

การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูทูปชีเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
สุนทรี ศิลป์สาคร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2549

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๖๕๔.๘๗๔๓

ศ ๒๑๔ ๗

ร. ๒

การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบิซี้เคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

สุนทรี ศิลป์สาคร

๒๓ ส.ค. ๒๕๔๙

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม ๒๕๔๙

๒๓๕๔๕๔

สุนทรีย ศิลป์สาคร.(2549). การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบิซี้เคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ- อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกิตตา.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบิซี้เคเบิลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทักษะคิดต่อการชมรายการ พฤติกรรมการชมรายการต่างๆ และความพึงพอใจโดยรวมต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ ของโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ชมรายการทั้งทางโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบความแตกต่างใช้ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด การวิเคราะห์ความสัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ชมทั้งโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

2. ทักษะคิดด้านรายการต่างๆโดยรวมของโทรทัศน์กับยูบิซี้เคเบิลทีวี สอดคล้องกัน คืออยู่ในระดับ ดี แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความแตกต่างกัน โดย ทักษะคิดต่อรายการข่าวทันเหตุการณ์ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดีมาก ส่วนทางยูบิซี้เคเบิลทีวีอยู่ในระดับดี ทักษะคิดต่อรายการสารคดีและรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬาทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี ส่วนทางยูบิซี้เคเบิลทีวีอยู่ในระดับดีมาก ทักษะคิดต่อรายการภาพยนตร์ใหม่ ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็กทางโทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนทางยูบิซี้เคเบิลทีวีอยู่ในระดับดี ทักษะคิดต่อรายการเกมส์โชว์ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี ส่วนทางยูบิซี้เคเบิลทีวีอยู่ในระดับปานกลาง ทักษะคิดต่อรายการสุขภาพและวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์กับทางยูบิซี้เคเบิลทีวีสอดคล้องกันคืออยู่ในระดับดี

3. ความถี่ในการชมต่อสัปดาห์ ทางโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.37 วัน ทางยูบิซี้เคเบิลทีวี เฉลี่ยเท่ากับ 5.30 วัน ความถี่ในการชมต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) ทางโทรทัศน์ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.13 ชั่วโมงต่อวัน และทางยูบิซี้เคเบิลทีวี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ชั่วโมงต่อวัน ความถี่ในการชมต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ทางโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ชั่วโมงต่อวัน และ

ทางยูบิซีเคเบิลทีวีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ชั่วโมงต่อวัน

4. ความพึงพอใจโดยรวมต่อรูปแบบการนำเสนอในการชมโทรทัศน์กับยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชมอยู่ในระดับพึงพอใจ โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความเร็วและทันเหตุการณ์ ความหลากหลายของรายการ สารที่ได้รับจากการชม ช่วงเวลาในการแพร่ภาพ พิธีกรและผู้ดำเนินรายการ ความบันเทิงที่ได้รับของโทรทัศน์กับยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับพึงพอใจทั้งคู่ ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความแปลกใหม่ของรายการทางโทรทัศน์ ในระดับเฉยๆ ส่วนทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับพึงพอใจ และผู้ชมมีความพึงพอใจต่อเวลาในการโฆษณาทางโทรทัศน์ ในระดับไม่พึงพอใจ ส่วนทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับพึงพอใจ ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียง ระบบเสียง 2 ภาษา ทางโทรทัศน์ ในระดับพึงพอใจ ส่วนทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก

5. เพศชายมีพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวัน น้อยกว่า เพศหญิง แต่มีพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมต่อสัปดาห์ มากกว่า เพศหญิง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์ไม่ต่างกัน แต่มีพฤติกรรมการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกันด้านความถี่ต่อสัปดาห์ และด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7. ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์ต่างกัน ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)และในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) และมีพฤติกรรมการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกัน ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

8. ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์ต่างกัน ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)และด้านวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) และมีพฤติกรรมการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกัน ด้านความถี่ต่อสัปดาห์ ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)และในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

9. ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์ไม่ต่างกัน แต่มีพฤติกรรมการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกันโดยผู้ที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมการชมด้านความถี่ต่อสัปดาห์ น้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

10. ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์ต่างกัน ด้านความถี่ต่อสัปดาห์ ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) และมีพฤติกรรมการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกัน ด้านความถี่ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

11. ทศนคติต่อการชม/พฤติกรรมการชม กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการมีความสัมพันธ์กัน ทั้งทางโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

12. ทศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ด้านรายการข่าวทันเหตุการณ์ รายการสารคดี รายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา รายการภาพยนตร์ใหม่ ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็ก รายการเพื่อสุขภาพ รายการเกมส์โชว์ รายการวาไรตี้โชว์

13. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ส่วนด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี ไม่แตกต่างกัน

14. ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านความรวดเร็วและทันเหตุการณ์ ความหลากหลายของรายการ ความแปลกใหม่ของรายการ สารที่ได้จากการรับชม ช่วงเวลาในการแพร่ภาพ เวลาในการโฆษณา พิธีกรและผู้ดำเนินรายการ ความคมชัดของภาพและเสียง ระบบเสียง 2 ภาษา ของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

A COMPARISON OF VIEWERS' BEHAVIOR AND SATISFACTION OF FREE TELEVISION AND
UBC CABLE TV IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

AN ABSTRACT
BY
SUNTHREE SILPSAKORN

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Business Administration degree in management
at Srinakharinwirot University
May 2006

Sunthree Silpsakorn. (2006). *A comparison of viewer's behavior and satisfaction of free television and UBC Cable TV in Bangkok Metropolitan Area*. Master's Project, M.B.A (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Assoc.Prof. Supada Sirikudta:

The purpose of this research is to study a comparison of viewer's behavior and satisfaction of free television and UBC Cable TV in Bangkok Metropolitan Area by classifying as sex, age, education level, occupation, marital status and monthly average income including the attitude and behavior toward viewing TV programs and totally satisfaction toward pattern of program presentation on free television and UBC Cable TV.

The sample group is used in this research are 420 viewers of viewing programs in both of free television and UBC Cable TV in Bangkok Metropolitan Area.

The method of collecting data was questionnaire. The statistical methods applied in data analysis were percentage, mean, standard deviation, Independent Sample t-Test, One-Way Analysis of Variance, Paired difference analyzed by LSD method and Pearson Product Moment Correlation Coefficient and differentiation testing.

The results of research are concluded as follows:

1. Respondents who are viewing in both of free television and UBC Cable TV in which mostly will be female and the most respondents will be age around 21-30 years old, bachelor degree, work as employees in private companies, single status and monthly average income around 10,001-20,000 Baht.

2. Attitude towards overall programs in both of free television and UBC Cable TV are consistent those are in the good level. But when each programs are considered, they can be found differently, those are attitude toward news update programs on free television will be in the very good level but on UBC Cable TV will be in the good level. Attitude toward documentary programs, sports/sports live broadcasted programs on free television will be in the good level but on UBC Cable TV will be in the very good level. Attitude toward new movies programs, variety of music programs, cartoon programs and children programs on free television will be in the medium level but on UBC Cable TV will be in the good level. Attitude toward game show programs on free television will be in the good level but on UBC Cable TV will be in the medium level. Attitude toward health programs and variety show programs on free television and UBC Cable TV will be consistent those are in the good level.

3. The frequency of viewing per week on free television equals to 6.37 days and on UBC Cable TV equals to 5.30 days by average. The frequency of viewing per day on weekdays (Monday-Friday) on free television equals to 3.13 hours per day and on UBC Cable TV equals to 2.44 hours per day by average. The frequency of viewing per day on weekends (Saturday-Sunday and annual holidays) on free television equals to 4.39 hours per day and on UBC Cable TV equals to 4.14 hours per day by average.

4. Overall satisfaction towards pattern of program presentation on free television and UBC Cable TV will be in the satisfaction level in which viewers satisfy toward fast and up to date including variety of programs, information perceived from viewing, the period of time in broadcasting, MC and program presenters in which entertainment perceived on free television and UBC Cable TV will be in the satisfaction level in both of them. Viewers satisfy toward astonished programs on free television will be in the fair level but on UBC Cable TV will be in the satisfaction level. Viewers satisfy toward period of advertising time on free television will be in the no satisfaction level but on UBC Cable TV will be in the satisfaction level. Viewers satisfy toward sharply pictures and sound with dual language system on free television will be in the satisfaction level but on UBC Cable TV will be in the most satisfaction level.

5. Male have behavior toward viewing programs on free television on weekdays (Monday-Friday) and on weekends (Saturday-Sunday and annual holidays) in type of the amount of hours per day less than female but have behavior toward viewing programs on UBC Cable TV in type of the amount of days, hours per week more than female at statistically significance level of 0.05

6. Viewers with different age will have behavior toward viewing programs on free television not differently but have behavior toward viewing on UBC Cable TV differently in type of frequency per week and in type of the amount of hours per day on weekends (Saturday-Sunday and annual holidays) at statistically significance level of 0.05.

7. Viewers with different education level will have behavior toward viewing programs on free television differently in type of the amount of hours per day on weekdays (Monday-Friday) and on weekends (Saturday-Sunday and annual holidays) and have behavior toward viewing on UBC Cable TV differently in type of the amount of hours per day on weekdays (Monday-Friday) at statistically significance level of 0.05

8. Viewers with different occupations will have behavior toward viewing programs on free television differently in type of the amount of hours per day on weekdays (Monday-Friday) and on weekends (Saturday-Sunday and annual holidays) and have behavior toward viewing on UBC

Cable TV differently in type of frequency per week, the amount of hours per day on weekdays (Monday-Friday) and on weekends (Saturday-Sunday and annual holidays) at statistically significance level of 0.05

9. Viewers with different marital status will have behavior toward viewing programs on free television not differently but have behavior toward viewing on UBC Cable TV differently in which the viewers with single status will have behavior toward viewing in type of frequency per week less than viewers with married status at statistically significance level of 0.05

10. Viewers with different income will have behavior toward viewing programs on free television differently in type of frequency per week, the amount of hours per day on weekdays (Monday-Friday) and on weekends (Saturday-Sunday and annual holidays) and have behavior toward viewing on UBC Cable TV differently in type of frequency per week at statistically significance level of 0.05

11. Attitude / Behavior towards viewing and overall satisfaction towards programs have relationship in both of free television and UBC Cable TV at statistically significance level of 0.05

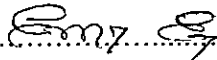
12. Attitude toward viewing programs on free television and UBC Cable TV differently at statistically significance level of 0.05 in type of news update programs, documentary programs, sports /sports live broadcasted programs, new movies programs, variety of music programs, cartoon programs, children programs, health programs, game show programs and variety show programs.

13. Behavior toward viewing programs on free television and UBC Cable TV differently at statistically significance level of 0.05 in type of the amount of days to view on free television and UBC Cable TV per week, the amount of hours to view on free television and UBC Cable TV per day on weekdays (Monday-Friday). And in type of the amount of hours to view on free television and UBC Cable TV per day on weekends (Saturday-Sunday and annual holidays) of viewers in both of them not differently.

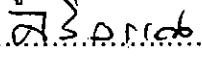
14. Satisfaction towards pattern of program presentation in type of fast and up to date including variety of programs, astonished programs, information perceived from viewing, the period of time in broadcasting, period of advertising time, MC and program presenters and also sharply pictures and sound with dual language system of viewers on free television and UBC Cable TV differently at statistically significance level of 0.05.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการการบริหารหลักสูตรและคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

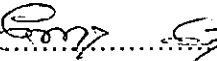
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

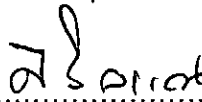
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

.....
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

ประธาน

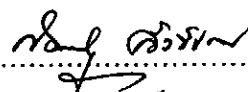
.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำง)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติมา สังข์เกษม)
วันที่ 14... เดือน... พ.ศ. 2549

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความรู้ณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และความช่วยเหลือ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกิตตาที่ได้กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง อาจารย์ ดร. รัชพงศ์ วงศาโรจน์ ที่ได้กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถามแก้ไขเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณ เพื่อน ๆ XMBA รุ่นที่ 5 รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวก สนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมาจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดา มารดา ผู้ให้ความรัก กำลังใจ ความเมตตา ความห่วงใย และสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด รวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชา ให้แก่ผู้วิจัยกระทั่งประสบความสำเร็จครั้งนี้

สุนทรี ศิลป์สาคร

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	4
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
สมมติฐานในการวิจัย	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	9
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	10
แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	12
แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร	16
ทฤษฎีแนวความคิดเกี่ยวกับผู้รับข่าวสาร	18
ประวัติความเป็นมาของสถานีโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	32
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า	124
สรุปผลการวิจัยค้นคว้า	129
อภิปรายผล	144
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	148
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	149
บรรณานุกรม	150
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	154
ภาคผนวก ข รายงานผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	159
หนังสือเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	161
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	162

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงเขตที่สุ่มได้แต่ละกลุ่มการปกครองและสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างแต่ละเขต.....	34
2	แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อรายการโทรทัศน์ และยูบีซีเคเบิลทีวี	35
3	แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อการชม รายการโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี	36
4	แสดงแหล่งตัวแปรสถิติ ANOVA	41
5	แสดงจำนวนและร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	45
6	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อรายการต่างๆของผู้ชมโทรทัศน์ และ ยูบีซีเคเบิลทีวี	48
7	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิล ทีวี ของผู้ชมรายการ	50
8	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี มากที่สุด	51
9	แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการชมรายการต่างๆจากโทรทัศน์มากกว่ายูบีซี เคเบิล หรือยูบีซีเคเบิลทีวีมากกว่าโทรทัศน์	52
10	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบีซี เคเบิลทีวี	52
11	แสดงการเปรียบเทียบเพศของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์	55
12	แสดงการเปรียบเทียบเพศของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี.....	56
13	แสดงการเปรียบเทียบอายุของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์	58
14	แสดงการเปรียบเทียบอายุของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี	59
15	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีด้าน จำนวนวันชมยูบีซีต่อสัปดาห์ จำแนกตามอายุ	60
16	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้าน จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด จำแนกตามอายุ	62
17	แสดงการเปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการ โทรทัศน์	64

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามระดับการศึกษา	65
19	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนก ระดับการศึกษา	67
20	แสดงการเปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซี เคเบิลทีวี	69
21	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้าน จำนวน ชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามระดับ การศึกษา	70
22	แสดงการเปรียบเทียบอาชีพของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์	72
23	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามอาชีพ	73
24	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนก ตามอาชีพ	76
25	แสดงการเปรียบเทียบอาชีพของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี	78
26	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้าน จำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ จำแนกตามอาชีพ	79
27	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้าน จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามอาชีพ	81
28	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้าน จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัต ฤกษ์) จำแนกตามอาชีพ	83
29	แสดงการเปรียบเทียบสถานภาพสมรสของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการ โทรทัศน์	85
30	แสดงการเปรียบเทียบสถานภาพสมรสของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซี เคเบิลทีวี	87

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
31	แสดงการเปรียบเทียบรายได้ของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์	88
32	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวน วันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำแนกตาม รายได้	89
33	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตาม รายได้	91
34	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนก รายได้	93
35	แสดงการเปรียบเทียบรายได้ของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี.....	95
36	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้าน จำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำแนกตามรายได้	96
37	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อ รายการโทรทัศน์และยูบีซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	99
38	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการชมรายการกับความพึงพอใจโดย รวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบีซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร	105
39	แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซี เคเบิลทีวี.....	108
40	แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซี เคเบิลทีวี	111
41	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมและรายข้อต่อการชมรายการโทรทัศน์และ ยูบีซี เคเบิลทีวี	112
42	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	116

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 คุณค่าที่ส่งมอบลูกค้า (Customer delivered value)	10
2 แบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพอใจ	11
3 ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ความรู้สึก ความตั้งใจก่อนพฤติกรรม และพฤติกรรม	16

บทที่ 1 คำนำ

ภูมิหลัง

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดนในปัจจุบัน ทำให้การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปยังผู้รับสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว สื่อที่สำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลเหล่านี้คือโทรทัศน์ซึ่งสามารถนำเสนอข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง เข้าถึงทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ และกลายเป็นศูนย์รวมของสมาชิกในครอบครัว สื่อทางโทรทัศน์เกิดขึ้นมากกว่า 50 ปี โดยแรกเริ่มมีการจัดตั้งบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ขึ้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2495 และได้ทำการแพร่ภาพออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2498 ซึ่งเป็นที่รู้จักกันว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม และเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทยและแห่งแรกของเอเชียด้วย ต่อมา มีการพัฒนานำโทรทัศน์สีระบบใหม่เข้ามาใช้ในประเทศ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านเทคนิคของวงการโทรทัศน์ไทยและทำให้ประชาชนได้ชมรายการอันสวยงามของสีสันตามธรรมชาติ โดยคณะกรรมการควบคุมโทรทัศน์ของกองทัพบกมีมติให้บริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ดำเนินการในนามสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 จัดตั้งสถานีโทรทัศน์สีแห่งแรกในปี พ.ศ. 2510 หลังจากนั้นก็มี การเปลี่ยนแปลง พัฒนารูปแบบ เนื้อหา วิธีการนำเสนอ ตลอดจนเทคนิคการผลิตรายการอยู่ตลอดเวลา ตามกระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีที่นำสมัย

ปัจจุบันในประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์ที่สามารถเลือกชมโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย (Free TV) รวม 6 สถานี ดังนี้

1. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.
2. สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5
3. สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
4. สถานีวิทยุโทรทัศน์สี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modemine TV.)
5. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11
6. สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ส่วนกิจการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกหรือเคเบิลทีวีนั้นปัจจุบันยูบีซีเคเบิลทีวีเป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกที่ให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศเพียงรายเดียวในประเทศไทย ขณะที่ มีผู้ประกอบการตามภูมิภาคหลายรายด้วยกัน ปัจจุบันดำเนินการอยู่ 78 ราย และยังมีผู้ประกอบการอีกไม่น้อยกว่า 350 รายที่ไม่มีใบอนุญาต แต่ผู้ประกอบการเหล่านี้ล้วนเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่ให้ บริการผ่านสายเคเบิลตามท้องถิ่น

จากรายงานผลการสำรวจสื่อมวลชน พศ.2546 (โทรทัศน์) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสาร แสดงถึงจำนวนครัวเรือนที่ชมและไม่ชม โทรทัศน์จำแนกตามภาค และเขตการปกครอง พศ.2546 พบว่า กรุงเทพมหานคร มีครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ จำนวน 1,982,900 ครัวเรือน และไม่ชมโทรทัศน์ จำนวน 88,800 ครัวเรือน ส่วนจำนวนสมาชิกยูบีซี เคเบิล ที่ขึ้นในไตรมาสที่4ของปี2547 มีจำนวน 460,860 ราย

ปัจจุบันรูปแบบรายการโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลที่มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้เหมาะสม และดึงดูดความสนใจของผู้ชมแต่ละกลุ่ม อีกทั้งผู้ชมรายการต้องการด้านคุณภาพมากขึ้นจึงมีการปรับปรุงพัฒนารายการให้อยู่รอดภายใต้สภาพการแข่งขันที่นับวันจะทวีความรุนแรง

โดยสถานีโทรทัศน์ประเภท Free TV ทั้ง 6 สถานี จะมีสถานีเครือข่ายครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ และมีการแข่งขันด้านรายการ สารความรู้ที่มีประโยชน์ ละคร รายการข่าว รายการกีฬา ภาพยนตร์ต่างประเทศที่มีทั้งภาพยนตร์ฝรั่งและภาพยนตร์ชุดเอเชีย

ส่วนยูบีซีเคเบิลที่ขึ้นจะนำเสนอรายการที่ไม่สามารถหาดูได้จากช่องอื่น รวมถึงภาพยนตร์ และ รายการกีฬาที่แพร่ภาพที่ยูบีซีก่อนช่องใดๆ ทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบเหนือสถานีโทรทัศน์ประเภท Free TV ทั่วไป ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทยังได้นำสัญญาณของสถานีโทรทัศน์ Free TV ซึ่งถูกส่งสัญญาณขึ้นดาวเทียมดวงเดียวกับที่บริษัทใช้อยู่มาแพร่ภาพในโครงข่ายของยูบีซีเป็นส่วนหนึ่งของช่องรายการที่บริษัทให้บริการ ทำให้สมาชิกยูบีซีสามารถรับชมรายการจากสถานีโทรทัศน์ประเภทFree TV ได้ด้วย

จากการให้บริการที่มีรูปแบบรายการคล้ายกัน แต่แตกต่างด้วยการเก็บค่าสมาชิกในการให้บริการ จึงเป็นเหตุผลในการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบีซีเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชม และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความพึงพอใจเพื่อให้ผู้สนใจนำไปปรับกลยุทธ์ในการให้บริการต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบิชีเคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และรายการยูบิชีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบิชีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบิชีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบิชีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบิชีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการศึกษานี้ทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ดำเนินธุรกิจด้านผลิตสื่อโทรทัศน์และยูบิชีเคเบิลทีวีนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาการจัดรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม
2. ผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิชีเคเบิลทีวี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบิชีเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ชมรายการโทรทัศน์และรายการยูทูปชีเคเบิลทีวี ทั้งเพศชายและหญิงในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ชมรายการโทรทัศน์และรายการยูทูปชีเคเบิลทีวี ทั้งเพศชายและหญิงในกรุงเทพมหานคร และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (กัลยา วานิชย์บัญชา:2546:26) โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเพิ่มขนาดตัวอย่างอีก9%ของกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 35 คน รวมเป็น 420 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างตามลำดับดังนี้

1.ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 6 กลุ่มการปกครอง จาก 50 เขต ตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร และใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากใน 6กลุ่มการปกครอง ได้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มการปกครองละ 1 เขต รวม 6 เขต

2. ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากแต่ละเขตตามขั้นตอนที่1 โดยให้สัดส่วนที่เท่ากันเขตละ 70คน

3. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ((Purposive sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 29) จากแต่ละเขตที่สุ่มได้ โดยเจาะจงเก็บตัวอย่างตามสถานที่ราชการ สถานที่ทำงานเอกชน ห้างสรรพสินค้า และหมู่บ้าน เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับสัดส่วนแต่ละเขต

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

1.1.2.2 21-30 ปี

1.1.2.3 31-40 ปี

1.1.2.4 41-50 ปี

1.1.2.5 50 ปีขึ้นไป

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.3.1 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า

1.1.3.2 อนุปริญญา / ปวส.

