

**ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
ในเขตกรุงเทพมหานคร**

**สารนิพนธ์
ของ
นางสาว วิลาวรรณ ฝ่องพิพัฒน์พงศ์**

**เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2545
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**

384-5532

๖71.8๗

๙.3

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
๒
ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

นางสาว วิลาวรรณ ผ่องพิพัฒน์พงศ์

๒

22 ก.ค. 2545

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2545

๒ ๑4๘๘5๖

วิลาวรรณ ผ่องพิพัฒน์พงศ์. (2545). *ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

การวิจัยเรื่อง "ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ แบบการใช้ชีวิต ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาความสัมพันธ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบบการใช้ชีวิต กับทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนความสัมพันธ์ทัศนคติกับความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครที่เคยชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) การวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่(LSD) การหาค่าความสัมพันธ์โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี อาชีพพนักงานบริษัท สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท สถานภาพสมรสโสด จำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 - 3 คน จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน 2 เครื่อง มีแบบการใช้ชีวิตโดยมีงานอดิเรก คือ ฟังเพลง มีความสนใจด้านบันเทิง และมีกิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อน คือ ไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเพศกับทัศนคติด้านการเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัย อายุกับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ อาชีพกับทัศนคติรวม การสำเร็จการศึกษากับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลก, ด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัย, ด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม, ด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม, ด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวและด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม สถานภาพสมรสกับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้, ด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลก และจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมกับทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไป, ด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน ยกเว้นอาชีพกับความพึงพอใจรวม, ด้านขั้นตอนการดำเนินรายการ, ด้านระบบเสียงที่น่าเสนอและด้านจะชมรายการนี้ต่อไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการ, ด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

4. แบบการใช้ชีวิตไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการและความพึงพอใจต่อรายการ ยกเว้นความสนใจกับทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันและตรงข้ามตามลำดับ และกิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนมีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางตรงข้ามอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

5. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในในทิศทางเดียวกัน ยกเว้น ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของผู้ชมกับความพึงพอใจรวม ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านการใช้เวลาว่างในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าสนใจ ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าสนใจรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงข้าม และทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการ ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการ ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการ ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านจะชมรายการนี้ต่อไป ทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการ ทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าสนใจ ทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวของผู้ชมกับความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าสนใจรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

**BANGKOK AREAS AUDIENCES' ATTITUDE AND SATISFACTION TOWARD
THE EXPLORER PROGRAM ON CHANNEL 9 MCOT**

**AN ABSTRACT
BY
MISS WILAWAN PHONGPIPATPONG**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University
May 2002**

Wilawan Phongpipatpong (2002) *Bangkok Areas Audiences' Attitude and Satisfaction toward the Explorer Program on Channel 9 MCOT*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Associate Professor Sirivan Serirat.

The research entitled " Bangkok Areas Audiences' Attitude and Satisfaction toward the Explorer Program on Channel 9 MCOT " having the purpose to study the information on demographical characteristics, patterns of life styles, attitudes and satisfaction of the audiences of the program, in Bangkok Metropolitan area; as well as to study the relationship between attitudes and satisfaction of the audiences of the same program.

This research was an exploratory research using the questionnaire to collect data on the population of the study. They were 400 people living in Bangkok Metropolitan area who watched the program "Explorer" on channel 9 MCOT. The data collection was carried out through multi-stage random sampling.

As for the data analysis, various statistics were used; including percentage, mean, comparative mean of two independent population groups (t-test), the One way ANOVA variable analysis, the pluralistic analysis to test LSD, the finding of relative value through Pearson's Product Moment Correlation.

The results of the research were as follows:

1. Most of the samples who watched the program were females, ages between 26-30 years old; company employees, bachelor's degree graduates, having average income of less than 5,000 baht a month, single, with 2-3 family members, 2 television sets in the home. Their life styles included hobbies such as listening to music, giving attention to entertainment, with the most favorite activity of spending free time in natural environments.
2. They were different in demographical characteristics but not different in their attitudes towards the program; except for sexes and attitudes on being a suitable program for every age group; ages and attitudes on being a suitable program for well educated persons; occupations and total attitudes; levels of education and attitudes on being a suitable program for every age group; monthly incomes and attitude on explorer program as being suitable for well educated persons, being suitable broadcasting time period, being distant information and being a recommendable program to other people; marital status and attitude on being a suitable program for well educated persons, and being distant information of the world exploration program; number of the audiences' family members and attitude on being a valuable program of general knowledge, and a recommendable program to other people; were found to be significantly different at 0.05 level of confidence.
3. The demographical characteristics which favored the world exploration program were not different; except for occupation and total satisfaction, stages of program operation, audio system presentation, and the intention to continue watching the program; monthly incomes and

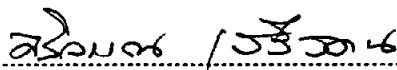
satisfaction of knowledge derived from the program, duration of time spent for the benefit of the explorer program on Channel 9 MCOT, were significantly different at 0.05 level of confidence.

4. The patterns of life styles were not found to be related to the attitudes towards the program and satisfaction with the program; except for interest and attitude on suitable time of the program and being distant information were related to each other both in the same and the opposite direction respectively. The most favorite activity for leisure time was significantly related to satisfaction with the explorer program operator on Channel 9 MCOT, in the opposite direction at 0.05 level of confidence.

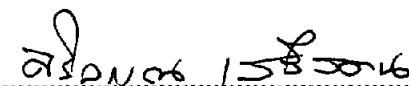
5. The attitudes were found to be related to satisfaction in the same direction; except for the attitude on being a suitable program for well educated audiences and total satisfaction; the attitude on being a suitable program for well educated audiences and satisfaction with duration of time spent for the benefit of the program; the attitude on being a suitable program for well educated audiences and satisfaction with the content of each presentation; the attitude on being a suitable program for well educated audiences and satisfaction with visual system of the presentation; the attitude on being a suitable program for well educated audiences and satisfaction with audio system of the presentation in the explorer program on channel 9 MCOT were related to each other in the opposite direction. Whereas, the attitude on being a suitable program for well educated audiences and satisfaction with the knowledge derived from the program; the attitude on being a suitable program for well educated audiences and satisfaction with the enjoyment of the program; the attitude on being a suitable program for well educated audiences and satisfaction with the program operator; the attitude on being a suitable program for well educated audiences and satisfaction with the stages of program operation; the attitude on being a suitable program for well educated audiences and satisfaction to continue watching the program; the attitude on being a distant information from the audiences and satisfaction with the stages of program operation, the attitude on being a distant information from the audiences and satisfaction with the visual system of the presentation; the attitude on being a distant information from the audiences and satisfaction with the audio system of the presentation of the explorer program on channel 9 MCOT, were not significantly related to each other at 0.05 level of confidence.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

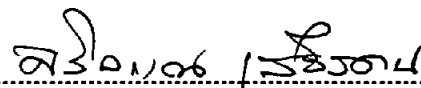
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์


(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

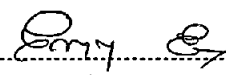
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

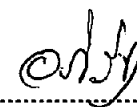
คณะกรรมการสอบ


(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

ประธาน


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

กรรมการ


(อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

กรรมการ

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่ 10 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2545

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำต่างๆ รวมถึงการเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ประธานควบคุมสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพาตา สิริกุตตา และอาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ท่านอื่นๆที่ให้ความรู้โดยตรงและโดยอ้อมจากหลักสูตรที่ทำให้ผู้วิจัยได้รวบรวมความรู้จากบทเรียนของทุกท่านมาประยุกต์ใช้อันทำให้งานสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี และขอขอบคุณเพื่อนๆนิสิต ทุกคนในครอบครัวที่เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยด้วยดีตลอดมาในขณะทำงานวิจัยชิ้นนี้

วิลาวรรณ ผ่องพิพัฒน์พงศ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	3
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	3
ตัวแปรที่ศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
X กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมุติฐาน	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
X ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	8
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	14
X แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากรศาสตร์	17
X ทฤษฎีการเปิดรับสาร	18
X แบบของการใช้ชีวิต	19
X งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
3 วิธีดำเนินการวิจัย	25
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	25
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ	28
X วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
X การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	29
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	32
4 ผลการวิจัย	37
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	220
สรุปผล	220
อภิปรายผล	242

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
5(ต่อ) ข้อเสนอแนะ	246
บรรณานุกรม	248
ภาคผนวก	251
แบบสอบถาม	252
การทดสอบความเชื่อมั่นแบบสอบถาม	255
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	258

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	26
2 เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของทัศนคติและความพึงพอใจ.....	30
3 เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของทัศนคติ.....	30
4 เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของทัศนคติรวม.....	31
5 เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของความพึงพอใจรวม.....	32
6 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและอายุ.....	38
7 แสดงค่าความถี่ ร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพและการศึกษา.....	39
8 แสดงค่าความถี่ ร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพสมรส.....	40
9 แสดงค่าความถี่ ร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวและจำนวนโทรทัศน์.....	41
10 แสดงค่าความถี่และร้อยละแบบของการใช้ชีวิต จำแนกตามงานอดิเรก.....	42
11 แสดงค่าความถี่และร้อยละแบบของการใช้ชีวิต จำแนกตามความสนใจ.....	43
12 แสดงค่าความถี่และร้อยละแบบของการใช้ชีวิต จำแนกตามลักษณะกิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อน.....	44
13 แสดงค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านต่าง ๆ.....	45
14 แสดงค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านต่าง ๆ.....	46
15 แสดงค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านต่าง ๆ.....	47
16 แสดงค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านต่าง ๆ.....	48
17 แสดงค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านต่าง ๆ.....	49
18 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านต่าง ๆ....	50
19 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านต่าง ๆ....	51
20 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านต่าง ๆ....	52
21 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านต่าง ๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	53
22 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านต่าง ๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	55
23 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านต่าง ๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	56
24 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านต่าง ๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	57
25 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านต่าง ๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	58

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ.....	59
27 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของกลุ่มตัวอย่าง.....	60
28 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ.....	61
29 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ.....	62
30 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ.....	63
31 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	64
32 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ.....	68
33 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในการให้ความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะอาชีพ.....	69
34 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ.....	72
35 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคุณวิทย์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะอาชีพ.....	73
36 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ.....	76
37 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ.....	77
38 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ.....	78
39 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะอาชีพ.....	79
40 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะอาชีพ.....	82
41 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา.....	85
42 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา.....	86
43 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติเป็นรายการที่เหมาะสมกับทุกวัยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการสำเร็จการศึกษา.....	87
44 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา.....	88
45 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา.....	89
46 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา.....	90

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
47 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	91
48 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	92
49 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติเป็นรายการที่เหมาะสมกับคน ทุกวัยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	93
50 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	96
51 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน.....	97
52 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินราย การเหมาะสม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	98
53 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะ นำให้ผู้เข้าชม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	99
54 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพสมรส...	102
55 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพสมรส...	103
56 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพสมรส...	104
57 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพสมรส...	105
58 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพสมรส...	106
59 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	107
60 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่า ในการให้ความรู้ทั่วไป จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	108
61 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	109
62 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	110
63 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	111
64 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	112
65 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะ นำให้ผู้เข้าชม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	113
66 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน.....	114

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
67 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน.....	115
68 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน.....	116
69 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน.....	117
70 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน.....	118
71 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ.....	119
72 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ.....	121
73 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ.....	122
74 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ.....	123
75 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ.....	125
76 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ.....	126
77 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ.....	127
78 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรวม จำแนกตามอาชีพ.....	129
79 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ.....	130
80 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการ การนี้ต่อไป จำแนกตามอาชีพ.....	131
81 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา.....	134
82 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา.....	136
83 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา.....	137
84 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	138
85 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการ การ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	140
86 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	143
87 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	144

บัญชีตาราง(ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง(ต่อ)[illegible]

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
130 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ.....	195
131 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ.....	197
132 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ.....	198
133 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ	199
134 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ	201
135 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ	202
136 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมกับความพึงพอใจด้าน ต่าง ๆ.....	203
137 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมกับความพึงพอใจด้าน ต่าง ๆ.....	205
138 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมกับความพึงพอใจด้าน ต่าง ๆ.....	206
139 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ.....	207
140 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ.....	209
141 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ.....	210
142 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้กับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ.....	211
143 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้กับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ.....	213
144 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้กับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ.....	214
145 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมกับความพึงพอใจด้าน ต่าง ๆ.....	215
146 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมกับความพึงพอใจด้าน ต่าง ๆ.....	217
147 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมกับความพึงพอใจด้าน ต่าง ๆ.....	218
148 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในข้อเสนอแนะอื่น ๆ.....	219
149 แสดงค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบรัคของแบบสอบถาม.....	265

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ทศนคติและองค์ประกอบ	12
2 แบบจำลองเพื่ออธิบายถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนอง และความพึงพอใจ.....	15
3 แบบของการใช้ชีวิตกับอิทธิพลต่อพฤติกรรม.....	20
4 แบบของการใช้ชีวิตกับปัจจัยที่มีอิทธิพล.....	24

