพ	\bar{X}	กลุ่ม	p-value					
				1	2	3	4	5	6
การ นำเสนอ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.589	5	-	-	-	-	-	0.000**
	พ่อบ้าน แม่บ้าน	2.666	6	-	-	-	-	-	-
บุคลากร ที่มี บทบาท สำคัญ	นักเรียน นักศึกษา	3.395	1	-	0.000**	0.000**	0.004**	0.343	0.011*
	พนักงาน บริษัท เอกชน	3.896	2	-	-	0.113	0.023*	0.000**	0.553
	รับราชการ	3.735	3	-	-	-	0.527	0.000**	0.701
	ธุรกิจ ส่วนตัว	3.666	4	-	-	-	-	0.001**	0.426
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.303	5	-	-	-	-	-	0.004**
	พ่อบ้าน แม่บ้าน	3.800	6	-	-	-	-	-	-
	การมี ส่วนร่วม ของผู้ชม	นักเรียน นักศึกษา	3.939	1	-	0.508	0.000**	0.000**	0.855
พนักงาน บริษัท เอกชน		3.882	2	-	-	0.000**	0.000**	0.717	0.022*
รับราชการ		3.474	3	-	-	-	0.000**	0.000**	0.883

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	อาชีพ	\bar{X}	กลุ่ม	p-value					
				1	2	3	4	5	6
ธุรกิจส่วนตัว	ธุรกิจส่วนตัว	4.345	4	-	-	-	-	0.000**	0.000**
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.921	5	-	-	-	-	-	0.016*
	พ่อบ้านแม่บ้าน	3.500	6	-	-	-	-	-	-
โดยรวม	นักเรียนนักศึกษา	3.667	1	-	0.000**	0.540	0.000**	0.918	0.002**
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.877	2	-	-	0.014*	0.006**	0.005**	0.000**
	รับราชการ	3.707	3	-	-	-	0.000**	0.672	0.001**
	ธุรกิจส่วนตัว	4.068	4	-	-	-	-	0.000**	0.000**
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.674	5	-	-	-	-	-	0.003**
	พ่อบ้านแม่บ้าน	3.333	6	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและพ่อบ้านแม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอาชีพพ่อบ้านแม่บ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยรวม ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษามีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี แตกต่างจากผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานเอกชนธุรกิจส่วนตัว และพ่อบ้านแม่บ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอาชีพรับราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว พนักงานรัฐวิสาหกิจและพ่อบ้านแม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีอาชีพรับราชการมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานธุรกิจส่วนตัว และพ่อบ้านแม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ชมที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและพ่อบ้านแม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอาชีพพ่อบ้านแม่บ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ชมรายการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์

วลีสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมรายการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมรายการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์วลีสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้โดยวิธี One – way ANOVA

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	รายได้ (\bar{X})					p-value
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=48)	มากกว่า 10,000-20,000 (n = 106)	มากกว่า 20,000-30,000 (n = 91)	มากกว่า 30,000-40,000 (n = 94)	มากกว่า 40,000 (n = 61)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์	3.666	3.801	4.042	4.287	3.959	0.000**
2. การนำเสนอ	3.097	3.610	3.357	3.774	4.090	0.000**
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.466	3.562	3.323	3.844	3.767	0.000**
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.500	3.884	3.881	4.172	3.848	0.000**
โดยรวม	3.424	3.705	3.644	4.013	3.929	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธี One – way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้ชมรายการที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 มีค่าเท่ากับ 3.424 มากกว่า 10,000 – 20,000 มีค่าเท่ากับ 3.705 มากกว่า 20,000 – 30,000 มีค่าเท่ากับ 3.644 มากกว่า 30,000 – 40,000 มีค่าเท่ากับ 4.013 มากกว่า 40,000 มีค่าเท่ากับ 3.929 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านเนื้อหารูปแบบและ

คุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า มีค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอพบว่า มีค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านการนำเสนอแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า มีค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านบุคลากรแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการมีส่วนร่วมพบว่า มีค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมแตกต่างกัน

เนื่องจากผู้ชมรายการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับเจตคติเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีรายได้แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	รายได้	\bar{X}	กลุ่ม	p-value				
				1	2	3	4	5
เนื้อหา รูปแบบ และคุณค่า ของรายการ เกมโชว์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	3.666	1	-	0.170	0.000**	0.000**	0.008**
	มากกว่า10,000-20,000	3.801	2	-	-	0.003**	0.000**	0.085
	มากกว่า20,000-30,000	4.042	3	-	-	-	0.003**	0.375
	มากกว่า30,000-40,000	4.287	4	-	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 40,000	3.959	5	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

เจตคติที่มีต่อ รายการ เกมโชว์ ลิขสิทธิ์ จากต่าง ประเทศ	รายได้	\bar{X}	กลุ่ม	p-value				
				1	2	3	4	5
การ นำเสนอ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	3.097	1	-	0.000**	0.013*	0.000**	0.000**
	มากกว่า10,000-20,000	3.610	2	-	-	0.003**	0.048*	0.000**
	มากกว่า20,000-30,000	3.357	3	-	-	-	0.000**	0.000**
	มากกว่า30,000-40,000	3.774	4	-	-	-	-	0.001**
	มากกว่า 40,000	4.090	5	-	-	-	-	-
บุคลากร ที่มี บทบาท สำคัญ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	3.466	1	-	0.362	0.182	0.000**	0.010*
	มากกว่า10,000-20,000	3.562	2	-	-	0.006**	0.001**	0.035*
	มากกว่า20,000-30,000	3.323	3	-	-	-	0.000**	0.000**
	มากกว่า30,000-40,000	3.844	4	-	-	-	-	0.434
	มากกว่า40,000	3.767	5	-	-	-	-	-
การมี ส่วน ร่วมของ ผู้ชม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	3.500	1	-	0.001**	0.001**	0.000**	0.004**
	มากกว่า10,000-20,000	3.884	2	-	-	0.977	0.001**	0.722
	มากกว่า20,000-30,000	3.881	3	-	-	-	0.002**	0.748
	มากกว่า30,000-40,000	4.172	4	-	-	-	-	0.002**
	มากกว่า40,000	3.848	5	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	รายได้	\bar{X}	กลุ่ม	p-value				
				1	2	3	4	5
โดยรวม	ไม่เกิน 10,000	3.424	1	-	0.000**	0.002**	0.000**	0.000**
	มากกว่า10,000-20,000	3.705	2	-	-	0.281	0.000**	0.000**
	มากกว่า20,000-30,000	3.644	3	-	-	-	0.000**	0.000**
	มากกว่า30,000-40,000	4.013	4	-	-	-	-	0.198
	มากกว่า40,000	3.929	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า

ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ ผู้ชมที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 20,000 – 30,000 มากกว่า 30,000 – 40,000 และมากกว่า 40,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 10,000-20,000 ผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 10,000 – 20,000 มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 20,000 – 30,000 และมากกว่า 30,000 – 40,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 40,000 ผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 20,000 – 30,000 มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 30,000 – 40,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีรายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 30,000 – 40,000 มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีรายได้มากกว่า 40,000

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ชมรายการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมรายการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมรายการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพการสมรสโดยวิธี One – way ANOVA

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	สถานภาพการสมรส (\bar{X})			p-value
	โสด (n=253)	สมรส / อยู่ด้วยกัน (n = 105)	หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ (n = 42)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์	3.982	3.901	4.146	0.080
2. การนำเสนอ	3.475	3.874	3.690	0.000**
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.524	3.689	3.776	0.011*
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.877	3.923	3.927	0.607
โดยรวม	3.708	3.847	3.895	0.003**

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามสถานภาพสมรส โดยวิธี One – way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ชมรายการที่มีสถานภาพโสด มีค่าเท่ากับ 3.708สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมีค่าเท่ากับ 3.847สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่มีค่าเท่ากับ 3.895 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.080ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ไม่แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอพบว่า มีค่า p-value ค่าเท่ากับ 0.001ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการนำเสนอแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.011ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.607ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากผู้ชมรายการที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับเจตคติเป็นรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ที่มีสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	สถานภาพสมรส	\bar{X}	กลุ่ม	p-value		
				1	2	3
การนำเสนอ	โสด	3.475	1	-	0.000**	0.042*
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.874	2	-	-	0.111
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.690	3	-	-	-
บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	โสด	3.524	1	-	0.023*	0.016*
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.689	2	-	-	0.448
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.776	3	-	-	-
โดยรวม	โสด	3.708	1	-	0.006**	0.010*
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.847	2	-	-	0.543
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.895	3	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามสถานภาพสมรสแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการนำเสนอผู้ชมที่มีสถานภาพ โศดมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ด้านการบุคลกรที่มีบทบาทสำคัญ ผู้ชมที่มีสถานภาพ โศดมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

โดยรวมผู้ชมที่มีสถานภาพ โศดมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้: t-test

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทรายการที่รับชม โดยใช้วิธี t-test

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	ประเภทรายการ (\bar{X})		p-value
	เชฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย (n = 200)	โหด มัน ฮา ประเทศไทย (n = 200)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์	4.024	3.923	0.000**
2. การนำเสนอ	3.638	3.560	0.742
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.580	3.609	0.007**
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	4.044	3.726	0.000**
โดยรวม	3.812	3.707	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทรายการที่รับชม โดยใช้วิธี t-test พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อรายการเชฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย และรายการโหด มัน ฮา ประเทศไทย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.82 และ 3.70 ตามลำดับเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.742 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการนำเสนอไม่แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ชมรายการที่มีความถี่ในรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมรายการที่มีความถี่ในรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมรายการที่มีความถี่ในรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความถี่ในการรับชมโดยวิธี One - way ANOVA

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศใน ช่องฟรีทีวี	ความถี่ในการรับชม (\bar{X})				p-value
	เดือนละ ครั้ง (n=85)	เดือนละ 2 ครั้ง (n = 101)	เดือนละ 3 ครั้ง (n = 139)	ทุกอาทิตย์ (n=75)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่า ของรายการเกมโชว์	3.900	3.952	4.127	3.826	0.002**
2. การนำเสนอ	3.588	3.450	3.923	3.231	0.000**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลักษณะจากต่างประเทศใน ช่องฟรีทีวี	ความถี่ในการรับชม (\bar{X})				p-value
	เดือนละ ครั้ง (n=85)	เดือนละ 2 ครั้ง (n = 101)	เดือนละ 3 ครั้ง (n = 139)	ทุกอาทิตย์ (n=75)	
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	4.014	3.283	3.492	3.725	0.000**
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	4.023	3.975	3.856	3.740	0.024*
โดยรวม	3.861	3.653	3.866	3.615	0.000**

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลักษณะจากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามความถี่ในรายการที่รับชมโดยวิธี One – way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.001 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีความถี่ในการรับชมแตกต่างกันมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลักษณะจากต่างประเทศแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลักษณะจากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้ชมรายการที่มีความถี่ในการรับชมเดือนละครั้ง มีค่าเท่ากับ 3.861 ความถี่ในการรับชมเดือนละ 2 ครั้งมีค่าเท่ากับ 3.653 ความถี่ในการรับชมเดือนละ 3 ครั้ง มีค่าเท่ากับ 3.866 และความถี่ในการรับชมทุกอาทิตย์มีค่าเท่ากับ 3.615 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลักษณะจากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีความถี่ในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลักษณะจากต่างประเทศ ด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลักษณะจากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอพบว่า มีค่า p-value ค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีความถี่ในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลักษณะจากต่างประเทศ ด้านการนำเสนอแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีความถี่ในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.024 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีความถี่ในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมแตกต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