1.1.3.3 ปริญญาตรี

1.1.3.4 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 อาชีพ

1.1.4.1 นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

1.1.4.2 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.4.3 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.4.4 ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ

1.1.4.5 อื่นๆ โปรดระบุ _____

1.1.5 สถานภาพสมรส

1.1.5.1 โสด

1.1.5.2 สมรส

1.1.5.3 หม้าย / หย่าร้าง

1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.1.6.2 10,001 – 20,000 บาท

1.1.6.3 20,001 – 30,000 บาท

1.1.6.4 30,001 – 40,000 บาท

1.1.6.5 มากกว่า 40,000 บาท

1.2 ทักษะคิดต่อการชมรายการโทรทัศน์และรายการยูทูปี้เคเบิลทีวี

2. ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่

2.1 พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และรายการยูทูปี้เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2 ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และรายการยูทูปี้เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรม หมายถึงการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการชมรายการ โทรทัศน์และยูทูปี้ เคเบิลทีวีในเรื่องความถี่ของการรับชม

2. ทักษะคิด หมายถึงความรู้สึกรู้สึกหรือความคิดของผู้ชมโทรทัศน์และยูทูปี้ เคเบิลทีวีในด้านรายการต่างๆ ได้แก่ รายการข่าว รายการสารคดี รายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา รายการภาพยนตร์ ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็ก รายการเพื่อสุขภาพ รายการเกมส์โชว์ และรายการวาไรตี้โชว์

3. ความพึงพอใจโดยรวม หมายถึงระดับความรู้สึกที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์ที่ได้รับกับความคาดหวังของผู้ชมรายการทางโทรทัศน์และยูทูปี้เคเบิลทีวีในด้านรูปแบบที่น่าสนใจ ได้แก่ ความรวดเร็วและทันเหตุการณ์ ความหลากหลายของรายการ ความแปลกใหม่ของรายการสาระที่ได้รับจากการชม ช่วงเวลาในการแพร่ภาพ เวลาในการโฆษณา พิธีและผู้ดำเนินรายการ ความคมชัดของภาพและเสียง ระบบเสียง 2 ภาษา และความบันเทิงที่ได้รับ

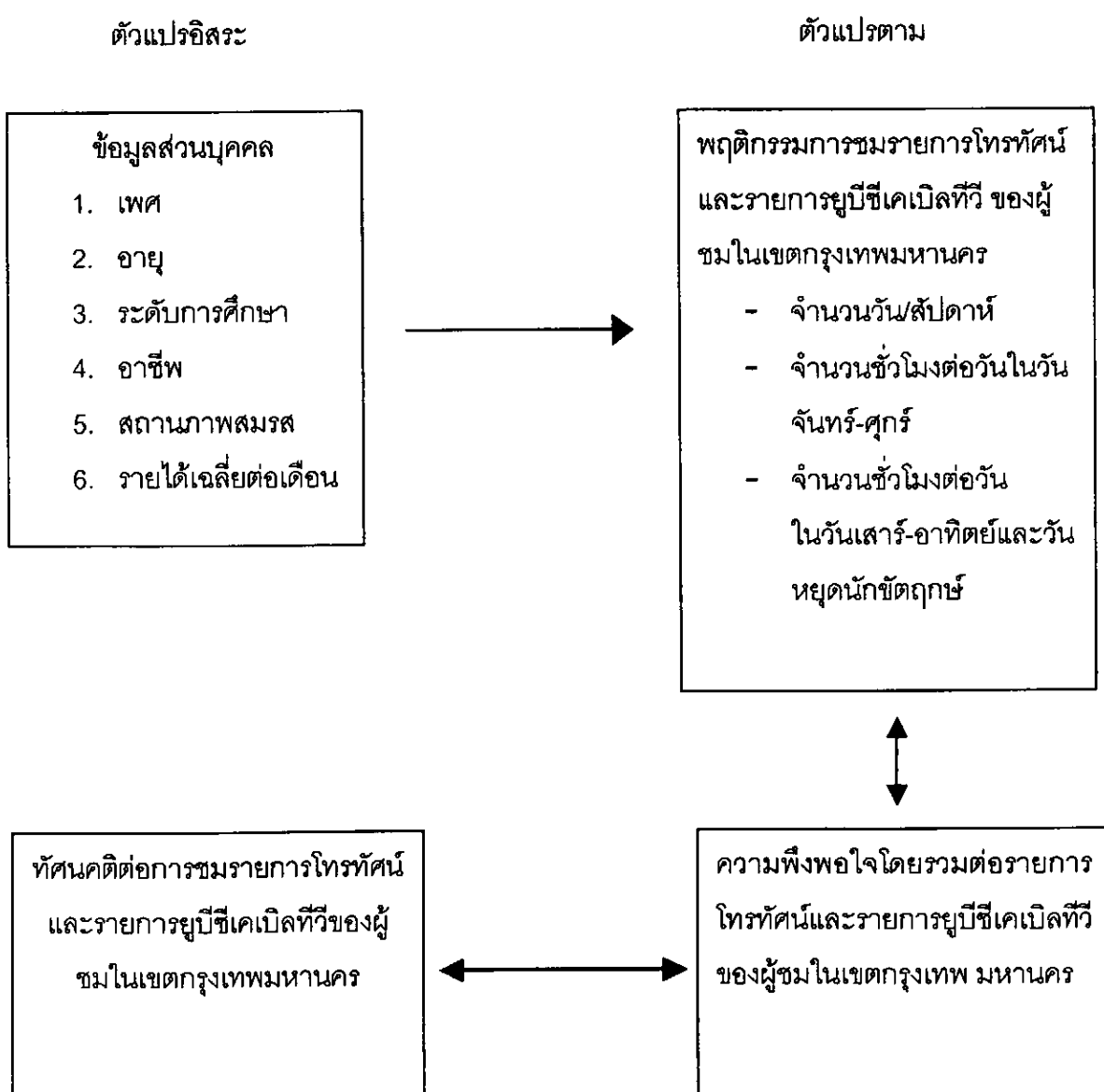
4. ผู้ชม หมายถึงผู้ชมโทรทัศน์และยูทูปี้เคเบิลทีวีทั้งเพศชายและหญิง ที่มีพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการชมรายการทางโทรทัศน์และยูทูปี้ เคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร

5. โทรทัศน์ หมายถึงสถานีโทรทัศน์ที่สามารถเลือกชมโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (Free TV) ทั้ง 6 สถานี ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีวิทยุโทรทัศน์สี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modemine TV) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 และสถานีโทรทัศน์ ไอทีวี

6. ยูบิซีเคเบิลทีวี หมายถึงระบบเคเบิลทีวี ที่บริษัท ยูไนเต็ด บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด หรือยูบิซี เป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์บอกรับสมาชิก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่อง“การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงใจของผู้ชมโทรทัศน์ กับยูบิซี เคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร” มีดังนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. ทักษะคติต่อการชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. พฤติกรรมการชมรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบิซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เปรียบเทียบทักษะคติต่อการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
5. เปรียบเทียบพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์กับรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
6. เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอตามลำดับดังนี้

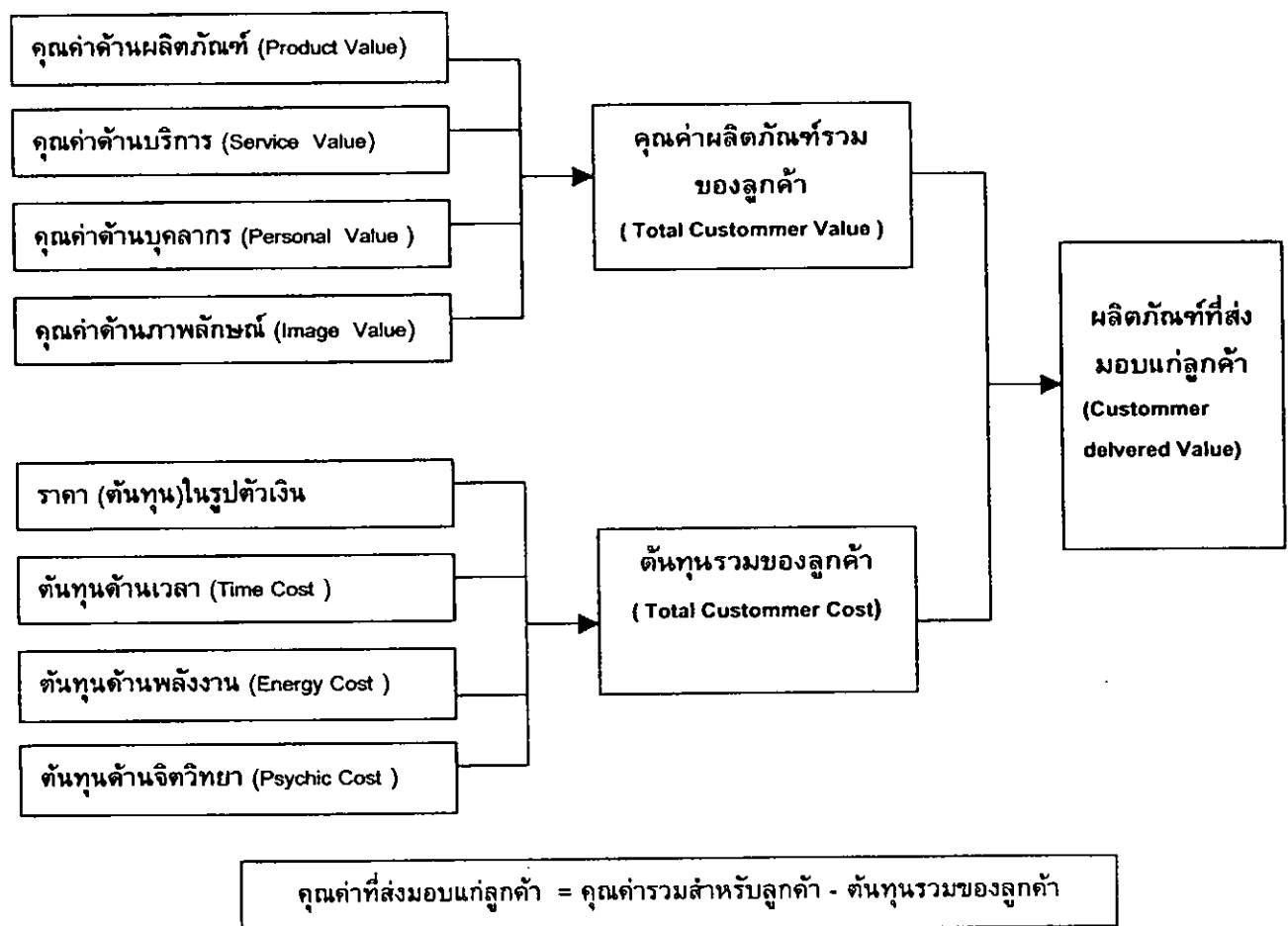
1. แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
4. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร
5. ทฤษฎีแนวความคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร
6. ประวัติความเป็นมาของสถานีโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ออสแคมป์ (ฉัตรชัย คงสุข, 2535: 21; อ้างอิงจาก Oskamps.) พบว่าความพึงพอใจมีความหมายดังนี้

1. ความพึงพอใจ คือ สภาพการณ์ผลการปฏิบัติจริงได้เป็นไปตามบุคคลที่ได้คาดหวังไว้
2. ความพึงพอใจ คือ ระดับความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ
3. ความพึงพอใจ คือ การทำงานได้เป็นไปตามความสนองต่อคุณค่าของบุคคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2541:44-48) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ตามผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ นักการตลาดและฝ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ทั้งคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต (Manufacturing) และ จากการตลาด (Marketing) ตลอดจนยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality) คุณค่าที่เกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ซึ่งคุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost)หรือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง



ภาพประกอบ1 แสดงคุณค่าที่ส่งมอบลูกค้า (Customer delivered value)

ที่มา: ศิริวรรณ ; และคณะ (2541) การบริหารการตลาดยุคใหม่ : 44-48

การติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้ดังนี้

1. ระบบการติดตามและข้อเสนอแนะ
2. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย
3. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่เสียไป

2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญของผู้รับสาร โดยอธิบายว่ามนุษย์ใช้สื่อต่างๆเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจของตนเองและสนองความต้องการของสังคมอย่างไร ทฤษฎีนี้มีแนวคิดที่ว่าผู้รับสารเป็นผู้ เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับสารเพื่อสนองความต้องการของตน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.2538:635-640)

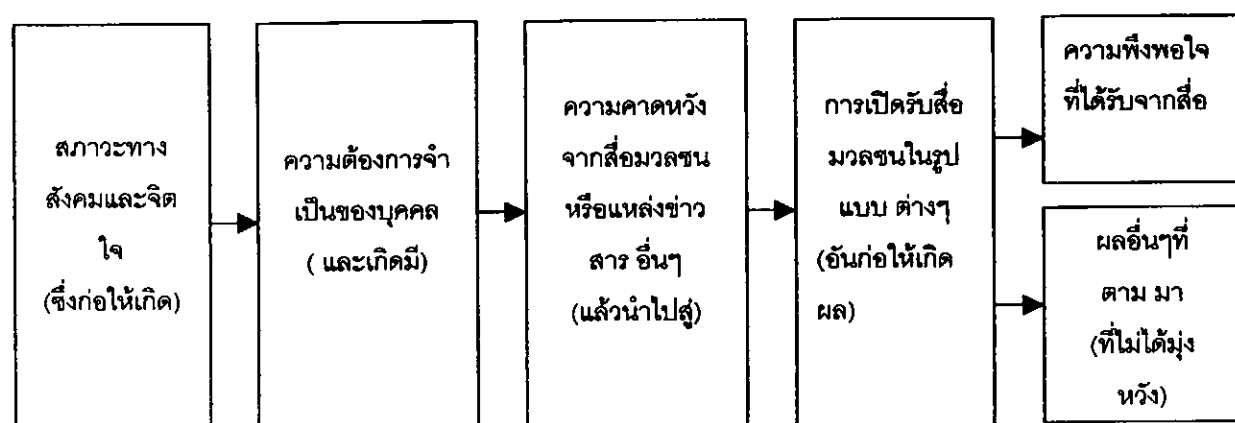
นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 ประการตามที่มาสโลว์กล่าวไว้แล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการที่จะสื่อสารกับเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ต้องการรู้ต้องการเห็น ต้องการแสวงหาระเบียบและเข้าใจสถานะแวดล้อมของตน ความต้องการที่จะรู้เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์เรียนรู้จากการอยู่ภายในสังคม นอกจากนั้นแล้วมนุษย์แต่ละคนจะมีกระบวนการภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันในการหล่อหลอมความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก และความต้องการ (มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.2538:635-640)

ในขณะเดียวกันสภาพการณ์ต่างๆทางสังคม จะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลต้องเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆที่อยู่รอบตัว (Approach) ของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจึงเน้นถึงผู้รับสารหรือผู้ใช้สื่อและใช้หลักหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functional Media) ศึกษาว่าบุคคลใช้สื่อมวลชน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจจากการตอบสนองความต้องการนั้นๆ (มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.2538:635-640)

ปัจจัยต่างๆที่ใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2538:635-640)

1. สภาพแวดล้อมทางสังคมและจิตวิทยา
2. ความต้องการ
3. ความคาดหวัง
4. สื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ
5. การเปิดรับสื่อมวลชนหรือสิ่งอื่นในรูปแบบต่างๆ
6. ผลอื่นๆที่เกิดขึ้นตามมาโดยอาจจะไม่ได้มุ่งหวังไว้

องค์ประกอบต่างๆเกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมา อาจแสดงให้เห็นตามแบบจำลองดังนี้



ภาพประกอบ 2 แสดงแบบจำลอง องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพอใจ

ที่มา : พิระ จิรโสภณ หลักการและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่11 : 635

จากแบบจำลองดังกล่าวข้างต้นจะสรุปแนวคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการ และความพึงพอใจของบุคคลไว้ว่า

- 1.บุคคลได้รับแรงดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคล ต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆโดยการบริโภคสื่อมวลชน
 - 2.สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างปัจเจกบุคคลต้องตระหนักในปัญหา จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
 - 3.โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจตามความต้องการจาก สถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมากดังนั้นสื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่างๆที่ขาดหายไปจากสังคม
 4. การบริโภคข่าวสารทำให้สอดคล้องกับค่านิยมการเป็นสมาชิก และการเสริมย้ำความเชื่อของสังคม
 - 5.สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน การเปิดรับสื่อมวลชนจะเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มสังคม
- แนวความคิดนี้สามารถอธิบายได้ว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันออกไปของบุคคล และเกิดความคาดหวังหรือการคาดคะเนความพอใจที่ได้จากสื่อหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆแล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆในรูปแบบและโอกาสที่มีความแตกต่างกัน ผลที่ตามมาคือ การได้รับความพอใจตามที่ต้องการและผลอื่นๆที่อาจไม่ใช่ดังที่มุ่งหวังไว้ ทั้งหมดนี้เป็นตรรกะที่อยู่เบื้องหลังการพิจารณาถึงเรื่อง การใช้สื่อและความพึงพอใจ ตามแบบจำลองของ แคทซ์ (Katz) และคณะ ดังนั้นทฤษฎีหรือแบบจำลองนี้จึงเป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้สื่อว่ามีความสัมพันธ์กับความต้องการของมนุษย์ และการตอบสนองความพึงพอใจของมนุษย์

3. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542:44) ให้ความหมายทัศนคติ ว่า คือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งผู้บริโภคเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม

เสรี วงษ์มณฑา (2542:106) ให้ความหมายทัศนคติ (Attitude) หมายถึงการแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียงพอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง

ทัศนคติเป็นสิ่งที่มิมีอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ทัศนคติเป็นปัจจัยภายในที่นักจิตวิทยาหลายคนเชื่อว่า เป็นตัวที่ทำให้บุคคลมีการตอบสนองที่ต่างกักัน

องค์ประกอบของทัศนคติมีด้วยกัน 3 ส่วนดังนี้

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นส่วนความรู้ ความเข้าใจ ความคิดและการมีเหตุผล องค์ประกอบนี้มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) เป็นส่วนเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสินค้าใดๆ ซึ่งอารมณ์เหล่านี้มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

3. ส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึงแนวโน้มของการกระทำที่เกิดจากทัศนคติ หรือเป็นการกำหนดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า ส่วนของพฤติกรรมจะส่งผลกระทบต่อการคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในภายหลัง

ฮอลฟอร์ทได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆ (สุภาพร ทิพย์รัตน์.2547:9 อ้างอิงจาก อนุชิต มุรธาทิพย์ 2542:22-26) ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กเกิดมาใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีจากบิดามารดาทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป

2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือแยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่นผู้ใหญ่กับเด็ก จะมีการกระทำที่แตกต่างกัน เพราะความสามารถในการแยกแยะต่างกัน

3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกัน เช่นบางคนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อครู เพราะเคยถูกตำหนิ แต่บางคนมีทัศนคติที่ดีต่อครูคนเดียวกันนั้นเพราะเคยชมเชยตนเสมอ

4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่นเด็กอาจรับทัศนคติของบิดามารดา หรือครูที่ตนนิยมชมชอบ มาเป็นทัศนคติของตนได้

มนุษย์จะมีกลไกที่จะทำการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา โดยมนุษย์จะมีระบบแนวความคิดและความเชื่อต่อทุกสิ่งเป็นไปในทางใดทางหนึ่ง คือ ทุกคนในโลกนี้ไม่มีใครเลยที่มีใจเป็นกลาง และเห็นทุกอย่างเหมือนกัน เพราะทุกคนมีสิ่งจูงใจและอารมณ์ (Motivational and Emotional Characteristics) แตกต่างกัน คุณลักษณะของทัศนคติอาจสรุปได้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่อยู่ภายใน กล่าวคือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน

2. ทัศนคติจะมีสาเหตุที่เกิขึ้นมาโดยกำเนิด แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ภายนอก และทัศนคติจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอก ทัศนคติเป็นผลของการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากบุคคลนั้นๆ ได้เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น

3. ทศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร กล่าวคือ ภายหลังจากที่ทศนคติได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทศนคติดังกล่าวจะไม่เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเป็นการชั่วคราว หากแต่จะมีความมั่นคงถาวรตามสมควร เพราะทศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้นจะมีกระบวนการวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับกระบวนการดังกล่าว

4. ทศนคติมีความหมายอิงไปถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ความหมายในที่นี้ก็คือ ทศนคติจะมีใช้เกิดขึ้นมาได้เองจากภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้มาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงถึงได้ เช่น บุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความคิดต่างๆ

ชิพแมน แอนด์ คานุก (เสรี วงษ์มณฑา.2542:106-107); อ้างอิงจาก Schiffman;& Kanuk.1998:54 กล่าวถึงลักษณะของทศนคติว่ามีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ทศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งสิ่งหนึ่งประกอบด้วยแนวความคิดเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด

2. ทศนคติเป็นเรื่องของสิ่งที่สะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรง ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่น และการเปิดรับจากสื่อ

3. ทศนคติที่ไม่เปลี่ยนแปลง มีแนวโน้มจะคงเส้นคงวา และมีความสอดคล้องกันเป็นไปในทางเดียวกัน

4. ทศนคติที่เกิดขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อม เหตุการณ์ และสถานการณ์ที่สิ่งแวดล้อมถูกกระทบโดยสถานการณ์

การวัดทศนคติ

การวัดทศนคติ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ;และคณะ.2540:249) สามารถทำได้หลายวิธี ได้แก่ การรายงานด้วยตนเอง (Self Report) การสังเกตจากพฤติกรรมที่เด่นชัด(Observation) เทคนิคทางอ้อม (Indirect techniques) การศึกษาตามวัตถุประสงค์ (Performance of objective task) ปฏิกริยาทางกายภาพ (Physiological reaction techniques) และสเกลการให้คะแนนทศนคติต่างๆ(Attitude scales)ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อวัดทศนคติโดยตรง โดยจะขอกล่าวเฉพาะสเกลวัดทศนคติที่ใช้ในงานวิจัยนี้เท่านั้น

1. สเกลการจัดประเภท (Category scales)(ศิริวรรณ เสรีรัตน์;และคณะ.2540:251)เป็นสเกลการให้คะแนนซึ่งประกอบด้วยชนิดของการตอบสนองหลายประเภท โดยให้ผู้ตอบมีความยืดหยุ่นในการจัดประเภทกรณีมีข้อมูลมากขึ้น ถ้าการจัดประเภทมีการจัดลำดับทศนคติเชิงพรรณนาหรือเกณฑ์การจัดประเภทจะเป็นการวัดที่มีเหตุผลมากขึ้นกว่าการใช้สเกลการวัดทศนคติอย่างง่าย

2. วิธีการให้คะแนนรวม:สเกลของไลเกิต (Method of summated rating : Likert scale) ศิริวรรณ เสรีรัตน์;และคณะ.2540:253) เป็นการวัดทศนคติที่ออกแบบเพื่อให้ผู้ตอบให้คะแนนถึงความ

หนักแน่นของการยอมรับหรือไม่ยอมรับ ด้วยข้อความที่มีโครงสร้างสเกลหลายแบบที่มีค่าแตกต่างจากบวกถึงลบต่อสิ่งที่เป็นทัศนคติซึ่งใช้เพื่อกำหนดดัชนีแบบรวม ไคเกิต (Likert) เป็นผู้สร้างมาตรวัดนี้ขึ้นโดยอาศัยรูปแบบค่ารวมเป็นหลัก ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้น 3 ประการ ดังนี้

2.1 การตอบสนองข้อความแต่ละข้อในมาตรวัดจะมีลักษณะคงที่(Monotonic line) แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่า ลักษณะคงที่ของการตอบสนองในทุกๆด้านจะต้องเป็นเส้นทับกัน

2.2 ผลรวมของลักษณะคงที่ของการตอบสนองต่อข้อความทั้งหมดของแต่ละคนจะมีลักษณะเป็นเส้นตรงหรือเกือบเป็นเส้นตรง(Linear) เพราะถึงแม้ว่าลักษณะคงที่ในทุกๆข้อความจะไม่เป็นเส้นทับกันแต่เมื่อนำค่าคงที่มารวมกันแล้วจะทำให้ส่วนที่เอนจากเส้นตรงหักลบไป

2.3 ผลรวมของลักษณะคงที่ของการสนองตอบในข้อความหนึ่งๆจะมีองค์ประกอบร่วมกันอยู่ 1 ตัว นั่นคือ ผลรวมนี้แทนค่าลักษณะนิสัยที่วัดได้อย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว

จากข้อตกลงเบื้องต้นทั้ง 3 ประการนี้ ไคเกิต (Likert) ได้นำมาใช้เป็นหลักในการวัดทัศนคติในเรื่องหนึ่งๆด้วยการตั้งข้อความหลายๆข้อและนำผลการตอบทุกข้อรวมกันเป็นทัศนคติของบุคคลเรื่องนั้น หลักการสร้างทัศนคติโดยทั่วไป เมื่อได้ข้อความแล้วก็กำหนดคำตอบ อาจเป็น 3 คำตอบ 5 คำตอบ หรือ 7 คำตอบ แต่โดยส่วนใหญ่จะใช้ 5 คำตอบ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความสัมพันธ์ของทัศนคติและพฤติกรรม