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันโทรทัศน์ได้กลายเป็นสื่อเพื่อข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง เป็นจุดศูนย์รวมของสมาชิกทุกคนในครอบครัว รายการโทรทัศน์รับใช้คนไทยมากกว่า 5 ทศวรรษ โดยได้รับการเปลี่ยนแปลงพัฒนา รูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ตลอดจนเทคนิคในการผลิตรายการมาตลอดเวลา ประกอบกับภาวะกระแสโลกาภิวัตน์ เทคโนโลยีที่ก้าวล้ำนำสมัย การนำเสนอรายการต่างๆจึงต้องมีความแตกต่าง และดึงดูดความสนใจผู้ชม เพื่อพัฒนารายการให้อยู่รอดภายใต้สภาพการแข่งขันที่นับวันจะทวีความรุนแรง รายการวิทยุโทรทัศน์ถือเป็นหัวใจสำคัญของสถานีวิทยุโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นที่มาของรายได้ในธุรกิจวิทยุโทรทัศน์ ในยุคเริ่มต้นจากรายได้ค่าโฆษณาสินค้าในปี พ.ศ.2498 ที่มีเพียง 101,395 บาท ปัจจุบันนี้ประมาณกันว่ารายได้จากการโฆษณาสูงขึ้นมากกว่า 10,000 ล้านบาทต่อปี อัตราค่าโฆษณาจากนาทิละ 250-300 บาท ก็ได้เพิ่มขึ้นเป็นนาทิละมากกว่าแสนบาทในปัจจุบัน(วารสารส่งเสริมการลงทุน. 2539:36) การเปลี่ยนแปลงของอัตราการชมโทรทัศน์ของประชากรที่สำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า จากผลการสำรวจทุก 5 ปี ตั้งแต่ปี 2527 เป็นต้นมา จะเห็นว่าอัตราการชมโทรทัศน์ของประชากรได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจในปี 2527 สัดส่วนประชากรที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ชมโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 62.9 จากจำนวนประชากรทั้งหมด การสำรวจครั้งต่อมาในปี 2532 มีอัตราร้อยละ 80.4 หรือมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 17.5 และผลการสำรวจในปี 2537 พบว่า ประชากรที่ชมโทรทัศน์ได้เพิ่มขึ้นอีกอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้ชมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 89.4 หรือมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 9.0 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจุบันสื่อประเภทโทรทัศน์ขยายกว้าง สามารถเข้าถึงประชาชนมากขึ้น และราคาเครื่องรับโทรทัศน์ได้ลดลงเป็นลำดับ ประชาชนจึงนิยมใช้สื่อประเภทโทรทัศน์มากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2537:21) จากผลการสำรวจในปี 2537 จำนวนครัวเรือนทั่วราชอาณาจักรมีทั้งสิ้นประมาณ 13.6 ล้านครัวเรือน ในจำนวนนี้เป็นครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ประมาณ 10.2 ล้านครัวเรือน หรือคิดเป็นร้อยละ 74.9 เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราร้อยละของครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์เป็นรายการ พบว่า กรุงเทพมหานครมีอัตราดังกล่าวสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 84.3(สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2537:17) เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราร้อยละของครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ต่อครัวเรือนทั้งหมดของแต่ละภาคแล้ว ปรากฏว่า ครัวเรือนในกรุงเทพมหานครมีอัตราสูงสุด คือ ร้อยละ 91.4(สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2537:22) ผลการสำรวจจากสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2543 พบว่า ครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 1,740,000 ครัวเรือน มีอัตราครอบครองโทรทัศน์ 95.5% (www.nso.go.th. 2544) นอกจากนี้จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติเกี่ยวกับการรับชมโทรทัศน์ จำแนกตามประเภทของรายการที่ชอบชมมากที่สุด ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2537 พบว่า ประเภทของรายการที่ชอบชมมากที่สุดในยอครวม ผู้ชมโทรทัศน์ชอบชมรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ บันเทิงร้อยละ 41.8 ความรู้หรือสารคดีร้อยละ 4.0 ความคิดเห็นร้อยละ 1.0 อื่นๆและไม่ทราบร้อยละ 0.2ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2537:84)

รูปแบบรายการโทรทัศน์จะมีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้เหมาะสมแก่ผู้ชมแต่ละกลุ่ม มีการแยกประเภทให้เห็นชัด เนื้อหารายการจะมีความกระชับมากขึ้น ไม่อืดอาดเยิ่นเย้อ (ประภค อภิสารธนรักษ์. 2538:133) ประสาน โอสถานนท์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ยูโร อาร์เอส ซี จี บอลล์ พาร์ทเนอร์ชิพ

จำกัด กล่าวไว้ในบทความเรื่อง “มุมมองของวงการโทรทัศน์ในอนาคต” เนื่องในโอกาสครบรอบ 25 ปี สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ว่า ในระยะ 20 ปีที่ผ่านมา ไม่ว่าด้านการเติบโตของจำนวนประชากร การศึกษารายได้ต่อครัวเรือน การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวของผู้ชม เป็นตัวแปรสำคัญที่จะกำหนดแนวทางการพัฒนาสื่อวิทยุโทรทัศน์ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ผู้ชมจะได้เปรียบมากขึ้นในการเลือกชมรายการที่ตนเองต้องการ เพราะความหลากหลายในประเภทของรายการที่จะมีมากขึ้น เราคงจะได้เห็นรายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ชมเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) ที่ชัดเจนมากขึ้น(ประสาน โอสธานนท์. 2538:137) ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมของรายการโทรทัศน์ในอนาคตน่าจะมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีเกิดขึ้น คือ รายการโทรทัศน์ประเภทสาระจะเพิ่มจำนวนขึ้นในระดับหนึ่งตามความต้องการของผู้ดูผู้ชมในอนาคตที่ต้องการสาระประโยชน์จากรายการโทรทัศน์มากขึ้น(ฐิตินัน บุญภาพ. 2540:3) เสรี วงษ์มณฑา กล่าวถึงการปรับตัวครั้งใหญ่ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทย เพื่อก้าวไปในยุคโลกาภิวัตน์ ในบทความเนื่องในโอกาสครบรอบ 25 ปีสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 3 ว่าในยุคโลกาภิวัตน์นี้ ผู้บริโภคไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก พวกเขามีการศึกษาดีขึ้น มีรสนิยมที่ดีขึ้น มีความต้องการด้านคุณภาพมากขึ้น วิทยุโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องปรับตัว เพื่อบริการผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และมีสาระที่ถูกต้อง แม่นยำ (เสรี วงษ์มณฑา. 2538:132-133) ด้านการปรับปรุงทางด้านสารคดีนั้น ยิ่งคนเรามีความรู้ก็ยิ่งกระหายความรู้อีกขึ้น ในขณะที่ผู้บริโภคมีการศึกษาดีขึ้น ความสนใจในสารคดีต่างๆก็เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสารคดีท่องเที่ยว เศรษฐกิจ การทำมาหากิน จิตวิทยา วิทยาศาสตร์ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ยังได้เวลาจากสถานีน้อยมาก อาจเป็นเพราะว่า รายการที่มีอยู่นั้นไม่ค่อยน่าสนใจ ในการทำสารคดีที่เอาจริงเอาจังมากเกินไป ขาดความสนุกสนานเป็นธรรมชาติของรายการ ทำให้รายการเป็นเรื่องที่น่าเบื่อ ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ทั้งๆที่คนที่อยากดูรายการแบบนี้มาก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษา ดังนั้นควรที่จะมีแนวทางในการปรับปรุงสารคดีให้มีความสนุกสนาน มีชีวิตชีวา มีความน่าสนใจ เสนอสิ่งที่ผู้บริโภคอยากรู้ อยากเห็น ที่เติมเต็มไปด้วยรสชาติของความบันเทิง ซึ่งจะเป็นทั้งการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการให้คุณค่าที่ดีงามของสังคมทางด้านความรู้ที่ประเทืองปัญญาไปพร้อมๆกันอีกด้วย หากมีการปรับปรุงคุณภาพของการผลิตแล้ว เชื่อว่ารายการที่เป็นประโยชน์แบบนี้จะได้รับความสนใจสูงขึ้น(เสรี วงษ์มณฑา. 2538:132-133)

รายการสารคดี ชุด “สำรวจโลก” เป็นรายการสารคดีจัดทำโดยบริษัท เนกซ์สเตปที่มุ่งเน้นให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของสิ่งต่าง ๆ บนโลก สารคดีชีวิตสัตว์และธรรมชาติ ออกอากาศทางโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 21.00-21.30น. ออกอากาศครั้งแรกวันอังคารที่ 25 มกราคม 2543 ด้วยเรื่อง “The Great White Shark” ของ National Geographic หลังจากออกอากาศไปได้สักระยะหนึ่ง รายการสำรวจโลกได้รับการตอบรับจากผู้ชมสูงถึง 2.7 ล้านคน เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2543 ทำให้ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ตัดสินใจเพิ่มเวลาในการออกอากาศให้รายการสารคดีเพิ่ม โดยให้เน้นด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมอบให้ทางเนกซ์สเตปเป็นผู้ดำเนินงาน และเป็นที่มาของ รายการ 9sci (www.newexplorer.com. 2544) กล่าวได้ว่ารายการสารคดี ชุด “สำรวจโลก” เป็นรายการทางโทรทัศน์ที่มุ่งเน้นให้สาระความรู้แก่ผู้ชมที่มีความจำเพาะเจาะจง เป็นหนึ่งทางเลือกแก่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทราบว่าผู้ชมรายการสารคดี ชุด “สำรวจโลก” ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แบบของการใช้ชีวิต ตลอดจนทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี ชุด สำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.อย่างไร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขต

กรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบบของการใช้ชีวิต(Lifestyle)ของผู้ชมรายการสำรวจโลกที่มีต่อทัศนคติและความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบทัศนคติของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เพื่อประโยชน์ต่อการการปรับปรุงการผลิตรายการ ให้เกิดประโยชน์ในด้านการดำเนินธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ ทั้งแก่ผู้ดำเนินการและผู้ชม

2. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เพื่อประโยชน์ด้านการการปรับปรุงเนื้อหาสาระของรายการ ตลอดจนรูปแบบการดำเนินรายการเพื่อให้เป็นที่ต้องการผู้ชม

3. ทำให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบบการใช้ชีวิตของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ซึ่งผลการวิจัยจะได้ใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการดำเนินธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ เกี่ยวกับการจัดขายโฆษณาให้ตรงกับผลิตภัณฑ์ ตรงกับตลาดเป้าหมาย

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทั้งหมด 50 เขต โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มเขตการปกครองตามระบบการบริหารและการปกครองของกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มบูรพา กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มกรุงธนใต้ และกลุ่มกรุงธนเหนือ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage random sampling) ดังต่อไปนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างตามการแบ่งเขตตามการปกครองของกรุงเทพมหานคร 6 กลุ่ม หลังจากนั้นพิจารณาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปเกี่ยวกับประชากรของ Taro Yamane ที่จัดทำขึ้น โดยสำนักวิจัยแผนกฟื้นฟูเคหะและชุมชนนิวยอร์ก กำหนดขนาดของตัวอย่างที่ระดับความสำคัญ 0.05 โดยคิดค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.5 ที่จำนวนประชากรมากกว่า 100,000 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน

2. เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลากเลือกเขตหนึ่งเขตจากกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิในขั้นตอนที่หนึ่งทั้งหกกลุ่ม ได้กลุ่มตัวอย่าง 6 เขต

3. เลือกตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยวิธีความสะดวก (Convenience sampling) จากกลุ่มตัวอย่างขั้นตอนที่สองจำนวนเท่าๆกันในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกตัวอย่างที่เคยชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.เท่านั้น หากไม่เคยชมจะข้ามไป

สถานที่ศึกษา

หมายถึง เขตการปกครองกรุงเทพมหานคร

ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำในช่วงวันที่ 1 มีนาคม ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2545

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

- 1.1.1 เพศ
- 1.1.2 อายุ
- 1.1.3 อาชีพ
- 1.1.4 ระดับการศึกษา
- 1.1.5 รายได้
- 1.1.6 สถานภาพสมรส
- 1.1.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัว
- 1.1.8 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

1.2 แบบของการใช้ชีวิต

- 2.1.1 งานอดิเรก
- 2.1.2 ความสนใจ
- 2.1.3 กิจกรรมในเวลาสำหรับการพักผ่อน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

- 2.1 ทศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
- 2.2 ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

▼ นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาค้างนี้ ได้นิยามศัพท์ที่ใช้เป็นตัวแปรในการวิจัย เพื่อกำหนดความหมายในการทำ ความเข้าใจร่วมกัน ดังนี้

ทัศนคติ

หมายถึง ความรู้สึกทางจิตใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคล สถาบัน หรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ในการประเมินว่าดีหรือไม่ดี เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย อันเนื่อง มาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ ซึ่งพร้อมจะผลักดันให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้าเหล่านี้ในทางใด ทางหนึ่ง (สุรินทร์ เกษมชัยนันท์, 2536, น.27) ซึ่งในการศึกษาค้างนี้มุ่งเน้นความรู้สึกทางจิตใจของผู้ชมรายการสำรวจ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในการประเมินรายการสำรวจโลกในด้านต่างๆว่า เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

ความพึงพอใจ

หมายถึง ความพึงพอใจจากสื่อในการตอบสนองความต้องการ เพื่อความสนุกสนาน เพื่อสอน ลักษณะท่าทาง ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น สอนประสบการณ์ สอนการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน สอนความพึงพอใจในการอยากรู้ อยากเห็นเกี่ยวกับข่าวสารต่างๆ การสร้างอารมณ์ต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดการ เลียนแบบ เป็นแรงย้าความเชื่อด้านความยุติธรรม สอนให้เกิดความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ ฯลฯ ซึ่งใน การศึกษาค้างนี้มุ่งเน้นศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ว่ามีความพึงพอใจ ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆอย่างไร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

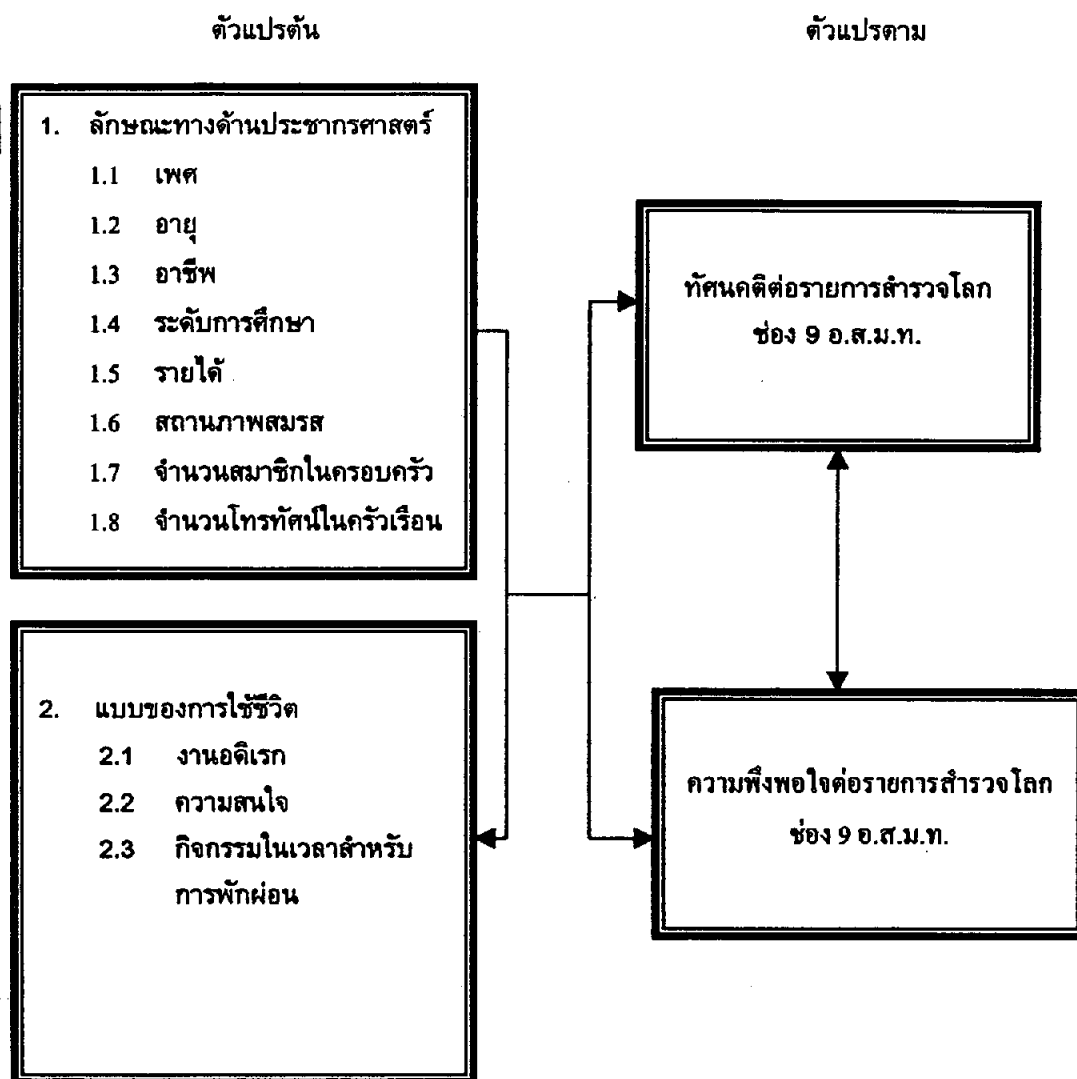
หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้