เจตคติที่มีต่อรายการ เกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศ	ความถี่ในการ รับชม	\bar{X}	กลุ่ม	p-value			
				1	2	3	4
เนื้อหา รูปแบบ และ คุณค่าของรายการเกม โชว์	เดือนละครั้ง	3.900	1	-	0.549	0.006**	0.434
	เดือนละ 2 ครั้ง	3.952	2	-	-	0.024*	0.164
	เดือนละ 3 ครั้ง	4.127	3	-	-	-	0.000**
	ทุกอาทิตย์	3.826	4	-	-	-	-
บุคลากรที่มีบทบาท สำคัญ	เดือนละครั้ง	3.588	1	-	0.121	0.000**	0.000**
	เดือนละ 2 ครั้ง	3.450	2	-	-	0.000**	0.017*
	เดือนละ 3 ครั้ง	3.923	3	-	-	-	0.000**
	ทุกอาทิตย์	3.231	4	-	-	-	-
การมีส่วนร่วมของ ผู้ชม	เดือนละครั้ง	4.023	1	-	0.615	0.063	0.006**
	เดือนละ 2 ครั้ง	3.975	2	-	-	0.163	0.018*
	เดือนละ 3 ครั้ง	3.856	3	-	-	-	0.214
	ทุกอาทิตย์	3.740	4	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

เจตคติที่มีต่อรายการ เกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศ	ความถี่ในการ รับชม	\bar{X}	กลุ่ม	p-value			
				1	2	3	4
โดยรวม	เดือนละครั้ง	4.023	1	-	0.001**	0.940	0.000**
	เดือนละ 2 ครั้ง	3.975	2	-	-	0.000**	0.557
	เดือนละ 3 ครั้ง	3.856	3	-	-	-	0.000**
	ทุกอาทิตย์	3.740	4	-	-	-	-

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามความถี่ในการรับชมแตกต่างกันเป็นรายกลุ่ม พบว่า

ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละครั้งมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีรับชมรายการเดือนละ 2 ครั้งและทุกอาทิตย์และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 2 ครั้ง มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการทุกอาทิตย์ผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการทุกอาทิตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละครั้งมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีรับชมรายการเดือนละ 2 ครั้งและมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้งและทุกอาทิตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 2 ครั้ง มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการทุกอาทิตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการทุกอาทิตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม ผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละครั้งมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีรับชมรายการเดือนละ 2 ครั้ง และเดือนละ 3 ครั้ง และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการทุกอาทิตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 2 ครั้ง มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการทุกอาทิตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการทุกอาทิตย์

โดยรวมผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละครั้งมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีรับชมรายการเดือนละ 2 ครั้งและทุกอาทิตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง ผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 2 ครั้ง มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการทุกอาทิตย์ ผู้ชมที่รับชมรายการเดือนละ 3 ครั้ง มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่รับชมรายการทุกอาทิตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้ร่วมรับชมโดยวิธี One – way ANOVA

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศใน ช่องฟรีทีวี	ผู้ร่วมรับชม (\bar{X})				p-value
	ครอบครัว (n=199)	แฟน (n = 68)	เพื่อน (n = 36)	ไม่มี (n=97)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่า ของรายการเกมโชว์	3.716	4.176	4.388	4.223	0.000**
2. การนำเสนอ	3.501	3.723	4.092	3.544	0.000**
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.351	4.023	3.955	3.655	0.000**
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.678	4.330	4.541	3.814	0.000**
โดยรวม	3.561	4.039	4.230	3.816	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามผู้ร่วมรับชมรายการโดยวิธี One – way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีความถี่ในการรับชมแตกต่างกันมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ชมรายการที่มีครอบครัวเป็นผู้ร่วมรับชม มีค่าเท่ากับ 3.561 ผู้ชมรายการที่มีแฟนเป็นผู้ร่วมรับชม มีค่าเท่ากับ 4.039 ผู้ชมรายการที่มีเพื่อนเป็นผู้ร่วมรับชม มีค่าเท่ากับ 4.230 และไม่มีผู้ร่วมรับชม มีค่าเท่ากับ 3.816 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการนำเสนอแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านบุคลิกภาพที่มีบทบาทสำคัญพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านบุคลิกภาพที่มีบทบาทสำคัญแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีผู้ร่วมรับชมแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	ผู้ร่วมรับชม	\bar{X}	กลุ่ม	p-value			
				1	2	3	4
เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์	ครอบครัว	3.716	1	-	0.000**	0.000**	0.000**
	แฟน	4.176	2	-	-	0.057	0.583
	เพื่อน	4.388	3	-	-	-	0.111
	ไม่มี	4.223	4	-	-	-	-
การนำเสนอ	ครอบครัว	3.501	1	-	0.013*	0.000**	0.584
	แฟน	3.723	2	-	-	0.005**	0.076
	เพื่อน	4.092	3	-	-	-	0.000**
	ไม่มี	3.544	4	-	-	-	-
บุคลิกภาพที่มีบทบาทสำคัญ	ครอบครัว	3.351	1	-	0.000**	0.000**	0.000**
	แฟน	4.023	2	-	-	0.564	0.000**
	เพื่อน	3.955	3	-	-	-	0.007**
	ไม่มี	3.655	4	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

เจตคติที่มีต่อ รายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศ	ผู้ร่วม รับชม	\bar{X}	กลุ่ม	p-value			
				1	2	3	4
การมีส่วนร่วม ของผู้ชม	ครอบครัว	3.678	1	-	0.000**	0.000**	0.000**
	แฟน	4.330	2	-	-	0.080	0.000**
	เพื่อน	4.541	3	-	-	-	0.000**
	ไม่มี	3.814	4	-	-	-	-
โดยรวม	ครอบครัว	3.561	1	-	0.000**	0.000**	0.000**
	แฟน	4.039	2	-	-	0.014*	0.000**
	เพื่อน	4.230	3	-	-	-	0.000**
	ไม่มี	3.816	4	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ชมที่มีผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า

ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ผู้ชมที่มีครอบครัวร่วมรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีผู้ชมที่มีแฟน เพื่อน และไม่มี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีแฟนร่วมรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีเพื่อนและไม่มี ผู้ชมที่มีเพื่อนร่วมรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่ไม่มีผู้ร่วมรับชม

ด้านการนำเสนอผู้ชมที่มีครอบครัวร่วมรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีผู้ชมที่มีแฟนร่วมรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีเพื่อนร่วมรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์

ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่ไม่มีเพื่อนร่วมรับชมผู้ชมที่มีแฟนร่วม
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลโดยวิธี One - way ANOVA

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	บุคคลที่มีอิทธิพล(\bar{X})						p-value
	พิธีกร (n=35)	นักแสดงรับเชิญ (n=63)	ผู้ร่วมรายการทางบ้าน (n=16)	คณะกรรมการ (n = 52)	ครอบครัว (n = 142)	เพื่อน (n=92)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์	3.952	3.330	4.000	4.397	4.034	4.105	0.000**
2. การนำเสนอ	3.509	3.293	4.333	3.560	3.640	3.688	0.000**
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.491	3.501	3.600	3.700	3.673	3.513	0.000**
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.735	3.531	4.500	3.860	3.915	4.108	0.000**
โดยรวม	3.674	3.399	4.095	3.890	3.813	3.845	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ โดยวิธี One – way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้ชมรายการที่มีพิธีกรเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 3.674 ผู้ชมรายการที่มีนักแสดงรับเชิญเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 3.399 ผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรายการจากทางบ้านเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 4.095 ผู้ชมรายการที่มีคณะกรรมการเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 3.890 ผู้ชมรายการที่มีครอบครัวเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 3.813 และผู้ชมรายการที่มีเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 3.845 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการนำเสนอแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญแตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า มีค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีบุคลิกที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	บุคคลที่มีอิทธิพล	\bar{X}	กลุ่ม	p-value					
				1	2	3	4	5	6
เนื้อหา รูปแบบ และคุณค่าของรายการเกมโชว์	พิธีกร	3.952	1	-	0.000**	0.761	0.000**	0.405	0.139
	นักแสดงรับเชิญ	3.330	2	-	-	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
	ผู้ร่วมรายการ	4.000	3	-	-	-	0.008**	0.804	0.455
	คณะกรรมการ	4.397	4	-	-	-	-	0.000**	0.001**
	ครอบครัว	4.034	5	-	-	-	-	-	0.307
	เพื่อน	4.105	6	-	-	-	-	-	-
การนำเสนอ	พิธีกร	3.509	1	-	0.103	0.000**	0.708	0.268	0.152
	นักแสดงรับเชิญ	3.293	2	-	-	0.000**	0.023*	0.000**	0.000**
	ผู้ร่วมรายการ	4.333	3	-	-	-	0.000**	0.000**	0.000**
	คณะกรรมการ	3.560	4	-	-	-	-	0.432	0.242
	ครอบครัว	3.640	5	-	-	-	-	-	0.571
	เพื่อน	3.688	6	-	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

เจตคติที่มี ต่อรายการ เกมโชว์ ลิขสิทธิ์ จากต่าง ประเทศ	บุคคลที่มี อิทธิพล	\bar{X}	กลุ่ม	p-value					
				1	2	3	4	5	6
บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	พิธีกร	3.491	1	-	0.939	0.567	0.130	0.126	0.003**
	นักแสดง รับเชิญ	3.501	2	-	-	0.567	0.093	0.072	0.911
	ผู้ร่วม รายการ	3.600	3	-	-	-	0.568	0.659	0.610
	คณะ กรรมการ	3.700	4	-	-	-	-	0.793	0.087
	ครอบครัว	3.673	5	-	-	-	-	-	0.057
	เพื่อน	3.513	6	-	-	-	-	-	-
การมีส่วนร่วมของผู้ชม	พิธีกร	3.735	1	-	0.121	0.000**	0.360	0.127	0.003**
	นักแสดง รับเชิญ	3.531	2	-	-	0.000**	0.005**	0.000**	0.000**
	ผู้ร่วม รายการ	4.500	3	-	-	-	0.000**	0.000**	0.021*
	คณะ กรรมการ	3.860	4	-	-	-	-	0.000**	0.587
	ครอบครัว	3.915	5	-	-	-	-	-	0.021*
	เพื่อน	4.108	6	-	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

เจตคติที่มี ต่อรายการ เกมโชว์ ลิขสิทธิ์ จากต่าง ประเทศ	บุคคลที่มี อิทธิพล	\bar{X}	กลุ่ม	p-value					
				1	2	3	4	5	6
โดยรวม	พิธีกร	3.674	1	-	0.001**	0.001**	0.015*	0.070	0.034*
	นักแสดง รับเชิญ	3.399	2	-	-	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
	ผู้ร่วม รายการ	4.095	3	-	-	-	0.077	0.008**	0.023*
	คณะ กรรมการ	3.890	4	-	-	-	-	0.241	0.527
	ครอบครัว	3.813	5	-	-	-	-	-	0.548
	เพื่อน	3.845	6	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์
ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ชมที่มีบุคคลที่มี
อิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า

ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ผู้ชมที่มีพิธีกรเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลใน
การรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มี
นักแสดงและคณะกรรมการเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่
มีผู้ร่วมรายการ ครอบครัวและเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชมผู้ชมที่มีนักแสดงเป็นบุคคล
ที่มีอิทธิพลในการรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี
แตกต่างจากผู้ชมที่มีผู้ร่วมรายการ คณะกรรมการ ครอบครัวและเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิทธิพลในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีครอบครัวเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม ผู้ชมที่มีนักแสดงเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีผู้ร่วมรายการ คณะกรรมการ ครอบครัวและเพื่อน เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีผู้ร่วมรายการเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มี คณะกรรมการเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีครอบครัวเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ชมที่มีคณะกรรมการเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีครอบครัว และเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม ผู้ชมที่มีครอบครัวเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีเพื่อน เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชม

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ชมรายการที่ได้รับสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมรายการที่ได้รับสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมรายการที่ได้รับสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One-way ANOVA

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการโดยวิธี One – way ANOVA

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	สื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชม(\bar{X})						p-value
	โทรทัศน์ (n=156)	นิตยสาร (n=16)	เฟสบุ๊ก (n=92)	อินสตาแกรม (n=57)	ยูทูป (n=58)	ทวิตเตอร์ (n=21)	
1. เนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์	4.028	3.166	4.056	3.622	3.922	5.000	0.000**
2. การนำเสนอ	3.507	3.500	3.630	3.809	3.649	3.579	0.077
3. บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ	3.588	3.600	3.547	3.764	3.451	3.761	0.102
4. การมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.873	3.515	3.782	4.057	3.905	4.464	0.000**
โดยรวม	3.745	3.431	3.761	3.792	3.729	4.197	0.000**

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ โดยวิธี One – way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้ชมรายการที่มีโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 3.745 ผู้ชมรายการที่มีนิตยสารเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 3.431 ผู้ชมรายการ

ที่มีเฟสบู๊ตเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 3.761 ผู้ชมรายการที่มีอินสตาแกรมเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 3.792 ผู้ชมรายการที่มียูทูปเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 3.729 และผู้ชมรายการที่มีทวิตเตอร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ มีค่าเท่ากับ 4.197 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการนำเสนอพบว่า มีค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.077 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชมแตกต่างกัน เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการนำเสนอไม่แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.102 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญไม่แตกต่างกัน

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้ชมรายการที่มีสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของผู้ชมที่มีสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ	สื่อที่มีอิทธิพล	\bar{X}	กลุ่ม	p-value					
				1	2	3	4	5	6
เนื้อหา รูปแบบ และคุณค่า ของ รายการเกม โชว์	โทรทัศน์	4.028	1	-	0.000**	0.684	0.000**	0.176	0.000**
	นิตยสาร	3.166	2	-	-	0.000**	0.002**	0.000**	0.000**
	เฟสบุ๊ค	4.056	3	-	-	-	0.000**	0.119	0.000**
	อินสตา แกรม	3.622	4	-	-	-	-	0.002**	0.000**
	ยูทูป	3.922	5	-	-	-	-	-	0.000**
	ทวิตเตอร์	5.000	6	-	-	-	-	-	-
การมีส่วนร่วม ของผู้ ชม	โทรทัศน์	3.873	1	-	0.033*	0.280	0.064	0.746	0.000**
	นิตยสาร	3.515	2	-	-	0.123	0.003**	0.031*	0.000**
	เฟสบุ๊ค	3.782	3	-	-	-	0.011*	0.252	0.000**
	อินสตา แกรม	4.057	4	-	-	-	-	0.203	0.013*
	ยูทูป	3.905	5	-	-	-	-	-	0.001**
	ทวิตเตอร์	4.464	6	-	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

เจตคติที่มี ต่อ รายการ เกมโชว์ ลิขสิทธิ์ จากต่าง ประเทศ	สื่อที่มี อิทธิพล	\bar{X}	กลุ่ม	p-value					
				1	2	3	4	5	6
โดยรวม	โทรทัศน์	3.745	1	-	0.005**	0.774	0.470	0.802	0.000**
	นิตยสาร	3.431	2	-	-	0.004**	0.003**	0.013*	0.000**
	เฟสบุ๊ก	3.761	3	-	-	-	0.660	0.649	0.000**
	อินสตา แกรม	3.792	4	-	-	-	-	0.420	0.000**
	ยูทูป	3.729	5	-	-	-	-	-	0.000**
	ทวิตเตอร์	4.197	6	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า

ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ผู้ชมที่มีโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีนิตยสาร อินสตาแกรมและทวิตเตอร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีเฟสบุ๊กและยูทูปเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชม ผู้ชมที่มีนิตยสารเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีเฟสบุ๊กอินสตาแกรม ยูทูปและทวิตเตอร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีเฟสบุ๊กเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีอินสตาแกรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยรวมผู้ชมที่มีโทรศัพท์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีนิตยสารและทีวีเตอร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มี เฟสบุ๊กอินสตาแกรมและยูทูปเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชม ผู้ชมที่มีนิตยสารเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีเฟสบุ๊กอินสตาแกรม และทีวีเตอร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มียูทูปเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ชมที่มีเฟสบุ๊กเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มีอินสตาแกรมและยูทูปเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชมและมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีทีวีเตอร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีอินสตาแกรมเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ไม่แตกต่างจากผู้ชมที่มียูทูปเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชมและมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีทีวีเตอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มียูทูปเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชมมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีแตกต่างจากผู้ชมที่มีทีวีเตอร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.28 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน		✓
สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	✓	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ชมรายการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ชมรายการที่มีความถี่ในรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ชมรายการที่ได้รับสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน	✓	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.29 สรุปตัวแปรที่มีการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตัวแปรอิสระ	เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี				
	ด้านเนื้อหา รูปแบบและ คุณค่าของ รายการเกมโชว์	ด้านการ นำเสนอ	ด้านบุคลากร ที่มีบทบาท สำคัญ	ด้านการมี ส่วนร่วม ของผู้ชม	โดยรวม
เพศ	×	✓	✓	×	×
อายุ	✓	✓	✓	✓	✓
ระดับการศึกษา	✓	✓	×	✓	✓
อาชีพ	✓	✓	✓	✓	✓
รายได้ต่อเดือน	✓	✓	✓	✓	✓
สถานภาพการสมรส	×	✓	✓	×	✓
ประเภทรายการที่ รับชม	✓	×	✓	✓	✓
ความถี่ในรายการ รับชม	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ร่วมรับชมรายการ	✓	✓	✓	✓	✓
บุคคลที่มีอิทธิพลใน การตัดสินใจ รับชม	✓	✓	✓	✓	✓
สื่อที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจรับชม	✓	×	×	✓	✓

หมายเหตุ ✓ มีนัยสำคัญทางสถิติและมีการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD

× ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวโดยสรุปถึงผลการศึกษาเรื่องเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกล่าวถึงสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยแยกออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และมีสถานภาพโสด

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการเซฟกระทะเหล็ก และรายการโหด มัน ฮา ประเทศไทย เท่ากัน มีความถี่ในการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ เดือนละ 3 ครั้ง ช่องทางการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศผ่านทางโทรทัศน์ การรับรู้ข่าวสารรายการรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศผ่านทางโทรทัศน์ บุคคลที่มีอิทธิพลในการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศคือครอบครัว และบุคคลที่ร่วมรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศคือครอบครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ในภาพรวมผู้ชมมีเจตคติต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ การนำเสนอ บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ และการมีส่วนร่วมของผู้ชม มีระดับเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมรายการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ชมรายการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ชมรายการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ผู้ชมรายการที่มีพฤติกรรมการรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่าผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ชมรายการที่มีความถี่ในรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่าผู้ชมรายการที่มีความถี่ในรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่าผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ วัลลิทธิจากต่างประเทศแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบ พบว่าผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ชมรายการที่ได้รับสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่าผู้ชมรายการที่ได้รับสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้ง

5.1.5 สรุปผล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อเจตคติต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี พบว่าผู้ชมได้เสนอแนะข้อคิดเห็น โดยจำแนกตามปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์

จากการศึกษา พบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ชมมีเจตคติในเรื่อง รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศช่วยสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน ดังนั้นผู้ผลิตควรมีการพัฒนาารูปแบบ หรือเลือกรูปแบบรายการที่ผ่อนคลาย สนุกสนาน สร้างความเพลิดเพลิน เพื่อตอบสนองผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

2. ด้านการนำเสนอ

จากการศึกษา พบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ชมจะพิจารณาระบบสีของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมในการนำเสนอรายการ เพราะฉะนั้นควรมีการเลือกสรรรายการเกมโชว์ที่มีคุณภาพ มีการถ่ายทำที่มีมาตรฐาน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับชมรายการที่มีคุณภาพ และตรงตามความพึงพอใจของผู้บริโภค

3. ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ชมมีเจตคติในเรื่องการแสดงความความคิดเห็นหรือทรศนะของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสม ดังนั้นผู้ผลิตควรมีการเลือกรายการโดยคำนึงถึงพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมและค่านิยมหรือทรศนะที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความเป็นไทย เพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพ ผู้ชมไม่รู้สึถึงความไม่เหมาะสมที่จะก่อให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อรายการของผู้รับชมรายการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ชมมีเจตคติในเรื่องของการเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถเข้าร่วมชมการแข่งขันรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในสถานที่จริงที่มีความเหมาะสมดังนั้นรายการควรมีการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ รวมทั้งการสร้างหรือจำลองสถานที่ที่มีความสอดคล้องหรือใกล้เคียงกับรายการลิขสิทธิ์ต้นฉบับเพื่อให้ผู้ชมที่รับชม หรือเข้าร่วมรายการได้รับความรู้สึกเสมือนรับชมรายการลิขสิทธิ์ต้นฉบับจริงๆ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 อภิปรายผลการวิเคราะห์ระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาในภาพรวม เจตคติต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ ด้านการนำเสนอ ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม มีระดับเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดีหากวิเคราะห์เจตคติต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีในแต่ละด้านตามลำดับสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์

ผู้ชมในกรุงเทพมหานครให้ระดับเจตคติด้านเนื้อหารูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ มีระดับเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยผู้ชมมีเจตคติในเรื่อง รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศช่วยสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน ทั้งนี้เป็นเพราะการที่ผู้ชมเลือกรับชมรายการเกมโชว์ส่วนหนึ่งก็เพื่อต้องการความเพลิดเพลิน ความสนุกสนานจากการรับชม เพื่อการพักผ่อน และผ่อนคลาย ดังนั้นแล้วความสนุกสนานของรายการ จึงเป็นสิ่งที่ผู้ชมรายการมีเจตคติ ทั้งนี้ผลการศึกษาครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ฉัตรสุติ นุตประวีณ์ และพจนา รูปแก้ว (2558) ที่ทำการศึกษารื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ เดอะวอยซ์ไทยแลนด์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครอธิบายว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการด้านความบันเทิง "ได้รับความเพลิดเพลินจากการรับชม" มากที่สุด