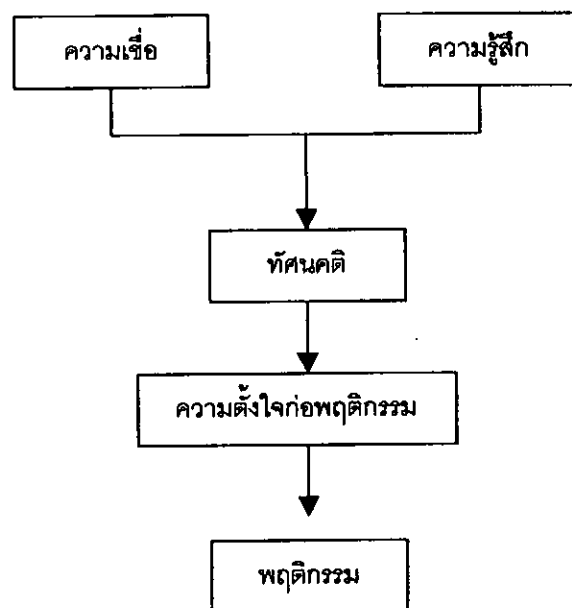
อดุลย์(2544:202) พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับทัศนคติของบุคคลนั้น โดยทั่วไปผู้บริโภคก่อปฏิกริยาต่างๆตามความโน้มเอียงของเขา ทัศนคติเหล่านี้ได้ให้แนวทางแก่การตัดสินใจประเภทต่างๆซึ่งผู้บริโภคจะต้องการทำและดำเนินวิธีการตามประเภทของการตัดสินใจนี้ ผู้บริโภคซึ่งมีทัศนคติของความตระหนี่ย่อมจะใช้จ่ายน้อยและประหยัด ผู้บริโภคจะชอบพ้อคำที่เสนอสิ่งสูงใจให้ซื้อสอดคล้องกับทัศนคติหลักส่วนตัวของเขา แม้ความจริงไม่ปรากฏเช่นนั้นก็ตาม ทั้งนี้มิได้หมายความว่าทัศนคติเป็นเครื่องชี้พฤติกรรมของผู้บริโภคโดยไม่ผิดเลย บางโอกาสผู้บริโภคอาจตัดสินใจซื้อโดยขัดกับทัศนคติที่เคยมีมาก็ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีสิ่งสูงใจที่จะก่อให้เกิดความแตกต่างดังกล่าว เช่น ราคาพนักงานขาย ความมีสินค้ามาก ความต้องการลองของใหม่ เป็นต้น

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติมีขั้นตอนดังนี้

1. K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้ เช่นทราบว่ามีสินค้าตัวนี้มีขายที่ใด ภาพยนตร์เรื่องนี้ฉายช่องไหน เมื่อเราทราบแล้ว พฤติกรรมขั้นต่อไปคือ

2. A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้แล้วขั้นต่อมาคือเกิดความรู้รู้สึกชอบไม่ชอบ ทราบแล้วชอบหรือไม่ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

3. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำ หลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้วก็จะเกิดการกระทำ



ภาพประกอบ3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ความรู้สึกร ความตั้งใจก่อพฤติกรรม และพฤติกรรม
ที่มา: อุดลย์ จาตุรงค์กุล.(2539) พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

4. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสาร

นันทวัฒน์ เพชรรักษ์ (2546: 14-15) การเปิดรับข่าวสารและการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมมีความจำเป็นต้องติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น ความต้องการของตน รวมทั้งเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความเข้าใจซึ่งกันและกัน

ความต้องการการสื่อสารจากมนุษย์นั้น เนื่องมาจากความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดก็จะมีความต้องการข่าวสารเพิ่มขึ้นเท่านั้น โดยการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานสี่ประการของมนุษย์ คือต้องการรู้ในเหตุการณ์ ต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้อง และต้องการข่าวสารนั้นเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้ตนเอง (Alkin.1973)

โดยผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรม的开รับสื่อและข่าวสารตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อนั้นเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการดังนี้ (ชวรัตน์ ชิด.2523)

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่าปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังเนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสนวิตกกังวล หวาดกลัว และการเฝ้าระวังจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่างๆที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าว ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้มีสาเหตุเพราะสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self - Aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้ประโยชน์แก่ตนเองเพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี ช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชน โดยทั่วไปนอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่นทัศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อและสื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

สุณี อธินันทนากร.2546:22;อ้างอิงจากเดนิส แมคควอ ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายในการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆดังต่อไปนี้

1. ความต้องการด้านสารสนเทศ

- บุคคลแสวงหาข่าวสาร เพื่อทราบสภาพการณ์ในปัจจุบัน และความเป็นไปของโลก ภายใต้อาสาสนใจหรือเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตนเอง

- บุคคลแสวงหาข้อเสนอแนะในการปฏิบัติหรือความคิดเห็นเพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจ

- ตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจทั่วไป

- เป็นการเรียนรู้และการศึกษด้วยตนเอง

- ข่าวสารที่ได้รับมาจากสื่อมวลชนทำให้รู้สึกมั่นคง

2. ความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง

- เป็นแรงเสริมในการสร้างค่านิยมให้กับบุคคล
- เพื่อเป็นตัวแบบของพฤติกรรม
- แสดงเอกลักษณ์ร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆผ่านสื่อมวลชน
- มองให้ลึกซึ้งถึงภายในตนเอง

3. ความต้องการมีปฏิสัมพันธ์และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับสังคม

- มองให้ลึกซึ้งเพื่อความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของผู้อื่นและสังคม
- แสดงออกร่วมกับผู้อื่นเพื่อให้เกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นส่วนหนึ่งด้วย
- นำไปใช้ในการสนทนาและมีปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม
- เป็นตัวแทนในฐานะที่เปรียบเสมือนเพื่อนคนหนึ่ง
- ช่วยให้สามารถปฏิบัติและดำเนินตามกฎระเบียบของสังคม
- เพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับคนในครอบครัว เพื่อนและสังคม

4. ความต้องการด้านบันเทิง

- เพื่อหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
- เพื่อเป็นการผ่อนคลาย
- ได้เห็นวัฒนธรรมที่แท้จริง และสัมผัสความรื่นรมย์ทางสุนทรียะ
- เพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- ปลดปล่อยอารมณ์

5. ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

ผู้รับสาร (Receiver) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของกระบวนการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งสารหรือแหล่งข่าวสารไม่สามารถส่งข่าวสารไปถึงผู้รับสาร ก็เปรียบเสมือนว่าผู้ส่งสารพูดหรือเขียนกับ ตนเองนั่นเอง (ชวรัตน์ เชิดชัย.2527) การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสาร ส่งสารออกไปแล้วมีผู้รับสาร กล่าวคือ เมื่อมีผู้เขียนก็ต้องมีผู้อ่าน เมื่อมีผู้พูดก็ต้องมีผู้ฟัง ในการส่งสารออกไปนั้น ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารอยู่เสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร หากผู้รับสารเข้าใจสารของผู้ส่งสารการสื่อสารก็ประสบความสำเร็จ ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับสารไม่เข้าใจสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็ล้มเหลว ดังนั้น ผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องเตรียมตัวเตรียมสารเตรียมสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารของตน เพื่อให้การสื่อสารเป็นที่เข้าใจของผู้รับสาร ซึ่งการกระทำเช่นนั้นได้ ผู้ส่งสารจะต้องสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ 2 ประการคือ (ปรมะ สตะเวทิน.2529)

1. เพื่อทราบว่าใครเป็นผู้รับสารเป้าหมายของเรา ผู้รับสารเหล่านี้มีลักษณะอย่างไร มีความต้องการอย่างไร มีความสนใจอะไร มีความรู้ขนาดไหน ที่ทัศนคติและค่านิยมอย่างไร จะตีความหมายของสารอย่างไร จะมีพฤติกรรมตอบสนองอย่างไร

2. เมื่อเราทราบว่าผู้รับสารเป้าหมายของเราเป็นใครแล้ว เราจะได้วางแผนล่วงหน้าเพื่อเตรียมปรับการสื่อสารของเราให้เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมายนั้นๆ

การวิเคราะห์ผู้รับสารจึงเป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสาร เพื่อการวางแผนในการสร้างสารให้เหมาะสมและวิธีการที่จะส่งสารนั้นไปยังผู้รับสาร การรู้วิธีก็คือ ต้องรู้ความต้องการของผู้รับสาร และปรับสารและวิธีการส่งให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร จำนวนของผู้รับสารอาจจะมีตั้งแต่คนเดียว 2-3 คน กลุ่มย่อยจนกระทั่งกลุ่มใหญ่ จำนวนร้อย จำนวนพัน จำนวนหมื่น หรือแม้กระทั่งเป็นจำนวนหลายล้าน เช่นการสื่อสารมวลชน ในกรณีที่มีผู้รับสารเป็นจำนวนมาก วิเคราะห์ลักษณะผู้รับสารที่ดีที่สุดคือ การศึกษาลักษณะทางประชากร เช่น จำแนกตาม อายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษาและศาสนา เป็นต้น

ลักษณะทางประชากรของผู้รับสารมีดังนี้

1. อายุ

อายุเป็นลักษณะประชากรหนึ่งที่ใช้วิเคราะห์ผู้รับสาร รายงานจากการวิจัยพบว่าคนเราเมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจ หรือถูกโน้มน้าวให้เปลี่ยนใจจะน้อยลง นอกจากนั้นอายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมกล่าวคือ โดยทั่วไปแล้วคนหนุ่มสาวมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีว่าคนสูงอายุ ผู้ที่มีอายุมากมักเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติ มีความรอบคอบสุขุม ระมัดระวังมากกว่าคนหนุ่มสาว สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะคนที่มีอายุผ่านประสบการณ์มากผ่านความยากลำบากและความผิดหวังในชีวิตมาแล้ว เพราะฉะนั้นการดำเนินชีวิตปัจจุบันควรมีอัตราการเสี่ยงน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

นอกจากนั้นกลุ่มคนที่มีอายุกันลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่อายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆมากกว่าเพื่อความบันเทิง แต่คนอายุน้อยมักจะสนใจในเรื่องตลก ข่าวสาร หรือดนตรีสมัยใหม่

2. เพศ

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายอันได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ผู้หญิงจึงมักเป็นคนมีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ นอกจากนั้นยังพบว่าผู้หญิงมักถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายให้เหตุผลและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิง ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจของคนได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่าง

บุคคลได้แม่นยำกว่าผู้หญิง และผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่นๆแต่ไม่โทษตัวเอง

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ ทักษะ ค่านิยม ความคิดและเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกัน ย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลกต่างกัน มีแนวความคิดอุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่างๆแตกต่างกัน เช่นคนรับราชการมักคำนึงถึงยศถาบรรดาศักดิ์ และคนทำงานเอกชนมักคำนึงถึงรายได้

4. การศึกษา

คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาและสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้ลึกซึ้งคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันออกไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมาก เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารได้ดี แต่มักเป็นคนไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสารมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาดำ

ข้อควรคำนึงถึงในการวิเคราะห์การศึกษาของผู้รับสารก็คือ จะต้องไม่ยึดถือเฉพาะพื้นฐานการศึกษาที่ได้จากสถาบันการศึกษาของผู้รับสารนั้น เพราะการแสวงหาความรู้นั้นสามารถกระทำได้ด้วยตนเองตลอดชีวิตจากแหล่งอื่นๆ เช่น จากสื่อมวลชน จากตำราต่างๆ นอกจากนั้นการขาดโอกาสในการใช้ความรู้ก็เป็นสิ่งที่สามารถทำให้ความรู้ ความสามารถของคนลดลงได้ เช่นการวิเคราะห์ผู้รับสารที่เป็นชาวชนบท ซึ่งไม่มีโอกาสได้อ่านหนังสือต่อหลังจากออกจากโรงเรียน

5. ศาสนา

การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารทั้งในด้าน ทักษะ ค่านิยม และพฤติกรรม ศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมในชีวิตของคนตลอดชีวิต ตั้งแต่เกิดจนตาย กล่าวกันว่าศาสนามีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของคนทั้งในด้านความเชื่อทางศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม ความเชื่อทางเศรษฐกิจและความเชื่อทางการเมือง ซึ่งจะเห็นได้ว่าคนที่นับถือศาสนาต่างกันจะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

การประเมินผู้รับสาร

การประเมินผู้รับข่าวสาร เป็นวิธีวิเคราะห์หรือวัดผู้รับข่าวสารอีกแบบหนึ่ง แต่เป็นการวิเคราะห์หลังจากที่ได้ออกสารไปแล้ว เป็นความพยายามของสื่อมวลชนเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับผู้รับสารให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เช่น จำนวน ลักษณะ และความสนใจ เป็นต้น ข้อมูลที่ได้จากการประเมินจะเป็น

ประโยชน์ต่อสื่อมวลชนทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะช่วยให้การสื่อสารให้บริการเนื้อหาหรือรายการแก่ผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต

การประเมินผู้รับสารนั้นอาจทำได้ในหลายลักษณะ เช่น ดูการเปิดรับสื่อ การใช้เวลากับสื่อชนิดต่างๆ ความสนใจลักษณะข่าวสาร หรือลักษณะรายการที่ชื่นชอบ เป็นต้น การประเมินผู้รับสาร อาจแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. การวิเคราะห์ส่วนประกอบผู้รับสาร (Audience composition) เป็นการศึกษาถึงประเภทและจำนวนของผู้รับสื่อ เป็นการประเมินรูปแบบของความสนใจ การศึกษาวิธีนี้จะให้ข้อมูลหลายอย่าง เช่น แนวโน้มการโยกย้ายการเปิดรับสื่อจากชนิดหนึ่งไปสู่อีกชนิดหนึ่ง ประเภทของผู้รับสารของสื่ออย่างหนึ่งในเวลาต่างกันโดยแยกเป็น เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา รวมทั้งชนิดของเนื้อหาที่เหมาะสมกับสื่ออย่างหนึ่งในลักษณะหนึ่ง

2. การวิเคราะห์การใช้และการสนองความต้องการของผู้รับ (Gratification research) จุดมุ่งหมายของวิธีการนี้ ก็เพื่อหาเหตุผลเบื้องหลังรูปแบบของการใช้ และความสนใจของผู้รับที่มีต่อสื่อต่างๆ ซึ่งต้องใช้ทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมมาประกอบการอธิบายด้วย

3. การศึกษาเฉพาะกรณีเป็นการศึกษาเฉพาะเรื่องเฉพาะสื่อ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น การประเมินรายการและการใช้เครื่องรับวิทยุและ โทรทัศน์ เป็นต้น

5. ประวัติความเป็นมาของสถานีโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท

บริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด และบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ได้ลงนามในสัญญา ร่วมดำเนินกิจการส่งโทรทัศน์ในนามของ “สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” เมื่อวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ. 2511 และได้ก่อสร้างอาคารสถานีพร้อมทั้งติดตั้งอุปกรณ์เครื่องส่งโทรทัศน์เครื่องส่งวิทยุและเสาอากาศ ที่แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

ในระยะเริ่มแรกของการออกอากาศ สามารถให้บริการได้เพียงในเขตกรุงเทพมหานครและ จังหวัดใกล้เคียงรวม 18 จังหวัดหรือเท่ากับประมาณร้อยละ 20.64 ของพื้นที่ประเทศไทย การแพร่ภาพออกอากาศอย่างเป็นทางการของไทยทีวีสีช่อง 3 เริ่มเมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2513

ตั้งแต่วันแรกที่ทางไทยทีวีสีช่อง 3 เริ่มออกอากาศ ทางบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ผู้ดำเนินกิจการไทยทีวีสีช่อง 3 ได้พัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ในการดำเนินงาน เพราะเห็นความสำคัญในการที่จะให้ประชาชนในภาคกลางและส่วนภูมิภาคมีความเท่าเทียมกันในการรับข่าวสาร สาระความรู้ ความบันเทิงผ่านสื่อโทรทัศน์ด้วยความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ จึงได้ร่วมมือกับองค์การสื่อ

สารมวลชนแห่งประเทศไทยวางแผนขยายเครือข่ายโทรทัศน์ ด้วยเหตุนี้ วันที่ 16 กรกฎาคม 2530 ทางบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์จึงได้ลงนามในสัญญาการขยายเครือข่ายโทรทัศน์ทั่วประเทศกับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยภายใต้เงื่อนไขให้ดำเนินการจัดตั้งสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคจำนวน 22 สถานีให้แล้วเสร็จภายใน 5 ปี โดยแต่ละแห่งจะต้องติดตั้งเครื่องส่งอุปกรณ์โทรทัศน์ให้ออกอากาศได้ทั้งช่อง 3 และช่อง 9 และสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ทั้ง 22 แห่งนี้จะรับสัญญาณจากสถานีโทรทัศน์หลักในกรุงเทพมหานครผ่านระบบดาวเทียมอินเทลแซทและเครื่องรับสัญญาณไมโครเวฟจากดาวเทียมของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ด้วยสัญญานับนี้บริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จะได้รับสิทธิเป็นผู้ดำเนินการสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ต่อไปเป็นระยะเวลา 30 ปี ระหว่างวันที่ 26 มีนาคม 2533 ถึง วันที่ 25 มีนาคม 2563

ต่อมาในปี 2534 ได้มีการจัดตั้งสถานีเครือข่ายบริการโทรทัศน์เพื่อเสริมจุดบริการอีก 9 สถานี ทำให้สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีสถานีเครือข่าย 31 สถานี

บริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ผู้ดำเนินการสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้เข้าร่วมอยู่ในกลุ่มบริษัทบีอีซีเวิลด์ จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ปี 2538 จนถึงปัจจุบัน

วันที่ 25 พฤศจิกายน 2548 ได้มีการลงนามอนุญาตให้สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ใช้เสาส่งโทรทัศน์และระบบสายอากาศโทรทัศน์ร่วมกับสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ณ อาคารโบหยก 2 และเริ่มออกอากาศแพร่ภาพในระบบ UHF อย่างสมบูรณ์ตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2548

สถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ได้ยึดมั่นอยู่ในความตั้งใจ ความจริงในการทำงาน การสร้างสรรค์และการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนางานการโทรทัศน์ด้านต่าง ๆ อันจะเอื้อประโยชน์ให้กับประเทศชาติและประชาชนโดยส่วนรวมมาโดยตลอด ในการก้าวสู่ปีที่ 36 ของไทยทีวีสีช่อง 3 นี้ ทางสถานีได้เตรียมรายการใหม่ที่มีคุณภาพ พร้อมด้วยสาระความรู้ที่มีประโยชน์ ละครและรายการจากผู้จัดฝีมือเยี่ยมของทางสถานี ภาพยนตร์ต่างประเทศ ทั้งภาพยนตร์ชุดฝรั่งและ ภาพยนตร์ชุดเอเชีย รายการกีฬา รวมถึงการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนการเพิ่มเวลาการออกอากาศเป็นตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่ว่า

"ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นบริษัทชั้นนำด้านการผลิต และ นำเสนอข่าวสาร สาระ และความบันเทิง ที่ให้คุณค่าสูงสุด"

สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5

สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกได้วางศิลาฤกษ์อาคารสถานี ณ บริเวณกองพลทหารม้า สนามเป่า ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2500 และก่อสร้างเสร็จออกอากาศเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2501 ซึ่งเป็นวันกองทัพบก ด้วยระบบ FCC (Federal Communication

Committee) สัญญาณ 525 เส้น ภาพขาว-ดำ ออกอากาศช่อง 7 มีชื่อสากลว่า His Majesty Station; Army Television (HSATV) ชื่อย่อ “ททบ.”

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ได้ตั้งขึ้นด้วยความมุ่งหมาย 3 ประการ คือ

1. เพื่อประโยชน์ในการฝึกศึกษาของเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ความชำนาญ และความก้าวหน้าของวิทยาการด้านวิทยุโทรทัศน์ได้ดียิ่งขึ้น

2. เพื่อให้บริการด้านความรู้ความบันเทิงแก่ทหารและประชาชน

3. เพื่อเป็นสื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างทหารของชาติกับประชาชน

กิจการโทรทัศน์กองทัพบกได้ก้าวหน้าต่อมาเป็นลำดับ ปีพ.ศ. 2508 ได้จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียง F.M. 94 เมกกะเฮิร์ซ เพื่อถ่ายทอดเสียงภาษาอังกฤษจากฟิล์มภาพยนตร์ที่ฉายทาง ททบ.

5

บริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ได้ร่วมกับสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ทดลองส่งโทรทัศน์สีระบบ 625 เส้น ทางช่อง 7 เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2510 ซึ่งต่อมาบริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ได้ทำสัญญาเช่าเครื่องส่งโทรทัศน์สีกำลังออกอากาศ 500 วัตต์ ให้แก่กองทัพบก และทำสัญญาเช่าเพื่อดำเนินการบริหาร สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 เป็นเวลา 10 ปี และได้ก่อตั้งโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกปฏิบัติงานของสถานีโทรทัศน์ทุกช่องในประเทศไทย โดยใช้ชื่อว่า โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย มีชื่อย่อว่า ททบ. เมื่อ 20 ธันวาคม 2511

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกได้ออกอากาศเป็นภาพสี เมื่อ 3 ธันวาคม 2517 และในปี 2525 ได้ขอใช้บริการดาวเทียมปาลาปา ร่วมกับสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง ๗ โดยเสียค่าใช้จ่ายตามสัดส่วนกับเริ่มก่อตั้งสถานีถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมในส่วนภูมิภาคเพิ่มขึ้นทั่วประเทศ และมีการเพิ่มกำลังส่ง และจัดตั้งสถานีเครือข่ายถ่ายทอดสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ไปยังส่วนภูมิภาคต่างๆทั่วประเทศ

THAI TV GLOBAL NETWORK (TGN) เป็นสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแห่งแรกและแห่งเดียวของประเทศไทย ที่ดำเนินการโดยกองทัพบก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สารความรู้ความบันเทิงออกไปสู่สายตาของผู้ชมทั่วโลก การนำรายการจากสถานีโทรทัศน์ภายในประเทศทุกสถานีมาคัดเลือกและจัดทำเป็นรายการใหม่ ความยาว 24 ชั่วโมง ต่อวัน แล้วส่งสัญญาณรายการผ่านดาวเทียมถึง 5 ดวง ครอบคลุมพื้นที่กว่า 170 ประเทศทั่วโลก นอกเหนือจากการนำรายการที่น่าสนใจจากสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆมาออกอากาศร่วมกันแล้ว ยังดำเนินการถ่ายทอดสดเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นภายในประเทศให้ได้รับชมพร้อมกันทั่วโลก พร้อมกันนี้ยังได้ผลิตรายการรูปแบบใหม่เพื่อเผยแพร่ทาง TGN โดยตรง ซึ่งมีทั้งรายการสด Interactive ที่ผู้ชมทั่วโลกสามารถร่วมสนุกกับพิธีกรในรายการ รวมทั้งนำเสนอเรื่องราวกิจกรรมของคนไทยทั่วโลกผ่านทางจอโทรทัศน์ให้ได้รับชมกันอีกด้วย

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง7

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 หรือ "ช่อง 7 สี" เริ่มแพร่ภาพตามมาตรฐาน CCIR 625 เส้นระบบ PAL เป็นครั้งแรกเมื่อ วันที่ 27พฤศจิกายน พ.ศ. 2510 ด้วยการถ่ายทอดสดการประกวดนางสาวไทยในงานวชิราวุธานุสรณ์จากบริเวณวังสราญรมย์

ต่อมา ในปี 2516 ช่อง 7 สี ได้เริ่มจัดตั้งสถานีถ่ายทอดสัญญาณในต่างจังหวัด และในปี พ.ศ. 2521 ได้ริเริ่มการออกอากาศโดยถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมจากกรุงเทพมหานคร ไปสู่สถานีเครือข่ายในทุกภูมิภาคเป็นสถานีแรกของประเทศไทย ปัจจุบันมีสถานีเครือข่ายถ่ายทอดสัญญาณรวม 37 สถานี แพร่ภาพครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและบริเวณชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน

นอกจากนี้ ช่อง 7 สี ยังใช้ดาวเทียมนานาชาติ (International Satellite) หรือเรียก ชื่อย่อว่า INTELSAT ถ่ายทอดเหตุการณ์จากทั่วทุกมุมโลกมายังประเทศไทย ขณะเดียวกันได้ริเริ่มนำรถถ่ายทอดสัญญาณดาวเทียมใช้ย่านความถี่สูง (Ku - Band) และรถถ่ายทอดนอกสถานที่ (Outside - Broadcasting Vans) หรือ OB ใช้ย่านความถี่ C - Band ทำหน้าที่เป็นสถานีแม่ข่ายชั่วคราว ถ่ายทอดงานประเพณี กีฬา และเหตุการณ์สำคัญตามสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศเพื่อทำหน้าที่องค์กรสื่อสารมวลชนที่สมบูรณ์แบบ ในการถ่ายทอดสาระความรู้ และความบันเทิง ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์