แบบของการใช้ชีวิต

หมายถึง กิจกรรม ความสนใจ และความคิดของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ซึ่งใน การศึกษาค้างนี้จะศึกษา ลักษณะงานอดิเรก ความสนใจ และกิจกรรมที่ทำในเวลาสำหรับการพักผ่อน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขต
กรุงเทพมหานคร กำหนดการวิจัยดังนี้



ตามมาตรฐาน

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่แตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัวและจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่แตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัวและจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน
3. แบบการใช้ชีวิตของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แบบการใช้ชีวิตประกอบด้วย งานอดิเรก ความสนใจและกิจกรรมในเวลาสำหรับการพักผ่อน
4. แบบการใช้ชีวิตของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แบบการใช้ชีวิตประกอบด้วย งานอดิเรก ความสนใจและกิจกรรมในเวลาสำหรับการพักผ่อน
5. ทัศนคติของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ(The Use and Gratification Theory)
3. แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร
(Demographic Analysis of An Audience)
4. ทฤษฎีการเปิดรับสาร(Selective Process)
5. แบบของการใช้ชีวิต(Lifestyle)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ(อนุชิต มุรธาภิพย. 2542:22-26)

แอส (S.E. Asch) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า "ทัศนคติเกิดจากการสะสมประสบการณ์ในอดีต"

ในขณะที่โรเซนเบิร์ก(Milton J. Rosenberg) และ ฮอฟแลนด์(Carl L. Hovland) ได้ให้ความหมายทัศนคติไว้ว่า "ทัศนคติโดยปกติสามารถนิยามว่าเป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น"

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านได้ให้ความหมายไว้อย่างกว้างขวาง

นิวคอมบ์ เทอร์เนอร์ และคอนเวิร์ส (T. Newcomb, R. Turner and P. Converse) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า "ความคิดรวบยอดทางทัศนคติเป็นการรวมของประสบการณ์ในอดีตที่สะสมและจัดเรียงเป็นระบบ จะสะท้อนออกมาเมื่อปัจเจกบุคคลเผชิญกับสถานการณ์ใหม่ๆ"

เครช และครัทฟิลด์(D. Krech, R. Crutchfield)ได้เปรียบเทียบระหว่างทัศนคติและความเชื่อไว้ว่า "ทุกๆทัศนคติเกิดจากการรวมตัวกันของความเชื่อ แต่ทุกๆความเชื่อไม่จำเป็นต้องมีส่วนอยู่ในทัศนคติ ทัศนคติสามารถรับรู้ได้ว่ามีลักษณะ "สนับสนุน" หรือ "ต่อต้าน" ในขณะที่ความเชื่อถูกรับรู้ว่าเป็น"กลาง"

แอล มุน(Norman L. Mun) กล่าวว่า "ทัศนคติเป็นความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานที่ สถาบัน และข้อเสนอดังในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองพฤติกรรมตามแนวคิดนั้น"

เมย์ ชาร์ค และริชาร์ดสัน(Cyrus Mayshark and E. Richardson) กล่าวว่า "ทัศนคติเป็นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับสภาวะจิตใจของบุคคลที่มีต่อวัตถุ เป็นศักยภาพของพฤติกรรมหรือส่วนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวกหรือทางลบต่อสถานที่ บุคคล หรือวัตถุ ทัศนคติเป็นแรงที่อยู่ภายใน วัตถุได้จากปฏิกิริยาที่มีต่อตัวกระตุ้น ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากจิตใจ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและจะแสดงออกทางกายภาพ"

ออลพอร์ท(Gordon W. Allport) กล่าวว่า "ทัศนคติเป็นภาวะทางจิตใจซึ่งบุคคลพร้อมที่จะตอบโต้สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งของ และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง"

กล่าวโดยสรุป ทัศนคติเป็นเรื่องของจิตใจ ความเชื่อ ท่าที ความรู้สึก ความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น และต่อสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่ปรากฏขึ้น จะเห็นได้ว่า ทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และแสดงความรู้สึก คือ ชอบ หรือไม่ชอบ หรือพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เป็นต้น



องค์ประกอบทัศนคติ(อนุชิต มุรธาทิพย์. 2542:22-26)

จากความหมายของทัศนคติดังกล่าวสามารถแยกส่วนประกอบของทัศนคติได้

3

ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้(Cognitive Component) คือ ส่วนที่ประกอบเป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทัวไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก(Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคน เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม(Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก จะเห็นได้ว่าการที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิด ความรู้ ความเข้าใจ จึงนับว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์การเรียนรู้

การเกิดของทัศนคติ(อนุชิต มุรธาทิพย์. 2542:22-26)

ออลพอร์ท ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กเกิดมาใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีจากบิดามารดาทั้งโดยตรงและทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป
2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับเด็ก จะมีการกระทำที่แตกต่างกัน เพราะความสามารถในการแยกแยะต่างกัน
3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกัน เช่น บางคนมีทัศนคติไม่ดีต่อครู เพราะเคยถูกตำหนิ แต่บางคนมีทัศนคติที่ดีต่อครูคนเดียวกันนั้นเพราะเคยชมเชยตนเสมอ
4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติของบิดา มารดา หรือ ครูที่ตนนิยมชมชอบ มาเป็นทัศนคติของตนได้

เกรซ, กรัทซ์เฟลด์ และบาลลาซีย์ ได้ให้ความเห็นว่าทัศนคติอาจเกิดขึ้นจาก(อนุชิต มูรธา ทิพย์. 2542:22-26)

1. การตอบสนองความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. การได้เรียนรู้ความจริงต่างๆ อาจโดยการอ่านหรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เช่น บางคนเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่น เพียงเพราะเคยฟังคำติฉินนินทาของผู้อื่น
3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด คนส่วนมากมักยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตน หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป
4. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์ มักมองผู้อื่นในแง่ดี ผู้ที่ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงข้าม คือ มักมองว่ามีคนคอยอิจฉาริษยาหรือคิดร้ายต่างๆ ต่อตน

จะเห็นได้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดมาจากการเรียนรู้(Learning) จากแหล่งทัศนคติ(Source of Attitude)ต่างๆ ที่มีอยู่มาก พอสรุปได้ดังนี้(อนุชิต มูรธาทิพย์. 2542:22-26)

ประสบการณ์เฉพาะอย่าง(Specified Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เช่น นาย ก. เคยพูดกับนาย ข. ด้วยไมตรีที่ดี ก็จะทำให้นาย ก. รู้สึกชอบหรือมีทัศนคติที่ดีต่อนาย ข. เป็นต้น

การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น(Communication from Others) การได้รับการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ เช่น เด็กที่เคยได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ว่าทำอย่างนี้ดี อย่างนั้นไม่ดี ก็จะทำให้เด็กมีทัศนคติต่อการกระทำต่างๆ ตามที่ได้รับทราบมา

สิ่งที่เป็นแบบอย่าง(Models) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กมีความเคารพเชื่อฟังพ่อแม่ เมื่อเห็นว่าพ่อแม่แสดงท่าไม่ชอบต่อสิ่งใด เด็กจะเลียนแบบโดยไม่ชอบสิ่งนั้นด้วย

ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน(Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

โดยสรุป พัฒนาการทางด้านทัศนคติของบุคคลเกิดจากประสบการณ์ต่างๆ ที่บุคคลนั้นได้รับมา การปรับตัวของบุคคลเพื่อให้เข้ากับสังคม การเลียนแบบในสังคม ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะรวมตัวกันและสร้างสมกลายเป็นแบบแผนทัศนคติของแต่ละบุคคลขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า พัฒนาการของทัศนคติเกิดจากการติดต่อสัมพันธ์ของบุคคล(Association) การถ่ายทอดแบบอย่างของบุคคลอื่นมาเป็นของตน(Transfer) ความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ(Need Satisfaction) ตลอดจนการที่สภาพแวดล้อมต่างๆ ในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงมีผลทำให้ทัศนคติของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการณ์ (อนุชิต มูรธาทิพย์. 2542:22-26)

ทัศนคติ(Attitudes) (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543:190)

โดยทั่วไปทัศนคติเกี่ยวข้องกับการแสดงออกของความรู้สึกที่อยู่ภายใน ที่สะท้อนให้เห็นถึงความโน้มเอียงของบุคคลว่าชอบหรือไม่ชอบสิ่งต่างๆ เนื่องจากทัศนคติเป็นผลมาจากกระบวนการทางจิตวิทยา เราจึงไม่อาจสังเกตทัศนคติได้โดยตรง แต่ต้องสรุปเอาจากสิ่งซึ่งคนพูดหรือสิ่งซึ่งคนทำ ดังนั้น นักวิจัยจึงมักประเมินทัศนคติ โดยการถามคำถามหรือสรุปเอาจากพฤติกรรม

สภาพและหน้าที่ของทัศนคติ (The Nature and Function of Attitudes)(อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543:190 -192)

ทัศนคติเป็นตัวแปรตัวหนึ่งในศูนย์การของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และจากการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันของผู้บริโภคกับบุคคลอื่น

John C. Mowen และ Michael Minor ได้ให้คำนิยามของทัศนคติไว้ว่า "แกนกลางของความรูสึกชอบและไม่ชอบของบุคคล กลุ่ม สถานการณ์ สิ่งของและความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น" และ ทัศนคติ คือ "ความโน้มเอียงอันเกิดจากประสบการณ์ที่จะก่อพฤติกรรมในลักษณะที่แสดงออกความชอบหรือไม่ชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยสม่ำเสมอ"

คำนิยามทั้งสองข้างต้น เราสามารถแบ่งพิจารณาเป็นส่วนๆ ได้ดังนี้

วัตถุเป้าหมายกับทัศนคติ (The Attitude Objects) หมายถึง วัตถุต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ตราหมี บริการ สิ่งที่เป็นเจ้าของประโยชน์ของผลิตภัณฑ์โฆษณา ราคา หรือพ่อค้าปลีก เป็นต้น การวิจัยทัศนคติเรามักมุ่งที่วัตถุเสมอ

ทัศนคติเป็นความโน้มเอียงอันเกิดจากสิ่งที่ได้เรียนรู้มาก่อน (Attitudes Are a Learned Predisposition) ทัศนคติเกิดมาจากการเรียนรู้ ก่อตัวขึ้นมาจากผลของประสบการณ์ โดยตรงกับสินค้า ข่าวสารที่ได้มาจากผู้อื่น การเปิดรับโฆษณา ฯลฯ อย่างไรก็ตามทัศนคติไม่ใช่พฤติกรรม ทัศนคติก่อให้เกิดพฤติกรรม การประเมินวัตถุเป้าหมายของทัศนคติ (Attitude Objects) ว่าชอบหรือไม่ชอบ เป็นผลมาจากการปฏิบัติงานของทัศนคติ นอกจากนั้น ทัศนคติจึงมีคุณสมบัติของความเป็น"การจูงใจ" โดยอาจจะผลักดัน(Propel) ผู้บริโภคให้เกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือผลักดัน(Repel) ให้หลีกเลี่ยงการก่อพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง 1

ทัศนคติสอดคล้องพฤติกรรม(Attitudes Have Consistency) ทัศนคติสอดคล้องกับพฤติกรรมที่สะท้อนทัศนคติดังกล่าว ฟังดูแล้วผู้บริโภคน่าจะมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งๆ ในรูป"ถาวร" แต่ปรากฏว่า ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรเสมอไปทัศนคติมีการเปลี่ยนแปลง

ทัศนคติเกิดขึ้นภายในสถานการณ์ (attitudes Occur Within Situation) ทัศนคติของผู้บริโภคเกิดขึ้นภายในและถูกกระทบโดยสถานการณ์ คำว่าสถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์ต่างๆ(events) หรือกรณีแวดล้อมต่างๆ ซึ่ง ณ เวลาหนึ่งมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม สถานการณ์หนึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคก่อพฤติกรรมในทิศทางที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติของเขา

บุคคลมีทัศนคติมากมายหลายอย่างต่อพฤติกรรมเดียว โดยที่แต่ละทัศนคติผูกพันสถานการณ์แต่ละอย่าง ทัศนคติของผู้บริโภคเปลี่ยนไปตามสถานการณ์

องค์ประกอบต่างๆของทัศนคติ(Components of Attitude) (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543:192 -196)