ลำดับที่ 2 ด้านการนำเสนอ

ผู้ชมในกรุงเทพมหานครให้ระดับเจตคติด้านการนำเสนอมีระดับเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยผู้ชมมีเจตคติในเรื่องระบบสีของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมในการนำเสนอรายการ ทั้งนี้เป็นเพราะการเลือกรับชมรายการหรือสิ่งที่สนใจนั้นผู้ชมล้วนมีความปรารถนาที่จะได้รับบรรณรส หรือความรู้สึกที่เหมือนจริง เหมือนกับผู้ชมได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่ง หรืออยู่ในเหตุการณ์นั้นจริงๆ ดังนั้นแล้วระบบสี หรือการถ่ายทำที่มีประสิทธิภาพ จึงทำให้ผู้ชมได้รับความรู้สึกในส่วนนี้อย่างดีที่สุด ผู้ชมจึงมีความปรารถนาที่จะรับชมรายการที่มีระบบสี หรือการถ่ายทำที่มีคุณภาพ จูดีวิดี จิตประพันธ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งได้อธิบายว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับชมรายการข่าวเช้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเลือกรับชมรายการข่าวเช้าเนื่องจากองค์ประกอบด้านการนำเสนอมากที่สุด

ลำดับที่ 3 ด้านบุคลิกที่มีบทบาทสำคัญ

ผู้ชมในกรุงเทพมหานครให้ระดับเจตคติด้านบุคลิกที่มีบทบาทสำคัญมีระดับเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยผู้ชมมีเจตคติในเรื่องการแสดงความคิดเห็นหรือทรรศนะของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสมทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ดำเนินรายการเป็นปัจจัยหลักในการสื่อสารเรื่องราวต่างๆ ของรายการให้ผู้ชมได้รับทราบ รวมทั้งเป็นบุคคลที่กำหนดหรือทำให้รายการดำเนินต่อไปอย่างราบรื่น ทรรศนะของผู้ดำเนินรายการ รวมทั้งพฤติกรรมหรือบุคลิกที่แสดงออกจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะสะท้อนภาพจำหรือเรื่องราวของรายการให้ผู้ชมเกิดการจดจำ นอกเหนือจากเนื้อหาหรือรูปแบบของรายการ ดังนั้นแล้วหากผู้ดำเนินรายการมีคุณลักษณะที่เหมาะสม ถูกต้องตามกาลเทศะ สอดคล้องกับจุดประสงค์หลักของรายการก็จะทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีและคล้อยตามรายการได้ ทั้งนี้ผลการศึกษาคั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ จูดีวิดี จิตประพันธ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งได้อธิบายว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับชมรายการข่าวเช้า ด้านผู้ดำเนินรายการนำเสนอข่าวให้เป็นกลาง แสดงบทบาทหน้าที่อย่างเป็นกลาง มีประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ลำดับที่ 4 ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

ผู้ชมในกรุงเทพมหานครให้ระดับเจตคติด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมมีระดับเจตคติอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยผู้ชมมีเจตคติในเรื่องการเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถเข้าร่วมชมการแข่งขันรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในสถานที่จริงมีความเหมาะสมทั้งนี้เป็นเพราะ เมื่อผู้ชมมีความรู้สึกพึงพอใจในการรับชม ผู้ชมจึงมีความรู้สึกต้องการเป็นส่วนหนึ่งของรายการ หรืออยากมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนร่วมกับรายการเพื่อให้ได้รับความรู้สึกที่สมจริงขึ้นมากกว่าการรับชมผ่านหน้าจอโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว โดยผลการศึกษาค้นคว้านี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ รัชฎา โคลินคริปส์ (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ ถึงลูกถึงคนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้อธิบายว่า ผู้ชมมีความพอใจมาก ในด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมกับรายการ

5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อรายการ เกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ อันได้แก่รายการเซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย และรายการโหด มัน ฮา ประเทศไทย เป็นรายการที่มีการออกแบบรูปแบบรายการให้สามารถรับชมได้ทั้งเพศชาย และเพศหญิงจึงทำให้ปัจจัยเรื่องเพศที่ต่างกันมีเจตคติต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศไม่แตกต่างกันนั่นเอง ซึ่งผลจากการศึกษาค้นคว้านี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ งานวิจัยของ ดิศราพร ทรงแสง (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อช่องเฮฮา ทางทิวทัศน์พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผลการศึกษาค้นคว้านี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฏฐ์ นุตประวีณ์ และพจนนา รูปแก้ว (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดชมรายการ

อายุ ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้ชมที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน อาจจะมีความต้องการที่จะรับชมรายการที่แตกต่างกันออกไป เห็นได้จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่น จึงอาจจะเป็นไปได้ว่า รายการที่นำมาศึกษานี้มีรูปแบบการนำเสนอรายการที่เจาะกลุ่มความต้องการของวัยรุ่น จึงทำให้ปัจจัย ด้านอายุที่แตกต่างกันมีเจตคติต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันนั่นเอง ซึ่งผลจากการศึกษาค้นคว้านี้สอดคล้องกับแนวคิดของ ประมะ สตะเวทิน (2546) ที่กล่าวไว้ว่าการเปิดรับชมรายการของผู้ที่มีอายุน้อยมักจะรับชมรายการรูปแบบใหม่มากกว่าผู้ที่มีอายุมาก ๆ ซึ่งมักจะเปิดรับข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง และสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ ณัฏฐ์ นุตประวีณ์ และพจนนา รูปแก้ว (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ขึ้นต้นการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าผู้ชมรายการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันยังมีการเปิดรับชมรายการจากช่องทางที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้รับชมที่มีสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ต่างกัน ย่อมมีความต้องการที่จะรับชมหรือเลือกรับชมรายการแตกต่างกันออกไปตามสิ่งที่สิ่งได้หล่อหลอมหรือสั่งสมมา หรืออาจจะด้วยความสนใจหรือความชอบส่วนตัว จึงทำให้ผู้ที่มีการศึกษาที่แตกต่างกันมีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ทั้งนี้ Brook (1971, pp.211-212) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียดรอบคอบมาก จึงทำให้การโน้มน้าวใจเกิดขึ้นได้ยากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชฎา โคลนศรีปส์ (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ ถึงลูกถึงคนในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ชมที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันและงานวิจัยของ ฉัตรชุลี นุตประวิทย์ และพจนาน รุณแก้ว (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษายังมีผลต่อการรับชมของผู้ชมรายการด้วยเช่นกัน โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีส่วนร่วมในการรับชมรายการมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี

อาชีพ ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การประกอบอาชีพของแต่ละบุคคลย่อมที่จะมีความต้องการหรือข้อจำกัดรวมทั้งรสนิยมในการเลือกรูปแบบรายการที่รับชมแตกต่างกัน อาจจะด้วยข้อจำกัดในเรื่องของเวลาการทำงาน หรือสังคมความเป็นอยู่ ทั้งนี้ผลการศึกษาครั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชฎา โคลนศรีปส์ (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ ถึงลูกถึงคนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการแตกต่างกันในทุกด้านและงานวิจัยของดิศราพร ทรงแสง (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อช่องเฮฮา ทางทรูวิชั่นส์ ที่พบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีช่องเฮฮาทางทรูวิชั่นส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทิศทางบวก

รายได้ต่อเดือน ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะรายได้ต่อเดือนถือเป็นตัวกำหนดฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งผู้ชมที่มีฐานะ

ทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน ทั้งการประกอบอาชีพและรายได้จึงส่งผลให้ผู้ชมมี
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพแวดล้อมในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ผลการศึกษาคั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชฎา โคลินคริปส์ (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ ถึงลูกถึงคนใน เขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมรายการแตกต่างกันใน ทุกด้าน และงานวิจัยของ ดิศราพร ทรงแสง (2556)ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อช่องเฮฮา ทางทรูวิชั่นส์ พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อช่องเฮฮา

สถานภาพการสมรส ผู้ชมรายการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีเจตคติที่มีต่อ รายการเกมโชว์ลึขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ชมที่มีสถานภาพโสด อาจจะมีความต้องการที่จะเลือกรับชม รายการที่แตกต่างออกไปกับผู้ที่สมรส หรือหย่าร้าง อาจจะช่วยความเป็นอยู่ การ ดำเนินชีวิต หรือกิจกรรมที่กระทำต่างๆ ซึ่งผลการศึกษาคั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรัตน์ เต็ดแก้ว (2544) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบการรับชมรายการ โทรทัศน์ประเภท สารความรู้และสารบันเทิง การจดจำได้ และการนำไปใช้ประโยชน์พบว่า ประชาชนที่มี สถานภาพสมรสต่างกัน มีการรับชมรายการรายการ โทรทัศน์แตกต่างกัน

5.2.3 อภิปรายผลการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อรายการ เกมโชว์ลึขสิทธิ์จากต่างประเทศจำแนกตามพฤติกรรมการรับชม

ประเภทรายการที่รับ ผู้ชมรายการที่มีประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อ รายการเกมโชว์ลึขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะรายการที่ผู้ชมเลือกรับชมเป็นรายการที่มีเนื้อหา และรูปแบบ รายการที่แตกต่างกัน ผู้ชมแต่ละท่านจึงมีความสนใจที่จะรับชมรายการที่ตนชื่นชอบหรือสนใจ จึง ทำให้ ประเภทรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลึขสิทธิ์จากต่างประเทศ แตกต่างกัน ทั้งนี้ผลการศึกษาคั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐลี นุตประวีณ์ และพจนา รูป แก้ว (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จาก การรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าพฤติกรรมการเปิด รับชมด้านลักษณะรายการในการรับชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการ

ความถี่ในรายการที่รับชม ผู้ชมรายการที่มีความถี่ในรายการที่รับชมแตกต่างกัน มีเจตคติที่มี ต่อรายการเกมโชว์ลึขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ชมแต่ละท่านที่รับชมอาจมีข้อจำกัดด้านเวลาที่ แตกต่างกัน ที่ทำให้ไม่สามารถเลือกรับชมได้ทุกวัน หรือสม่าเสมอ ตามช่วงเวลานั้นๆ เป็นประจำ อาจจะช่วยข้อจำกัดในการดำเนินชีวิต หรือการประกอบอาชีพ จึงทำให้ ความถี่ในรายการที่รับชม

แตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลึขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกัน ทั้งนี้ผลการศึกษา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้าน การค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ดิศราพร ทรงแสง (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อช่องเฮฮา ทางทรูวิชั่นส์ พบว่าพฤติกรรมการความถี่ในการเปิดรับ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อช่องเฮฮาทางทรูวิชั่นส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในทิศทางบวก คือ ผู้ชมที่มีพฤติกรรมการความถี่ในการเปิดรับสูง มีแนวโน้มที่จะเกิดทัศนคติต่อช่องเฮฮาในระดับสูงไปด้วย

ผู้ร่วมรับชมรายการ ผู้ชมรายการที่มีผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ชมแต่ละท่านล้วนมีความต้องการที่จะนำไปพูดคุยบอกต่อกับบุคคลใกล้ชิด เพื่อให้มีทัศนคติความถี่ไปในทิศทางเดียวกับตนเอง จึงทำให้ผู้ร่วมรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เสรี วงษ์มณฑา (2533) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรมต่อความรุนแรงของเยาวชนกับพฤติกรรมการดูโทรทัศน์พบว่า หลังจากผู้ชมรับชมรายการโทรทัศน์แล้วมีการถ่ายทอดประสบการณ์การรับชมนั้นสู่คนใกล้ชิด เพื่อให้เกิดทัศนคติทางเดียวกับตน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชุลี นุตประวีณ์ และพจนนา รูปแก้ว (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการด้านผู้ร่วมรับชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการ

บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ ผู้ชมรายการที่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะการเลือกรับชมรายการของผู้ชมนั้นนอกจากความชื่นชอบหรือความสนใจในรูปแบบเนื้อหาของรายการแล้วบริบทอื่นๆ ของรายการยังมีส่วนในการทำให้ผู้ชมเกิดเจตคติที่ดี และเลือกที่จะรับชมรายการหรือไม่ เช่นพิธีกรในการดำเนินรายการ ผู้เข้าร่วมรายการ กรรมการตัดสิน หรือแม้แต่บริบทอื่นๆ รอบข้างของผู้รับชม เช่น ครอบครัว เพื่อน ก็มีมีส่วนในการส่งเสริมเจตคติและการตัดสินใจเลือกรับชมรายการของผู้รับชม ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีบางส่วนสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑิวิดี จิตประพันธ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งได้อธิบายว่าผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ในเรื่องของประเภทรายการข่าวเช้าที่ชม

สื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการ ผู้ชมรายการที่ได้รับสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะ ปัจจุบันนี้

อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้ชมในปัจจุบัน ซึ่งทำให้การเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาดเห็นาเปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือเลือกซื้อสินค้า รวมทั้งการเลือกรับชมรายการ ล้วนมีสิ่งเหล่านี้มาเกี่ยวข้องแทบทั้งสิ้น นอกเหนือจากสื่อเดิมเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ดังนั้นแล้วจึงทำให้การได้รับสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับชมรายการแตกต่างกัน ผลการศึกษาครั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของYen-Chun, Ju-Peng& Chan-Lan(2015) ที่ได้อธิบายว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่มีการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น เป็นส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภคและการแบ่งปันข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Plurk, YouTube และสื่อประเภทอื่นๆ กลายเป็นข้อมูลอ้างอิงที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาวิจัยเรื่องเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี หรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตคติมากทั้ง 4 ด้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวี ควรจะมีการพัฒนาด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์ ด้านการนำเสนอ ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ ให้มีการรักษามาตรฐาน รวมทั้งการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ผู้รับชม และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ชมให้มากขึ้น เช่น การส่ง SMS ลุ้นสิทธิพิเศษต่างๆ

2. ด้านการประชาสัมพันธ์ควรมีการประชาสัมพันธ์สื่อสารกับผู้ชมทางสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพราะจากการศึกษาจะพบว่าผู้ชมรับรู้ข่าวสารของทางรายการ นอกจากทางโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 1 แล้ว อันดับต่อมาล้วนมาจากทางช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ทั้งสิ้น รวมทั้งผู้ใช้งานระบบออนไลน์ส่วนใหญ่เมื่อต้องการค้นหาสิ่งๆ ที่ตนเองต้องการมักใช้การค้นหาด้วยเว็บ Search Engine และมักจะเลือกเว็บไซต์ที่อยู่อันดับต้นๆ เสมอการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Search Engine จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางการตลาดที่สามารถสร้างผลกำไรให้กับผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจได้ ซึ่งมีทั้งการประชาสัมพันธ์ด้วยการลงโฆษณา Google Adwords และการประชาสัมพันธ์ด้วยการทำ SEO ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน เพราะ งบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ต่ำ มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าใช้จ่ายที่คงที่ ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องในระยะยาวและไม่จำกัดช่วงเวลา เพื่อช่วงชิงความได้เปรียบจากคู่แข่ง

3. ปัจจุบันนี้ธุรกิจในวงการแข่งขันการผลิตรายการโทรทัศน์มีความแพร่หลายอย่างมาก และมีตัวเลือกให้ผู้ชมสามารถเลือกชมรายการต่างๆ ได้ตามความสนใจต่อเนื้อหารายการต่างๆ ทั้งนี้ ผู้ศึกษามีมุมมองเกี่ยวกับการทำรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยว่า จำเป็นต้องอาศัยการกระตุ้นผู้ชมให้เกิดการกระตือรือร้น (Active) หรือ เกิดการตอบสนอง (Interactive) เพื่อให้เกิดแรงจูงใจที่จะรับชมเพิ่มมากขึ้นและเข้ามามีส่วนร่วมกับรายการมากขึ้น รวมทั้งสิ่งที่สำคัญคือการสร้างเจตคติที่ดีต่อรายการและการรับชม เพราะถ้าหากว่าผู้ชมมีเจตคติที่ดีต่อรายการ หรือต่อการรับชมแล้วผู้ชมก็จะเกิดการอยากมีส่วนร่วม หรือความต้องการที่จะรับชมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งอาจเกิดการบอกต่อในกลุ่มเพื่อน หรือในกลุ่มสังคมออนไลน์ของคุณต่อไป อันจะทำให้ให้ธุรกิจของวงการรายการโทรทัศน์เติบโต และยังสามารถขยายฐานกลุ่มผู้ชม รวมทั้งมีการต่อยอดธุรกิจในการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคตมากขึ้นด้วยเช่นกัน

4. กลุ่มตัวอย่างผู้ชมรายการเซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย และ โหด มัน ฮา ประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย แต่อย่างไรก็ตามด้านเพศก็ไม่มีผลต่อการรับชมของทั้ง 2 รายการ เนื่องจากทั้ง 2 รายการเป็นรายการที่ตอบโต้กับทุกเพศ ซึ่งผู้ชมสามารถรับชมได้ทุกคน นอกจากนั้น พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการด้านความถี่ในการรับชมและระยะเวลาในการรับชมของทั้ง 2 เพศ ยังมีความถี่และระยะเวลาในการรับชมมาก จึงควรมีการเพิ่มกิจกรรมที่สามารถมีส่วนร่วมของทั้งเพศชายและหญิง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรับชมที่มากขึ้น รวมถึงยังสามารถดึงการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในธุรกิจการโฆษณา ให้เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เช่น เปิดรับผู้สนับสนุนรายการที่เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิงและผู้ชายหรือสร้างสถานการณ์ให้กลุ่มผู้ชมเพศหญิงและเพศชายมีส่วนร่วมกับการมากขึ้น เช่น การส่ง SMS ลุ้นสิทธิพิเศษต่างๆหรือรถยนต์ที่มีมูลค่าสูง

5. ผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 20 – 30 ปี มีเจตคติที่ดีทั้ง 4 ด้านต่อการรับชมรายการเซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทยและ โหด มัน ฮา ประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน จึงควรมีการพัฒนารูปแบบรายการให้มีความทันสมัย เหมาะกับกลุ่มผู้ชม เพิ่มความสนุกสนานเพลิดเพลิน เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่ต้องการความสนุกสนานจากรายการเกมโชว์ในปัจจุบันและไม่มีเนื้อหาที่หนักจนเกินไป ด้านการนำเสนอควรมีการปรับปรุงแสง สี เสียง ให้มีความน่าสนใจ ดึงดูด เพราะภาพที่แสดงออกมจะทำให้ผู้รับชมสนใจเป็นลำดับแรก ในภาคธุรกิจอาจมีการนำเทคโนโลยีหรือปรับปรุงแสงไฟสำหรับใช้ในการถ่ายทำให้มีความทันสมัยและสีสันมีเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการออกแบบฉากที่ใช้ในการถ่ายทำให้มีความสวยงามและแข็งแรง และควรเพิ่มกิจกรรมสำหรับกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานให้ได้ร่วมสนุก เช่น ทำโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กับเหมาะสำหรับกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงาน เพื่อสร้างกิจกรรมและเงินรางวัลให้ผู้ชมเข้าร่วมกับกิจกรรมมากขึ้น โดยการซื้อเครื่องดื่มเพื่อลุ้นให้เข้าร่วมรายการและชิงเงินรางวัล เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. กลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและมีการตัดสินใจในการมีส่วนร่วมรายการมาก เพราะผู้ชมที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ก็มีพฤติกรรมในการรับชมที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงก็จะมี การเลือกรับชมรายการมีมากกว่า ดังนั้นควรมีการปรับปรุงแต่ละด้านให้เหมาะกับผู้ชมแต่ละระดับการศึกษา เช่น กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงมีความสอดคล้องทางเรื่องรายได้สูง ผู้ผลิตรายการควรเพิ่มเติมกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการในการมีส่วนร่วมให้เหมาะสมแก่ผู้ชมกลุ่มดังกล่าว เช่นการส่ง SMS โหวตผู้เข้าแข่งขันหรือแสดงความคิดเห็นต่อรายการ เพื่อสร้างรายได้ให้กับรายการมากขึ้น

7. จากการศึกษาพบว่าผู้ชมส่วนใหญ่รับชมรายการจากบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับชมคือครอบครัวเป็นหลัก และในด้านผู้ร่วมรับชมก็มีครอบครัว เป็นผู้ร่วมรับชมมากที่สุด เช่นเดียวกัน ในภาคธุรกิจจึงควรมีการจัดกิจกรรมหรือสร้างรูปแบบรายการพิเศษในแต่ละสัปดาห์ให้แตกต่างกันออกไป โดยจะต้องสอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมที่มีครอบครัวเป็นหลัก เช่นการให้ครอบครัวมาเป็นผู้ร่วมแข่งขัน หรือร่วมชมในรายการเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของครอบครัวมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถทำกิจกรรมกับธุรกิจโฆษณาที่เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับครอบครัว เช่น เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์มีสิทธิในการรับประทานอาหารฝีมือเชฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย เป็นต้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มผู้ชมที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งยังไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้ชมรายการที่มีอยู่ทั่วประเทศ เนื่องจากรายการออกอากาศไปทั่วประเทศ และถือเป็นรายการที่มีความนิยมเป็นอย่างมาก จึงควรทำการศึกษาโดยการสุ่มหากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคจะทำให้ผลการศึกษามีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม เจตคติ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมหลากหลายขึ้น

2. ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกถึงพฤติกรรม เจตคติ และการใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ นอกเหนือจากการศึกษาฉบับนี้ ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวจะสามารถนำมาปรับปรุงแก้ไข และพัฒนารายการให้มีการนำเสนอที่เหมาะสมต่อความต้องการของผู้ชมรายการ

3. ทำการศึกษาต่อยอดในแง่ของการความพึงพอใจต่อผู้ตัดสินรายการ รวมถึงความพึงพอใจต่อผู้เข้าแข่งขัน เนื่องจากรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันจะมีการรวมตัวของกลุ่มแฟน (Fans) คือผู้ที่ชื่นชอบ สนใจ และให้กำลังใจแก่ผู้เข้าแข่งขัน การศึกษาในแง่ดังกล่าวสามารถทำให้ทราบถึงความสนใจของกลุ่มผู้ชมรายการมากขึ้น

บรรณานุกรม

กองสุศึกษา สำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข. 2533. พฤติกรรมศาสตร์. [Online]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.thaihed.com/html/show.php?SID=132>.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2542. การวิเคราะห์สถิติ: เพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2554. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for windows. กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลปียกฤต บุญบำรุงชัย. 2555. “ทัศนคติของผู้ชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสทรยุทธสุทัศน์จินดา.” ปรินญาวารสารศาตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กิติมา สุรสนธิ. 2533. ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. 2546. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ไทยเจริญการพิมพ์.