ช่อง 7 สี ตระหนักถึงความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารสู่ประชาชนอย่างรวดเร็ว ฉับไว และเที่ยงตรง อีกทั้งยังเห็นความสำคัญของประชาชนในเขตชนบท และภูมิภาคห่างไกล จึงได้ ริเริ่มจัดตั้งศูนย์ข่าวภูมิภาคพร้อมด้วยอุปกรณ์ครบครัน และเทคโนโลยีทันสมัย เพื่อรายงานข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ ให้ประชาชนทั่วประเทศได้รับทราบอย่างพร้อมเพรียงกัน

ขณะนี้ ช่อง 7 สี มีศูนย์ข่าวกระจายตามภูมิภาคต่าง ๆ รวม 9 แห่ง ได้แก่ ขอนแก่น นครราชสีมา อุบลราชธานี เชียงใหม่ นครสวรรค์ หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต และ ระยอง โดยใช้ศูนย์ข่าวภูมิภาค 4 แห่ง ได้แก่ นครราชสีมา เชียงใหม่ หาดใหญ่ และระยอง เป็นศูนย์ข่าวหลัก ในการรายงานข่าว และแพร่ภาพออกอากาศ

วิสัยทัศน์ ในการรายงานและเผยแพร่ข่าวสาร ของ ช่อง 7 สี

- รายงานข่าว อย่างรวดเร็ว ฉับไว และเที่ยงตรง
- มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นของตนเอง และเป็นข่าวยอดนิยม
- สะท้อนปัญหาและมุมมองของประชาชน

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง9 อ.ส.ม.ท

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง9 อ.ส.ม.ท. ถือกำเนิดมาจากสถานีวิทยุโทรทัศน์สีช่อง4 ของ บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด ซึ่งทำการแพร่ภาพออกอากาศตั้งแต่ พ.ศ. 248 และเมื่อมีการจัดตั้งองค์การสื่อ

สารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท) ตามความในพระราชกฤษฎีกา 25 มีนาคม 2520 ให้รับช่วงงานวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 มาดำเนินการตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน 2520 เป็นต้นมา

ปี 2523 อ.ส.ม.ท ได้บุกเบิกข่าวโทรทัศน์ภาคเช้าในชื่อรายการ "ข่าวรับอรุณ" เป็นสถานีแรกในประเทศไทยและในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเริ่มนำระบบเทปยูเมติกเข้ามาใช้แทนระบบฟิล์มภาพยนตร์ช่วยลดขั้นตอนการผลิตข่าว และยังทำให้สามารถเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็ว รับข่าวต่างประเทศผ่านดาวเทียมโดยตรงจากสำนักข่าว VISNEWS (LONDON)

วันที่ 16 กรกฎาคม 2530 ทางบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ที่ได้ลงนามในสัญญาการขยายเครือข่ายโทรทัศน์ทั่วประเทศกับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยภายใต้เงื่อนไขให้ดำเนินการ จัดตั้งสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคจำนวน 22 สถานีให้แล้วเสร็จภายใน 5 ปี โดยแต่ละแห่งจะต้องติดตั้งเครื่องส่งอุปกรณ์โทรทัศน์ให้ออกอากาศได้ทั้งช่อง 3 และช่อง 9 ต่อมาในปี 2532 อ.ส.ม.ท ได้ลงนามกับช่อง 3 อ.ส.ม.ท ขยายเครือข่ายเพิ่มอีก 9 แห่ง ทำให้มีรัศมีการแพร่ภาพออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ร้อยละ 95 ของพื้นที่ทั้งประเทศ

1 มกราคม 2532 อ.ส.ม.ท ร่วมกับบริษัทไทยเวฟ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง จำกัด ถ่ายทอดสดข่าว 9 อ.ส.ม.ท ผ่านดาวเทียมให้คนไทยในยุโรปได้รับชมข่าวตั้งแต่เวลา 19.00 น. ออกอากาศ 40 นาที และเสาร์-อาทิตย์ ออกอากาศ 35 นาที

พ.ศ. 2545 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท ได้เปลี่ยนชื่อเป็น Modernine Television สถานีข่าวและสาระตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2545 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อก้าวขึ้นเป็นสถานีช่องข่าวอันดับ 1 และเป็นสื่อกลางความเข้าใจระหว่างรัฐบาลไทย ประชาชนชาวไทยและประชาคมโลก รวมทั้งผสมผสานระหว่างมาตรา 40 ตามรัฐธรรมนูญกับการดำรงอยู่ในเชิงธุรกิจ สามารถสรุปการเปลี่ยนแปลงได้ดังนี้

1. ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง จากเดิม เปิดสถานี 05.00- 02.00 น.
2. ขว้สดต้นชั่วโมง 5 นาที
3. แถบตัวอักษรข่าวสำคัญด้านล่างจอโทรทัศน์ (News Bar)
4. Breaking News เมื่อมีข่าวด่วน สำคัญ
5. เพิ่มช่วง Magazine on TV ในช่วงข่าวภาคค่ำ ประกอบด้วย ข่าวบันเทิง ข่าวแฟชั่น ข่าวสารคดี ข่าวธุรกิจ ข่าวสุขภาพ ข่าวแกะกล่องเทคโนโลยี
6. สก๊อปเจาะลึก
7. นำผู้ประกาศข่าวใหม่ผสมผสานกับผู้ประกาศเดิม นำเสนอด้วยรูปแบบใหม่ทันสมัย

สถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทย

จากมติของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2528 ให้จัดตั้งสถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทย หรือสถานีวิทย์แห่งชาติ เพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนและเพื่อประโยชน์สาธารณะ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐกับประชาชนตลอดจนเป็นสถานีแม่ข่ายแก่สถานีโทรทัศน์เครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ

ในวันที่ 11 กรกฎาคมของทุกปี เป็นวันคล้ายวันก่อตั้งสถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ สืบเนื่องจากการที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจาก สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จเปิดอาคารอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2531

เริ่มจากปี พ.ศ.2529 ถึง พ.ศ.2531 สทท.11 ได้เริ่มการทดลองแพร่ภาพออกอากาศจากอาคารชั่วคราว ถนนเพชรบุรีตัดใหม่จนกระทั่งได้รับการสนับสนุนจากประเทศญี่ปุ่น ตามโครงการช่วยเหลือแบบให้เปล่า โดยผ่านทางมูลนิธิไจก้า วงเงินประมาณ 330 ล้านบาท เพื่อสร้างสถานที่ตั้งที่ถนนเพชรบุรีตัดใหม่และใช้เป็นอาคารถาวรมาจนถึงปัจจุบัน และในปัจจุบัน สทท.11 มีอาคารสำนักงาน 2 แห่ง คือ อาคารที่ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ และอาคารที่ถนนวิภาวดีรังสิต

สทท.11 บริหารงานแบบองค์การราชการ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ทั้งนี้ สทท.11 เป็นหน่วยงานของรัฐระดับสำนักสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ ปัจจุบัน สทท.11 มีเครือข่ายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ รวม 10 แห่ง คือ ภาคเหนือที่ จังหวัดเชียงใหม่, พิษณุโลก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ จังหวัดขอนแก่น, อุบลราชธานี ภาคกลางที่กาญจนบุรี ภาคใต้ที่ สุราษฎร์ธานี, สงขลา, ภูเก็ต, นครศรีธรรมราช และภาคตะวันออกที่จังหวัดระยอง แต่ละสถานีมีการเชื่อมโยงและรับ-ส่ง สัญญาณกับ สทท.กรุงเทพมหานคร ด้วยระบบดาวเทียม โดยสถานีได้เข้าใช้ทรานสปอนเดอร์ของสถานีดาวเทียมไทยคม 3

พันธกิจ

- 1) เป็นสื่อในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ทันสถานการณ์ น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของประชาชน รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับอ้างอิงทั้งในระดับชาติและระดับภูมิภาค
- 2) เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมสำหรับประชาชนทั่วไป
- 3) เป็นสื่อทางเลือกในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของบันเทิงเชิงสาระในด้านต่าง ๆ เพื่อการอนุรักษ์เอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมประจำชาติให้สืบทอดเป็นมรดกของชนรุ่นหลัง

สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

บริษัท สยามอินโฟเทนเมนท์ จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2538 ด้วยทุนจดทะเบียน เริ่มต้นและชำระแล้ว 250 ล้านบาท และมีการเพิ่มทุนเป็น 1,000 ล้านบาทในปีเดียวกัน ต่อมาในปี 2541 ได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจสถานีโทรทัศน์ระบบยู เอช เอฟ แห่งแรกของประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ” โดยบริษัท ฯ ได้รับสัมปทานจาก สำนักงาน ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ให้เป็นผู้ดำเนินการบริหารสถานีเป็นระยะเวลา 30 ปี สิ้นสุดวันที่ 3 กรกฎาคม 2568 โดยบริษัท ฯ มีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการที่สำคัญ เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ และการบริหารงานดังนี้

ปี 2538 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ และได้เริ่มออกอากาศอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2539

ปี 2540 บริษัทฯ มีสถานีส่งรวมทั้งสิ้น 36 สถานี สามารถให้บริการ ครอบคลุมพื้นที่ บริเวณภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออกและภาคใต้ของประเทศไทยเพียงบางจังหวัด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน ตามที่กำหนด ในสัญญาสัมปทาน และได้เปลี่ยนชื่อ บริษัทเป็น บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2541

ปี 2544 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2544 มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ โดยชินคอร์ป ได้ตกลง ซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ จากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และ ซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ จากผู้ถือหุ้นรายอื่น เป็นผลให้ ชินคอร์ป เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุด ทั้งนี้การดำเนินงานของบริษัทฯ ยังอยู่ภายใต้บริหารเดิม และในวันที่ 13 มีนาคม 2545 บริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เดือนธันวาคม 2546 คณะกรรมการบริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทเป็น 7,800 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่ จำนวน 300 ล้านหุ้น เป็นเงิน 1,500 ล้านบาท จัดสรรเป็นการเฉพาะเจาะจง ให้ นายไตรภพ ลิมปพัทธ์ และบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้การเข้ามาร่วมงานของพันธมิตรทั้ง 2 รายเพื่อพัฒนาคุณภาพรายการ และเสริมฐานเงินทุนของไอทีวีให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน สถานีโทรทัศน์ไอทีวีมีสถานีเครือข่ายทั้งสิ้น 50 สถานี ซึ่งนับว่าเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีเครือข่ายมากที่สุด ในบรรดาสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ครอบคลุมประชากร ที่สามารถรับชมได้ ประมาณร้อยละ 98 ของประชากรทั้งหมดในประเทศไทย

ยูบีซีเคเบิลทีวี

บริษัท ยูโนเด็ต บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (ยูบีซี) เกิดจากการรวมกิจการในปี 2541 ระหว่าง ยูบีซี และยูบีซีเคเบิล โดยยูบีซีเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและเป็นผู้ดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกด้วยการให้บริการสมาชิกกว่า 430,000 รายผ่านระบบดาวเทียมซึ่งครอบคลุมครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ทั่วประเทศถึง 15.4 ล้านครัวเรือน และระบบดิจิตอลเคเบิลและ อนาคตเคเบิลซึ่งผ่านบ้านถึงกว่า 800,000 หลังคาเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจุบันยูบีซีให้บริการด้วยรายการชั้นนำ ทั้งช่องภาพยนตร์จากต่างประเทศ รายการกีฬาที่ได้รับความนิยม ข่าว และรายการบันเทิงอื่นๆ อีกมาก นอกจากนั้นยูบีซียังได้ผลิตช่องรายการในประเทศขึ้นเองอีก 8 ช่อง ปัจจุบันยูบีซีได้รับการสนับสนุนจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 2 ราย ได้แก่ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือซีพี ผู้นำทางด้านอุตสาหกรรมกรรมการเกษตรไทย และบริษัท เอ็มไอเอส จำกัด ผู้นำในการให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกในหลายประเทศ บริการอินเทอร์เน็ตและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

ภารกิจของบริษัท

ยูบีซีจะให้บริการด้วยรายการชั้นนำเยี่ยมและความบันเทิงที่สร้างความประทับใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัย โดยอาศัยโครงข่ายการให้บริการหลากหลายรูปแบบ ภายใต้จิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวแก่ผู้ถือหุ้น

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจได้แก่ การให้บริการด้วยรายการโทรทัศน์ชั้นนำ และมีคุณภาพเหนือกว่าของคู่แข่งเช่นโทรทัศน์ภาคปกติทั่วไป โดยการนำเสนอรายการที่ตรงกับรสนิยมของผู้ชม ซึ่งพร้อมไปด้วยสาระและความน่าสนใจ โดยบริษัทจะจัดหารายการจากต่างประเทศที่เหมาะสมกับรสนิยมและความต้องการของคนไทย พร้อมนำเสนอด้วยการให้เสียงภาษาไทย หรือบรรยายไทยได้ภาพ รวมทั้งยังมีการนำเสนอรายการที่ผลิตภายในประเทศ ซึ่งไม่สามารถหาชมได้จากสื่อบันเทิงอื่น ๆ

6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิทยา เกียวกุล (2538: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกทม.” พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันนั้นจะมีการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแตกต่างกัน คือเพศหญิงจะดูรายการข่าวมากกว่าเพศชาย อันเนื่องจากมีเวลาว่างมากกว่า และการเปิดรับชมรายการข่าวทำให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมที่แตกต่างกัน

อิสราวดี ขำนาญกิจ (2542:บทคัดย่อ) "ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์" พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีอายุ 18-25 ปี เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง พื้นความรู้ที่อยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ในส่วนการรับชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์มากกว่า 4 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่เปิดรับรายการโทรทัศน์คือ 18.00-20.00น. และ 21.00-24.00น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนรายการที่น่าสนใจนั้น ส่วนใหญ่สนใจติดตามชมรายการข่าว โดยเฉพาะข่าวประจำวันและวิเคราะห์ข่าว มีการรับชมรายการเมืองค่อนข้างบ่อย แต่ไม่ทุกวัน รายการการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเอ่ยถึงเป็นชื่อแรกคือ ช่องไอทีวี การศึกษาทัศนคติทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเมืองในแง่บวก โดยภาพรวมมีความเข้าใจการเมืองค่อนข้างสูง การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกิดการเรียนรู้ มีความรู้ทางการเมืองที่ใหม่ ทันสมัยและมีผลกระทบกับวิถีชีวิตของตนโดยตรง กลุ่มตัวอย่างสามารถทบทวนความรู้ทางการเมือง ได้รับประโยชน์จากข้อมูลที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้เรื่องการเมืองที่เข้าใจง่ายไม่เครียด ให้ความเพลิดเพลินสนุกสนาน เป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

จิตติมา ปิยะศิริศิลป์ (2544:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี" พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอย่างมาก ในด้านเนื้อหาของรายการ ข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจ และทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด ส่วนในด้านของผู้ดำเนินรายการสามารถใช้คำถามได้ตรงประเด็นทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอย่างมาก ส่วนการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ในด้านการรับข่าวสาร ความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคมระดับมาก สำหรับการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรทางด้านลักษณะทางประชากร คือ ผู้มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน นอกจากนี้ลักษณะทางประชากร ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรส ไม่มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหาของรายการ และไม่มีผลกับความพึงพอใจโดยรวม ส่วนพฤติกรรมในการรับชม ในด้านเหตุผลที่รับชม ผู้ที่ร่วมชมด้วย สถานที่ที่เปิดรับชม การแสดงปฏิภณยานั้น ไม่มีผลต่อการใช้ประโยชน์ และไม่มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหาของรายการ และความพึงพอใจโดยรวม แต่ในขณะที่พฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม และระยะเวลาในการชมนั้น มีผลต่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในด้านเนื้อหาของรายการ และความพึงพอใจโดยรวม

นันท์วัฒน์ เพชรรัช (2546:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของผู้รับชมภาพยนตร์ต่างประเทศ ผ่านยูบีซี เคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการชมภาพยนตร์ต่างประเทศผ่านยูบีซี เคเบิลทีวี โดยรวมในระดับดีมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และ อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมภาพยนตร์ต่างประเทศผ่านยูบีซี เคเบิลทีวี โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส และประเภทของช่องรายการที่นำเสนอแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมภาพยนตร์ต่างประเทศผ่านยูบีซี เคเบิลทีวี โดยรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมภาพยนตร์ต่างประเทศผ่านยูบีซี เคเบิลทีวี โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุณี อธินันทนากการ(2546:บทคัดย่อ) ศึกษา"เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวของ Modernine Television ในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า กลุ่มตัวอย่างมี ทัศนคติต่อรายการข่าวของ Modernine Television อยู่ในระดับ ดี เพศที่ต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการชมรายการข่าวของ Modernine Television ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวของ Modernine Television ด้านความถี่ในการชมรายการข่าวต่อสัปดาห์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าว-ของ Modernine Television ด้านเวลาที่ใช้ในการชมรายการข่าวต่อวันแตกต่างกัน ทัศนคติต่อรายการข่าว Modernine Television ในด้านความน่าเชื่อถือของข่าวและบุคคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมรายการข่าวของ Modernine Television อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประเภทข่าวที่ชื่นชอบที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติในการชมข่าวของ Modernine Television ในด้านความน่าเชื่อถือของข่าวและบุคคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุภาพร ทิพย์รัตน์ (2547: บทคัดย่อ)ศึกษาเรื่อง"พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมยูบีซี เคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า ทัศนคติของผู้ชมยูบีซีเคเบิลทีวีโดยรวมอยู่ในระดับ "ดี"ด้านช่องรายการ เพศและอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมยูบีซีเคเบิลทีวีไม่แตกต่างกัน อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมยูบีซี เคเบิลทีวีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทัศนคติของผู้ชมยูบีซีเคเบิลทีวีด้านช่องรายการในส่วนของช่องรายการภาพยนตร์ และการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาไม่มีความสัมพันธ์โดยรวมกับความพึงพอใจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนช่องรายการบันเทิง ช่องความรู้ และช่องข่าวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมยูบีซีเคเบิลทีวีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พฤติกรรมการชม

รายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมยูบิซีเคเบิลทีวีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากแนวคิดและผลการวิจัยงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดชื่อเรื่อง กรอบแนวคิด การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยกำหนดสมมติฐาน สร้างแบบสอบถามอภิปรายผล และกำหนดข้อเสนอแนะในการวิจัย เรื่อง การเปรียบเทียบ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบิซีเคเบิลทีวี
ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ทั้งชายและหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งหมด 50 เขต แบ่งเป็น 6 กลุ่มการปกครองตามระบบการบริหารและการปกครองของกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตปทุมวัน เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ และเขตบางรัก
2. กลุ่มบุรพา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตบางเขน เขตบึงกุ่ม เขตสายไหม เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตบางกะปิ และเขตวังทองหลาง
3. กลุ่มศรีนครินทร์ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง และเขตคันนายาว
4. กลุ่มเจ้าพระยา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางนา เขตพระโขนง เขตสาทร เขตบางคอแหลม และเขตยานนาวา
5. กลุ่มกรุงธนใต้ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตบางแค
6. กลุ่มกรุงธนเหนือ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตทวีวัฒนา เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ชมรายการโทรทัศน์และรายการยูทูป ซี เคเบิลทีวี ทั้งชาย และหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจากสูตรกรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากร (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2546:26) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางการแจกแจงแบบปกติ
มาตรฐานซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

E = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้

ในที่นี้ต้องการให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5 % ($E = 0.05$) ด้วยความเชื่อมั่น 95% โดยที่ $\alpha = .05$; $Z_{1-\alpha/2} = Z_{.975} = 1.96$

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

$$= 384.16 \text{ หรือ ประมาณ } 385 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และได้สำรวจเพื่อแบบสอบถามไม่สมบูรณ์อีก 9% เท่ากับ 35 รวมเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ เท่ากับ 420 คนและใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546: 28) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่ม ตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร แล้วใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับฉลากในแต่ละกลุ่มการปกครองได้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 1 เขต รวม 6 เขต

2. ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา (Quota Sampling) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546: 19) ในแต่ละเขตจากขั้นตอนที่ 1 โดยให้สัดส่วนที่เท่ากันเขตละ 70 คน

ตาราง 1 แสดงเขตที่สุ่มได้แต่ละกลุ่มการปกครองและสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างแต่ละเขต

กลุ่มการปกครอง	รายชื่อเขต	จำนวนตัวอย่าง
กลุ่มรัตนโกสินทร์	เขตปทุมวัน	70
กลุ่มบูรพา	เขตลาดพร้าว	70
กลุ่มศรีนครินทร์	เขตประเวศ	70
กลุ่มเจ้าพระยา	เขตบางนา	70
กลุ่มกรุงธนใต้	เขตราษฎร์บูรณะ	70
กลุ่มกรุงธนเหนือ	เขตบางพลัด	70
รวม		420

3. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 29) โดยเจาะจงเก็บตัวอย่างเฉพาะผู้ที่ชมทั้งรายการโทรทัศน์และยูทูปซีเคเบิลทีวีในเขตต่างที่สุ่มได้ตามข้อที่ 2 ตามสถานที่ราชการ สถานที่ทำงานเอกชน ห้างสรรพสินค้า และหมู่บ้าน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้รับชม โทรทัศน์กับยูทูปซีเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close – ended response questions) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยคำถามแบบกำหนดคำตอบ 2 คำตอบ (Dichotomous questions) 1 ข้อ และแบบมีหลายคำตอบ (Multiple choice questions) จำนวน 5 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

- ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ข้อที่ 4 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ข้อที่ 5 สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการชมรายการ โทรทัศน์และรายการยูบีซี เคเบิลทีวี เป็นคำถามแบบ Rating scale มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีจำนวน 9 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับดีมาก

ระดับ 4 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับดี

ระดับ 3 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับไม่ดี

ระดับ 1 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับไม่ดีอย่างมาก

ในการหาระดับของทัศนคติจะใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (บุญชม ศรีสะอาด.2542:82) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ตาราง2 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี

คะแนนเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
4.21 – 5.00	มีทัศนคติในระดับดีมาก
3.41 – 4.20	มีทัศนคติในระดับดี
2.61 – 3.40	มีทัศนคติในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีทัศนคติในระดับไม่ดี
1.00 – 1.80	มีทัศนคติในระดับไม่ดีอย่างมาก

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการชมรายการ ของผู้ชมโทรทัศน์และรายการยูบีซี เคเบิลทีวี จำนวน 4 ข้อ โดยมีคำถามแบบปลายเปิด (Open – ended question) ถามเกี่ยวกับความถี่ในการ

รับชม โทรทัศน์และยูบีสี เคเบิลทีวี จำนวน 3 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale) และคำถามปลายปิด (Close – ended response question) แบบกำหนดคำตอบ 2 คำตอบ (Dichotomous questions) 1 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบีสีเคเบิลทีวีจำนวน 10 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Rating Scale ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอย่างมาก

ระดับ 4 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ

ระดับ 3 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามเฉยๆ

ระดับ 2 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่พึงพอใจ

ระดับ 1 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่พึงพอใจอย่างมาก

ในการหาระดับของความพึงพอใจ ใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ตาราง 3 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบีสีเคเบิลทีวี

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.21 – 5.00	พึงพอใจอย่างมาก
3.41 – 4.20	พึงพอใจ
2.61 – 3.40	เฉยๆ
1.81 – 2.60	ไม่พึงพอใจ
1.00 – 1.80	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทศนคติต่อการชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบ และเสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) และความถูกต้องของภาษา

5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนอคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาอีกครั้งเพื่อความสมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วาณิชยปัญญา.2545: 449) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ .885

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ทศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี $\alpha = .780$ และ .760

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี $\alpha = .731$ และ .736

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าว บทความงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง สิ่งพิมพ์ วารสาร หนังสือ เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการแจกแบบสอบถาม แก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ชุด ตามจำนวนที่คำนวณไว้ในขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง โดยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากผู้ชมโทรทัศน์และ ยูทูปชีเคเบิลทีวี ตามเขตต่างๆในกรุงเทพมหานครที่ระบุไว้ข้างต้น

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนขนาดตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการดังนี้