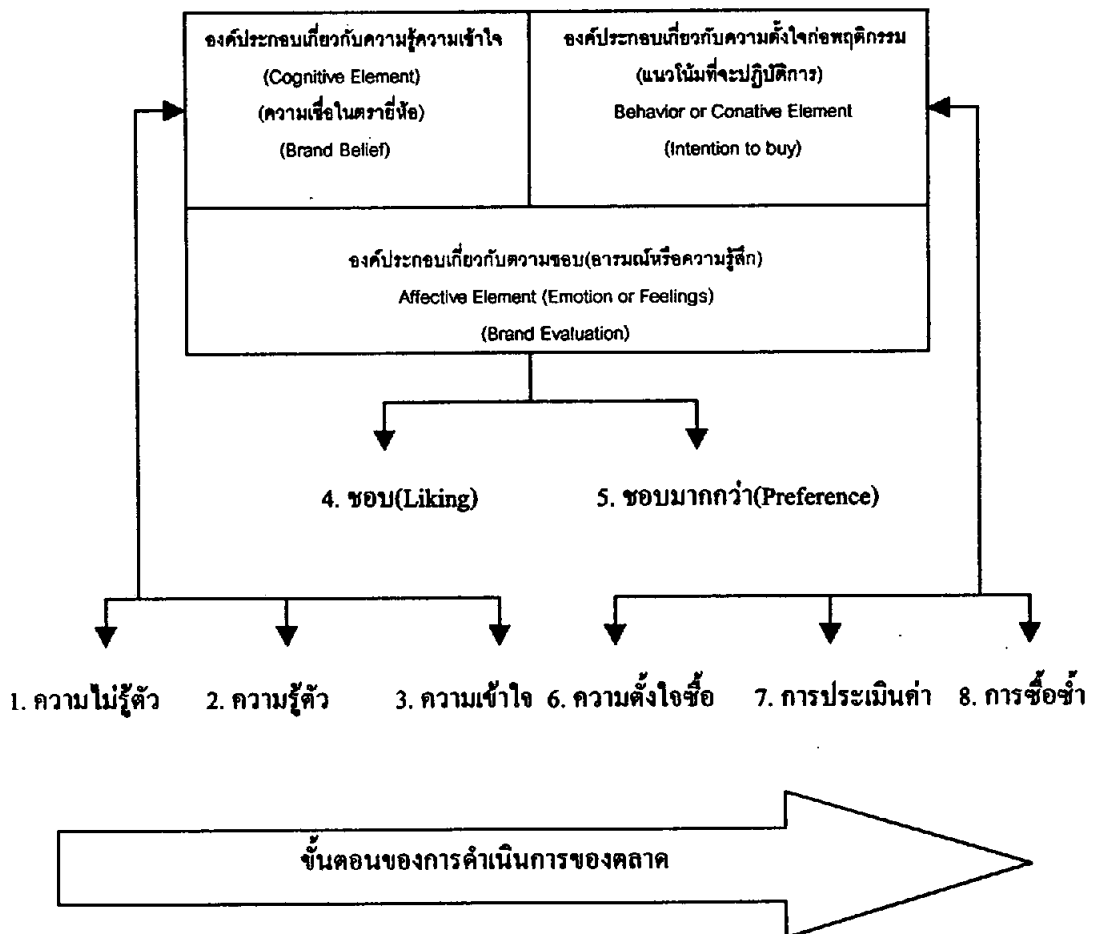
ทัศนคติมียองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ

ส่วนแรก Cognitive เป็นอาการทางวัตถุที่ทัศนคติเข้าไปเกี่ยวข้องและได้รับการนึกเห็น ภาพพจน์

ส่วนที่สองAffective เป็นความรู้สึกของการชอบและไม่ชอบ

ส่วนที่สามBehavioral เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับพฤติกรรม เป็นแนวโน้มที่จะมีการปฏิบัติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่คนเรามีทัศนคติเกี่ยวข้องในสิ่งนั้น

John R.G. Jenkins ได้ให้แนวคิดของทัศนคติ ดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 ทัศนคติและองค์ประกอบ

จากรูปข้างต้น อธิบายได้ว่า

องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจหรือความเชื่อที่ช่วยสร้าง Value และทัศนคติว่าเราเชื่ออะไร (Cognitive Element) ประกอบด้วยความเชื่อต่างๆ ในส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

นั้น องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ หมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ โฆษณา หรือร้านค้าปลีก

องค์ประกอบทางด้านความชอบหรืออารมณ์หรือความรู้สึก (Affective Element) ประกอบด้วย ความรู้สึกและอารมณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งต่างๆที่เราารู้สึกอย่างไร เป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ วัตถุที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติทั้งความรู้สึกในทางบวกและลบ องค์ประกอบเกี่ยวกับความชอบพอและความรู้ความเข้าใจได้รับการพิจารณาว่ามีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเป็นอย่างมาก นักวิจัยตลาดพบว่าความเชื่อและความรู้สึกของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ใดก็ตามโดยปกติมักจะสอดคล้องกัน

องค์ประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรม(Behavioral Element) เป็นแนวโน้มที่จะก่อปฏิบัติการหรือความตั้งใจก่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยอิงหลักจากความเชื่อและความรู้สึกของเขานั้นเองเป็นการแสดงว่าเราจะทำอย่างไร “ความโน้มเอียงที่จะซื้อ”เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับวงจรการซื้อผลิตภัณฑ์ปกติของผลิตภัณฑ์

ทั้งสามองค์ประกอบเป็นแนวความคิดดั้งเดิมเกี่ยวกับทัศนคติที่ยอมรับกันทั่วไป เนื่องจากง่ายที่จะเข้าใจ นอกจากนั้นยังแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆดังกล่าวกับขั้นตอนทางการตลาดจากความไม่รู้ตัวของผู้บริโภคไปจนถึงการซื้อ โดยมากเป้าหมายของนักการตลาดคือ ทำการเปลี่ยนทัศนคติต่อตราหือ โดยอาจจะ เปลี่ยนความเชื่อในลักษณะสินค้า เปลี่ยนความสำคัญของความเชื่อ เพิ่มความเชื่อใหม่เข้าไปอีก

ตามหลักแล้วทั้งสามองค์ประกอบดังกล่าวนี้ จะต้องอยู่ในสภาพที่สมดุลหรือที่เรียกว่า “Homeostasis” เมื่อมีความสมดุลเกิดขึ้น ความรู้ความเข้าใจของบุคคลและแนวโน้มของพฤติกรรมจะสอดคล้องซึ่งกันและกัน ถ้าไม่สมดุลก็จะเกิดการขัดแย้งกัน

โครงสร้างของทัศนคติ(Attitude Organisation) (อตุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543:192 -196)

ทัศนคติมีได้้อย่างโดดเด่นเดี่ยว แต่มีโครงสร้างสลับซับซ้อนและมีแนวโน้มที่จะรักษาสภาพที่สมดุลในความรู้สึกนึกคิด และจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลงต่ออิทธิพลชนิดต่างๆ นอกจากนั้น องค์ประกอบภายใน(Affective, Cognitive และ Behavioral Dimensions) ก็เป็นไปอย่างสมดุลเช่นกัน มนุษย์จะมีสิ่งที่จะใจเพื่อที่จะรักษาความสอดคล้องกัน และยังมีมีความสามารถจำนวนหนึ่งที่จะกลั่นกรองสิ่งที่จะทำให้เกิดความไม่สมดุลออกไป

ความสมดุลภายใน(Internal Consistency) M.J. Rosenberg กล่าวว่าบุคคลส่วนมากไม่สามารถทนต่อความไม่สมดุลหรือไม่สอดคล้องระหว่างองค์ประกอบทางด้าน Affective กับ Cognitive ได้ เมื่อองค์ประกอบทั้งสองนี้เกิดความสอดคล้องสมดุล ทัศนคติจะอยู่ในสภาวะมั่นคง และจะดำรงอยู่เช่นนั้นเป็นระยะเวลานาน แต่ถ้าไม่สมดุลก็จะอยู่ในสภาวะตรงข้าม

โครงสร้างทัศนคติกับทัศนคติอื่น (Interattitude Structure) (อตุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543:192 -196)

บุคคลแต่ละบุคคลมีค่านิยมและความผูกพันในสังคม ซึ่งสัมพันธ์ใกล้ชิดกับวัตถุประสงค์ส่วนตัวมากแต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญมากต่อทัศนคติ ทำให้ทัศนคติรวมตัวกันและคงอยู่ได้ในเวลาเดียวกันก็จะส่งผลกระทบต่อแนวความคิดของตัวบุคคลเกี่ยวกับตัวของตัวเอง

ทัศนคติมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองและค่านิยม และเราเรียกว่าเป็นทัศนคติที่มีการรวมตัวกันหลายทัศนคติจนมุ่งเป็นจุดอยู่ที่จุดเดียว(Centrality) ซึ่งจะมีแนวโน้มที่จะรวมส่วนประกอบต่างๆเข้าด้วยกัน องค์ประกอบใดเปลี่ยนแปลงก็จะกระทบกระเทือนองค์ประกอบอื่นด้วย อาจกล่าว

ได้ว่าบุคคลพยายามรักษาความสมดุลในโครงสร้างของทัศนคติและทำการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจเป็นสิ่งที่ลำบากยิ่ง

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ(The Use and Gratification Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มรับสาร โดยพยายามอธิบายว่ามนุษย์ใช้สื่อต่างๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนและสนองความต้องการของสังคมอย่างไร ทฤษฎีนี้มีแนวคิดที่ว่าผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับสารเพื่อสนองตอบความต้องการของตน(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2538:635-640)

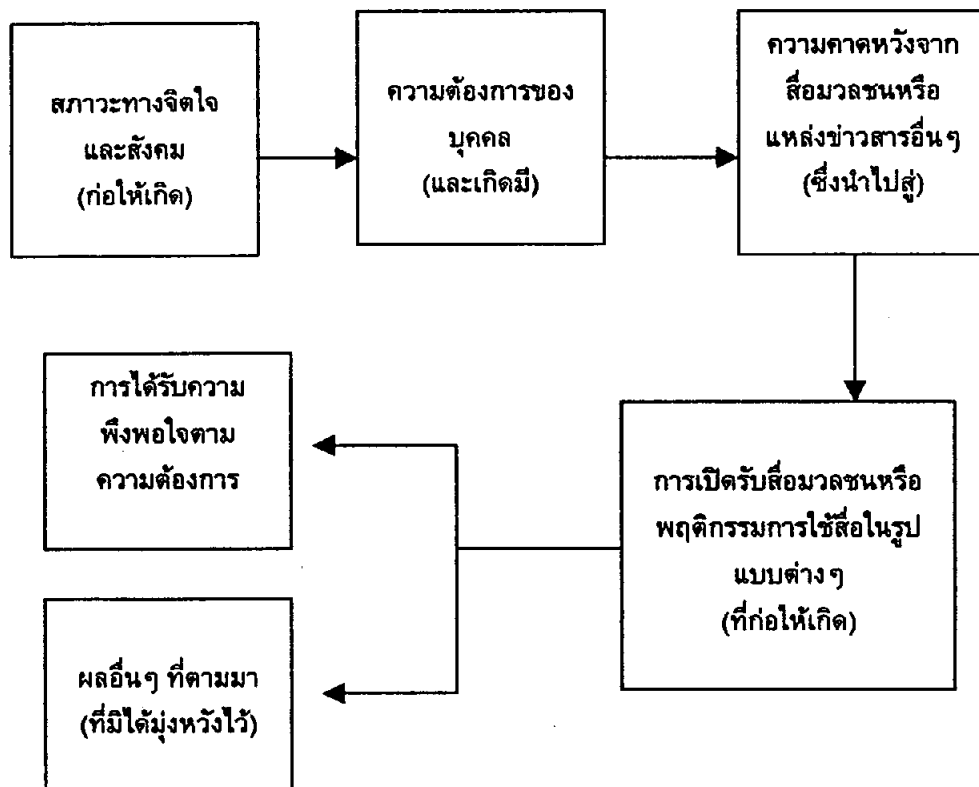
โดยอาจอ้างอธิบายได้ว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 ประการตามที่มาสโลว์กล่าวไว้แล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการที่จะสื่อสารกับเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ต้องการรู้ต้องการเห็น ต้องการแสวงหาระเบียบและเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตน ความต้องการที่จะรู้เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์เรียนรู้จากการอยู่ภายในสังคม นอกจากนั้นแล้วมนุษย์แต่ละคนจะมีกระบวนการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันในการหล่อหลอมความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก และความต้องการ(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.2538:635-640)

ในขณะเดียวกันสภาพการณ์ต่างๆทางสังคม จะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลต้องเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆที่อยู่รอบตัว (Approach) ของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จึงเน้นถึงผู้รับสารหรือผู้ใช้สื่อและใช้หลักหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functional Media) ศึกษาว่าบุคคลใช้สื่อมวลชน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ และได้รับความพึงพอใจจากการตอบสนองความต้องการนั้นๆ(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2538:635-640)

ความพึงพอใจจากสื่อในการตอบสนองความต้องการ เพื่อความสนุกสนานเพื่อสอนลักษณะทาง ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น สอนประสบการณ์ สอนการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในชุมชนสนองความพึงพอใจในการอยู่อย่างเห็นเกี่ยวกับข่าวสารต่างๆ การสร้างอารมณ์ต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดการเลียนแบบ เป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อด้านความยุติธรรม สอนให้เกิดความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ ฯลฯ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2538:635-640)

ปัจจัยต่างๆที่ใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2538:635-640)

1. สภาพแวดล้อมทางสังคมและจิตวิทยา
2. ความต้องการ
3. ความคาดหวัง
4. สื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ
5. การเปิดรับสื่อมวลชน หรือสื่ออื่นในรูปแบบต่างๆกัน
6. ได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ
7. ผลอื่นๆที่เกิดขึ้นตามมา โดยที่อาจจะไม่ได้มุ่งหวังไว้



ภาพประกอบ 2 แบบจำลองเพื่ออธิบายถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจมีดังนี้

บทบาทของสังคมในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคล ได้แก่

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างให้ปัจเจกบุคคลต้องตระหนักถึงปัญหา จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจตามความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อย ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเสริมหรือทดแทนบริการต่างๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม
4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อ ทำให้สอดคล้องกับค่านิยมการเป็นสมาชิก และการเสริมย้ำความเชื่อของสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน การเปิดรับสื่อมวลชน จึงเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคม

ทั้งนี้ ทฤษฎีนี้มีแนวคิดว่า สภาพทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละบุคคลคาดหวังหรือคาดคะเนสื่อแต่ละประเภทที่สนองตอบความพอใจได้ต่างกันออกไป ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลจึงแตกต่างกันออกไป ความพอใจที่จะได้รับจากสื่อ จึงแตกต่างกันออกไปด้วย โดยข้อตกลงเบื้องต้นในการศึกษาตามแนวคิดนี้คือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2538:635-640)

1. ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร กระตือรือร้น
2. การใช้สื่อมีเป้าหมายโดยตรง
3. สื่อแต่ละชนิดจะมีการแข่งขันกันในการตอบสนองความพึงพอใจ
4. ลักษณะต่างๆ ของผู้รับสารจะเชื่อมโยงความต้องการกับโอกาสในการเปิดรับสื่อ
5. การบริโภคสื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในระดับต่างๆ
6. เนื้อหาของสื่ออาจจะไม่สามารถทำนายรูปแบบความพึงพอใจได้ถูกต้องสมบูรณ์เสมอไป
7. ลักษณะโครงสร้างพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมของสื่ออาจทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