เกศินี จุฑาวิจิตร. 2540. การสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. 2531. พลศาสตร์ของการสื่อสาร. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

จุฑามาศ ดนเจริญสุข. 2549. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการชมละครก่อนข่าว (18.45 น.) ของ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในเขตกรุงเทพมหานคร.” ปรินญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย. 2549. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : แอคทีฟพริ้นท์.

ชัยรงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และ ไพบุรณ์ คะเชนทรพรรค์. 2546. การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ ในสุโขทัยธรรมมาธิราชมหาวิทยาลัย เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-7. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ชาติรส การะเวก. 2546. พฤติกรรมและจุดมุ่งหมายในการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา

มหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : สำนักหอสมุด

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544. การวิจัยเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : ทิปพับลิเคชั่น

ณัฐชุลี นุตประวีณ์ และพจนา รูปแก้ว. 2557. “พฤติกรรมกาเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ ประโยชน์จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. 2544. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่น

ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์นเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ดิศราพร ทรงแสง. 2556. “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อช่องเสาทงทงวิชั่นส์.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการกีฬาและการบันเทิง, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- เดือนจิต จินตนา. 2553. “ทัศนคติและพฤติกรรมกรรมการรับชมสื่อโทรทัศน์ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถิติ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เดือนใจ ทองดี. 2549. “การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบออนไลน์ (e-Learning) กับการเรียนรู้แบบปกติ.” วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์.
- ชนสิทธิ์ เจริญวิชัย. 2549. “การเปิดรับสื่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ชมรายการบ๊องบราเธอร์ของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร.” ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์. 2551. ประชากรศึกษา. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://computer.pcru.ac.th/emoodledata/19>.
- นวลศิริ เปาโรหิต. 2545. จิตวิทยาสังคมเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรมะ สตะเวทิน. 2540. การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. 2546. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพการพิมพ์.
- พัทธนันท์ เค็ดแก้ว. 2544. การศึกษาเปรียบเทียบการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้และสาระบันเทิง การจดจำได้ และการนำไปใช้ประโยชน์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มธุรส สว่างบำรุง และคณะ. 2546. “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตจังหวัด เชียงใหม่.” วารสารจิตวิทยาคลินิก. 36 (1) : 59-76.
- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. 2537. ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัชฎา โคลินคริปส์. 2548. “ความพึงพอใจของผู้ชมรายการถึงลูกถึงคนในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรพจน์ นวลสกุล. 2550. รายการโทรทัศน์VIDEO PROGRAMED. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.lib.ubu.ac.th/html/techno/Down%20Load/bod34_02.pdf.
- วิฑูรย์ เลิศประเสริฐพันธ์. 2543. “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในชีวิตประจำวันกรณีศึกษาเฉพาะ นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- วีณา วัฒนาศิริพานิช. 2549. “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่น
ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตีโชว์ : กรณีศึกษารายการ
UBC Academy Fantasia 2 ประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศกุนต์ สายบุญลี. 2543. “ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์รายการ
สารคดีพัฒนาชุมชน.” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์. 2545. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น. [Online]. เข้าถึงได้จาก :
<http://research.bu.ac.th/oldpoll210/poll48.html>.
- สุชา จันทร์อม. 2544. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- สุณี อธินันทนากร. 2546. “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวของ Modernine
Television ในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุปรีย์ สุวรรณบุรณ์. 2557. รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์. [Online]. เข้าถึงได้จาก :
<http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter9-3.html>.
- สุรพงษ์ ไสชนะเสถียร. 2533. การสื่อสารเพื่อการจัดการในองค์การธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุรางค์ ไคว้ตระกูล. 2544. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรางค์ ไคว้ตระกูล. 2541. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักวิจัยเอแบคโพลล์. 2545. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี.
[Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.ipoll.th.org/ake/t22/2545/nethabit1.html>.
- เสถียร เขยประทับ. 2525. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Atkin. and Charles K. 1973. **Anticipated Communication and Mass Media Information
Seeking.** New York : Free Press.
- Becker, S. L. 1972. “**Discovering Mass Communication.**” Illinois : Scott Foresman and
Company Glenview.
- Brooks, W.D. 1971. **Speech Communication.** Iowa : W.M.C. Brown.
- Cohen, J. 1997. **Statistical power analysis for the behavioral sciences.** NJ:
Lawrence Earlbaum Associates.

Field, A. 2005. **Discovering statistics using SPSS.** London : Sage.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้เขียนเห็นว่าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Friedson, Riley and Flowerman. 1951. **“Media exposure”**. [online]. Available :
<http://thailand.com/html/show.phs?sid=136>.
- Hunt, T.and Ruben,B. D. 1993. **“Mass Communication: Producers and Consumers.”** New York : Harper College.
- Klapper, J. T. 1960. **The effects of mass communication**. New York : The Free Press.
- McCombs and Becker. 1979. **Using Mass Communication Theory**. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Meyer, D. E., and Kieras, D. E. 1999. “Precis to a practical unified theory of cognition and action: Some lessons from computational modeling of human multiple-task performance.” **In D. Gopher & A. Koriat (Eds.), Attention and performance XVII.** 1999 : 17-88
- Nunnally, J. C. 1978. **Psychometric theory**. New York : McGraw-Hill.
- Torrance, E.P. 1964. **Education and The Creative potential**. Minneapolis: The Land Parent.
- Shirley Biagi. 2003. **Media Impact: An Introduction to Mass Media**. [Online]. Available: www.wadworth.com.
- Rogers, E. M., and Shoemaker, F. F. 1971. **Communication of innovations: A cross-cultural approach**. New York : Free Press.
- Wilbur,Schramm. 1973. **Channels and Audience : Handbook of Communication**. Chicago : Ran McNallyCollege.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย นายจักรพันธ์ วิชชุประภาพร
 นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไม่มีคำตอบข้อใดถูกหรือผิด ท่านสามารถตอบได้ทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริงและตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงของท่านให้มากที่สุด กรุณาตอบข้อความที่สอบถามทุกข้อเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากที่สุด

คำตอบหรือข้อมูลจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านและหน่วยงานของท่านเพราะผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ในภาพรวมเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น กรุณาตอบข้อความที่สอบถามทุกข้อเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากที่สุด โดยแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครฯ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

กรุณาตอบข้อความที่สอบถามทุกข้อเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดอ่านและพิจารณาคำถามและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับคำตอบที่ต้องการ และเติมคำตอบลงในช่องว่าง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

มากกว่า 20 ปี – 30 ปี

มากกว่า 30 ปี – 40 ปี

มากกว่า 40 ปี – 50 ปี

มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

อนุปริญญา/ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา

พนักงานบริษัทเอกชน

รับราชการ

ธุรกิจส่วนตัว

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พ่อบ้าน/แม่บ้าน

อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

5. รายได้/เดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

มากกว่า 10,000 บาท - 20,000 บาท

มากกว่า 20,000 บาท - 30,000 บาท

มากกว่า 30,000 บาท - 40,000 บาท

มากกว่า 40,000 บาท

6. สถานภาพการสมรส

โสด

สมรส / อยู่ด้วยกัน

หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด (ยกเว้นระบุไว้เป็นอย่างอื่น)

- ท่านเคยรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศรายการใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> เซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย	<input type="checkbox"/> โหด มัน ฮา ประเทศไทย
--	---
- จากคำตอบในข้อ 1 ความถี่ในการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ

<input type="checkbox"/> เดือนละ 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> เดือนละ 2 ครั้ง
<input type="checkbox"/> เดือนละ 3 ครั้ง	<input type="checkbox"/> ทุกอาทิตย์
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ.....)	
- จากคำตอบในข้อ 1 ท่านรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศผ่านช่องทางใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> โทรทัศน์	<input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ตทีวี
<input type="checkbox"/> ยูทูป	<input type="checkbox"/> เว็บไซต์ช่อง 7
- จากคำตอบในข้อ 1 ท่านรับรู้ข่าวสารของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากสื่อใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> โทรทัศน์	<input type="checkbox"/> วิทยุ
<input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์	<input type="checkbox"/> นิตยสาร
<input type="checkbox"/> เฟซบุ๊ก(Facebook)	<input type="checkbox"/> อินสตาแกรม (Instagram)
<input type="checkbox"/> ยูทูป(Youtube)	<input type="checkbox"/> ทวิตเตอร์ (Twitter)
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ.....)	
- จากคำตอบในข้อ 1 บุคคลใดมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมากที่สุด

<input type="checkbox"/> พิธีกร	<input type="checkbox"/> คารับเชิญ
<input type="checkbox"/> ผู้ร่วมรายการจากที่บ้าน	<input type="checkbox"/> คณะกรรมการตัดสิน
<input type="checkbox"/> ครอบครัว	<input type="checkbox"/> เพื่อน
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ.....)	
- ท่านรับชมรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศกับใครมากที่สุด

<input type="checkbox"/> ครอบครัว	<input type="checkbox"/> แฟน
<input type="checkbox"/> เพื่อน	<input type="checkbox"/> ไม่มี
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ.....)	

ส่วนที่ 3 เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขต
กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับระดับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์
ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกม โชว์					
1. เนื้อหาใหม่แปลกใหม่และแตกต่างจาก รายการเกมโชว์อื่นๆ ในประเทศไทย					
2. รูปแบบใหม่แปลกใหม่และแตกต่าง จากรายการเกมโชว์อื่นๆ ในประเทศไทย					
3. รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ช่วยสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน					
4. รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ช่วยให้คุณได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น กับผู้อื่น					
5. รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ช่วยให้คุณได้รับความรู้และข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์					
6. ท่านได้รับความรู้เพิ่มเติมและสามารถนำ ทักษะความรู้จากรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ จากต่างประเทศไปใช้ในชีวิตจริงได้					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
ด้านการนำเสนอ					
7. ระบบแสงของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ จากต่างประเทศมีความเหมาะสมในการ นำเสนอรายการ					
8. ระบบสีของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศมีความเหมาะสมในการ นำเสนอรายการ					
9. ระบบเสียงของรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ จากต่างประเทศมีความเหมาะสมในการ นำเสนอรายการ					
10. วันที่ออกอากาศรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์ จากต่างประเทศมีความเหมาะสม					
11. เวลาในออกอากาศรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสม					
12. ขนาดตัวอักษรของข้อความที่ท่านเห็น ทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศมี ความเหมาะสม					
ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ					
13. บุคลิกภาพของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ เกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความ เหมาะสม					
14. การแต่งกายของพิธีกรหรือผู้ดำเนิน รายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมี ความเหมาะสมต่อการรับชมรายการ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศในช่องฟรีทีวี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ (ต่อ)					
15. น้ำเสียง การพูด กิริยาและอารมณ์ของ พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสม ต่อการนำเสนอรายการ					
16. การแสดงความคิดเห็นหรือทรรศนะของ พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเกมโชว์ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีความเหมาะสม					
17. การใช้ภาษาอย่างถูกต้องตามหลัก ภาษาไทยและอังกฤษ					
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม					
18. การสอบถามความคิดเห็นผู้ชมต่อรายการ เกมโชว์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่อง ฟรีทีวีมีความเหมาะสม					
19. การมีอิสระในการเสนอความคิดเห็นของ ผู้ชมต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศในช่องฟรีทีวี					
20. การเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถเข้าร่วม แข่งขันรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศมีความเหมาะสม					
21. การเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถเข้าร่วมชม การแข่งขันรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศในสถานที่จริงมีความ เหมาะสม					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์ลิขสิทธิ์จาก
ต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง: โปรดแสดงข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะด้านต่างๆ เกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อรายการเกมโชว์
ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในช่องฟรีทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านเนื้อหา รูปแบบและคุณค่าของรายการเกมโชว์

ด้านช่องทางการนำเสนอ

ด้านบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญ

ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Attitudes Toward Foreign Copyright Game Shows on Free TV Channel of Program Viewers in the Bangkok Metropolis Zone

Jackapan Witchuprapaporn¹, Montajula Suvattanadilok², Nuttawut Rojniruttikul³

Abstract: The objective of this research is 1) to study the attitudes towards foreign copyright game shows on free TV channel of program viewers in the Bangkok Metropolis Zone, and 2) when compared with attitudes towards foreign copyright game shows on free TV channel of the program viewers in the Bangkok Metropolis zone under personal factors classification. The 400 representative samples used in the research were viewers of foreign copyright game shows on free TV channel in the Bangkok Metropolis zone and a questionnaire was applied as the study instrument. The findings of the research results indicated that the attitudes toward foreign copyright game shows on free TV channel of the program viewers in the Bangkok Metropolis zone on the aspect of content, form and value of game show, the aspect of presentation, the aspect of key role player, and the aspect of viewer participation, was at a high level for all of 4 aspects. In addition, the program viewers with different personal factors of age, educational level, occupation, monthly income and marital status, had different attitudes towards foreign copyright game shows at 0.01 of statistically significance level. Program viewers with different genders had attitudes toward foreign copyright game shows that were indifferent.