การจัดกระทำข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Editing)
2. ทำการ ลงรหัส (Coding)
3. ป้อนข้อมูลต่าง ๆ ลงเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows version 13.0 ในการประมวลผล หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ของแบบสอบถามและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis)
 - 1.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) และแสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 3 ข้อ 19,20
 - 1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2,3(ข้อ16-18) และส่วนที่ 4
2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis)
 - 2.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็น อิสระกัน โดยใช้สถิติ t-test แบบ Independent เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน เพศ และสถานภาพสมรส
 - 2.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยสถิติ F-test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - 2.3 การหาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระกัน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และ 3

2.4 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติ Paired t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ,5 และ 6

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วานิชย์บัญชา.2546 : 36) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 3 ข้อ 19,20 โดยใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
f แทน ความถี่ของคะแนน
n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 39) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2,3(ข้อ16-18) และส่วนที่ 4 โดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 38) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2,3(ข้อ16-18) และส่วนที่ 4 โดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.2 สถิติที่ใช้ทดสอบค่าเชื่อมั่นของเครื่องมือ(Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545 : 449) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ มีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\frac{\overline{\text{con variance}}}{\overline{\text{variance}}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
		แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

5.3 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

5.3.1 สถิติ t-test (Independent t-test) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ และสถานภาพสมรส มีสูตรดังนี้

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

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

5.3.2 สถิติ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way Analysis of Variance : ANOVA) เพื่อหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545:144) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 4 แสดงแหล่งตัวแปร สถิติ ANOVA

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	k-1	SS_b	$MS_b = \frac{SS_b}{k-1}$	$\frac{MS_b}{MS_w}$
ภายในกลุ่ม	n-k	SS_w	$MS_w = \frac{SS_w}{n-k}$	
รวม	n-1	SS_t		

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

โดยที่ $df_b = k-1$
 $df_w = n-k$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
 MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 MS_w แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
 $MS_b = SS_b / (k-1)$
 $MS_w = SS_w / (n-k)$
 SS_b แทน ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม
 SS_w แทน ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม
k แทน จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่าง
n แทน จำนวนตัวอย่าง
 df_b แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม = k-1
 df_w แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม = n-k

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = .05$ หรือระดับความเชื่อมั่น 95%ต่อไป โดยใช้วิธี Fisher's least significant difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546:258) มีสูตรดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $n_i = n_j$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2; n-k}$

แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = n-k

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
MSE	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (ms_w)
n_i	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i
n_j	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j
α	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

5.4 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2544 : 310-311) มีสูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมคะแนนรายข้อของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum y$	แทน	ผลรวมคะแนนรวมของทั้งกลุ่ม
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของค่า r (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2545 : 280) คือ

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือถ้า x เพิ่มขึ้น y จะลด แต่ถ้า x ลด y จะเพิ่ม

2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือถ้า x เพิ่มขึ้น y จะเพิ่มแต่ถ้า x ลด y จะลด

3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 316)

1. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 1 (ประมาณ 0.70 ถึง 0.90) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง (ถ้าสูงกว่า 0.90 ถือว่าอยู่ในระดับสูงมาก)

2. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.5 (ประมาณ 0.30 ถึง 0.70) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง

3. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0 (ประมาณ 0.30 และต่ำกว่า) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ

4. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง

5.5 สถิติ Paired t -test ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระต่อกันโดย เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4,5 และ 6 ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545:250)

$$t = \frac{\bar{d} - \bar{d}_0}{S_d \sqrt{n}}$$

t = ค่าเฉลี่ยที่ใช้พิจารณาใน t -distribution

$\bar{d}$ = ค่าเฉลี่ยของผลต่างของคะแนนจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

$\bar{d}_0$ = ค่าคงที่ที่ได้จากสมมติฐาน

S_d = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลต่างของคะแนนจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบีซี เคเบิลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้บริโภที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t-distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of squares)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F-distribution
α	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนในการทดสอบสมมติฐาน หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ (Level of significance) โดยกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
H_0	แทน	Null hypothesis
H_1	แทน	Alternative hypothesis

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยการแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแจกแจง จำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 5 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ			
ชาย		185	44.0
หญิง		235	56.0
รวม		420	100.0
2. อายุ			
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		32	7.6
21 – 30 ปี		142	33.8
31 - 40 ปี		138	32.9
41 - 50 ปี		87	20.7
51 ปีขึ้นไป		21	5.0
รวม		420	100.0

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือต่ำกว่า	39	9.3
อนุปริญญา/ปวส.	69	16.5
ปริญญาตรี	232	55.2
สูงกว่าปริญญาตรี	80	19.0
รวม	420	100.0
4. อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	48	11.4
พนักงานบริษัทเอกชน	192	45.7
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	100	23.8
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	59	14.1
อื่นๆ	21	5.0
รวม	420	100.0
5. สถานภาพสมรส		
โสด	253	60.2
สมรส	156	37.2
หม้าย/หย่าร้าง	11	2.6
รวม	420	100.0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	74	17.6
10,001 – 20,000 บาท	122	29.0
20,001 – 30,000 บาท	105	25.0
30,001 – 40,000 บาท	52	12.4
มากกว่า 40,000 บาท	67	16.0
รวม	420	100.0

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 420 คน พบว่า

เพศ ผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวีที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และเพศชาย จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

อายุ ผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวีที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 อายุ 41-50 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวีที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ระดับอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวีที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาเป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และประกอบอาชีพอื่นๆมี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวีที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 ตามลำดับ และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ซึ่งมีผู้ตอบน้อยมาก จึงตัดทิ้ง เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
5. สถานภาพสมรส		
โสด	253	60.2
สมรส	156	37.2
รวม	409	97.4

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาเป็นผู้ชมที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ,มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อรายการต่าง ๆ

เป็นการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อรายการต่างๆ ได้แก่ รายการข่าว รายการสารคดี รายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา รายการภาพยนตร์ ความหลากหลายของรายการ เพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็ก รายการเพื่อสุขภาพ รายการเกมส์โชว์ และรายการวาไรตี้โชว์ โดยนำเสนอค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตาราง ดังต่อไปนี้

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อรายการต่างๆของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

ทัศนคติต่อรายการ	โทรทัศน์			ยูบิซีเคเบิลทีวี		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1.รายการข่าวทันเหตุการณ์	4.24	.633	ดีมาก	3.84	.717	ดี
2.รายการสารคดี	3.49	.739	ดี	4.34	.588	ดีมาก
3.รายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา	3.55	.744	ดี	4.40	.628	ดีมาก
4.ภาพยนตร์ใหม่	2.88	.802	ปานกลาง	3.68	.905	ดี
5.ความหลากหลายของรายการเพลง	3.33	.748	ปานกลาง	3.99	.752	ดี
6.รายการการ์ตูนและรายการเด็ก	3.40	.688	ปานกลาง	4.03	.744	ดี
7.รายการเพื่อสุขภาพ	3.44	.721	ดี	3.61	.781	ดี
8.รายการเกมส์โชว์	3.72	.806	ดี	3.30	.771	ปานกลาง
9.รายการวาไรตี้โชว์	3.73	.681	ดี	3.48	.742	ดี
รวม	3.53	.435	ดี	3.85	.430	ดี

จากตาราง 6 พบว่า ทักษะคิดด้านรายการต่างๆโดยรวมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 3.85 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า

ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการข่าวทันเหตุการณ์ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และ มีทัศนคติต่อรายการข่าวทันเหตุการณ์ทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการสารคดีทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และมีทัศนคติต่อรายการสารคดีทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และ มีทัศนคติต่อรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา ทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการภาพยนตร์ใหม่ ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 และ มีทัศนคติต่อรายการภาพยนตร์ใหม่ ทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

ผู้ชมมีทัศนคติต่อความหลากหลายของรายการเพลง ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และ มีทัศนคติต่อความหลากหลายของรายการเพลง ทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการการ์ตูนและรายการเด็กทางโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และ มีทัศนคติต่อรายการการ์ตูนและรายการเด็ก ทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการสุขภาพ ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และมีทัศนคติต่อรายการสุขภาพ ทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการเกมส์โชว์ ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และมีทัศนคติต่อรายการเกมส์โชว์ ทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการวาไรตี้โชว์ ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และมีทัศนคติต่อรายการวาไรตี้โชว์ ทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ในด้านความถี่เฉลี่ยในการชมต่อสัปดาห์ ต่อวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) ต่อวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) และความถี่ของการชมรายการต่างๆทางโทรทัศน์และทางยูบิซีเคเบิลทีวี ช่วงเวลาที่ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีมากที่สุด โดยนำเสนอค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละปรากฏผลดังตาราง ดังนี้

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชมรายการ

พฤติกรรมการชม	โทรทัศน์				ยูบิซีเคเบิลทีวี			
	Max	Min	$\bar{X}$	S.D.	Max	Min	$\bar{X}$	S.D.
จำนวนวันในการชมต่อสัปดาห์	8	2	6.37	1.304	7	1	5.30	1.972
จำนวนชั่วโมงต่อวันในการชมในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)	10	1	3.13	1.508	10	0	2.44	1.451
จำนวนชั่วโมงต่อวันในการชมในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	14	1	4.39	2.401	12	0	4.14	2.222

จากตาราง 7 พบว่า พฤติกรรมการชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชม มีดังนี้

จำนวนวันในการชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ ต่ำสุดคือ 2 วันและสูงสุดคือ 8 วันโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.37 วัน และจำนวนวันในการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ ต่ำสุดคือ 1 วันและสูงสุดคือ 7 วันโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.30 วัน

จำนวนชั่วโมงในการชมโทรทัศน์ต่อวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) ต่ำสุดคือ 1 ชั่วโมงต่อวัน สูงสุดคือ 10 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.13 ชั่วโมงต่อวัน และ จำนวนชั่วโมงในการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) ต่ำสุดคือ ไม่ได้ชม สูงสุดคือ 10 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ชั่วโมงต่อวัน

จำนวนชั่วโมงในการชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ต่ำสุดคือ 1 ชั่วโมงต่อวัน สูงสุดคือ 14 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.39 ชั่วโมงต่อวันและ จำนวน

ชั่วโมงในการชมยูบิซึเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ต่ำสุดคือไม่ได้ชมสูงสุดคือ 12 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ชั่วโมงต่อวัน

ตาราง 8 แสดงจำนวน และร้อยละของช่วงเวลาที่ชมโทรทัศน์และยูบิซึเคเบิลทีวี มากที่สุด

ช่วงเวลาการชม	โทรทัศน์		ยูบิซึเคเบิลทีวี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
06.01 – 09.00 น.	58	13.8	6	1.4
09.01 – 14.00 น.	10	2.4	23	5.5
14.01 – 18.00 น.	13	3.1	57	13.6
18.01 – 22.00 น.	315	75.0	155	36.9
22.01 – 02.00 น.	24	5.7	154	36.6
02.01 – 06.00 น.	0	0	25	6.0
รวม	420	100.0	420	100.0

จากตาราง 8 พบว่าช่วงเวลาที่ผู้ชมชมโทรทัศน์มากที่สุดคือช่วงเวลา 18.01- 22.00 น.มีจำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือช่วงเวลา 06.01 - 09.00 น.มีจำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 13.8 ช่วงเวลา 22.01- 02.00 น.จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ช่วงเวลา 14.01– 18.00 น. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และช่วงเวลา 09.01 – 14.00 น. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ช่วงเวลาที่ผู้ชมชมยูบิซึเคเบิลทีวีมากที่สุดคือช่วงเวลา 18.01- 22.00 น.มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 22.01- 02.00 น. มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 ช่วงเวลา 14.01– 18.00 น. จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ช่วงเวลา 02.01-06.00 น.จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ช่วงเวลา 09.01 – 14.00 น. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และช่วงเวลา 06.01 - 09.00 น. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตาราง 9 แสดงจำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการชมรายการต่างๆจากโทรทัศน์มากกว่ายูบิซีเคเบิลทีวีหรือยูบิซีเคเบิลทีวีมากกว่าโทรทัศน์

พฤติกรรมการชม	จำนวน	ร้อยละ
ชมรายการต่างๆจากโทรทัศน์มากกว่า	247	58.8
ชมรายการต่างๆจากยูบิซีเคเบิลทีวีมากกว่า	172	41.0
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	420	100.0

จากตาราง 9 พบว่าจำนวนผู้ชมที่ชมรายการต่างๆจากโทรทัศน์มากกว่ายูบิซีเคเบิลทีวีมีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และจำนวนผู้ชมที่ชมรายการต่างๆจากยูบิซีเคเบิลทีวีมากกว่าโทรทัศน์มีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 และมีผู้ไม่ตอบจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

เป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีในด้านรูปแบบที่นำเสนอ ได้แก่ ความรวดเร็วและทันเหตุการณ์ ความหลากหลายของรายการ ความแปลกใหม่ของรายการ สารที่ได้จากการชม ช่วงเวลาในการแพร่ภาพ เวลาในการโฆษณา พิธีกรและผู้ดำเนินรายการ ความคมชัดของภาพและเสียง ระบบเสียง 2 ภาษา และความบันเทิงที่ได้รับ โดยนำเสนอค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอ	โทรทัศน์			ยูบิซีเคเบิลทีวี		
	ระดับความ			ระดับความ		
	$\bar{X}$	S.D.	พึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	พึงพอใจ
1.ความรวดเร็วและทันเหตุการณ์	4.20	.610	พึงพอใจ	3.89	.649	พึงพอใจ
2.ความหลากหลายของรายการ	3.53	.709	พึงพอใจ	4.10	.664	พึงพอใจ
3.ความแปลกใหม่ของรายการ	3.28	.664	เฉยๆ	4.00	.715	พึงพอใจ
4. สารที่ได้จากการรับชม	3.65	.675	พึงพอใจ	4.09	.597	พึงพอใจ

ตาราง 10 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอ	โทรทัศน์			ยูบิซี้เคเบิลทีวี		
	ระดับความ			ระดับความ		
	$\bar{X}$	S.D.	พึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	พึงพอใจ
5. เวลาในการแพร่ภาพ	3.60	.660	พึงพอใจ	3.81	.688	พึงพอใจ
6. เวลาในการโฆษณา	2.60	.800	ไม่พึงพอใจ	3.50	.783	พึงพอใจ
7. พิธีกรและผู้ดำเนินรายการ	3.65	.651	พึงพอใจ	3.48	.646	พึงพอใจ
8. ความคมชัดของภาพและเสียง	3.66	.767	พึงพอใจ	4.29	.645	พึงพอใจ
9. ระบบเสียง 2 ภาษา	3.36	.812	เฉยๆ	4.26	.659	พึงพอใจ
10.ความบันเทิงที่ได้รับ	3.81	.672	พึงพอใจ	4.16	.572	พึงพอใจ
รวม	3.53	.395	พึงพอใจ	3.95	.384	พึงพอใจ

จากตาราง 10 พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมต่อรูปแบบการนำเสนอในการชมโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวีของผู้ชม อยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 3.95 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความเร็วและทันเหตุการณ์ของโทรทัศน์ และยูบิซี้เคเบิลทีวีในระดับพึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ 3.89 ตามลำดับ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความหลากหลายของรายการของโทรทัศน์ และยูบิซี้เคเบิลทีวีในระดับพึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 4.10 ตามลำดับ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความแปลกใหม่ของรายการของโทรทัศน์ ในระดับ เฉยๆ โดยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และมีความพึงพอใจต่อความแปลกใหม่ของรายการของยูบิซี้เคเบิลทีวี ในระดับ พึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสาระที่ได้จากการรับชมของโทรทัศน์ และยูบิซี้เคเบิลทีวีในระดับพึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และ 4.09 ตามลำดับ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อเวลาในการแพร่ภาพของโทรทัศน์ และยูบิซี้เคเบิลทีวีในระดับพึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และ 3.81 ตามลำดับ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อเวลาในการโฆษณาของโทรทัศน์ ในระดับ ไม่พึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 และมีความพึงพอใจต่อเวลาในการโฆษณาของยูบิซี้เคเบิลทีวี ในระดับ พึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อพิธีกรและผู้ดำเนินรายการของโทรทัศน์ และยูบีซีเคเบิลทีวีในระดับพึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และ 3.48 ตามลำดับ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียงของโทรทัศน์ ในระดับ พึงพอใจโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และมีความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียงของยูบีซีเคเบิลทีวี ในระดับ พึงพอใจอย่างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อระบบเสียง 2 ภาษาของโทรทัศน์ ในระดับ เฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และมีความพึงพอใจต่อระบบเสียง 2 ภาษาของยูบีซีเคเบิลทีวี ในระดับ พึงพอใจอย่างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความบันเทิงที่ได้รับของโทรทัศน์ และยูบีซีเคเบิลทีวีในระดับ พึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และ 4.16 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชม ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชม รายการ โทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี ที่แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ จำนวนวันชมโทรทัศน์/ยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์/ยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์/ยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

เพศ

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศของผู้ชม ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 11

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบเพศของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์

พฤติกรรมการชมโทรทัศน์	t-test for equality of means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
1. จำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์	ชาย	6.33	1.308	-0.614	394.338	0.540
	หญิง	6.41	1.302			
2. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)	ชาย	2.89	1.478	-2.886*	398.670	0.004
	หญิง	3.31	1.508			
3. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันนักขัตฤกษ์)	ชาย	3.89	1.972	-3.951*	417.116	0.000
	หญิง	4.78	2.627			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

เพศของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ โดยใช้สถิติ Independent samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.540 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

เพศของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) โดยใช้สถิติ Independent samples t-test ในการทดสอบ พบว่าค่า Probability (p) เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) แตกต่างกัน หมายความว่า เพศชายมีพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) น้อยกว่าเพศหญิง

เพศของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติ Independent samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชม

รายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน หมายความว่า เพศชายมีพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า เพศหญิง

สมมติฐานข้อที่ 1.2 เพศของผู้ชม ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสีเคเบิลทีวีที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสีเคเบิลทีวี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 12

ตาราง 12 แสดงการเปรียบเทียบเพศของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสีเคเบิลทีวี

พฤติกรรมการชมยูบีสีเคเบิลทีวี	t-test for equality of means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
1. จำนวนวันชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์	ชาย	5.52	1.948	1.985*	397.843	0.048
	หญิง	5.14	1.978			
2. จำนวนชั่วโมงชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)	ชาย	2.57	1.476	1.657	388.662	0.098
	หญิง	2.34	1.425			
3. จำนวนชั่วโมงชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	ชาย	4.23	2.197	0.725	398.755	0.469
	หญิง	4.07	2.244			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีสีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมยูบีสีเคเบิลทีวี ต่อวันใน

วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

เพศของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ โดยใช้สถิติ Independent samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.048 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน หมายความว่า เพศชายมีพฤติกรรมการชมรายการยูบีสีเคเบิลทีวีด้านจำนวนวันชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ มากกว่า เพศหญิง

เพศของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และจำนวนชั่วโมงชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติ Independent samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.098 และ 0.469 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และ จำนวนชั่วโมงชมยูบีสีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน

อายุ

สมมติฐานข้อที่ 1.3 อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 13

ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบอายุของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์

พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. จำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	7.278	4	1.820	1.071	0.370
	ภายในกลุ่ม	705.034	415	1.040		
	รวม	712.312	419			
2. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)	ระหว่างกลุ่ม	9.452	4	2.363	1.040	0.386
	ภายในกลุ่ม	943.105	415	2.273		
	รวม	952.557	419			
3. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	ระหว่างกลุ่ม	7.814	4	1.954	0.337	0.853
	ภายในกลุ่ม	2403.926	415	5.793		
	รวม	2411.740	419			

จากตาราง 13 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ ดังนี้

อายุของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.370 ,0.386 และ 0.853 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.4 อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูทูปี้เคเบิลทีวี แตกต่าง

กัน
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อดูว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 14

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบอายุของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี

พฤติกรรมการชมรายการ ยูบิซีเคเบิลทีวี	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. จำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	37.122	4	9.281	2.419*	0.048
	ภายในกลุ่ม	1591.868	415	3.836		
	รวม	1628.990	419			
2. จำนวนชั่วโมงชม ยูบิซีเคเบิล ทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา(จันทร์- ศุกร์)	ระหว่างกลุ่ม	14.829	4	3.707	1.774	0.133
	ภายในกลุ่ม	867.182	415	2.090		
	รวม	882.012	419			
3. จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิล ทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์- อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	ระหว่างกลุ่ม	47.343	4	11.836	2.430*	0.047
	ภายในกลุ่ม	2021.692	415	4.872		
	รวม	2069.035	419			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชม รายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

อายุของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.133 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมี ผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ไม่แตกต่างกัน

อายุของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ และจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่า มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.048 และ 0.047 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ				
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	5.81		0.77*	0.52	0.45	-0.43
			(0.043)	(0.175)	(0.261)	(0.440)
21-30 ปี	5.04			-0.25	-0.32	-1.20*
				(0.277)	(0.229)	(0.009)
31-40 ปี	5.29				-0.07	-0.95*
					(0.804)	(0.039)
41-50 ปี	5.36					-0.88
						(0.065)
51 ปีขึ้นไป	6.24					

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซี เคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ จำแนกตามอายุได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 21-30 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 21-30 ปี ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชม ยูบิซี เคเบิลทีวีต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 21-30 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.77

2. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 21-30 ปี กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่อายุ 51 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 21-30 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 21-30 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซี เคเบิลทีวีต่อสัปดาห์น้อยกว่าผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.20

3. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่ อายุ 51 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชม รายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซี เคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.95

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้าน
จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือ				
		เท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		4.44	4.24	4.39	3.72	3.19
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.44		0.20 (0.647)	0.05 (0.915)	0.72 (0.116)	1.25* (0.045)
21-30 ปี	4.24			-0.15 (0.565)	0.52 (0.084)	1.05* (0.043)
31-40 ปี	4.39				0.67* (0.026)	1.20* (0.021)
41-50 ปี	3.72					0.53 (0.326)
51 ปีขึ้นไป	3.19					

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด จำแนกตามอายุ ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.25

2. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่ อายุ 21-30 ปี กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่ อายุ 51 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 21-30 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชม

รายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 21-30 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันใน วันหยุด มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.05

3. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่ อายุ 41-50 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 41-50 ปี ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดย ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันใน วันหยุด มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 41- 50 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.67

4. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่ อายุ 51 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.20

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ แตกต่าง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 17

ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์

พฤติกรรมการชมรายการ โทรทัศน์	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. จำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อ สัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	10.032	3	3.344	1.981	0.116
	ภายในกลุ่ม	702.280	416	1.688		
	รวม	712.312	419			
2. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อ วันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)	ระหว่างกลุ่ม	68.186	3	22.729	10.691*	0.000
	ภายในกลุ่ม	884.371	416	2.126		
	รวม	952.557	419			
3. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อ วันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	ระหว่างกลุ่ม	70.640	3	23.547	4.184*	0.006
	ภายในกลุ่ม	2341.100	416	5.628		
	รวม	2411.740	419			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

ระดับการศึกษาของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.116 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)และจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 และ 0.006 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์

ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยรายใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอน			
	ปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
$\bar{X}$	3.64	3.62	3.14	2.41
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.หรือต่ำกว่า	3.64	0.02 (0.951)	0.50* (0.049)	1.23* (0.000)
อนุปริญญา /ปวส.	3.62		0.48* (0.017)	1.21* (0.000)
ปริญญาตรี	3.14			0.73* (0.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.41			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.หรือต่ำกว่ากับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.หรือต่ำกว่ามีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.หรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.50

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนกตามระดับ การศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมศึกษาตอน		
		ปลาย /ปวช.หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.62	4.77	4.52
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.หรือต่ำกว่า	4.62		-0.15 (0.748)	0.10 (0.819)
อนุปริญญา ปวส.	4.77			0.25 (0.449)
ปริญญาตรี	4.52			0.96* (0.002)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.56			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.หรือต่ำกว่า กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.หรือต่ำกว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.หรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.06

2. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา /ปวส. กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา /ปวส. มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา /ปวส. มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.21

3. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีกับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.96

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant

difference (LSD) เพื่อดูว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 20

ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี

พฤติกรรมการชมรายการ ยูบีซีเคเบิลทีวี	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. จำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	13.172	3	4.391	1.130	0.336
	ภายในกลุ่ม	1615.819	416	3.884		
	รวม	1628.990	419			
2. จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิล ทีวีต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์- ศุกร์)	ระหว่างกลุ่ม	33.326	3	11.109	5.445*	0.001
	ภายในกลุ่ม	848.686	416	2.040		
	รวม	882.012	419			
3. จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิล ทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์- อาทิตย์และวันหยุดนักขัต ฤกษ์)	ระหว่างกลุ่ม	23.633	3	7.878	1.602	0.188
	ภายในกลุ่ม	2045.403	416	4.917		
	รวม	2069.035	419			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

ระดับการศึกษาของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์และจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.336 และ 0.188ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ สมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์และจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวน ชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมศึกษาตอน			
		ปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.08	2.72	2.38	2.06
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า	3.08		0.36 (0.210)	0.70* (0.005)	1.02* (0.000)
อนุปริญญา / ปวส.	2.72			0.34 (0.087)	0.66* (0.006)
ปริญญาตรี	2.38				0.32 (0.086)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.06				

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่ากับ ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษา

ปริญญาตรี ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.หรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.70

2. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.หรือต่ำกว่า กับ ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.หรือต่ำกว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.หรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.02

3. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา /ปวส. กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา /ปวสมีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา /ปวส. มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.66

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อาชีพ

สมมติฐานข้อที่ 1.7 อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น

95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 22

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบอาชีพของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์

พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. จำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	15.318	4	3.829	2.280	0.60
	ภายในกลุ่ม	696.994	415	1.680		
	รวม	712.312	419			
2. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)	ระหว่างกลุ่ม	77.877	4	19.469	9.237*	0.000
	ภายในกลุ่ม	874.680	415	2.108		
	รวม	952.557	419			
3. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	ระหว่างกลุ่ม	101.157	4	25.289	4.542*	0.001
	ภายในกลุ่ม	2310.583	415	5.568		
	รวม	2411.740	419			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

อาชีพของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.60 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

อาชีพของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)และจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว /อาชีพอิสระ	อื่นๆ
	$\bar{X}$	3.05	2.67	3.47	4.62
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.31	0.26 (0.272)	0.64* (0.011)	-0.16 (0.566)	-1.31* (0.001)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.05		0.38* (0.030)	-0.42 (0.053)	-1.57* (0.000)
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	2.67			-0.8* (0.001)	-1.95* (0.000)
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	3.47				-1.15* (0.002)
อื่นๆ	4.62				

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามอาชีพ ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษากับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า

วิสาหกิจ มีพฤติกรรมด้านจำนวนจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.8

6. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดาน้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95

7. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระกับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดาน้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.15

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว /อาชีพอิสระ	อื่นๆ	
	$\bar{X}$	4.52	4.26	4.05	4.58	6.38
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	4.52	0.26 (0.486)	0.47 (0.256)	-0.06 (0.459)	-1.86* (0.003)	
พนักงานบริษัทเอกชน	4.26		0.21 (0.481)	-0.32 (0.361)	-2.12* (0.000)	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	4.05			-0.53 (0.175)	-2.33* (0.000)	
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	4.58				-1.80* (0.003)	
อื่นๆ	6.38					

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนกตาม อาชีพ ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มี อาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86

2. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นพนักงานเอกชน กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็น

พนักงานเอกชน มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นพนักงานเอกชน มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12

3. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33

4. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระมีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.80

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 1.8 อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน

จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 25

ตาราง 25 แสดงการเปรียบเทียบอาชีพของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี

พฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. จำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	81.353	4	20.338	5.454*	0.000
	ภายในกลุ่ม	1547.637	415	3.729		
	รวม	1628.990	419			
2. จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)	ระหว่างกลุ่ม	41.804	4	10.451	5.162*	0.000
	ภายในกลุ่ม	848.686	416	2.040		
	รวม	882.012	419			
3. จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	ระหว่างกลุ่ม	61.696	4	15.424	3.189*	0.013
	ภายในกลุ่ม	2007.340	415	4.837		
	รวม	2069.035	419			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

อาชีพของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชม ยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)และจำนวนชั่วโมงชม ยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวัน ในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.013 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว /อาชีพอิสระ	อื่นๆ	
	$\bar{X}$	5.96	4.95	5.21	5.69	6.43
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	5.96	1.01*	0.75*	0.27	-0.47	
		(0.001)	(0.028)	(0.483)	(0.353)	
พนักงานบริษัทเอกชน	4.95		-0.26	-0.74*	-1.48*	
			(0.272)	(0.010)	(0.001)	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	5.21			-0.48	-1.22*	
				(0.127)	(0.009)	
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	5.69				-0.74	
					(0.136)	
อื่นๆ	6.43					

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ จำแนกตามอาชีพ ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่คือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่คือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่คือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.01

2. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่คือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่คือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ

ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ มากกว่าผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75

3. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานเอกชน กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่เป็นพนักงานเอกชน มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานเอกชน มี พฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.74

4. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานเอกชน กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานเอกชน มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆ ในพฤติกรรมด้านจำนวน วันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานเอกชน มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.48

5. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มี อาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆ ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชม ยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.22

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว /อาชีพอิสระ	อื่นๆ	
	$\bar{X}$	2.71	2.36	2.07	2.78	3.33
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	2.71	0.35 (0.135)	0.64* (0.011)	-0.07 (0.797)	-0.63 (0.094)	
พนักงานบริษัทเอกชน	2.36		0.29 (0.094)	-0.42 (0.051)	-0.97* (0.003)	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	2.07			-0.71* (0.003)	-1.26* (0.000)	
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	2.78				-0.55 (0.126)	
อื่นๆ	3.33					

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามอาชีพ ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.64

2. ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆจากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig.เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆ ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มี พฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์- ศุกร์) มากกว่าผู้ชมรายการ ยูบีซี เคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.97

3. ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig.เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ใน พฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันวันธรรมดา (จันทร์- ศุกร์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.71

4. ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพอื่นๆ ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์- ศุกร์) โดยผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันวันธรรมดา (จันทร์- ศุกร์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.26

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว /อาชีพอิสระ	อื่นๆ	
	$\bar{X}$	4.42	4.24	3.63	4.07	5.33
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	4.42	0.18 (0.613)	0.79* (0.042)	0.35 (0.415)	-0.91 (0.112)	
พนักงานบริษัทเอกชน	4.24		0.61* (0.026)	0.17 (0.606)	-1.09* (0.031)	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	3.63			-0.44 (0.226)	-1.70* (0.001)	
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	4.07				-1.26* (0.024)	
อื่นๆ	5.33					

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนกตามอาชีพ ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.042 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.79

วันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.26

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถานภาพสมรส

สมมติฐานข้อที่ 1.9 สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ แตกต่าง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 28

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบสถานภาพสมรสของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์

พฤติกรรมการชมโทรทัศน์	t-test for equality of means					
	สถานภาพ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
1. จำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์	โสด	6.40	1.283	.563	345.090	0.574
	สมรส	6.33	1.337			
2. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)	โสด	3.18	1.313	.777	398.670	0.438
	สมรส	3.05	1.764			
3. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันนักขัตฤกษ์)	โสด	4.51	2.267	1.289	417.116	0.198
	สมรส	4.20	2.582			

จากตาราง 29 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพสมรสของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อ

วัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

สถานภาพสมรสของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชม โทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติ Independent samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.574, 0.438 และ 0.198 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชม โทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.10 สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูทูปี้เคเบิลทีวี แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูทูปี้เคเบิลทีวีไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูทูปี้เคเบิลทีวีแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 30

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบสถานภาพสมรสของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี

พฤติกรรมการชมยูบีซีเคเบิลทีวี	t-test for equality of means					
	สถานภาพ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
1. จำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์	โสด	5.13	1.997	-2.262*	366.436	0.024
	สมรส	5.57	1.909			
2. จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)	โสด	2.47	1.339	0.566	309.764	0.572
	สมรส	2.39	1.609			
3. จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	โสด	4.23	2.078	0.893	316.697	0.372
	สมรส	4.02	2.426			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพสมรสของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

สถานภาพของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ โดยใช้สถิติ Independent samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.024 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน หมายความว่า ผู้ชมที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ น้อยกว่าผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส

สถานภาพของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติ Independent samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.572 และ 0.372 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการ

ยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และ จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน

รายได้

สมมติฐานข้อที่ 1.11 รายได้ผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อดูว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 31

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์

พฤติกรรมการชมรายการ โทรทัศน์	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. จำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อ สัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	16.721	4	4.180	2.494*	0.042
	ภายในกลุ่ม	695.591	415	1.676		
	รวม	712.312	419			
2. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อ วันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)	ระหว่างกลุ่ม	21.383	4	5.346	2.382*	0.051
	ภายในกลุ่ม	931.175	415	2.244		
	รวม	952.557	419			
3. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อ วันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	ระหว่างกลุ่ม	89.794	4	22.448	4.012*	0.003
	ภายในกลุ่ม	2321.947	415	5.595		
	รวม	2411.740	419			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

รายได้ของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.042, 0.051 และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นผู้วิจัย จึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำแนกตาม รายได้

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
		6.72	6.26	6.25	6.62	6.21
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	6.72		0.46* (0.018)	0.47* (0.018)	0.10 (0.667)	0.51* (0.021)
10,001- 20,000 บาท	6.26			0.01 (0.932)	-0.36 (0.100)	0.05 (0.787)
20,001- 30,000 บาท	6.25				-0.37 (0.095)	0.04 (0.849)
30,001- 40,000 บาท	6.62					0.41 (0.090)
มากกว่า 40,000 บาท	6.21					

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ จำแนกตามรายได้ ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46

2. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47

3. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.51

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตาม รายได้

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
		10,000 บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
		3.24	3.30	3.15	3.17	2.63
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.24		-0.06 (0.814)	0.09 (0.690)	0.07 (0.796)	0.61* (0.015)
10,001- 20,000 บาท	3.30			0.15 (0.475)	0.13 (0.623)	0.67* (0.004)
20,001- 30,000 บาท	3.15				-0.02 (0.935)	0.52* (0.025)
30,001- 40,000 บาท	3.17					0.54* (0.049)
มากกว่า 40,000 บาท	2.63					

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำแนกตามรายได้ ได้ผล ดังนี้

1. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.61

2. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์

ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.67

3. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001– 30,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.52

4. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 30,001– 40,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.54

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนกตามรายได้

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
		10,000 บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
		4.53	4.74	4.69	3.90	3.51
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.53		-0.21 (0.546)	-0.16 (0.659)	0.63 (0.146)	1.02* (0.011)
10,001- 20,000 บาท	4.74			0.05 (0.869)	0.84* (0.034)	1.23* (0.001)
20,001- 30,000 บาท	4.69				0.79 (0.052)	1.18* (0.002)
30,001- 40,000 บาท	3.90					0.39 (0.365)
มากกว่า 40,000 บาท	3.51					

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) จำแนกตามรายได้ ได้ผลดังนี้

1. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชม โทรทัศน์ ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.02

2. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 30,001- 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 30,001- 40,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 30,001- 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.84

3. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.23

4. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.18

สมมติฐานข้อที่ 1.12 รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 35

ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี

พฤติกรรมชมรายการ ยูบีซีเคเบิลทีวี	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. จำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	76.947	4	19.237	5.144*	0.000
	ภายในกลุ่ม	1552.043	415	3.740		
	รวม	1628.990	419			
2. จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิล ทีวีต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์- ศุกร์)	ระหว่างกลุ่ม	8.555	4	2.139	1.016	0.399
	ภายในกลุ่ม	873.457	415	2.105		
	รวม	882.012	419			
3. จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิล ทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์- อาทิตย์และวันหยุดนักขัต ฤกษ์)	ระหว่างกลุ่ม	14.351	4	3.588	0.725	0.579
	ภายในกลุ่ม	2054.684	415	4.951		
	รวม	2069.035	419			

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ได้ดังนี้

รายได้ของผู้ชมที่มีผลต่อพฤติกรรมชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA

(Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.399 และ 0.575 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน

รายได้ของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA (Analysis of variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นผู้วิจัย จึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เพื่อดูว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำแนกตามรายได้

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
		5.78	4.90	4.92	5.67	5.82
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	5.78		0.88* (0.002)	0.86* (0.004)	0.11 (0.752)	-0.04 (0.909)
10,001- 20,000 บาท	4.90			-0.02 (0.931)	-0.77* (0.016)	-0.92* (0.002)
20,001- 30,000 บาท	4.92				-0.75* (0.023)	-0.90* (0.003)
30,001- 40,000 บาท	5.67					-0.15 (0.679)
มากกว่า 40,000 บาท	5.82					

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 30,001- 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 30,001- 40,000 บาท ใน พฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 30,001- 40,000 บาท โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75

6. ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ในพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มี พฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อการชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ในการทดสอบสมมติฐานทศนคติที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ทศนคติต่อรายการข่าวทันเหตุการณ์ รายการสารคดี รายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา รายการภาพยนตร์ใหม่ ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็ก รายการเพื่อสุขภาพ รายการเกมส์โชว์ และรายการวาไรตี้โชว์

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อการชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ทศนคติต่อการชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบิซี้ เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการชม	ความพึงพอใจโดยรวม					
	โทรทัศน์			ยูบิซี้เคเบิลทีวี		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
1.รายการข่าวทัน เหตุการณ์	0.381*	.000	ปานกลาง	.338*	0.000	ปานกลาง
2.รายการสารคดี	0.266*	0.000	ต่ำ	0.357*	0.000	ปานกลาง
3. รายการกีฬา / ถ่ายทอดสดกีฬา	0.301*	0.000	ปานกลาง	0.331*	0.000	ปานกลาง
4.รายการภาพยนตร์ใหม่	0.300*	0.000	ต่ำ	0.385*	0.000	ปานกลาง
5.ความหลากหลายของรายการเพลง	0.482*	0.000	ปานกลาง	0.430*	0.000	ปานกลาง
6.รายการการ์ตูนและรายการเด็ก	0.356*	0.000	ปานกลาง	0.423*	0.000	ปานกลาง
7.รายการเพื่อสุขภาพ	0.418*	0.000	ปานกลาง	0.472*	0.000	ปานกลาง
8. รายการเกมส์โชว์	0.402*	0.000	ปานกลาง	0.387*	0.000	ปานกลาง
9. รายการวาไรตี้โชว์	0.414*	0.000	ปานกลาง	0.432*	0.000	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบิซี้ เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 ทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก

(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.381 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทักษะคิดที่ดีต่อรายการข่าวทันเหตุการณ์ ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์มากขึ้น

1.2. ทักษะคิดต่อการชมรายการสารคดี กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed)เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดต่อการชมรายการสารคดี กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.266 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทักษะคิดที่ดีต่อรายการสารคดี ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์มากขึ้น

1.3. ทักษะคิดต่อการชมรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed)เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดต่อการชมรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.301 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทักษะคิดที่ดีต่อรายการการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์มากขึ้น

1.4. ทักษะคิดต่อการชมรายการภาพยนตร์ใหม่ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed)เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดต่อการชมรายการภาพยนตร์ใหม่ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.300 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทักษะคิดที่ดีต่อรายการภาพยนตร์ใหม่ ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์มากขึ้น

1.5 ทักษะคิดต่อความหลากหลายของรายการเพลง กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed)เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดต่อความหลากหลายของรายการเพลง กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.482 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อความหลากหลายของรายการเพลง ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์มากขึ้น

1.6 ทศนคติต่อรายการการ์ตูนและรายการเด็ก กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed)เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อรายการการ์ตูนและรายการเด็ก กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.356 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการการ์ตูนและรายการเด็ก ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์มากขึ้น

1.7 ทศนคติต่อรายการเพื่อสุขภาพ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อรายการเพื่อสุขภาพ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.418 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการเพื่อสุขภาพ ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์มากขึ้น

1.8 ทักษะคิดต่อรายการเกมสโว์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชม พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดต่อรายการเกมสโว์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.402 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทักษะคิดที่ดีต่อรายการเกมสโว์ ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์มากขึ้น

1.9 ทศนคติต่อรายการวไรตี้โชว์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า ทศนคติต่อรายการวไรตี้โชว์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ โทรทัศน์ ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สห สัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.414 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันใน

ระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการวาไรตี้โชว์ ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์มากขึ้น

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อ รายการยูบิซึเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 ทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิลทีวี ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.338 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการข่าวทันเหตุการณ์ ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิลทีวี มากขึ้น

2.2 ทัศนคติต่อการชมรายการสารคดี กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิลทีวี ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการชมรายการสารคดี กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.357 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการสารคดี ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิลทีวี มากขึ้น

2.3. ทัศนคติต่อการชมรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิลทีวี ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการชมรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.331 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิล ทีวี มากขึ้น

2.4. ทัศนคติต่อการชมรายการภาพยนตร์ใหม่ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิลทีวีของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการชมรายการภาพยนตร์ใหม่ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซึเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.385 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความ

สัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการภาพยนตร์ใหม่ ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบีซีเคเบิลทีวี มากขึ้น

2.5 ทศนคติต่อความหลากหลายของรายการเพลง กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อความหลากหลายของรายการเพลง กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ ยูบีซีเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.430 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อความหลากหลายของรายการเพลง ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ ยูบีซีเคเบิลทีวี มากขึ้น

2.6 ทศนคติต่อรายการการ์ตูนและรายการเด็ก กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ ยูบีซีเคเบิลทีวี ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อรายการการ์ตูนและรายการเด็ก กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ ยูบีซีเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.423 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการการ์ตูนและรายการเด็ก ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ ยูบีซีเคเบิลทีวี มากขึ้น

2.7 ทศนคติต่อรายการเพื่อสุขภาพ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ ยูบีซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมพบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อรายการเพื่อสุขภาพ กับความพึงพอใจ โดยรวมต่อรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.472 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการเพื่อสุขภาพ ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบีซีเคเบิลทีวี มากขึ้น

2.8 ทศนคติต่อรายการเกมส์โชว์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ของ ผู้ชมพบว่า มีค่า Sig.(2-tailed)เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)หมายความว่า ทศนคติต่อรายการเกมส์โชว์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.387 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการเกมส์โชว์ ก็จะมีคามพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบีซีเคเบิลทีวี มากขึ้น

2.9 ทศนคติต่อรายการวไรตี้โชว์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชม พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อรายการวไรตี้โชว์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.432 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการวไรตี้โชว์ ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ ยูบิซีเคเบิลทีวี มากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการชมรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการชมรายการที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวัน/สัปดาห์ ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันจันทร์-ศุกร์ และจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการชมรายการ ไม่มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ โทรทัศน์ และยูบิซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : พฤติกรรมการชมรายการ มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ และยูบิซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมชมรายการกับความพึงพอใจโดยรวม
ต่อรายการโทรทัศน์และยูบิซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมชมรายการ	ความพึงพอใจโดยรวม					
	โทรทัศน์			ยูบิซีเคเบิลทีวี		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
1.จำนวนวันชมรายการต่อสัปดาห์	0.055	0.262	ไม่มี ความสัมพันธ์	0.050	0.306	ไม่มี ความสัมพันธ์
2.จำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันจันทร์-ศุกร์	0.183*	0.000	ต่ำ	0.197*	0.000	ต่ำ
3. จำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์	0.170*	0.000	ต่ำ	0.231*	0.000	ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมชมรายการกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบิซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมชมรายการกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 พฤติกรรมชมรายการด้านจำนวนวันชมรายการต่อสัปดาห์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ พบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.262 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าพฤติกรรมชมรายการด้านจำนวนวันชมรายการต่อสัปดาห์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 พฤติกรรมชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันจันทร์-ศุกร์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ

ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าพฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันจันทร์-ศุกร์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.183 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีพฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันจันทร์-ศุกร์ มาก ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ มากขึ้น

1.3 พฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าพฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.170 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันใน ระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีพฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ มาก ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ มากขึ้น

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมรายการกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 พฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนวันชมรายการต่อสัปดาห์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.306 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าพฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนวันชมรายการต่อสัปดาห์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 พฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันจันทร์-ศุกร์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าพฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันจันทร์-ศุกร์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.197 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีพฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันจันทร์-ศุกร์ มาก ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี มากขึ้น

2.3 พฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่า มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าพฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ กับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.231 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันใน ระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้ชมมีพฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์มาก ก็จะมี ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี มากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4 เปรียบเทียบ หัตสนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : หัตสนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : หัตสนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t- test โดยใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 39 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซี้ เคเบิลทีวี

ทัศนคติต่อรายการ	ทัศนคติของผู้ชม						
	โทรทัศน์		ยูบิซี้เคเบิลทีวี		t	df	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. รายการข่าวทันเหตุการณ์	4.24	0.633	3.84	0.717	9.576*	419	0.000
2. รายการสารคดี	3.49	0.739	4.34	0.588	-20.073*	419	0.000
3. รายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา	3.55	0.744	4.40	0.628	-19.294*	419	0.000
4.รายการภาพยนตร์ใหม่	2.88	0.802	3.68	0.905	-16.694*	419	0.000
5.ความหลากหลายของรายการเพลง	3.33	0.748	3.99	0.752	-13.781*	419	0.000
6. รายการการ์ตูนและรายการเด็ก	3.40	0.668	4.03	0.744	-13.782*	419	0.000
7. รายการเพื่อสุขภาพ	3.44	0.721	3.61	0.781	-3.949*	419	0.000
8. รายการเกมส์โชว์	3.72	0.806	3.30	0.771	7.908*	419	0.000
9. รายการวาไรตี้โชว์	3.73	0.681	3.48	0.742	5.305*	419	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 39 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซี้ เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t- test สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวี พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซี้เคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ทางโทรทัศน์ดีกว่าทางยูบิซี้ เคเบิลทีวี

2. ทัศนคติต่อการชมรายการสารคดีของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวี พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการเกมส์โชว์ทางโทรทัศน์ดีกว่าทาง ยูบีซี เคเบิลทีวี

9. ทัศนคติต่อการชมรายการวาไรตี้โชว์ของผู้ชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการชมรายการวาไรตี้โชว์ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบีซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ดีกว่าทางยูบีซีเคเบิลทีวี

สมมติฐานข้อที่ 5 เปรียบเทียบ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t- test โดยการใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซี เคเบิลทีวี

ความถี่ในการชม	พฤติกรรมของผู้ชม						
	โทรทัศน์		ยูบีซีเคเบิลทีวี		t	df	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. จำนวนวันชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์	6.37	1.304	5.30	1.972	10.396*	419	0.000
2. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	3.13	1.508	2.44	1.451	7.975*	419	0.000
3. จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)	4.39	2.399	4.14	2.222	1.601	419	0.110

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 40 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t- test สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบีซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์มากกว่า ยูบีซีเคเบิลทีวี

2. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบีซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่ายูบีซีเคเบิลทีวี

3. พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 6 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความพึงพอใจต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t- test โดยการใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมและรายข้อต่อการชมรายการโทรทัศน์และ ยูบิซีเคเบิลทีวี

ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ	ความพึงพอใจของผู้ชม						
	โทรทัศน์		ยูบิซีเคเบิลทีวี		t	df	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. ความรวดเร็วและทันเหตุการณ์	4.20	0.610	3.89	0.649	7.401*	419	0.000
2. ความหลากหลายของรายการ	3.53	0.709	4.10	0.664	-12.564*	419	0.000

ตาราง 41 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อรูปแบบ การนำเสนอรายการ	ความพึงพอใจของผู้ชม						
	โทรทัศน์		ยูบิซีเคเบิลทีวี		t	df	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
3. ความแปลกใหม่ของรายการ	3.28	0.664	4.00	0.715	-15.835*	419	0.000
4.สาระที่ได้จากการรับชม	3.65	0.675	4.09	0.597	-11.239*	419	0.000
5.ช่วงเวลาในการแพร่ภาพ	3.60	0.660	3.81	0.688	-5.148*	419	0.000
6. เวลาในการโฆษณา	2.60	0.800	3.50	0.783	-17.939*	419	0.000
7. พิธีกรและผู้ดำเนินรายการ	3.65	0.651	3.48	0.646	4.458*	419	0.000
8. ความคมชัดของภาพและเสียง	3.66	0.767	4.29	0.645	-13.974*	419	0.000
9. ระบบเสียง 2 ภาษา	3.36	0.812	4.26	0.659	-19.960*	419	0.000
10.ความบันเทิงที่ได้รับ	3.81	0.672	4.16	0.572	-8.892*	419	0.000
ความพึงพอใจโดยรวม	3.54	0.396	3.96	0.385	5.305*	419	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 41 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมและรายข้อต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซี เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t- test สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อความเร็วและทันเหตุการณ์ของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความพึงพอใจต่อความเร็วและทันเหตุการณ์ของผู้ชมโทรทัศน์ และ ยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความเร็วและทันเหตุการณ์ของโทรทัศน์มากกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี

8. ความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียงของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่ามีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียงของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียงของโทรทัศน์น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี

9. ความพึงพอใจต่อระบบเสียง2ภาษาของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีพบว่ามีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความพึงพอใจต่อระบบเสียง2ภาษาของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อระบบเสียง2ภาษาของโทรทัศน์น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี

10. ความพึงพอใจต่อความบันเทิงที่ได้รับของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่ามีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความพึงพอใจต่อความบันเทิงที่ได้รับของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความบันเทิงที่ได้รับของโทรทัศน์น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี

11. ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่ามีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจโดยรวมของโทรทัศน์น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 42 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชม ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการ โทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ที่แตกต่างกัน		
1.1 เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	t-test
1.2 เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน	สอดคล้องตามสมมติฐาน	t-test
1.3 เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์แตกต่างกัน	สอดคล้องตามสมมติฐาน	t-test
1.4 เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	t-test
1.5 อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้าน จำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	One way ANOVA

ตาราง 42 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 1	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
1.6 อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการ ยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชม ยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	One way ANOVA
1.7 อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการ ยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ และด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน	สอดคล้องตามสมมติฐาน	One way ANOVA
1.8 ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	One way ANOVA
1.9 ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน	สอดคล้องตามสมมติฐาน	One way ANOVA
1.10 ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ และด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	One way ANOVA
1.11 ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) แตกต่างกัน	สอดคล้องตามสมมติฐาน	One way ANOVA

ตาราง 42 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 1	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
1.12 อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	One way ANOVA
1.13 อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่าง	สอดคล้องตามสมมติฐาน	One way ANOVA
1.14 อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวัน ในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่าง	สอดคล้องตามสมมติฐาน	One way ANOVA
1.15 สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	t-test
1.16 สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ แตกต่าง	สอดคล้องตามสมมติฐาน	t-test
1.17 สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	t-test

ตาราง 42 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 1	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
1.18 รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	One way ANOVA
1.19 รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวัน ในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตาม สมมติฐาน	One way ANOVA
สมมติฐานข้อที่ 2	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
ทัศนคติต่อการชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี		
2.1 ทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ รายการสารคดี รายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา รายการภาพยนตร์ใหม่ ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็ก รายการสุขภาพ รายการเกมส์โชว์ และรายการ วาไรตี้โชว์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Pearson's correlation
2.2 ทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ รายการสารคดี รายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา รายการภาพยนตร์ใหม่ ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็ก รายการสุขภาพ รายการเกมส์โชว์ และรายการ วาไรตี้โชว์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบิซีเคเบิลทีวี	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Pearson's correlation

ตาราง 42 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 3	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
พฤติกรรมกรรมการชมรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี		
3.1 พฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมรายการต่อสัปดาห์ ไม่มีความสัมพันธ์ กับกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมรายการโทรทัศน์	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	Pearson's correlation
3.2 พฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการ ต่อวัน ในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมรายการโทรทัศน์	สอดคล้องตามสมมติฐาน	Pearson's correlation
3.3 พฤติกรรมกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมรายการต่อสัปดาห์ ไม่มีความสัมพันธ์ กับกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน	Pearson's correlation
3.4 พฤติกรรมกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการ ต่อวัน ในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี	สอดคล้องตามสมมติฐาน	Pearson's correlation
สมมติฐานข้อที่ 4	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
เปรียบเทียบทัศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
4.1 ทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ของผู้ชมโทรทัศน์ และ ยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตามสมมติฐาน	Paired t-test
4.2 ทัศนคติต่อการชมรายการสารคดีของผู้ชมโทรทัศน์ และ ยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตามสมมติฐาน	Paired t-test

ตาราง 42 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 4	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
4.3 ทักษะคิดต่อการชมรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬาของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
4.4 ทักษะคิดต่อการชมรายการภาพยนตร์ใหม่ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
4.5 ทักษะคิดต่อความหลากหลายของรายการเพลงของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
4.6 ทักษะคิดต่อการชมรายการการ์ตูนและรายการเด็กของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
4.7 ทักษะคิดต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
4.8 ทักษะคิดต่อการชมรายการเกมส์โชว์ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
4.9 ทักษะคิดต่อการชมรายการวาไรตี้โชว์ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
สมมติฐานข้อที่ 5	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
เปรียบเทียบ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
5.1 พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
5.2 พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test

ตาราง 42 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 5	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
5.3 พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี ไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
สมมติฐานข้อที่ 6	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
6.1 ความพึงพอใจต่อความเร็วและทันเหตุการณ์ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
6.2 ความพึงพอใจต่อความหลากหลายของรายการของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
6.3 ความพึงพอใจต่อความแปลกใหม่ของรายการ ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
6.4 ความพึงพอใจต่อสาระที่ได้จากการรับชมของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
6.5 ความพึงพอใจต่อช่วงเวลาในการแพร่ภาพของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
6.6 ความพึงพอใจต่อเวลาในการโฆษณาของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
6.7 ความพึงพอใจต่อพิธีกรและผู้ดำเนินรายการของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
6.8 ความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียงของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test

ตาราง 42 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 6	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
6.9 ความพึงพอใจต่อระบบเสียง2ภาษาของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
6.10 ความพึงพอใจต่อความบันเทิงที่ได้รับของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test
6.11 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิล ทีวี แตกต่างกัน	สอดคล้องตาม สมมติฐาน	Paired t-test

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษา การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์ กับยูบิซี้เคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยมีตามลำดับดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบิซี้เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบิซี้เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบิซี้เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการศึกษานี้ทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ดำเนินธุรกิจด้านผลิตรายการโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิล ทีวี นำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาการจัดรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม
2. ผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซี้เคเบิลทีวี

2. สมมติฐานในการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบิซี้ เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2. ทักษะติดต่อการชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

3. พฤติกรรมการชมรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบีสี่ เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เปรียบเทียบทัศนคติต่อการชมรายการทางโทรทัศน์กับรายการยูบีสี่ เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

5. เปรียบเทียบพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์กับรายการยูบีสี่ เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

6. เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมรายการทางโทรทัศน์กับรายการยูบีสี่เคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

3. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบีสี่เคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ทั้งเพศชายและหญิงในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ทั้งเพศชายและหญิงในกรุงเทพมหานคร และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณ กลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (กัลยา วานิชย์บัญชา:2546:26) โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเพิ่มขนาดตัวอย่างอีก9%ของกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 35 คน รวมเป็น 420 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างตามลำดับดังนี้

1.ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 6 กลุ่มการปกครอง จาก 50 เขต ตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร และใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากใน 6กลุ่มการปกครอง ได้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มการปกครองละ 1 เขต รวม 6 เขต

2. ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากแต่ละเขตตามชั้นตอนที่ 1 โดยให้สัดส่วนที่เท่ากันเขตละ 70 คน

3. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ((Purposive sampling) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546 : 29) จากแต่ละเขตที่สุ่มได้ โดยเจาะจงเก็บตัวอย่างตามสถานที่ราชการ สถานที่ทำงานเอกชน ห้างสรรพสินค้า และหมู่บ้าน เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับสัดส่วนแต่ละเขต

4. เครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close – ended response questions) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยคำถามแบบกำหนดคำตอบ 2 คำตอบ (Dichotomous questions) 1 ข้อ และแบบมีหลายคำตอบ (Multiple choice questions) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการชมรายการ โทรทัศน์และรายการยูทูปี้ซี เคเบิลทีวี เป็นคำถามแบบ Rating scale มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีจำนวน 9 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับดีมาก

ระดับ 4 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับดี

ระดับ 3 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับปานกลางเฉยๆ

ระดับ 2 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับไม่ดี

ระดับ 1 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในระดับไม่ดีอย่างมาก

ในการหาระดับของทัศนคติจะใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (บุญชม ศรีสะอาด.2542:82) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาเกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์และรายการยูทูบซีเคเบิลทีวี ในแบบสอบถามส่วนที่2ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับทัศนคติดีมาก

ค่าเฉลี่ย 3.40 - 4.20 หมายถึง ระดับทัศนคติดี

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับทัศนคติปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับทัศนคติไม่ดี

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับทัศนคติไม่ดีอย่างมาก

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการชมรายการ ของผู้ชมโทรทัศน์และยูทูบซี เคเบิลทีวี จำนวน 4 ข้อ โดยมีคำถามแบบปลายเปิด (Open – ended question) ถามเกี่ยวกับความถี่ในการรับชมโทรทัศน์และยูทูบซี เคเบิลทีวี จำนวน 3 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale) และคำถามปลายปิด (Close – ended response question) แบบกำหนดคำตอบ 2 คำตอบ (Dichotomous questions) 1 ข้อใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมโทรทัศน์และยูทูบซีเคเบิลทีวีจำนวน 10 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Rating Scale ที่มีคำตอบให้เลือก 5ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอย่างมาก

ระดับ 4 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ

ระดับ 3 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามเฉยๆ

ระดับ 2 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่พึงพอใจ

ระดับ 1 หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่พึงพอใจอย่างมาก

ในการหาระดับของความพึงพอใจจะใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (บุญชม ศรีสะอาด.2542:82) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาเกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ ต่อการชมรายการโทรทัศน์ และรายการยูทูปซีเคเบิ้ลทีวีในแบบสอบถามส่วนที่4ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ความพอใจที่อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก

ค่าเฉลี่ย 3.40 - 4.20 หมายถึง ความพอใจที่อยู่ในระดับพึงพอใจ

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ความพอใจที่อยู่ในระดับเฉยๆ

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ความพอใจที่อยู่ในระดับไม่พึงพอใจ

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ความพอใจที่อยู่ในระดับไม่พึงพอใจอย่างมาก

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าว บทความ งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง สิ่งพิมพ์ วารสาร หนังสือ เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวม โดยการใช้วิธีแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ชุด

6. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนขนาดตัวอย่างแล้วผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1.การตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Editing) แล้วทำการลงรหัส (Coding) เพื่อทำการป้อนข้อมูลต่าง ๆ ลงเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows version 13.0 ในการประมวลผล หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ของแบบสอบถาม และทดสอบสมมติฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis)

2.1.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่3ข้อ 19, 20

2.1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2,3 (ข้อ 16 -18) และส่วนที่ 4 เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis)

2.2.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้การทดสอบค่า t-test แบบ Independent เพื่อทดสอบความแตกต่างกันของพฤติกรรมของผู้ชมที่มีต่อการชมรายการโทรทัศน์และรายการยูทูบซีเคเบิลทีวี กับตัวแปรเพศ และสถานภาพสมรส

2.2.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance : F-test) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อทดสอบความแตกต่างกันของพฤติกรรมของผู้ชมที่มีต่อการชมรายการโทรทัศน์และรายการยูทูบซีเคเบิลทีวี กับตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยวิธี Fisher's least significant difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

2.2.3 หาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน และแต่ละตัวต่างมีระดับการวัดข้อมูลในระดับอันตรภาค (Interval Scale) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และรายการยูทูบซีเคเบิลทีวี และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และ รายการยูทูบซีเคเบิลทีวี

2.2.4 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ Paired t-test เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูทูบซีเคเบิลทีวี เปรียบเทียบพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูทูบซีเคเบิลทีวี และเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูทูบซีเคเบิลทีวี

7. สรุปผลวิจัยค้นคว้า

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจรวมของผู้ชมโทรทัศน์กับยูทูบซีเคเบิลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยค้นคว้าได้ ดังนี้

7.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ที่ตอบแบบสอบถาม

เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และเพศชาย จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

อายุ ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 อายุ 41-50 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ระดับอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาเป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส เป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 และผู้ชมที่มี สถานภาพสมรส จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.0 รองลงมาเป็นผู้ชมที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มี รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.4 ตามลำดับ

7.2 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อรายการต่างๆ

พบว่าทัศนคติด้านรายการต่างๆโดยรวมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี สอดคล้อง กัน คืออยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 3.85 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า

7.2.1 ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการข่าวทันเหตุการณ์ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดีมาก โดยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ซึ่งแตกต่างกับทัศนคติต่อรายการข่าวทันเหตุการณ์ทางยูบิซีเคเบิลทีวี ที่อยู่ใน ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.84

7.2.2 ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการสารคดีทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ซึ่งแตกต่างกับทัศนคติต่อรายการสารคดีทางยูบีซีเคเบิลทีวีที่อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

7.2.3 ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการ กีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ซึ่งแตกต่างกับทัศนคติต่อรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา ทางยูบีซีเคเบิลทีวีที่อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

7.2.4 ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการภาพยนตร์ใหม่ ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ซึ่งแตกต่างกับทัศนคติต่อรายการภาพยนตร์ใหม่ ทางยูบีซีเคเบิลทีวีที่อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

7.2.5 ผู้ชมมีทัศนคติต่อความหลากหลายของรายการเพลง ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ซึ่งแตกต่างกับทัศนคติต่อความหลากหลายของรายการเพลง ทางยูบีซีเคเบิลทีวีที่อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

7.2.6 ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการการ์ตูนและรายการเด็ก ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ซึ่งแตกต่างกับทัศนคติต่อรายการการ์ตูนและรายการเด็กทาง ยูบีซีเคเบิลทีวีที่อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

7.2.7 ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการสุขภาพ ทางโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี สอดคล้องกัน คืออยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.44 และ 3.61 ตามลำดับ

7.2.8 ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการเกมส์โชว์ ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ซึ่งแตกต่างกับทัศนคติต่อรายการเกมส์โชว์ทางยูบีซีเคเบิลทีวี ที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

7.2.9 ผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการวาไรตี้โชว์ ทางโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี สอดคล้องกัน คืออยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และ 3.48 ตามลำดับ

7.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี พบว่า

7.3.1 ความถี่ของจำนวนวันในการชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ ต่ำสุดคือ 2 วันและสูงสุดคือ 8 วัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.37 วัน และจำนวนวันในการชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ ต่ำสุดคือ 1 วันและสูงสุดคือ 7 วัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.30 วัน

7.3.2 ความถี่ของจำนวนชั่วโมงในการชมโทรทัศน์ต่อวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) ต่ำสุดคือ 1 ชั่วโมงต่อวัน สูงสุดคือ 10 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.13 ชั่วโมงต่อวัน และ จำนวนชั่วโมงในการชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) ต่ำสุดคือ ไม่ได้ชม สูงสุดคือ 10 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ชั่วโมงต่อวัน

7.3.3 ความถี่ของจำนวนชั่วโมงในการชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ต่ำสุดคือ 1 ชั่วโมงต่อวัน สูงสุดคือ 14 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.39 ชั่วโมงต่อวันและ จำนวนชั่วโมงในการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ต่ำสุดคือไม่ได้ชม สูงสุดคือ 12 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ชั่วโมงต่อวัน

7.3.4 ช่วงเวลาที่ผู้ชมชมโทรทัศน์มากที่สุดคือช่วงเวลา 18.01- 22.00 น.มีจำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือช่วงเวลา 06.01 - 09.00 น.มีจำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 13.8 ช่วงเวลา 22.01- 02.00 น.จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ช่วงเวลา 14.01– 18.00 น. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และช่วงเวลา 09.01 – 14.00 น. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ2.4

ช่วงเวลาที่ผู้ชมชมยูบิซีเคเบิลทีวีมากที่สุดคือช่วงเวลา 18.01- 22.00 น.มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ36.9 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 22.01- 02.00 น.มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 ช่วงเวลา 14.01– 18.00 น. จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ช่วงเวลา 02.01-06.00 น.จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ช่วงเวลา 09.01 – 14.00 น. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ5.5 และช่วงเวลา 06.01 - 09.00 น. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

7.3.5 จำนวนผู้ชมที่ชมรายการต่างๆจากโทรทัศน์มากกว่ายูบิซีเคเบิลทีวีมีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และจำนวนผู้ชมที่ชมรายการต่างๆจากยูบิซีเคเบิลทีวีมากกว่าโทรทัศน์มีจำนวน172 คน คิดเป็นร้อยละ41.0 และมีผู้ไม่ตอบจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

7.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่า

ความพึงพอใจโดยรวมต่อรูปแบบการนำเสนอในการชมโทรทัศน์และ ยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชม สอดคล้องกัน อยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 3.95 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความเร็วและทันเหตุการณ์ของโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี สอดคล้อง กัน อยู่ในระดับพึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ 3.89 ตามลำดับ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความหลากหลายของรายการของโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี สอดคล้องกัน อยู่ในระดับ พึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 4.10 ตามลำดับ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความแปลกใหม่ของรายการของโทรทัศน์ ในระดับ เฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ซึ่งแตกต่างกับความพึงพอใจต่อความแปลกใหม่ของรายการของยูบิซีเคเบิลทีวี ที่อยู่ในระดับ พึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสาระที่ได้จากการรับชมของโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี สอดคล้องกัน อยู่ในระดับ พึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และ 4.09 ตามลำดับ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อช่วงเวลาในการแพร่ภาพของโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี สอดคล้องกัน อยู่ในระดับ พึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และ 3.81 ตามลำดับ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อเวลาในการโฆษณาของโทรทัศน์ ในระดับ ไม่พึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.60 ซึ่งแตกต่างกับความพึงพอใจต่อเวลาในการโฆษณาของยูบิซีเคเบิลทีวี ที่อยู่ในระดับพึงพอ ใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อพิธีกรและผู้ดำเนินรายการของโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี สอดคล้อง กัน อยู่ในระดับ พึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และ 3.48 ตามลำดับ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียงของโทรทัศน์ ในระดับ พึงพอใจ โดยมีค่า เฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ซึ่งแตกต่างกับความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียงของยูบิซีเคเบิลทีวี ที่ อยู่ในระดับ พึงพอใจอย่างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อระบบเสียง 2 ภาษาของโทรทัศน์ ในระดับ เฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ซึ่งแตกต่างกับความพึงพอใจต่อระบบเสียง 2 ภาษาของยูบิซีเคเบิลทีวี ที่อยู่ในระดับ พึงพอใจอย่าง มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความบันเทิงที่ได้รับของโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี สอดคล้องกันอยู่ใน ระดับ พึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และ 4.16 ตามลำดับ

7.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

7.5.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชม ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชม รายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ที่แตกต่างกัน สรุปได้ดังต่อไปนี้

เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวัน ชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน

เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวน วันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติ ฐาน หมายความว่า เพศชายมีพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ มากกว่า เพศหญิง

เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมง ชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐาน หมายความว่า เพศชายมีพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์

ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า เพศหญิง

เพศของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) และ จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่

ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซี เคเบิลทีวีต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 21-30 ปี

ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 21-30 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชม ยูบิซี เคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51ปีขึ้นไป

ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซี เคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51ปีขึ้นไป

อายุของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่

ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และอายุ 21-30 ปี มี พฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการ ยูบิซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51ปีขึ้นไป

ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่อายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่อายุ 41- 50 ปี และผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่อายุ 51 ปีขึ้นไป

ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชม โทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช. หรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการ โทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา /ปวส. มีพฤติกรรม ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรม ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.หรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา /ปวส. มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชม โทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิล ที่วัดด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ และจำนวน ชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ระดับการศึกษาของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิล ทีวี ในวันธรรมดา(จันทร์ -ศุกร์) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่

ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.หรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา /ปวส. มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

อาชีพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

อาชีพของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา มีพฤติกรรมด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แต่น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นพนักงานเอกชน มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แต่น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมด้านจำนวนจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ และ ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ

อาชีพของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมการชมด้านจำนวน ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ ที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นพนักงานเอกชน มีพฤติกรรมการชมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการชมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพ อิสระ มีพฤติกรรมการชมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีอาชีพอื่นๆ

อาชีพของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชม ยูบีสี่เคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่

ผู้ชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา มีพฤติกรรมการชมด้านจำนวนวันชมยูบีสี่เคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้ชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวีที่เป็นพนักงานบริษัท เอกชน และผู้ชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวีที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ผู้ชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานเอกชน มีพฤติกรรมการชมด้านจำนวนวันชมยูบีสี่เคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวีที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ และ ผู้ชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการชมด้านจำนวนวันชมยูบีสี่เคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ที่มีอาชีพอื่นๆ

อาชีพของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชม ยูบีสี่เคเบิล ทีวี ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่

ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มี พฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่าผู้ชมรายการ ยูบีซี เคเบิลทีวีที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) น้อยกว่า ผู้ชม รายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ แต่ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ

อาชีพของผู้ชมมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิล ทีวี ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่

ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่เป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แต่ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มี พฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวี ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวีที่มีอาชีพอื่นๆ

สถานภาพสมรสของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวน

ชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานะภาพของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยที่ ผู้ชมที่มีสถานะภาพโสดมีพฤติกรรมการชมรายการ ยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนวันชม ยูบิซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ น้อยกว่าผู้ชมที่มีสถานะภาพสมรส

รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ ต่อสัปดาห์ จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานโดยที่

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท มากกว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท และ มากกว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท อีกด้วย

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 30,001- 40,000 บาท และ มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท

ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มากกว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท

รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวนชั่วโมงชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

รายได้ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานโดยที่

ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 10,000- 20,000 บาท และ มากกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท

ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 30,001- 40,000 บาท และน้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000

ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท มีพฤติกรรมด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ 30,001- 40,000 บาท และน้อยกว่า ผู้ชมรายการยูบิซีเคเบิลทีวี ที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท

7.5.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อการชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

1.ทศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ รายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็ก รายการเพื่อสุขภาพ รายการเกมส์โชว์ และ รายการวาไรตี้โชว์ ทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ โทรทัศน์ ของผู้ชม และมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

2.ทัศนคติต่อการชมรายการสารคดี รายการภาพยนตร์ใหม่ ทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ชมและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

3.ทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ รายการสารคดี รายการกีฬา/ถ่ายทอดสด กีฬา รายการภาพยนตร์ใหม่ ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็ก รายการเพื่อสุขภาพ รายการเกมส์โชว์ และ รายการวาไรตี้โชว์ ทางยูบีสี่เคเบิลทีวี มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับ ความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ของผู้ชมและมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

7.5.3 สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการชมรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อ การชมรายการโทรทัศน์และยูบีสี่เคเบิลทีวี ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังต่อไปนี้

1.พฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนวันชมรายการโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2.พฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ของผู้ชม และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

3.พฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนวันชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

4.พฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี ของผู้ชม และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐาน

7.5.4 สมมติฐานข้อที่ 4 เปรียบเทียบ หัตถคติดต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สรุปได้ดังต่อไปนี้

1.ทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการข่าวทันเหตุการณ์ทางโทรทัศน์ดีกว่าทางยูบิซี เคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.ทัศนคติต่อการชมรายการสารคดีของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการสารคดีทางยูบิซีเคเบิลทีวีดีกว่าทางโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.ทัศนคติต่อการชมรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬาของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬาทางยูบิซีเคเบิลทีวีดีกว่าทาง โทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.ทัศนคติต่อการชมรายการภาพยนตร์ใหม่ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการภาพยนตร์ใหม่ของยูบิซีเคเบิลทีวีดีกว่าทาง โทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.ทัศนคติต่อความหลากหลายของรายการเพลงของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อความหลากหลายของรายการเพลงทางยูบิซีเคเบิลทีวีดีกว่าทางโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6.ทัศนคติต่อการชมรายการการ์ตูนและรายการเด็กของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซเคเบิลทีวีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการการ์ตูนและรายการเด็กทางยูบิซเคเบิลทีวีดีกว่าทาง โทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7.ทัศนคติต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพทางยูบิซีเคเบิลทีวีดีกว่าทาง โทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