ในช่วงของเวลาหรือสถานการณ์

8. ความพึงพอใจที่ได้รับมีจุดเริ่มต้นมาจากการเปิดรับสื่อ เนื้อหาของสื่อ หรือ สถานการณ์ทางสังคม ซึ่งมีส่วนให้เกิดพฤติกรรม的开รับสื่อขึ้น

ในการเลือกรับหรือใช้สื่อ มีแรงผลักดันที่เป็นปัจจัยพื้นฐานมาจาก (มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมมาธิราช. 2538:635-640)

ความเหงา คนเราไม่ชอบอยู่โดดเดี่ยวตามลำพังเนื่องจากจะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว ไม่อยากถูกเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มสังสรรค์กันเท่าที่โอกาสอำนวย หากไม่สามารถติดต่อกับบุคคลอื่นโดยตรง การอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสารเป็นสิ่งที่ดีที่สุดและความจริงบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลอื่นด้วยซ้ำเพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแท้เหงา ซึ่งไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือการกดดันทางสังคมแก่ตนเอง

ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร ตามปกติจะอยากรู้อยากเห็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด จนถึงที่อยู่ไกลตัวที่สุด และสิ่งที่สามารถสนองความอยากรู้อยากเห็นที่เกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือ การกระทำของเพื่อนบ้านหรือเพื่อนร่วมโลก รวมทั้งสิ่งต่างๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ตัวคงไม่มีอะไรดีไปกว่าสื่อมวลชน ทั้งนี้ใช้เพราะว่าไม่มีผลกระทบต่อนักเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่นสาเหตุของเหตุการณ์ผู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทั้งกับตัวเองและผู้อื่น

ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self - Aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นคนเห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผลเพื่อให้ข่าวสารได้เสริมบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ช่วยให้ตนได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ทำให้เกิดความสุขสนาน บันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ ทางอารมณ์หรือด้านความคิด สามารถหาได้จากสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่

เหตุผลของบุคคลในการใช้สื่อต่างๆ เพื่อสนองความพึงพอใจของตน โดยสามารถแบ่งได้ 6 ข้อดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2538:635-640)

1. เพื่อสังเกตและติดตามเหตุการณ์ (Surveillance) คนให้ความสนใจติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อทราบเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลก และเพื่อทราบว่าอะไรมีความสำคัญที่ควรทราบ
2. ช่วยในการตัดสินใจ (Decision) สื่อมวลชนช่วยในการตัดสินใจและสร้างความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รอบตัว
3. เพื่อการสนทนาอภิปรายระหว่างกัน (Discussion) บุคคลใช้ประโยชน์จากข่าวสาร โดยนำไปสนทนาพูดคุยกับบุคคลอื่น

4. เพื่อการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ (Participating) สื่อมวลชนทำให้บุคคลรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในเหตุการณ์

5. เพื่อเป็นแรงเสริมความคิดเห็นและเสริมความมั่นใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. เพื่อผ่อนคลายอารมณ์และความบันเทิง (Relaxation and Entertainment)

แต่ในการศึกษานั้นได้ยืนยันว่าผู้รับสารไม่ได้ถูกกระทำ แต่ผู้รับสารคาดหวังข่าวสารจากสื่อและใช้ประโยชน์จากสื่อ บางคนใช้เพื่อทราบและติดตามเหตุการณ์ บางคนใช้ในการสนทนา บางคนใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจ บางคนใช้เพื่อความบันเทิง และเกือบทั้งหมดแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อมากกว่าเหตุผลเดียว

แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร

(Demographic Analysis of An Audience)

ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้น องค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกัน 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในการส่งสารออกไปนั้น ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารเสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการสื่อสาร

ผู้ส่งสารต้องศึกษาลักษณะของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน โดยพิจารณาจาก 2 ลักษณะ คือ (Bittner, 1983)

1. ลักษณะทางจิตวิทยาของมวลชนผู้รับสาร (Psychographic Characteristics of Audience) หมายถึง ลักษณะทางจิตใจของมวลชนผู้รับสาร เช่น ทศคติ ความคิดเห็น ค่านิยม ความนับถือตนเอง รสนิยม ความต้องการ เป็นต้น

2. ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสาร (Demographic Characteristics of Audience) หมายถึง เพศ อายุ สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา ภูมิสำเนา ในการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสาร หากผู้ส่งสารต้องการรู้จักและเข้าใจมวลชนผู้รับสาร ผู้ส่งสารจะใช้ลักษณะทางด้านจิตวิทยาและลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารประกอบกัน

การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะประชากร (Demographic Analysis of An Audience) โดยมีสมมติฐานว่า มวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะประชากรต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน และกลุ่มลักษณะประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคล้ายคลึงกัน (ปรมะ สตะเวทิน. 2540:105) โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. อายุ อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนแตกต่างกัน ด้านความคิด พฤติกรรม โดยทั่วไปคนอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน มองโลกในแง่ดีว่าคนอายุมาก ในขณะที่คนมีอายุมาก มีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระวังระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนมีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก คนที่มีอายุ มีประสบการณ์ชีวิต ผ่านปัญหาต่างๆตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย

2. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Willo, Goldhabers and Yates. 1980:87)

จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของหญิงชายไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนมีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน และมักจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย(ปรมะ สตะเทวิน. 2540:106)

ด้านพฤติกรรม的开รับสื่อนั้น เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า ถ้าหากดูโทรทัศน์ เพศชายจะนิยมดูรายการข่าวและกีฬา เด็กวัยรุ่นชายจะสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่วัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด(ปรมะ สตะเทวิน. 2540:106)

3. การศึกษา คนที่ได้รับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีกว่าเพราะมีความรู้กว้างขวาง เข้าใจมากกว่า ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงจะใช้สื่อมวลชนมากกว่า คนที่มีการศึกษาดำ คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อชนิดอื่น (ปรมะ สตะเทวิน. 2540:106)

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ จากการวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ประกอบด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางครอบครัว มีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายต่างกัน(ปรมะ สตะเทวิน. 2540:106)

5. ศาสนา การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และระดับของคน คนที่นับถือศาสนาต่างกันจะมีความคิดความเชื่อ ค่านิยมและระดับที่ต่างกัน ศาสนามีส่วนเกี่ยวข้องกับคนตลอดชีวิต ตั้งแต่เกิดจนตาย ในระยะเริ่มต้น เด็กได้รับอิทธิพลของศาสนาผ่านทางพ่อแม่ โดยการอบรมสั่งสอนและปลูกฝังความคิดพ่อแม่ ต่อมาได้รับอิทธิพลของศาสนาผ่านทางโรงเรียน โดยการศึกษาเล่าเรียน และการปฏิบัติในพิธีกรรมต่างๆ และในที่สุด ได้รับอิทธิพลโดยตรงของศาสนา ในโอกาสต่างๆในการดำรงชีวิตของตน ศาสนามีอิทธิพลต่อความคิดของคนอย่างน้อย 3 ด้าน คือ (ปรมะ สตะเทวิน. 2540:106)

1. อิทธิพลต่อทัศนคติ ด้านศีลธรรม คุณธรรม และความเชื่อทางจรรยา
2. อิทธิพลต่อทัศนคติด้านเศรษฐกิจ
3. อิทธิพลต่อทัศนคติด้านการเมือง

ทฤษฎีการเปิดรับสาร(Selective Process)

ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือก (Selective Process)ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้ (Klapper. 1960) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2540:635)

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ ตามความสนใจ และความต้องการของตน เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูล เพื่อสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิม

ของบุคคลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ หรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของตน จะทำให้เกิดความสับสนและคับข้องใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้ และเลือกตีความสารที่ได้รับ ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อถือ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

แบบของการใช้ชีวิต(Lifestyle)

การดำรงชีวิตของมนุษย์ในแต่ละยุคมิได้เป็นไปอย่างมีหลักเกณฑ์ การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มแต่ละกลุ่มมีกฎหรือเกณฑ์ที่ทุกคนในกลุ่มพึงปฏิบัติ พฤติกรรมของแต่ละคนในกลุ่มจึงเป็นไปในทำนองเดียวกัน พฤติกรรมของบุคคลในวัฒนธรรมเดียวกันจะมีรูปแบบที่เรียกว่า "ทำนองเดียวกัน" เช่นกัน บุคคลผู้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ชั้นทางสังคม และวัฒนธรรมที่กล่าวมาจะพัฒนาแบบแผนการดำรงชีพ ที่เรียกว่า แบบของการใช้ชีวิต (Lifestyle) (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543:260-266)

ตัวอย่างแบบของการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบันเพื่อความเข้าใจมากขึ้นดังนี้

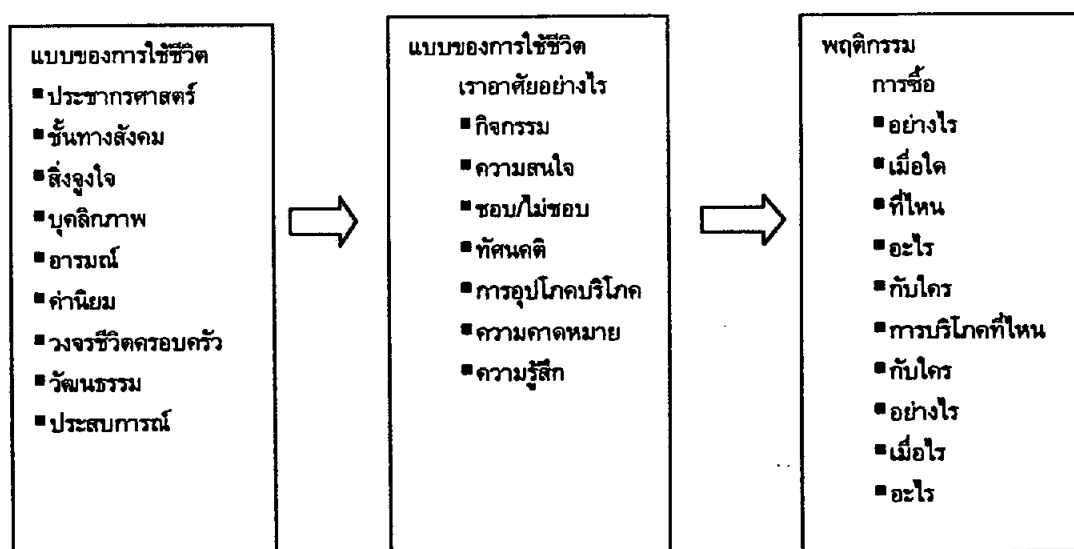
1. บทบาททางสังคม (Social Roles) โครงสร้างของความสัมพันธ์ของบทบาทภายในครอบครัวของไทยเปลี่ยนไปจากเดิมมาก แต่เดิมสตรีอยู่กับบ้านและทำหน้าที่ตัดสินใจกับเรื่องต่างๆ ภายในบ้านของตน สามีมักจะทำหน้าที่ในการตัดสินใจซื้อและซื้อมาให้ ในปัจจุบันสตรีได้รับการศึกษาสูงขึ้นออกไปทำงานนอกบ้าน จึงทำให้สตรีมีบทบาทสำคัญในการซื้อและมีอำนาจซื้อในอัตราส่วนสูงทีเดียวในตลาด ซึ่งก็เปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่แก่แบบของการใช้ชีวิตของครอบครัวไทย ในปัจจุบันนี้สมาชิกแต่ละครอบครัวต่างก็มีบทบาทและอิทธิพลต่อการซื้อสิ่งของให้กับครอบครัวมากทีเดียว เมื่อมีการตัดสินใจเลือกตราซื้อของสินค้าใหญ่ๆ ก็มักมีการร่วมกันตัดสินใจ

2. เวลาสำหรับการพักผ่อน (Leisure Time) ปัจจุบันเราทำงานน้อยลงเหลือสัปดาห์ละ 5 วัน ดังนั้นปรัชญาของการใช้เวลาพักผ่อน จึงมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของแบบการใช้ชีวิตเช่น กีฬาเพื่อการพักผ่อน การไปเที่ยวชายหาด การออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน เป็นต้น การเพิ่มเวลาพักผ่อนจะนำไปสู่แบบของการใช้ชีวิตที่แตกต่างไปจากเดิมตั้งแต่การดำรงชีพในครอบครัวไปจนถึงการแต่งกาย

3. ช่วงเวลาของชีวิต (Pace of Living) ในขณะนี้มีการเร่งช่วงเวลาของชีวิตมากขึ้น บุคคลจะไม่ใคร่เต็มใจที่จะรอเวลาที่จะตอบสนองความต้องการสำหรับสินค้าหรือบริการต่างๆ แม้ว่าเขาจะไม่มีเงินพอที่จะซื้อก็ตาม แนวโน้มทางสังคมและจิตวิทยานี้จะเพิ่มพูนความสำคัญในการให้สินเชื่อในการขายของนักการตลาด ตลอดจนถึงบริการขายผ่อนส่งของบริษัทต่างๆ ในรูปเครื่องจักรและระบบอัตโนมัติ มีเครื่องสำหรับขายสินค้า ตลอดจนเครื่องยนต์กลไกในการบรรจุสินค้า ผลิตภัณฑ์ ประทับตราสินค้าไว้ เพื่อให้ทันกับความต้องการของสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ราคาอาจจะต่ำลงแต่บริการดีขึ้น

4. การเคลื่อนที่ทางสังคม (Social Mobility) การเคลื่อนที่ทางสังคมเป็นลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของแบบของการใช้ชีวิตของผู้บริโภคซึ่งหมายถึงสิ่งต่างๆ เช่น การเปลี่ยนงานรายได้เพิ่มและการแยกจากบุคคลยุคก่อนหน้าตน เป็นต้น การศึกษาเพิ่มขึ้นโดยกระตือรือร้นและกลายเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มการเคลื่อนที่ทางสังคม นอกจากนั้นการศึกษาได้ทำให้งานเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายภายในชั้นของสังคมง่ายขึ้น และเป็นต้นเหตุให้บุคคลหวังที่จะหารายได้สูงขึ้นในอนาคต ปรากฏว่าในปัจจุบันนี้นิสัยของการใช้จ่ายและแบบแผนของครอบครัวได้เปลี่ยนไปโดยขึ้นอยู่กับความปรารถนาและความคาดหวังมากกว่าที่จะขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบัน เราจะเห็นได้ว่าการใช้สินค้าเพิ่มขึ้นและการเคลื่อนที่ก็เพิ่มมากขึ้น ชนชั้นกลางมีมากขึ้น การเคลื่อนที่ทางภูมิศาสตร์ก็มีมากขึ้นด้วย บุคคลย้ายจากท้องถิ่นเข้าไปในเมืองใหญ่โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครจนแน่นไปหมด