Keywords: Foreign Copyright Game Shows, Attitude, Personal Factors

1. Introduction

At present, television media is the major communication channel of people in society that will recognize movement, possibility, content of occurred surrounding events. The reason why television has been the major communication channel has been due to the timely and quick response advantage toward events

Jackapan Witchuprapaporn¹, the student of Master of Business Administration Program in Industrial Business Administration, Administration and Management College, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.

Montajula Suvattanadilok², Assistant Professor of Administration and Management College, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.

Nuttawut Rojniruttikul³, Assistant Professor of Administration and Management College, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.

whereas newspapers cannot respond in such way, and the attractive advantage of both colors and animation; a diversified essence, which radio, cannot respond to in such a way. Even though the use of Internet media has increased, it has been in a niche group of people with adequate income to purchase such services, particularly groups of city people. When compared with television that has become very cheap and every home can currently afford, Internet services have been charged for, while there has not been such a service charge for television media particularly with free TV. Due to the aforesaid reason, television media can widely access all genders and ages of the consumers (Nuansakul, 2007).

Television media has been the mass media that has played the role and has influenced the daily life of people, since television media has been the media with easy accessibility. Apart from television's availability, vision and sound aid comprehension by all generations and all ages

of viewers, another point has been due to convenience, since dressing and riding in a car have been needed to go to see a movie or play at a movie theatre or playhouse, and a fee must be paid. Moreover, television has immediacy and live shows. It has most advantages by the way that it can instantly present events in real time when such events are occurring. The viewers can simultaneously view both vision and sound, causing interest and participative feelings for the viewers in such events.

The business engagement of television stations has been highly competitive. The viewers can select to view different programs. Thus, it has been a business opportunity of television program producers to produce more programs to serve the demands of the viewers who have given the precedence with quality essence and entertainment. The television media has consisted of various types of TV programs viewed by people. When discussing the program styles of today's TV channels, the other program with quite a lot of interest has been the "Game Show" which has been a considerable power base for each channel. For the past period, TV programs have had more ratings and numbers of viewers and game shows have provided essence and entertainment. In addition, to increase competitive potential, the program producers have also increasingly produced new program styles in other types of programs such as drama and variety, etc. A positive acceptance has been gained from both viewers and clients who have purchased advertising.

Nowadays, the role of the game show has increased since all television stations with free TV channels have completely taken game shows to be a significant part of program schedules with more than 50 game shows both on free and digital TV channels. Most of the game shows on the free TV channels are foreign copyright game shows, since at present, foreign copyright game shows have been more exotic, interesting and diversified than general game shows. Game shows can be classified into 2 groups: 1) game shows that allow the program participants to play games to compete for

prizes, emphasizing on the program participants and the viewers' acquisitions both of entertainment and essence, for example, "Iron Chef Thailand" program has been counted as a copyright game show in the initial era that has penetrated the entertainment industry market in Thailand, and "Cash Cab Thailand" program, etc.; 2) game shows that allows the program participants to play games to compete for prizes, emphasizing the programs participants and the viewers' acquisitions for amusement and enjoyment such as "Takeshi's Castle Thailand" program and "The Voice Thailand" program, etc.

There have been many types of game shows for viewers to select for viewing. In addition, foreign copyright game shows have tended to increase every year because of changes in personal factors and behaviors of the consumers. Moreover, the entertainment industry market has tended to be intensely competitive every year.

Therefore, it has been the main concept of interest for the researcher at this time to study a survey of attitudes towards foreign copyright game shows on free TV channels for the viewers in Bangkok Metropolis zone by selecting just two programs with different presentations. The first program selected was "Iron Chef Thailand" which is a foreign copyright game show and national cooking contest. It is a program for a niche group in order to show cooking proficiency and skill without any prize granting in program proceedings; the second is "Takeshi's Castle Thailand" a program which is a foreign copyright game show that allows the contestants to wade through different barriers in order to win cash prizes. Both programs have been distinguished in aspects of presentation and program styles although they have also been game shows belonging to a copyright holding company. This study has been applied as a guideline for organizations to improve and develop programs, and to enable further development of game shows in Thailand.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Literature Review

2.1 Attitude

Allport (cited in Paorohit, 2002: 125) defined the meaning of attitude as the state of mental readiness occurring from experience. This state of readiness is the force that determines the direction of interpersonal interaction toward relevant person, thing or situation. The attitude can be as follows: 1) occurrence from learning, culture and social custom, 2) building of feelings from self-experience, 3) both positive and negative previous experience obtained affecting attitude towards a new similar thing, 4) identification of the person with self-preference and adoption of that attitude to be self-attitude.

2.2 Demographic Characteristics

Mass Communication is the form of communication where the receiving group must be a diversified large crowd without the necessity to be ever acquainted in the same society or have mutual previous experiences. Each receiver will have different characteristics in various aspects particularly Demographic Characteristics such as age, gender, education and social and economic status. The news receivers with different characteristics will have different behaviors and interests when receiving news. (Biagi, 2003: 6)

3. Research Conceptual Frameworks and Methodology

This research aims at studying the attitudes affecting the viewing of foreign copyright game shows on free TV channels in the Bangkok Metropolis Zone. The research of Ratchada Kolinkripts (2005) from the article titled “Viewer Satisfaction on “Tueng Luk Tueng Khon” Show in the Bangkok Metropolis Zone on Channel 9 Television Station, MCOT” has been applied as a research conceptual framework of this title. The research concept and results have been applied for defining the research conceptual framework in Figure 1

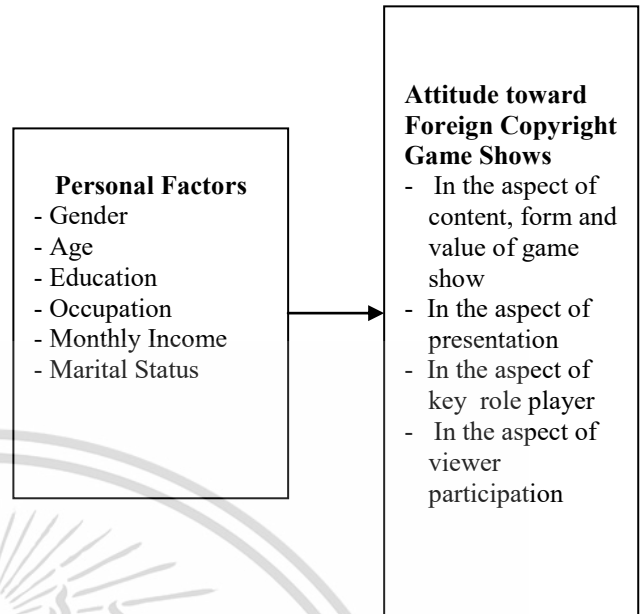


Figure 1 Research Conceptual Framework

3.1 Research Hypothesis

Hypothesis 1 Program viewers with different genders have different attitudes towards foreign copyright game shows.

Hypothesis 2 Program viewers with different ages have different attitudes towards foreign copyright game shows.

Hypothesis 3 Program viewers with different education have different attitudes towards foreign copyright game shows.

Hypothesis 4 Program viewers with different occupations have different attitudes towards foreign copyright game shows.

Hypothesis 5 Program viewers with different monthly incomes have different attitudes towards foreign copyright game shows.

Hypothesis 6 Program viewers with different marital statuses have different attitudes towards foreign copyright game shows.

3.2 Research Methodology

- Populations and Samples

The populations used in this study were from viewers of foreign copyright game shows on free TV channel in the Bangkok Metropolis Zone. The researchers did not know the exact number of populations.

Therefore, the calculation method for the number of representative samples was determined by applying the formula in the case of non-recognition of a certain number of populations where 95% confidence was determined. The total number of samples derived was 385. The researchers then determined an additional number of samples of 15 samples, in case of incomplete return of some questionnaires. Therefore, the total number of samples in this research was 400 people.

- Instrument

A questionnaire was prepared as an instrument that was applied by the researchers for data collection in conducting this research. It passed the check from experts and was issued to inquire the representative samples in different places in the Bangkok Metropolis Zone.

- Data Collection

Data collection and data search was through the presentation of questionnaire, which was checked and passed for quality and then randomly distributed to representative samples in various places by the researchers. The research data in the Bangkok Metropolis Zone was collected by random selection from the most density of population for 4 area-divided districts of Bangkok Metropolis and waited for return from September 2015 to October 2015.

4. Research Result

- Analysis of the Personal Factors of the Questionnaire from Respondents

Table 1 : Personal Factors

Gender	Unit	Percent
Male	151	37.8
Female	249	62.2
Age	Unit	Percent
Less than 20 years	70	17.5
21 - 30 years	136	34.0
31 - 40 years	94	23.5
41 - 50 years	58	14.5
More than 51 years	42	10.5

Education	Unit	Percent
Certificate, Diploma	-	-
High School Certificate / Vocational Certificate	57	14.2
High vocational Certificate	103	25.8
bachelor's degree	176	44.0
higher than a bachelor's degree	64	16.0
Occupation	Unit	Percent
Student/College student	128	32.0
Company Employee	83	20.8
Government employee	59	14.8
Business owner	60	15.0
State Enterprises	54	13.4
House maker	16	4.0
Monthly Income	Unit	Percent
Less than 10,000 Baht	48	12.0
10,001-20,000 Baht	106	26.5
20,001-30,000 Baht	91	22.8
30,001-40,000 Baht	94	23.5
More than 40,000 Baht	61	15.2
Marital Status	Unit	Percent
Single	253	63.2
Married	105	26.2
Divorced / Separated	42	10.5
Total	400	100.0

Most of the respondents were female (62.2%), being between 20-30 years of age (34%), a Bachelor's Degree level of education (44.0%), a student, undergraduate or pupil for an occupation (32.0%), a monthly income of between 10,000-20,000 Baht (26.5%) and a single marital status (63.2%).