8.ทัศนคติต่อการชมรายการเกมสโว์ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซี้เคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการเกมสโว์ทางโทรทัศน์ดีกว่าทางยูบิซี้เคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

9.ทัศนคติต่อการชมรายการวไรตี้โชว์ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีทัศนคติต่อการชมรายการวไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ดีกว่าทางยูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7.5.5 สมมติฐานข้อที่ 5 เปรียบเทียบ พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สรุปได้ดังนี้

1.พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ต่อสัปดาห์ ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชม โทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

7.5.6 สมมติฐานข้อที่ 6 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการชมรายการโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สรุปได้ดังนี้

1.ความพึงพอใจต่อความเร็วและทันเหตุการณ์ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความเร็วและทันเหตุการณ์ของโทรทัศน์มากกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.ความพึงพอใจต่อความหลากหลายของรายการของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความหลากหลายของรายการของโทรทัศน์น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.ความพึงพอใจต่อความแปลกใหม่ของรายการของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความแปลกใหม่ของรายการของโทรทัศน์น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.ความพึงพอใจต่อสาระที่ได้จากการรับชมของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสาระที่ได้รับของ โทรทัศน์ น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.ความพึงพอใจต่อช่วงเวลาในการแพร่ภาพของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อช่วงเวลาในการแพร่ภาพของโทรทัศน์น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6.ความพึงพอใจต่อเวลาในการโฆษณาของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อเวลาในการโฆษณาของโทรทัศน์น้อยกว่า ยูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7.ความพึงพอใจต่อพิธีกรและผู้ดำเนินรายการของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05โดยผู้ชมมีความพึงพอใจพิธีกรและผู้ดำเนินรายการของโทรทัศน์มากกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

8.ความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียงของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียงของโทรทัศน์น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

9.ความพึงพอใจต่อระบบเสียง2ภาษาของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อระบบเสียง2ภาษาของโทรทัศน์น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

10.ความพึงพอใจต่อความบันเทิงที่ได้รับของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความบันเทิงที่ได้รับของโทรทัศน์น้อยกว่า ยูบิซีเคเบิลทีวี

11.ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบิซีเคเบิลทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยผู้ชมมีความพึงพอใจโดยรวมของโทรทัศน์น้อยกว่ายูบิซีเคเบิลทีวี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

8. อภิปรายผล

จากการศึกษา การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบิซีเคเบิลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่น่าสนใจอภิปรายดังนี้

1.ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ชมทั้งโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000บาท

2.ผลการวิเคราะห์ทัศนคติด้านรายการต่างๆโดยรวมของโทรทัศน์กับยูบิซีเคเบิลทีวีสอดคล้องกันคือมีทัศนคติอยู่ในระดับดี แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความแตกต่างระหว่างทัศนคติของโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี ดังนี้

ทัศนคติต่อรายการข่าวทันเหตุการณ์ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดีมากส่วนทางยูบิซีเคเบิลทีวีอยู่ในระดับดี

ทัศนคติต่อรายการสารคดีและรายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬาทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี ส่วนทางยูบีซีเคเบิลทีวีอยู่ในระดับดีอย่างมาก

ทัศนคติต่อรายการภาพยนตร์ใหม่ ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูน และรายการเด็กทางโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนทางยูบีซีเคเบิลทีวีอยู่ในระดับดี

ทัศนคติต่อรายการเกมส์โชว์ทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี ส่วนทางยูบีซีเคเบิลทีวีอยู่ในระดับปานกลาง

ทัศนคติต่อรายการสุขภาพและวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์กับทางยูบีซีเคเบิลทีวี สอดคล้องกันคืออยู่ในระดับดี

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณี อธินนทนากกร (2546) ศึกษาเรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวของ Modemine Television " พบว่ากลุ่มตัวอย่างมี ทัศนคติต่อรายการข่าวของ Modemine Television อยู่ในระดับ ดี และ สุภาพร ทิพย์รัตน์ (2547) ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมยูบีซีเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า พบว่าทัศนคติของผู้ชมยูบีซีเคเบิลทีวีโดยรวมอยู่ในระดับ "ดี" ด้านช่องรายการ ส่วนความแตกต่างด้านรายช้ออาจเนื่องจากผู้ชมสามารถเลือกรับชมรายการประเภทเดียวกันได้หลากหลาย เป็นความต้องการด้านบันเทิง ทำให้มีทัศนคติที่แตกต่างกันไป

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวี พบว่า

ความถี่ในการชมโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ ต่ำสุดคือ 2 วันและสูงสุดคือ 8 วันโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.37 วันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศราวดี ชำนาญกิจ (2542:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์" พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่เปิดรับชมโทรทัศน์มากกว่า 4 วันต่อสัปดาห์

ความถี่ในการชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ ต่ำสุดคือ 1 วันและสูงสุดคือ 7 วันโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.30 วัน

ความถี่ในการชมโทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) ต่ำสุดคือ 1 ชั่วโมงต่อวัน สูงสุดคือ 10 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.13 ชั่วโมงต่อวัน และ ความถี่ในการชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์) ต่ำสุดคือ ไม่ได้ชม สูงสุดคือ 10 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ชั่วโมงต่อวัน

ความถี่ในการชมโทรทัศน์ต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ต่ำสุดคือ 1 ชั่วโมงต่อวัน สูงสุดคือ 14 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.39 ชั่วโมงต่อวันและความถี่ในการชมยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ต่ำสุดคือไม่ได้ชม สูงสุดคือ 12 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ชั่วโมงต่อวัน

สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังเนื่องจากเกิดความรู้สึกวิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับบุคคลโดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่างๆ (ชวรัตน์ ชิด.2523) ทำให้ผู้ชมใช้เวลาว่างชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี เพื่อนำมาพูดคุยกับบุคคลอื่นๆในชีวิตประจำวัน ในการทำงาน และเพื่อผ่อนคลายความเครียด

4. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่า

ความพึงพอใจโดยรวมต่อรูปแบบการนำเสนอในการชมโทรทัศน์กับยูบิซีเคเบิลทีวีของผู้ชม สอดคล้องกัน อยู่ในระดับพึงพอใจ แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความเร็วและทันเหตุการณ์ ความหลากหลายของรายการ สารที่ ได้รับจากการชม ช่วงเวลาในการแพร่ภาพ พิธีกรและผู้ดำเนินรายการ ความบันเทิงที่ได้รับของ โทรทัศน์ กับยูบิซีเคเบิลทีวี สอดคล้องกัน อยู่ในระดับพึงพอใจ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความแปลกใหม่ของรายการทางโทรทัศน์ ในระดับเฉยๆ ส่วนทาง ยูบิซี เคเบิลทีวี อยู่ในระดับพึงพอใจ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อเวลาในการโฆษณาทางโทรทัศน์ ในระดับไม่พึงพอใจ ส่วนทางยูบิซี เคเบิลทีวี อยู่ในระดับพึงพอใจ

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อความคมชัดของภาพและเสียง ระบบเสียง 2 ภาษา ทางโทรทัศน์ ใน ระดับพึงพอใจ ส่วนทางยูบิซีเคเบิลทีวี อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ระดับความพอใจของลูกค้านี้เกิดจากความแตกต่างระหว่างผล ประโยชน์ตามผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541:44-48)

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1 ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี จำแนกตาม ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน พบว่า

ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์และทางยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกันโดย เพศชายมีพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ ด้านจำนวน ชั่วโมงชม โทรทัศน์ต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์- ศุกร์) และด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์ต่อวัน ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) น้อย กว่า เพศหญิง อาจเนื่องจากมีเวลาว่างน้อยกว่า

และเพศชายมีพฤติกรรมการชมรายการ ยูบิซีเคเบิลทีวีด้านจำนวนวันชมยูบิซีเคเบิล ทีวีต่อ สัปดาห์ มากกว่า เพศหญิง

ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์ไม่ต่างกัน แต่มีพฤติกรรมการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกันด้านความถี่ต่อสัปดาห์ และด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)

ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์ต่างกัน ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดาจันทร์-ศุกร์และด้านวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)

และมีพฤติกรรมการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกัน ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)

ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์ต่างกัน ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดาจันทร์-ศุกร์และด้านวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)

และมีพฤติกรรมการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกัน ด้านความถี่ต่อสัปดาห์ ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)และด้านวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์ไม่ต่างกัน แต่มีพฤติกรรมการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกันโดยผู้ที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมการชมด้านความถี่ต่อสัปดาห์น้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส

ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการทางโทรทัศน์ต่างกัน ด้านความถี่ ต่อสัปดาห์ ด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดาจันทร์-ศุกร์ และด้านวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์) และมีพฤติกรรมการชมยูบิซีเคเบิลทีวีต่างกัน ด้านความถี่ต่อสัปดาห์

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วียดา เกียวกุล (2538) ศึกษาเรื่อง " การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกทม." พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน นั้นจะมีการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ และการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่ต่างกัน

5.2 ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และรายการยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่ามีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพร ทิพย์รัตน์ (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมยูบิซีเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า ทัศนคติของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการ

5.3 ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการชมกับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการโทรทัศน์และรายการยูบิซีเคเบิลทีวี พบว่า

พฤติกรรมการชมรายการด้านจำนวนวันชมต่อสัปดาห์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการทั้งโทรทัศน์และยูบิซี ไม่มีความสัมพันธ์กัน

พฤติกรรมกรรมการชมรายการด้านจำนวนชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดาจันทร์-ศุกร์ และด้านวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)มีความสัมพันธ์กัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิตีมา ปิยะศิริศิลป์ (2544: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี” พบว่า พฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม และระยะเวลาในการชมนั้นมีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในด้านเนื้อหาและความพึงพอใจโดยรวม และสุภาพร ทิพย์รัตน์ (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมยูบีซีเคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า พฤติกรรมกรรมการชมรายการยูบีซีเคเบิลทีวี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชม

5.4 ผลจากการศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติต่อการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบีซีเคเบิลทีวี พบว่า แตกต่างกัน ด้านรายการข่าวทันเหตุการณ์ รายการสารคดี รายการกีฬา/ถ่ายทอดสดกีฬา รายการภาพยนตร์ใหม่ ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็ก รายการเพื่อสุขภาพ รายการเกมส์โชว์ รายการวาไรตี้โชว์ ซึ่งสอดคล้องกันแนวคิดที่ว่า ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกัน (สุภาพร ทิพย์รัตน์, 2547:9 อ้างอิงจาก อนุชิต มูรธาพิทย์, 2542:22-26)

5.5 ผลจากการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบีซีเคเบิลทีวี พบว่า แตกต่างกัน ด้านจำนวนวันชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวีต่อสัปดาห์ ด้านจำนวนชั่วโมงชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวีต่อวันในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) เนื่องจากทัศนคติของผู้ชมแตกต่างกันจึงทำให้ผู้ชมใช้เวลาในการชมรายการโทรทัศน์กับรายการยูบีซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน

5.6 ผลจากการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบีซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน โดยความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านความรวดเร็วและทันเหตุการณ์ ความหลากหลายของรายการ ความแปลกใหม่ของรายการ สารที่ได้จากการรับชม ช่วงเวลาในการแพร่ภาพ เวลาในการโฆษณา พิธีกรและผู้ดำเนินรายการ ความคมชัดของภาพและเสียง ระบบเสียง2ภาษา ความบันเทิงที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ชมโทรทัศน์ และยูบีซีเคเบิลทีวี แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ระดับความพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ตามผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541:44-48)

9. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัย พบว่า

9.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งอาจถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่นำมาวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดให้ชมรายการต่างๆมากขึ้นโดยเฉพาะรายการหลังข่าวซึ่งเป็นเวลาที่มีผู้ชมโทรทัศน์และยูบีซีเคเบิลทีวีมากที่สุด

9.2 ทศนคติด้านรายการต่างๆโดยรวมของผู้ชมที่ชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบีสี่เคเบิลทีวีอยู่ในระดับดี ผู้บริหารจึงควรรักษามาตรฐานให้ได้ระดับนี้เป็นอย่างน้อย และพยายามปรับปรุงพัฒนาบางรายการที่ยังมีความแตกต่าง คืออยู่ในระดับปานกลาง ให้อยู่ในระดับดี หรือดีมาก เพื่อให้แข่งขันได้ เช่น รายการภาพยนตร์ใหม่ ความหลากหลายของรายการเพลง รายการการ์ตูนและรายการเด็ก ทางโทรทัศน์ และรายการเกมส์โชว์ทางยูบีสี่เคเบิลทีวี

9.3 ความพึงพอใจโดยรวมต่อรูปแบบการนำเสนอในการชมของผู้ชมที่ชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบีสี่เคเบิลทีวี อยู่ในระดับพึงพอใจ ผู้บริหารจึงควรรักษามาตรฐานให้ได้ระดับนี้เป็นอย่างน้อย และพยายามปรับปรุงพัฒนาบางรายการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้แข่งขันได้ เช่น เวลาในการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ผู้ชมยังไม่พอใจ

9.3 ช่วงเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์และรายการยูบีสี่เคเบิลทีวีมีผู้ตอบหลากหลายมาก แต่สรุปได้ว่า ช่วงเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์มากที่สุดคือระหว่าง 18.00-22.00น. และช่วงเวลาที่ชมรายการยูบีสี่เคเบิลทีวีมากที่สุดคือ 18.00- 02.00น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมกลับจากที่ทำงานถึงบ้านและเป็นเวลาพักผ่อน ช่วงเวลานี้จึงเป็นเวลาสำคัญของการนำเสนอรายการที่อยู่ในความสนใจของคนดูและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

9.4 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าในวันธรรมดาและวันหยุด เพศชายชมโทรทัศน์น้อยกว่าเพศหญิง แต่ชมยูบีสี่เคเบิลทีวีไม่แตกต่างกัน แสดงว่า ยูบีสี่เคเบิลทีวีมีรายการที่เพศชายชอบมากกว่าเพศหญิง จึงเป็นสิ่งที่ทางโทรทัศน์นำไปพิจารณาปรับรายการสำหรับผู้ชายเช่นสารคดี กีฬา เพื่อดึงกลุ่มผู้ชมที่เป็นเพศชาย

9.5 ทศนคติ/พฤติกรรมการชมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอด้านต่างๆและความพึงพอใจโดยรวม ทั้งของโทรทัศน์และยูบีสี่เคเบิลทีวี จึงเป็นข้อที่สนับสนุนว่าถ้าปรับปรุงรายการที่ผู้ชมยังมีทัศนคติปานกลางหรือดีให้อยู่ในระดับดีมาก เช่นรายการภาพยนตร์ใหม่ รายการสารคดี ความหลากหลายของรายการเพลง และรายการการ์ตูนรายการเด็กทางโทรทัศน์ หรือรายการเกมส์โชว์ และรายการวไรตี้โชว์ ทางยูบีสี่เคเบิลทีวี จะทำให้ผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากด้วย ทำให้มีจำนวนผู้ชมรายการเพิ่มขึ้น

10. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

10.1 ควรทำการวิจัยเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อรายการต่างๆของแต่ละสถานีโทรทัศน์ จะทำให้สามารถพัฒนารายการได้ตรงตามความต้องการของผู้ชมมากยิ่งขึ้น

10.2 ควรวิจัยศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด ที่สามารถแข่งขันและทำให้ผู้ชมสนใจชมรายการต่างๆทางโทรทัศน์และยูบีสี่เคเบิลทีวีมากขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา.(2546). การวิเคราะห์สถิติ:สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.พิมพ์ครั้งที่7.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชูศรี วงศ์รัตนะ.(2544).เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย พิมพ์ครั้งที่8.กรุงเทพฯ:ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- ชวรัตน์ เชิดชัย.(2537).ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสาร .กรุงเทพฯ:บพิธการพิมพ์.
- ชิบ จิตนิยม.(2534).ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี:ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสต์คอปอเรชั่น จำกัด.วิทยานิพนธ์ ว.ส.ม.(วิชาการสื่อสารมวลชน).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.
- ฐิตินัน บุญภาพ.(2542).วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลังปีคศ.2000.วิทยานิพนธ์ ว.ส.ม กรุงเทพฯ: (วิชาการสื่อสารมวลชน).บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.
- ธิดิมา ปิยะศิริศิลป์.(2544).ศึกษาพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี.วิทยานิพนธ์ ว.ส.ม. (วิชาการสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.
- นันทวัฒน์ เพชรรักษ์.(2546).ความพึงพอใจของผู้รับชมภาพยนตร์ต่างประเทศผ่านยูบีซีเคเบิลทีวีในเขต กรุงเทพฯ.สารนิพนธ์ บธม.(การตลาด) กรุงเทพฯ.:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญชม ศรีสะอาด.(2538).วิธีการทางสถิติ.พิมพ์ครั้งที่2กรุงเทพฯ:สุริยาศาสตร์.
- ประมะ สตะเวทิน.(2529).หลักนิเทศศาสตร์.กรุงเทพฯ:รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- พีระ จิระโสภณ.(2538).หลักและทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่11.นนทบุรี:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.คณะนิเทศศาสตร์.(2538).เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร.หน่วยที่9-15.กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัย.
- ยูบีซีเคเบิลทีวี.(2548) ข้อมูลทั่วไปของบริษัท.(ออนไลน์)แหล่งที่มา: http://www.ubctv.com/thai/about/UBC_History_th.aspx. วันที่สืบค้น 20กันยายน 2548.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2541).การบริหารตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯ:ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สถานีโทรทัศน์ไอทีวี. (2548). ประวัติสถานี. (ออนไลน์).แหล่งที่มา:http://www.itv.co.th/s100_obj/front_page.วันที่สืบค้น 20 กันยายน 2548.
- สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง7.(2548).ประวัติสถานี.(ออนไลน์).แหล่งที่มา:http://www.ch7.com/about_thai.php.วันที่สืบค้น 20 กันยายน 2548.

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง3.(2548).ประวัติสถานี.(ออนไลน์).แหล่งที่มา:http://www.thaitv3.com/aboutus_us.html.วันที่สืบค้น 20 กันยายน 2548.

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง9.(2548).ข้อมูลทั่วไป.(ออนไลน์).แหล่งที่มา <http://www.modemine.mcot.net>. วันที่สืบค้น 20 กันยายน 2548.

สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง5.(2548).ประวัติความเป็นมาและการจัดตั้ง.(ออนไลน์).แหล่งที่มา:
http://www.thaitv3.com/aboutus_us.html.วันที่สืบค้น 20 กันยายน 2548.

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย.(2548).ข้อมูลทั่วไป.(ออนไลน์).แหล่งที่มา: <http://www.tv11.prd.go.th/center/main/modules.php>.วันที่สืบค้น 20 กันยายน 2548.

เสรี วงษ์มณฑา.(2542).การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ:ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

สุณี อธินันทนากร.(2546).ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวของModemine Television ในเขตกรุงเทพฯ.สารนิพนธ์ บธม.(การตลาด)กรุงเทพฯ.:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.

สุภาพร ทิพย์รัตน์.(2547).พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมยูบีสีเคเบิลทีวี ในเขตกรุงเทพฯ.สารนิพนธ์ บธม.(การตลาด)กรุงเทพฯ.:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล.(2539)พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____ (2543)พฤติกรรมผู้บริโภค.พิมพ์ครั้งที่6.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุชิต มุรธาทิพย์.(2542).ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ ดีลิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 วิทยานิพนธ์ ว.ส.ม.(วิชาการสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.

อิสราวดิ ชำนาญกิจ.(2542). ทัศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์วิทยานิพนธ์ ว.ส.ม.(วิชาการสื่อสารมวลชน) .กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.

ภาคผนวก

.

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชม โทรทัศน์กับยูบีสี่เคเบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ใช้เป็นข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลัทธิการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบีสี่เคเบิลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้งานครั้งนี้สำเร็จตามความมุ่งหมาย

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่2 ทศนคติต่อการชมโทรทัศน์และยูบีสี่เคเบิลทีวี

ส่วนที่3 พฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบีสี่เคเบิลทีวี

ส่วนที่4 ความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบีสี่เคเบิลทีวี

กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทั้ง4 ส่วน

ส่วนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในวงเล็บ [] ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

[] 1) ชาย

[] 2) หญิง

2. อายุ

[] 1) ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี

[] 2) 21 - 30 ปี

[] 3) 31 - 40 ปี

[] 4) 41 - 50 ปี

[] 5) 50 ปีขึ้นไป

ทัศนคติต่อ รายการ	โทรทัศน์					ยูบิซีเคเบิลทีวี				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ดีย่างมาก	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ดีย่างมาก
11.ความหลากหลายของรายการเพลง										
12.รายการการ์ตูนและรายการเด็ก										
13.รายการเพื่อสุขภาพ										
14.รายการเกมส์โชว์										
15.รายการวาไรตี้โชว์										

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามตามพฤติกรรมการชมของท่าน

16. ท่านชมโทรทัศน์ _____ วัน/สัปดาห์
ท่านชมยูบิซีเคเบิลทีวี _____ วัน/สัปดาห์
17. ท่านชมโทรทัศน์ในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)โดยเฉลี่ยวันละ _____ ชั่วโมง
ท่านชมยูบิซีเคเบิลทีวีในวันธรรมดา(จันทร์-ศุกร์)โดยเฉลี่ยวันละ _____ ชั่วโมง
18. ท่านชมโทรทัศน์ในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)โดยเฉลี่ยวันละ _____ ชั่วโมง
ท่านชมยูบิซีเคเบิลทีวีในวันหยุด(เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์)โดยเฉลี่ยวันละ _____ ชั่วโมง
19. ท่านชมโทรทัศน์ในระยะเวลา _____ ถึง _____ น.มากที่สุด
ท่านชมยูบิซีเคเบิลทีวีในระยะเวลา _____ ถึง _____ น. มากที่สุด
20. ท่านชมรายการต่างๆจากโทรทัศน์หรือยูบิซีเคเบิลทีวีมากกว่ากัน
[] 1) โทรทัศน์ [] 2) ยูบิซีเคเบิลทีวี

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์และยูบิซีเคเบิลทีวี

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความที่ละข้อโดยละเอียดและทำเครื่องหมาย / ในช่องทางขวามือให้ตรงกับ
ความพึงพอใจของท่าน

ความพึงพอใจ ต่อรูปแบบการ นำเสนอรายการ	โทรทัศน์					ยูบิซีเคเบิลทีวี				
	พึงพอใจอย่างมาก	พึงพอใจ	เฉยๆ	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจอย่างมาก	พึงพอใจอย่างมาก	พึงพอใจ	เฉยๆ	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจอย่างมาก
21.ความเร็ว และทันเหตุการณ์										
22.ความหลากหลาย ของรายการ										
23.ความแปลก ใหม่ของรายการ										
24.สาระที่ได้จาก การรับชม										
25.ช่วงเวลาในการ แพร่ภาพ										
26.เวลาในการ โฆษณา										
27.พิธีกรและผู้ ดำเนินรายการ										
28.ความคมชัด ของภาพและเสียง										
29.ระบบเสียง 2 ภาษา										
30.ความบันเทิงที่ ได้รับ										

ขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์	ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ
อ.ดร.รักษพงศ์ วงศาโรจน์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5731

ที่ ศธ 0519.12/8 ๖๘๔

วันที่ ๖ ธันวาคม 2548

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสุนทรี ศิลปสาคร นิติระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความ
พึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบีซีเคเบิลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์
และ อาจารย์รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบการเปรียบเทียบพฤติกรรมและ
ความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูบีซีเคเบิลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้
นางสุนทรี ศิลปสาคร และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จิระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสุนทรี ศิลป์สาคร
วันเดือนปีเกิด	17 พฤษภาคม พศ. 2498
สถานที่เกิด	จังหวัดยะลา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	177 ซอยลาซาล 22 ถนนสุขุมวิท บางนา กรุงเทพมหานคร 10260
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้จัดการแผนกทรัพยากรบุคคลและธุรการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทอินนิออส เอเชียติก เคมีภัณฑ์ จำกัด นิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ
ประวัติการศึกษา	
พศ. 2524	ศึกษาศาสตรบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง
พศ.2549	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