แบบของการใช้ชีวิตของเราแต่ละคน นำไปสู่การแสดงออกของสถานการณ์ ประสบการณ์ชีวิต ค่านิยม ทัศนคติและความคาดหวัง แบบของการใช้ชีวิตได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ มากมาย บุคคลและครอบครัวต่างก็มีแบบของการใช้ชีวิต แบบของการใช้ชีวิตครอบครัวถูกกำหนด(ส่วนหนึ่ง) โดยแบบของการใช้ชีวิตของตัวบุคคล และในทำนองกลับกันแบบของการใช้ชีวิตตัวบุคคลจะถูกกำหนด(ส่วนหนึ่ง) โดยครอบครัว(อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543:260-266)



ภาพประกอบ 3 แบบของการใช้ชีวิตกับอิทธิพลต่อพฤติกรรม

เราอาจจะแบ่งแบบของการใช้ชีวิตได้หลายแบบ B.E.Bryant สํารวจพบว่าบุคคลที่มีกิจกรรมนอกบ้านมีแบบของการใช้ชีวิตดังนี้(อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543:260-266)

1. แข่งกันแสวงหาความตื่นเต้นคือชอบเสี่ยงอันตรายและแข่งขัน
2. ดินดัวที่จะไปสู่ธรรมชาติคือ พักผ่อนนอกบ้านลดความเครียด
3. มุ่งรูปร่างดี คือ กิจกรรมนอกบ้านพาไปสู่การมีรูปร่างดี
4. มุ่งสุขภาพ เช่น ขับรถและเที่ยวสวนสัตว์เพื่อความพอใจและสุขภาพ
5. ไม่เครียด และไม่มัวอะไรจูงใจได้คือไม่สนใจกิจกรรมนอกบ้าน

James F. Engel และคณะได้ให้คำนิยามแบบของการดำรงชีพว่าเป็นแบบที่บุคคลดำรงชีพและใช้จ่ายเวลาและเงิน (Patterns In Which People Live and Spend Time and Money) พอจำแนกให้เห็นได้ว่าคำนิยามนี้กล่าวถึง(อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543:260-266)

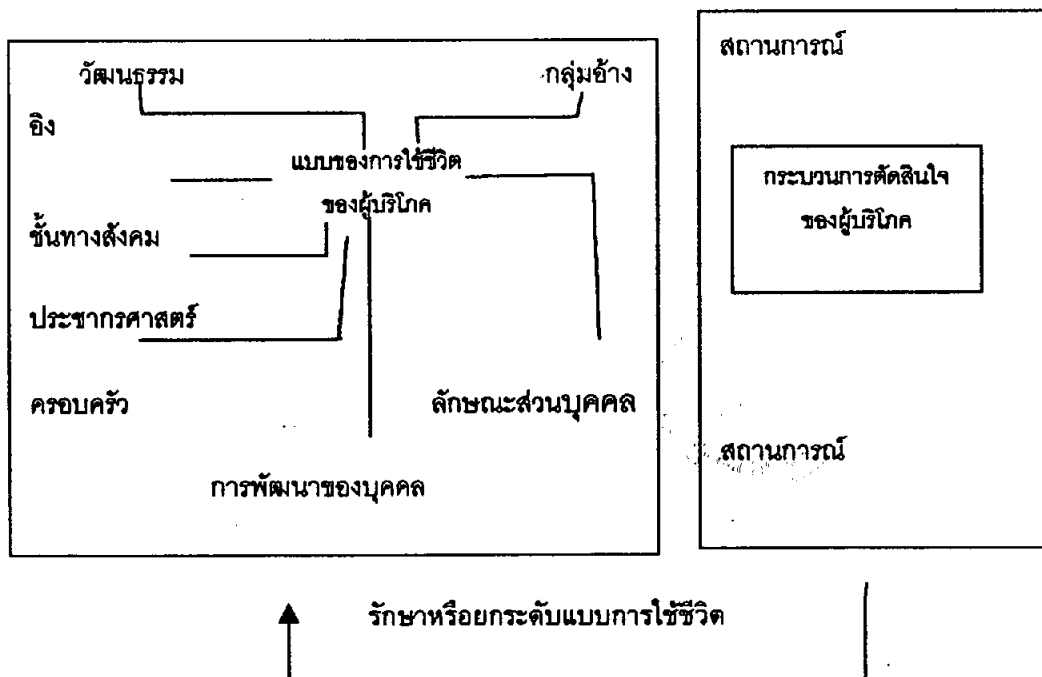
1. วิธีที่เราดำรงชีพ (How We Live) อาหารเข้าทานกาแฟ ขนมปัง (ปรุงได้รวดเร็วและคนใช้เป็นผู้เตรียมอาหาร)

2. สินค้าที่เราซื้อ (Products We Buy) จริงอยู่วัฒนธรรมในการกินอยู่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนัก แต่สินค้ามีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเสนอขาย ไม่มีการแบ่งขายเป็นชิ้น มีอาหารสำเร็จรูปแช่เย็น สรุปแล้ววิธีการขายและวิธีการซื้อในสมัยปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้เหมาะสมกับแบบการใช้ชีวิตของบุคคล

3. วิธีการใช้สินค้า (How You Use Them) เห็นได้ว่าเสื้อผ้าซื้อมาใส่ได้ทันที อาหารสำเร็จรูปปรุงได้ทันทีด้วยเตาธรรมชาติ หรือ ไมโครเวฟ สรุปแล้วการใช้สินค้าสะดวกขึ้น

4. มองสินค้าอย่างไร (What Do You Think About Them) สินค้าถูกมองว่านำมาใช้เพื่อผ่อนคลายและประหยัดเวลา

5. แบบของการใช้ชีวิตขึ้นอยู่กับปัจจัยมากมาย แบบของการใช้ชีวิตจะได้รับอิทธิพลของปัจจัยหลายอย่าง เช่น วัฒนธรรมชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ความต้องการ ทัศนคติ และลักษณะส่วนบุคคล ฯลฯ เมื่อปัจจัยเหล่านี้เปลี่ยนแปลงแบบการใช้ชีวิตจะเปลี่ยนด้วย



ภาพประกอบ 4 แบบของการใช้ชีวิตกับปัจจัยที่มีอิทธิพล

การจำแนกลักษณะของแบบของการใช้ชีวิต(อคุลย์ จาตุรงคกุล. 2543:260-266)

แบบของการใช้ชีวิตสามารถจำแนกตามลักษณะได้ดังนี้

1. ตื่นตัวกับไม่ตื่นตัว (Active Versus Passive) เช่น ผู้บริโภคเข้าร่วมในการเล่นกีฬาหรือเข้าดูคอนเสิร์ตรายการสด
2. การโอ้อวดกับการส่วนตัว (Ostentatious Versus Private) แบบแรกแสวงหาสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จที่ปวงชนยอมรับ ซึ่งตรงข้ามกับแบบหลังแสวงหาสินค้าที่ใช้เฉพาะตัว
3. ครอบครัวกับอาชีพ(Family Versus Career) แบบแรกมีบุตรและใช้เวลาไปกับกิจกรรมของครอบครัว แต่แบบหลังไม่มีบุตรและใช้เวลาเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ
4. ท้องถิ่นกับนครหลวง (Local Versus Cosmopolitan) แบบแรกเข้าร่วมกับชมรมท้องถิ่นกับแบบหลังเข้าร่วมกับโลกที่กว้างกว่า

แบบของการใช้ชีวิตครอบครัว(อคุลย์ จาตุรงคกุล. 2543:260-266)

ทั้งตัวบุคคลและครอบครัวมีแบบของการใช้ชีวิต ถูกกำหนดโดยแบบของการใช้ชีวิตของสมาชิกแต่ละคน

Psychographics(อคุลย์ จาตุรงคกุล. 2543:260-266)

เป็นเทคนิคที่นักวิจัยผู้บริโภคใช้เพื่อวัด แบบของการใช้ชีวิต คำที่ใช้แทนกันคือ AIO ซึ่งหมายถึงการวัดกิจกรรม(Activities) ความสนใจ (Interest) และความเห็น (Opinion)

คำที่เหมาะสมในการวัดแบบการใช้ชีวิตเนื่องจากว่าเป็นการวัด สิ่งที่บุคคลกระทำ (What People Do)

A ซึ่งหมายถึงปฏิกิริยาที่แสดงออก เช่น ดูโทรทัศน์ จ่ายของในร้านค้าหรือเล่าให้เพื่อนฟังเกี่ยวกับบริการซ่อมรถของอยู่ประจำ แม้ว่าปฏิกิริยานี้ใครๆก็เห็นอยู่แต่ก็ไม่สามารถให้เหตุผลของการกระทำได้หมด และก็ไม่ใคร่จะมีใครทำการวัดเพื่อหาเหตุผลของปฏิกิริยานี้

I คือความสนใจ เป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุโดยมีระดับของความตื่นตัวเกิดขึ้นได้ตั้งใจติดต่อกันหรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษกับมัน

O คือความคิดเห็นเป็นไปในรูปคำพูดหรือ เขียนตอบ ที่บุคคลตอบต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่มีการถามคำถาม ความคิดเห็นเราใช้เพื่ออธิบายการแปลความหมาย การคาดคะเน และการประเมินค่า เช่นเชื่อในสิ่งซึ่งบุคคลอื่นตั้งใจ ความเชื่อเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคต ประเมินรางวัลที่จะได้รับจากการเลือกทางเลือกและโทษที่จะเป็นผลของการเลือกทางเลือก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภาภรณ์ พรหมดีราช (2541) ศึกษา เรื่อง "ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลสุขภาพตนเอง" พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,001-10,000บาท และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ในเรื่องการรับชมรายการสุขภาพทางโทรทัศน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับชม 1-3 วันต่อสัปดาห์ และชมเฉพาะบางช่วงที่น่าสนใจหรือชมสลับกับรายการอื่น ส่วนใหญ่เปิดรับชมทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และช่อง 9 ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน รูปแบบที่รับชม นิยมชมรูปแบบสัมภาษณ์และสนทนา โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงรูปแบบสารคดีสั้น การทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนเป็นคุณลักษณะทางประชากรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชม และยังพบว่าระดับความตั้งใจชมมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ที่ได้รับจากรายการสุขภาพในด้าน

การส่งเสริมสุขภาพและการฟื้นฟูสภาพ รวมทั้งระดับความตั้งใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมเหล่านั้น
ตรวจสอบสุขภาพประจำปีกับแพทย์อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

อนุชิต มุราธาพิทย์ (2542) ศึกษาเรื่อง "ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ ตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3" พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมรายการ ตีสิบ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-23 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียนและนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สำหรับพฤติกรรมในการชมรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมบ่อยๆ (3 ครั้งต่อเดือน) และชมเป็นเวลานานมากกว่า 8 เดือนขึ้นไป โดยตั้งใจชมมากแต่เปลี่ยนช่องเมื่อมีโฆษณา และชอบชมช่วงเรียลทีวี่มากที่สุดและชอบเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนทัศนคติต่อรายการ ตีสิบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติทั่วไปต่อรายการ และทัศนคติต่อรายการในแต่ละช่วงดีมาก โดยช่วงเปิดรายการ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดีมากที่สุด รองลงมาคือช่วงเรียลทีวี่ ส่วนความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการ ตีสิบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินและความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ทันโลก

อิศราวดี ชำนาญกิจ (2542) ศึกษาเรื่อง "ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์" พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน นักศึกษา มีอายุ 18-25 ปี เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง พื้นที่ความรู้ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ในส่วนการรับชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์มากกว่า 4 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ คือ 18.00-20.00 น. และ 21.00-24.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมจำนวนใกล้เคียงกับส่วนรายการที่สนใจนั้น ส่วนใหญ่สนใจติดตามชมรายการข่าว โดยเฉพาะข่าวประจำวันและวิเคราะห์ข่าว มีการรับชมรายการการเมืองค่อนข้างบ่อย แต่ไม่ทุกวัน รายการการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเอ่ยถึงเป็นชื่อแรกคือ รายการข่าวช่อง 7 สี ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดและสถานีโทรทัศน์ที่ติดตามชมรายการด้านการเมืองมากที่สุด คือ ช่อง ITV การศึกษาทัศนคติทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเมืองในแง่บวก โดยภาพรวมมีความเข้าใจการเมืองค่อนข้างสูง

การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกิดการเรียนรู้ มีความรู้ทางการเมืองที่ใหม่ ทันสมัยและมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของตนโดยตรง กลุ่มตัวอย่างสามารถทบทวนความรู้ทางการเมือง ได้รับประโยชน์จากข้อมูลที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้ เรื่องการเมืองที่เข้าใจง่าย ไม่เครียด ให้ความเพลิดเพลินสนุกสนานเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

ฐิตินัน บุญภาพ (2542) ศึกษาเรื่อง "วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลังปี ค.ศ. 2000" พบว่า ภาพรวมของรายการโทรทัศน์ในอนาคตน่าจะมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีเกิดขึ้น คือ รายการโทรทัศน์ประเภทสาระจะเพิ่มจำนวนขึ้นในระดับหนึ่งตามความต้องการของผู้ดู ผู้ชมในอนาคตที่ต้องการสาระประโยชน์จากรายการโทรทัศน์มากขึ้น รายการที่มีกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ชัดเจน (Segmentation)

ศกุนต์ สายบุญลี (2543) ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์รายการสารคดีพัฒนาชุมชน" พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 16 ปี จนถึง 71 ปี เกือบครึ่งมีการศึกษาระดับประถมศึกษา สองในสามมีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท และมีอาชีพรับจ้าง รองลงมาหนึ่งในสามเป็นเกษตรกร มากกว่าครึ่งไม่มีอาชีพเสริม แต่งงานแล้วและมีสถานภาพทางสังคม ด้านความพึงพอใจต่อการรับชมรายการสารคดีพัฒนาชุมชน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเทคนิคอยู่ในเกณฑ์พอใจมาก

เกี่ยวกับการภาพถ่ายคมชัด ภาพสวยงาม การเปิดรายการมีเสียงดนตรีประกอบ และความต่อเนื่องของภาพ มีความพึงพอใจในด้านการดำเนินรายการอยู่ในเกณฑ์สูงมากในสามเรื่อง คือ เรื่องที่นำมาเสนอได้นำสนใจ การใช้ภาษาในรายการเข้าใจง่าย และผู้ดำเนินรายการพูดจาคล่องแคล่ว