- Data Analysis for Hypothesis Testing

Table 2 : Hypothesis Testing

Personal Factor	P-Value	Hypothesis Testing
Gender	0.431	Reject
Age	0.000**	Accept

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Education	0.000**	Accept
Occupation	0.000**	Accept
Monthly Income	0.000**	Accept
Marital Status	0.000**	Accept

Hypothesis 1 Program viewers with different genders have different attitudes towards foreign copyright game shows.

The hypothesis testing result indicated that the program viewers with different genders had indifferent attitudes towards foreign copyright game shows.

Hypothesis 2 Program viewers with different ages have different attitudes towards foreign copyright game shows.

The hypothesis testing result indicated that the program viewers with different ages had different attitudes toward foreign copyright game shows at a 0.01 statistical significance level.

Hypothesis 3 Program viewers with different educational levels have different attitudes towards foreign copyright game shows.

The hypothesis testing result indicated that the program viewers with different educational levels had different attitudes toward foreign copyright game shows at a 0.01 statistically significance level.

Hypothesis 4 Program viewers with different occupations have different attitudes towards foreign copyright game shows

The hypothesis testing result indicated that the program viewers with different occupations had different attitudes toward foreign copyright game shows at a 0.01 statistical significance level.

Hypothesis 5 Program viewers with different average monthly incomes have different attitudes towards foreign copyright game shows.

The hypothesis testing result indicated that the program viewers with different average monthly incomes had different attitudes toward foreign copyright

game shows at a 0.01 statistically significance level.

Hypothesis 6 Program viewers with different marital statuses have different attitudes towards foreign copyright game shows.

The hypothesis testing result indicated that the viewers with different marital statuses had different attitudes towards foreign copyright game shows at a 0.01 statistical significance level.

5. Conclusion and Discussion

The results of the study on attitudes toward foreign copyright game shows on free TV channel of the program viewers in Bangkok Metropolis zone could be concluded and discussed as follows:

5.1 The level of attitude towards foreign copyright game shows on free TV channel of the program viewers in Bangkok Metropolis zone indicated that the attitude towards foreign copyright game shows on free TV channel in the aspect of content, form and value of game shows, the aspect of presentation, the aspect of key role player person, and the aspect of participation of the viewers, were in a high level in all 4 aspects, due to the following:

The Aspect of Content, Form and Value of Game Shows The questionnaire respondents deemed that foreign copyright game shows helped build enjoyment as well as novel and different styles from other game shows in Thailand.

The Presentation Aspect. The respondents deemed that the system, light, color and sound of foreign copyright game shows were proper for program presentation and telecasting date and time of foreign copyright game shows was proper.

The Key Player Personnel Aspect. The respondents deemed that the expression of opinion or viewpoint as well as tone, speech, manner and feeling of speakers or moderators of foreign copyright game shows were proper for program presentation. In addition, personality, dress and use of language of speakers and moderators were timely appropriate. For the aspect of the

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในช่องทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และ 5 อ้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

viewer's participation, the questionnaire respondents deemed that freedom in presenting the viewer's opinion toward the program, query of the viewer's opinion toward program as well as opportunities for viewers to participate in foreign copyright game shows were proper. However, the study result was consistent with the research findings of Jintana (2010) that the attitude toward television media in overview was in moderate to high level of opinion in the general characteristics of the program in the aspect of program content, and in highest level of opinion in the issue of emphasis on content, essence, and quality more than business and ethics in creative media production.

5.2 The findings of the comparison results of attitudes towards foreign copyright game shows on free TV channel of the program viewers in Bangkok Metropolis zone were classified according to person factors as follows:

The program viewers with different genders had indifferent attitudes towards foreign copyright game shows. This was inconsistent with the assumption and it might also be because foreign copyright game shows such as Iron Chef Thailand Program and Takeshi's Castle Thailand Program have been designed with a format so that they can be viewed by both male and female, resulting in indifferent attitudes toward foreign copyright game shows from different gender factors. This study result was consistent with the research findings of Songsaeng (2013) that male and female had indifferent exposure behavior. However, this study result was inconsistent with the research findings of Nootaprawee and Thoopkaew (2014) that demographics in gender affected program viewing exposure behavior.

Program viewers with different ages had different attitudes toward foreign copyright game shows at 0.01 of statistical significance. This was consistent with the assumption that viewers with different ages may have different program viewing demands. It could be seen from the study results, which indicated that most of the

questionnaire respondents were between 20-30 years of age. Therefore, it might be possible that the presentation style of the programs used in this study are designed for that age group, resulting in different attitudes toward foreign copyright programs from different age factor's This study results were consistent with the research findings of Satawaythin (2003) who found that according to program viewing exposure, younger people often viewed new styles more than older people and they were often exposed to serious news more than entertainment. This was consistent with the research findings of Nootaprawee and Thoopkaew (2014) that the program viewers with demographics in different ages were exposed to program views from different means.

Program viewers with different levels of education had different attitudes towards foreign copyright game shows at 0.01 of statistical significance. This was consistent with the assumption that viewers with a different learning environment could have different viewing demands or different program viewing based on things which were taught or accumulated or might be due to interest or personal preference, causing different attitudes toward foreign copyright game shows by people with a different education. However, Brook (1971) state that people with a high education often considerably and thoroughly made decisions on any issues, resulting in more difficult persuasion than people with a lower education. This study result was consistent with the research findings of Kolinkrips (2005) that viewers with a different education had different satisfaction in overview. In addition, the research findings of Nootaprawee and Thoopkaew (2014) indicated that demographics in the aspect of educational level still affected the views of the program viewers. People with a high educational level would be participative in viewing programs more than people with an educational level of a Bachelor's degree and below Bachelor's degree.

Program viewers with different

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

occupations had different attitudes toward foreign copyright game shows at 0.01 of statistical significance. This was consistent with the assumption that the occupation of each person could cause different demands or limitations including taste in the selection of program styles, possibly due to the limitation of working hours or society and livelihood. However, this study result was also consistent with the research of Ratchada Kolinkrips (2005) that viewers with different occupations had different satisfaction toward program views in all aspects.

Program viewers with different monthly incomes had attitudes toward foreign copyright game shows at 0.01 of statistical significance. This was consistent with the assumption since monthly income has been the determinant of economic and social status. The viewers with different economic and social status both in the aspects of occupation and income affected viewers to have different media exposure environments. Nevertheless, this study result was also consistent with the research of Kolinkrips (2005) that viewers with different incomes had different satisfaction with program views in all aspects. Moreover, the research finding of Songsaeng (2013) described that monthly income was positively related to the viewer's attitude toward the fun channel.

Program viewers with a different marital status had different attitudes toward foreign copyright game shows at 0.01 of statistical significance. This was consistent with the assumption since a viewer with a single status might have different demands in the selection of program views from people who are divorced or married marital status. It might be due to different livelihood, way of life or performed activity. This study result was consistent with the research findings of Dedkaew (2001) that people with different marital status viewed different television programs.

5.3 Suggestions

According to the research results on attitudes toward foreign copyright programs

on free TV channel of the program viewers in the Bangkok Metropolis zone at this time, business entrepreneurs related to foreign copyright game shows on different free TV channels or relevant agencies could apply the study results as follows:

1. According to the study, the findings indicated that according to the opinions of the questionnaire respondents in attitudes towards foreign copyright programs on free TV channels of the viewers in the Bangkok Metropolis zone, the questionnaire respondents gave high precedence in all of 5 aspects. Therefore, the business entrepreneurs of foreign copyright game shows on free TV channels should develop in the aspect of content, form and value of game shows both in the aspects of presentation and key role playing persons to maintain standards as well as develop new styles in order to enhance attractiveness to viewers and increase participative promotion of viewers such as SMS delivery to push forward various privileges.

2. More communication and publications should be executed with social online viewers since from the study the findings indicated that the viewers perceived news via programs besides television as the first order. The second order was entirely from the means of social media. Moreover, when most online system users search for things required by them, they often search by a Web Search Engine and always-select websites, which are, listed first. Publications via Search Engines therefore has been a marketing channel that can generate profits for entrepreneurs or business owners. The publications, including advertisements in Google Adwords and publication by SEO have been very popular due to the use of low publication budget and stable expense, affecting long-term continuity of publication and unlimited period of time. Thus, promotion and development should be executed in this part to build accurate perception for viewers, resulting in a good attitude toward the program and ongoing viewers or the addition of new viewer groups.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และ 7 ้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Today, businesses in the competitive field of television program production have been extremely extensive with alternatives for viewers so that they can select to view various programs according to their interests with various program contents. However, the researchers have made their viewpoint about television program production in Thailand, that it has been necessary to stimulate viewers to be active or interactive in order to motivate more viewers. In addition, the significance has been the creation of a good attitude toward programs and viewers since if the viewer has a good attitude towards the program or towards the viewer, the viewer will continue to have a participative desire or viewer demand, and word of mouth may be arise in a group of friends or in a group of online social groups afterward. This will result in business growth in the television program field, the ability to expand the viewer groups and also more business extension of television program production in the future.

6. Bibliography

Brooks, W.D. (1971). *Speech Communication*: Dubuque, Iowa: W.M.C. Brown

Daeunjit Jintana. (2010). *Attitudes and Behavior of Television Media View of Students of Faculty of Science of Chiang Mai University*. Individual Study, Chiang Mai University.

Dissaraporn Songsaeng (2013) *Viewing Behavior and Attitude of Audience toward Hay-Ha Channel by True Visions*. Bangkok: Sripatun University.

Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS*. London: Sage.

Kallaya Vanitchbancha. (1999). *Statistics Analysis :Statistics for Decision Making* (Published No. 4 Revision). Bangkok: Dharmasarn.

Kallaya Vanitchbancha. (2011). *Advanced*

Statistics Analysis with SPSS for Windows. Bangkok: Chalalongkorn University.

Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: The Free Press

Nattachulee Nootaprawee and Pojjana Thoopkaew. (2014). *Exposure Behavior, Satisfaction and Utilization from Views of the Voice Thailand Program of the Viewers in Bangkok Metropolis Zone*. Thesis of Master Degree, Thammasat University.

Nuansiri Paorohit. (2002). *Introduction to Social Psychology*. Bangkok: Ramkhamhaeng University Press.

Nunnally, J. C. 1978. *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.

Vorapotch nuansakul. (2007). *Television Video Programed* [Online]. Available: http://www.lib.ubu.ac.th/html/techno/Down%20Load/bod34_02.pdf

Patthanan Dedkaew (2001) *A Comparative Study of Exposure Retention and Utilization of Viewing Documentaries and Edutainment T.V. Program*. Bangkok: Chulalongkorn University.

Porrama Satawaythin. (2013). *Mass Communication: Process and Theory*. Bangkokprinting: luck.

Ratchada Kolinkrips (2005) *Satisfaction in Teung-Luk-Teung-Kon Program at Television Channel 9 MCOT of the viewer in Bangkok*. Bangkok: Srinakharinwirot University

Shirley Biagi. (2003). *Media Impact: An Introduction to Mass Media*.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายจักรพันธ์ วิชาสุประภาพร
วัน เดือน ปีเกิด	15กรกฎาคม พ.ศ. 2533
ที่อยู่	8ซอย 9 ตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10270
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2556 ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2556 – ปัจจุบัน ผู้ช่วยโปรดิวิเซอร์รายการเซฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย บริษัท เฮลิโคเนีย เอช กรุ๊ป จำกัด
E-Mail	zignors@hotmail.com



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้