✓ รัตนพร ไม้ตราวัฒนา(2544) ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการรับชมรายการซูรัก ซูสทางสถานีโทรทัศน์ช่อง3 เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน" พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 18-24ปี มีสถานภาพสมรส โสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด ด้านพฤติกรรมการรับชมรายการซูรัก ซูส พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมในระดับปานกลาง กล่าวคือ โดยส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมประมาณ 2ครั้งต่อเดือน (รับชมบ้างเป็นบางครั้ง) สำหรับผู้ที่มีความถี่ในการรับชมน้อยมากก็เนื่องมาจากเหตุผลหลัก คือ ช่วงเวลาที่ออกอากาศไม่สะดวกแก่การรับชม สำหรับความตั้งใจชมพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมเฉพาะช่วงที่น่าสนใจ มีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการประมาณ 30นาที และมีลักษณะการรับชมรายการโดยรับชมตามลำพังมากที่สุด

ธิดิมา ปิยะศิริศิลป์ (2544) "ศึกษาพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี" พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ในเรื่องข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจ ทนต่อเหตุการณ์มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ส่วนความพึงพอใจด้านการดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการใช้คำถามได้ตรงประเด็นมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์มากที่สุดในด้านการทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม โดยมีการใช้ประโยชน์ระดับมาก ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรส ไม่มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ และไม่มีผลกับความพึงพอใจโดยรวม พฤติกรรมการรับชมที่เกี่ยวกับ เหตุผลที่รับชม ผู้ที่ร่วมชมด้วย สถานที่ที่เปิดรับชม การแสดงปฏิกิริยา และวิธีแสดงปฏิกิริยา ไม่มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ในขณะที่พฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม ระยะเวลาในการรับชม และพฤติกรรมการรับชม มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยทั้งหมดในข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดชื่อเรื่อง กรอบแนวคิด การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนั้นผู้วิจัยได้นำงานวิจัยของรุตินัน บุญภาพ(2542) มาใช้ประกอบการเรียบเรียงความภูมิหลัง นำงานวิจัยอื่นๆทั้งหมดมาศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง อันประกอบด้วยทฤษฎีทัศนคติ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ นำตัวอย่างแบบสอบถามของงานวิจัยเหล่านี้มาเป็นแนวทางประกอบการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิด และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานครโดยมีสาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับสารดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มตามระบบการบริหารและการปกครองของกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตบางซื่อ, เขตดุสิต, เขตพญาไท, เขตราชเทวี, เขตปทุมวัน, เขตพระนคร, เขตป้อมปราบ, เขตสัมพันธวงศ์และเขตบางรัก
2. กลุ่มบุรพา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง, เขตหลักสี่, เขตสายไหม, เขตบางเขน, เขตจตุจักร, เขตลาดพร้าว, เขตบึงกุ่ม, เขตบางกะปิและเขตวังทองหลาง
3. กลุ่มศรีนครินทร์ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง, เขตมีนบุรี, เขตคลองสามวา, เขตหนองจอก, เขตลาดกระบัง, เขตประเวศ, เขตสวนหลวง, เขตบางคอแหลมและเขตยานนาวา
4. กลุ่มเจ้าพระยา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดินแดง, เขตห้วยขวาง, เขตวัฒนา, เขตคลองเตย, เขตบางนา, เขตพระโขนง, เขตสาทร, เขตบางคอแหลมและเขตยานนาวา
5. กลุ่มกรุงธนใต้ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน, เขตบางบอน, เขตจอมทอง, เขตราษฎร์บูรณะ, เขตทุ่งครุ, เขตธนบุรี, เขตคลองสานและเขตบางแคว
6. กลุ่มกรุงธนเหนือ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด, เขตตลิ่งชัน, เขตบางกอกน้อย, เขตบางกอกใหญ่, เขตภาษีเจริญ, เขตหนองแขมและเขตวัฒนา

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

พิจารณาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปเกี่ยวกับประชากรของ Taro Yamane ที่จัดทำขึ้น โดยสำนักวิจัยแผนกฟื้นฟูทะเลและชุมชนนิวยอร์ก กำหนดขนาดของตัวอย่างที่ระดับความสำคัญ 0.05 โดยคิดค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.5 ที่จำนวนประชากรมากกว่า 100,000คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543: 284)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) โดยมีลำดับดังนี้

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีชั้นภูมิ(Stratified Random Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ๆตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร
2. ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มอย่างง่าย(Simple Random Sampling) โดยอาศัยการจับฉลาก จากขั้นตอนที่ 1 ในทุกกลุ่มใหญ่ ได้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 1 เขต รวมทั้งสิ้น 6 เขต
3. ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก(Convenience Sampling) ในแต่ละเขตจากขั้นตอนที่ 2 โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ที่เกี่ยวข้องรายการสำรวจโลก ช้อง 9 อ.ส.ม.ท.เท่านั้น ในจำนวนเท่าๆกัน หากได้ตัวอย่างที่ไม่เคยชมจะข้ามตัวอย่างนั้นไป

ตาราง 1 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะชั้นภูมิ	รายชื่อเขต	จำนวนตัวอย่าง
กลุ่มรัตนโกสินทร์	เขตราชเทวี	66
กลุ่มบูรพา	จตุจักร	66
กลุ่มศรีนครินทร์	สวนหลวง	66
กลุ่มเจ้าพระยา	พระโขนง	66
กลุ่มกรุงธนใต้	บางแค	66
กลุ่มกรุงธนเหนือ	ทวีวัฒนา	66
สำรอง		4
รวม		400

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบและปลายเปิด ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะและข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน รวมทั้งสิ้น 31 ข้อ ในแต่ละส่วนมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำนวน 8 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิด ได้แก่

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. สำเร็จการศึกษา
5. รายได้
6. สถานภาพสมรส
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว
8. จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแบบการใช้ชีวิต จำนวน 3 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปลายเปิด ได้แก่

9. งานอดิเรก
10. ความสนใจ
11. กิจกรรมในเวลาสำหรับการพักผ่อน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำนวน 10 ข้อ เป็นแบบสอบถามในแบบมาตรاليةเกอร์ท(Likert Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยแบ่งออกเป็นรายละเอียด ดังนี้

12. เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป
13. เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้
14. เป็นรายการเหมาะสมกับคนทุกระดับ
15. เป็นรายการที่น่าเบื่อ
16. เป็นรายการที่ชวนติดตาม
17. ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม
18. ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม
19. เป็นเรื่องใกล้ตัว
20. เป็นรายการที่ควรรักษาไว้
21. เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำนวน 10 ข้อ เป็นแบบสอบถามในแบบมาตรاليةเกอร์ท(Likert Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และคำถามปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็นรายละเอียด ดังนี้

22. ท่านได้รับความรู้จากรายการ
23. ท่านได้ใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์
24. ท่านได้รับความเพลิดเพลินจากรายการ
25. ท่านพึงพอใจกับเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง
26. ท่านพึงพอใจกับผู้ดำเนินรายการ
27. ท่านพึงพอใจกับขั้นตอนการดำเนินรายการ
28. ท่านพึงพอใจกับระบบภาพที่น่าสนใจ
29. ท่านพึงพอใจกับระบบเสียงที่น่าสนใจ
30. ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป
31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ และความพึงพอใจ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบบการใช้ชีวิต พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1. แบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำนวน 8 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิด

ส่วนที่ 2. แบบสอบถามแบบการใช้ชีวิต จำนวน 3 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิด

ส่วนที่ 3. แบบสอบถามทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำนวน 10 ข้อ เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราลิกเออร์ท(Likert Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก

โดยกำหนดระดับคะแนน ดังต่อไปนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน

ยกเว้นในข้อ 13, 15 และ 19 กำหนดระดับคะแนน ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน
เห็นด้วย	2 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	4 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน

ส่วนที่ 4. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำนวน 10 ข้อ เป็นแบบสอบถามในแบบมาตราลิกเออร์ท(Likert Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก และคำถามปลายเปิด

โดยกำหนดระดับคะแนน ดังต่อไปนี้

พอใจอย่างยิ่ง	5 คะแนน
พอใจ	4 คะแนน
เฉยๆ	3 คะแนน
ไม่พอใจ	2 คะแนน
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	1 คะแนน

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้คณะกรรมการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม

4. ทำการหาคุณภาพของเครื่องมือ

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้ความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้
2. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10-50 คน เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538:125-126) และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งชี้แจงข้อมูลและรอบเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองตามพื้นที่ในการวิจัย ในช่วงวันที่ 1 มีนาคม ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2545

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ลงรหัส (Coding) นำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC
2. นำข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบบการใช้ชีวิต ทักษะคิด และความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามมาคิดเป็นร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในรูปตารางประกอบความเรียงเกี่ยวกับทักษะคิดและความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
3. นำข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีต่อทักษะคิดและความพึงพอใจมาคิดค่าด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ T-Test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ในเรื่องของ เพศ ทดสอบสมมติฐาน 1 และ 2 ใช้การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม
4. นำค่าสถิติ Correlation หาค่าความสัมพันธ์ตัวแปรของแบบการใช้ชีวิต ทักษะคิดและความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เพื่อทดสอบสมมติฐาน 3 (4) และ 5

5. เกณฑ์ระดับความสำคัญของทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้(มัลลิกา บุญนาค. 2537 :29)

$$\begin{aligned}\text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยเกณฑ์ระดับความสำคัญของทัศนคติ (คำถามในข้อ 12 – 21)และความพึงพอใจ (คำถามในข้อ 22 – 30)ของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สามารถกำหนดได้ ดังนี้

ตาราง 2 เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของทัศนคติ (คำถามข้อ 12 – 21) และความพึงพอใจ (คำถามข้อ 22 – 30)ของผู้ชมรายการสำรวจโลก

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับทัศนคติ	ระดับความพึงพอใจ
4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	พอใจอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย	พอใจ
2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ	เฉยๆ
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย	ไม่พอใจ
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่พอใจอย่างยิ่ง

ยกเว้นข้อ 13, 15 และ 19

ตาราง 3 เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของทัศนคติ(คำถามข้อ 13, 15 และ 19)

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับทัศนคติ
1.00 – 1.80	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.81 – 2.60	เห็นด้วย
2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ
3.41 – 4.20	ไม่เห็นด้วย
4.21 – 5.00	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

6. เกณฑ์ระดับความสำคัญของทัศนคติรวมของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใช้สูตร
คำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้(มัลลิกา บุญนาค. 2537 :29)

$$\begin{aligned}\text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{50 - 10}{5}\end{aligned}$$

$$= 8.00$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยเกณฑ์ระดับความสำคัญของทัศนคติ (คำถามในข้อ 12 – 21) ของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สามารถกำหนดได้ ดังนี้

ตาราง 4 เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของทัศนคติรวม(คำถามข้อ 12 – 21) ของผู้ชมรายการสำรวจโลก
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับทัศนคติ
42.01 – 50.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
34.01 – 42.00	เห็นด้วย
26.01 – 34.00	ไม่แน่ใจ
18.01 – 26.00	ไม่เห็นด้วย
10.00 – 18.00	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

7. เกณฑ์ระดับความสำคัญของทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้(มัลลิกา บุญนาค. 2537:29)

$$\begin{aligned} \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{45 - 9}{5} \end{aligned}$$

$$= 7.20$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยเกณฑ์ระดับความสำคัญของความพึงพอใจ (คำถามในข้อ 22-30) ของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สามารถกำหนดได้ ดังนี้

ตาราง 5 เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของความพึงพอใจรวม(คำถามข้อ 22 – 30) ของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับความพึงพอใจ
37.81 – 45.00	พอใจอย่างยิ่ง
30.61 – 37.80	พอใจ
23.41 – 30.60	เฉยๆ
16.21 – 23.40	ไม่พอใจ
9.00 – 16.20	ไม่พอใจอย่างยิ่ง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

I. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) สำหรับการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบบการใช้ชีวิต ทัศนคติ ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541:40)

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

$\bar{X}$ เมื่อแทน คะแนนค่าเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 40)

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

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538:125-126)

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

α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum s_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละรายข้อ

s_t^2 แทน ผลรวมของความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้

3.1 ค่า t-Test เพื่อ ทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ) ที่แตกต่างกันมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช้อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน โดยใช้สูตร Independent t-Test ณ.ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 (ล้วน สายยศ. 2538:134) ดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$\bar{X}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S^2_1 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S^2_2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 ค่า ANOVA (One Way Analysis of Variance) ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ(ยกเว้นเพศ) “ F-Test ” (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2544 :175)

โดยใช้สูตร F-Test

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

เมื่อ F แทนค่าแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน F-distribution

MS_b แทนความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทนความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.3 Fisher Least Significant Difference (LSD) (ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. 2544:316) เป็นการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม (μ_i, μ_j) ใช้เมื่อผลของ ANOVA หรือ F-test นั้น significant กล่าวคือ ปฏิเสธ H_0 หรือยอมรับ H_A ที่ว่า “ ค่าเฉลี่ยของทุกกลุ่มไม่เท่ากันหมด หรือมีอย่างน้อย 1 กลุ่ม ที่มีค่าเฉลี่ย (μ) ต่างจากค่าเฉลี่ยกลุ่มอื่นๆ ”

สมมติฐาน $H_0: \mu_i = \mu_j$

$H_A: \mu_i \neq \mu_j$

วิธีการคือ

$$\text{การเปรียบเทียบค่า } (\bar{X}_i - \bar{X}_j) \text{ กับ } (t_{\alpha, df} \cdot \sqrt{2(S_p^2) \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)})$$

เมื่อ α คือ ระดับนัยสำคัญ

df คือ df ของความแตกต่างภายในกลุ่ม

S_p^2 คือ MSW จากตาราง ANOVA

n_i, n_j คือ จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

ถ้าค่า $(X_i - \bar{X}_j)$ มากกว่าค่าทางขวามือ แสดงว่าปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_A โดยจะทำการทดสอบเฉพาะคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในทิศทางคิตและความพึงพอใจรายด้านที่มีค่าเฉลี่ย > 4.20 เท่านั้น

3.4 ค่า Correlation เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ในสมมติฐาน 3, 4, และ 5 โดยใช้สถิติทดสอบค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้สูตร ดังนี้ (สุณี รักษาเกียรติศักดิ์. 2539:117)

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$\sum X$	แทน ผลรวมคะแนนรายข้อ (item) ของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum Y$	แทน ผลรวมคะแนนรายข้อ (total) ของทั้งกลุ่ม
$\sum X^2$	แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum Y^2$	แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum XY$	แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
N	แทน จำนวนคน หรือ กลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ (วินัส ฤาชัย. 2543:2-14-2-17)

ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน

ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กัน

มาก

ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันและมีความสัมพันธ์

กันมาก

ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยตามกำหนดในวัตถุประสงค์และตอบคำถามสมมติฐาน ตลอดจนแปลผลทางสถิติในเชิงสถิติของงานวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- ✓ ส่วนที่ 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
- ส่วนที่ 2. แบบการใช้ชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
- ส่วนที่ 3. ทักษะที่มีต่อรายการของกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
- ✓ ส่วนที่ 4. ความพึงพอใจที่มีต่อรายการของกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
- ✓ ส่วนที่ 5. การทดสอบสมมติฐาน
- ส่วนที่ 6. ข้อเสนอแนะอื่นๆต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ส่วนที่ 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ตาราง 6 แสดงค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศและอายุ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	146	36.5
	หญิง	254	63.5
	รวม	400	100.0
อายุ	น้อยกว่า 15 ปี	12	3.0
	15 – 20 ปี	61	15.2
	21 – 25 ปี	70	17.5
	26 – 30 ปี	85	21.2
	31 – 35 ปี	65	16.2
	36 – 40 ปี	64	16.0
	41 – 45 ปี	23	5.8
	46 – 50 ปี	8	2.0
	51 – 55 ปี	5	1.3
	56 – 60 ปี	3	0.8
	มากกว่า 60 ปี	4	1.0
	รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและอายุมีดังนี้
 เพศ พบว่า เพศหญิง มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 254 คิดเป็นร้อยละ 63.5 ส่วนเพศชายมี
 ความถี่ 146 คิดเป็นร้อยละ 36.5

อายุ พบว่า อายุระหว่าง 26 – 30 ปี มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 85 คิดเป็นร้อยละ 21.2 อายุ
 ระหว่าง 21 – 25 ปี, 31 – 35 ปี, 36 – 40 ปี, 15 – 20 ปี, 41 – 45 ปี, น้อยกว่า 15 ปี, 46 – 50 ปี, 51 –
 55 ปี, มากกว่า 60 ปีและ 56 – 60 ปี มีจำนวนความถี่เท่ากับ 70, 65, 64, 61, 23, 12, 8, 5, 4 และ 3 คิด
 เป็นร้อยละ 17.5, 16.2, 16.0, 15.2, 5.8, 3.0, 2.0, 1.3, 1.0 และ 0.8 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพและการสำเร็จการศึกษา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
อาชีพ	รับจ้าง	35	8.8
	นักเรียน/นักศึกษา	105	26.3
	ข้าราชการ	17	4.3
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	2.8
	พนักงานบริษัทเอกชน	191	47.8
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	5.8
	ไม่ประกอบอาชีพ	11	2.8
	อื่นๆ	7	1.8
รวม		400	100.0
สำเร็จการศึกษา	ประถมศึกษา	29	7.2
	มัธยมศึกษา	59	14.8
	อาชีวศึกษา(ปวช.,ปวส.)	65	16.2
	ปริญญาตรี	227	56.8
	สูงกว่าปริญญาตรี	20	5.0
รวม		400	100.0

จากตาราง 7 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพและการสำเร็จการศึกษา มีดังนี้

อาชีพ พบว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 191 คิดเป็นร้อยละ 47.8 นักเรียนนักศึกษา, รับจ้าง, ประกอบธุรกิจส่วนตัว, ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ไม่ประกอบอาชีพและอื่นๆ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 105, 35, 23, 17, 11, 11 และ 7 คิดเป็นร้อยละ 26.3, 8.8, 5.8, 4.3, 2.8, 2.8 และ 1.8 ตามลำดับ

การสำเร็จการศึกษา พบว่า สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 227 คิดเป็นร้อยละ 56.8 สำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษา (ปวช.,ปวส.), ระดับมัธยม, ระดับประถมศึกษาและระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนความถี่เท่ากับ 65, 59, 29 และ 20 คิดเป็นร้อยละ 16.2, 14.8, 7.2 และ 5.0 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพสมรส

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	ต่ำกว่าเดือนละ 5,000	106	26.4
	5,000 – 10,000	57	14.2
	10,001 – 15,000	59	14.8
	15,001 – 20,000	41	10.2
	20,001 – 25,000	36	9.0
	25,001 – 30,000	20	5.0
	30,001 – 35,000	23	5.8
	35,001 – 40,000	23	5.8
	40,000 ขึ้นไป	35	8.8
	รวม	400	100.0
สถานภาพสมรส	โสด	285	71.2
	สมรส	106	26.5
	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่	9	2.3
	รวม	400	100.0

จากตาราง 8 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพสมรส มีดังนี้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าห้าพันบาทมีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 106 คิดเป็นร้อยละ 26.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท, 5,000 – 10,000 บาท, 15,001 – 20,000 บาท, 20,001 – 25,000 บาท, 40,001 บาทขึ้นไป, 30,001 – 35,000 บาท, 35,001 – 40,000 บาท และ 25,001 – 30,000 บาท มีจำนวนความถี่เท่ากับ 59, 57, 41, 36, 35, 23, 23 และ 20 คิดเป็นร้อยละ 14.8, 14.2, 10.2, 9.0, 8.8, 5.8, 5.8 และ 5.0 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพโสดมีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 285 คิดเป็นร้อยละ 71.2 สถานภาพสมรส, หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 106 และ 9 คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ 2.3 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวและจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน	47	11.8
	3 – 5 คน	261	65.2
	6 – 8 คน	77	19.2
	9 – 11 คน	11	2.8
	12 คนขึ้นไป	4	1.0
	รวม	400	100.0
จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน	1 เครื่อง	93	23.3
	2 เครื่อง	166	41.5
	3 เครื่อง	72	18.0
	ตั้งแต่ 4 เครื่องขึ้นไป	69	17.2
	รวม	400	100.0

จากตาราง 9 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวและจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน มีดังนี้

จำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 5 คน มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 261 คิดเป็นร้อยละ 65.2 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 6 – 8 คน, น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน, 9 – 11 คน และ 12 คนขึ้นไป มีจำนวนความถี่เท่ากับ 77, 47, 11 และ 4 คิดเป็นร้อยละ 19.2, 11.8, 2.8 และ 1.0 ตามลำดับ

จำนวนโทรทัศน์ทั้งหมดในครัวเรือน พบว่า จำนวน 2 เครื่อง มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 166 คิดเป็นร้อยละ 41.5 , จำนวน 1, 3 และมากกว่าหรือเท่ากับ 4 เครื่อง มีจำนวนความถี่เท่ากับ 93, 72 และ 69 คิดเป็นร้อยละ 23.3, 18.0 และ 17.2 ตามลำดับ

267

ส่วนที่ 2 แบบการใช้ชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ตาราง 10 แสดงค่าความถี่และร้อยละของแบบการใช้ชีวิต จำแนกตามลักษณะงานอดิเรก

ลักษณะงานอดิเรก		ความถี่	ร้อยละ
งานอดิเรก	การสะสมสิ่งของต่างๆ	5	1.2
	เล่นกีฬา	80	20.0
	ข้อปิ้ง	51	12.8
	ปลูกต้นไม้	24	6.0
	เลี้ยงสัตว์	14	3.5
	ชมภาพยนตร์	64	16.0
	ฟังเพลง	121	30.3
	อื่นๆ	41	10.2
รวม		400	100.0

จากตาราง 10 พบว่า แบบการใช้ชีวิต จำแนกตามลักษณะงานอดิเรก มีดังนี้

ลักษณะงานอดิเรกประเภทการฟังเพลงมีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 121 คิดเป็นร้อยละ 30.3 ส่วนลักษณะงานอดิเรกประเภทเล่นกีฬา, ชมภาพยนตร์, ข้อปิ้ง, อื่นๆ, ปลูกต้นไม้, เลี้ยงสัตว์ และการสะสมสิ่งของต่างๆ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 80, 64, 51, 41, 24, 14 และ 5 และ คิดเป็นร้อยละ 20.0, 16.0, 12.8, 10.2, 6.0, 3.5 และ 1.2 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าความถี่และร้อยละของแบบการใช้ชีวิต จำแนกตามลักษณะความสนใจ

ลักษณะความสนใจ		ความถี่	ร้อยละ
ความสนใจ	การเมือง	26	6.5
	กีฬา	65	16.2
	บันเทิง	103	25.7
	ธรรมชาติ	84	21.0
	อาหาร	32	8.0
	สุขภาพ	32	8.0
	เทคโนโลยี	43	10.8
	อื่นๆ	15	3.8
รวม		400	100.0

จากตาราง 11 พบว่า แบบการใช้ชีวิต จำแนกตามลักษณะความสนใจ มีดังนี้

ลักษณะความสนใจประเภทบันเทิงมีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 103 คิดเป็นร้อยละ 25.7 ความสนใจในธรรมชาติ, กีฬา, เทคโนโลยี, อาหาร, สุขภาพ, การเมือง และอื่นๆ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 84, 65, 43, 32, 32, 26 และ 15 คิดเป็นร้อยละ 21.0, 16.2, 10.8, 8.0, 8.0, 6.5 และ 3.8 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าความถี่และร้อยละของแบบการใช้ชีวิต จำแนกตามลักษณะกิจกรรมที่ชอบมากที่สุด สำหรับเวลาในการพักผ่อน

ลักษณะกิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อน		ความถี่	ร้อยละ
กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อน	ไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ	135	33.7
	ออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน	31	7.8
	พักผ่อนอยู่กับบ้าน	83	20.8
	ชมภาพยนตร์, ฟังเพลง	74	18.5
	เล่นกีฬา	38	9.5
	พบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง	32	8.0
	อื่นๆ	7	1.7
รวม		400	100.0

จากตาราง 12 พบว่า ของแบบการใช้ชีวิต จำแนกตามลักษณะกิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อน มีดังนี้

ลักษณะกิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนประเภท คือ ไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 135 คิดเป็นร้อยละ 33.7 ส่วนการพักผ่อนอยู่กับบ้าน, ชมภาพยนตร์/ฟังเพลง, เล่นกีฬา, พบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง, การออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน และอื่นๆ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 83, 74, 38, 32, 31 และ 7 คิดเป็นร้อยละ 20.8, 18.5, 9.5, 8.0, 7.8 และ 1.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ทักษะของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ตาราง 13 แสดงค่าระดับทักษะของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติรวมและทัศนคติด้านต่างๆ ดังนี้

ทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยง เบนมาตร ฐาน (S.D.)
ทัศนคติรวม	400	26	50	39.30	3.87
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ ความรู้ทั่วไป	400	3	5	4.52	0.51
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้	400	1	5	2.98	1.24

จากตาราง 13 พบว่า ค่าระดับทักษะของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามทัศนคติรวมและทัศนคติด้านต่างๆ มีดังนี้

ระดับทัศนคติรวมของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีค่าสูงสุดเท่ากับ 50 ต่ำสุดเท่ากับ 26 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 39.30 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.87

ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51

ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.24

ตาราง 14 แสดงค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติด้านต่างๆ ดังนี้

ทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัย	400	2	5	4.27	0.69
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	400	2	5	4.06	0.72

จากตาราง 14 พบว่า ค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามทัศนคติด้านต่างๆ มีดังนี้

ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัย มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69

ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อ มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

ตาราง 15 แสดงค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติด้านต่างๆ ดังนี้

ทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	400	2	5	3.95	0.68
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	400	1	5	3.52	0.83

จากตาราง 15 พบว่า ค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามทัศนคติด้านต่างๆ มีดังนี้

ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตาม มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68

ระดับทัศนคติด้านด้านเป็นรายการช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83

ตาราง 16 แสดงค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติด้านต่างๆ ดังนี้

ทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	400	1	5	3.60	0.81
เป็นเรื่องใกล้ตัว	400	1	5	3.69	0.91

จากตาราง 16 พบว่า ค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามทัศนคติด้านต่างๆ มีดังนี้

ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม มีระดับค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81

ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เป็นเรื่องใกล้ตัว มีระดับค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91

ตาราง 17 แสดงค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติด้านต่างๆ ดังนี้

ทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	400	2	5	4.40	0.57
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	400	2	5	4.30	0.62

จากตาราง 17 พบว่า ค่าระดับทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามทัศนคติด้านต่างๆ มีดังนี้

ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ มีระดับค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57

ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม มีระดับค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62



ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ตาราง 18 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความพึงพอใจรวมและความพึงพอใจด้านต่างๆ ดังนี้

ความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Minimum)	ค่าสูงสุด (Maximum)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
ความพึงพอใจรวม	400	23	45	37.23	3.71
ความรู้จากรายการ	400	2	5	4.33	0.53
ใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	400	2	5	4.07	0.59
ความเพลิดเพลินจากรายการ	400	3	5	4.17	0.56

จากตาราง 18 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามความพึงพอใจรวมและความพึงพอใจด้านต่างๆ มีดังนี้

ระดับความพึงพอใจรวมของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีค่าสูงสุดเท่ากับ 45 ต่ำสุดเท่ากับ 23 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 37.23 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.71

ระดับความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการ มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53

ระดับความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59

ระดับความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการ มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56

ตาราง 19 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความพึงพอใจด้านต่างๆ ดังนี้

ความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจ โลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Minimum)	ค่าสูงสุด (Maximum)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	400	2	5	4.12	0.55
ผู้ดำเนินรายการ	400	2	5	4.07	0.69
ขั้นตอนการดำเนินรายการ	400	2	5	3.95	0.64

จากตาราง 19 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามความพึงพอใจด้านต่างๆ มีดังนี้

ระดับความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55

ระดับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69

ระดับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการ มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64

ตาราง 20 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ดังนี้

ความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจ โลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Minimum)	ค่าสูงสุด (Maximum)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
ระบบภาพที่น่าเสนอ	400	2	5	4.19	0.59
ระบบเสียงที่น่าเสนอ	400	2	5	4.13	0.61
ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป	400	3	5	4.23	0.62

จากตาราง 20 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามความพึงพอใจด้านต่าง ๆ มีดังนี้

ระดับความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าเสนอ มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59

ระดับความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอ มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61

ระดับความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไป มีค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ต่ำสุดเท่ากับ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62



ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่แตกต่างกัน

1.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่ต่างกันของผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่ต่างกันของผู้ชมมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
ทัศนคติรวม	ชาย	146	39.42	3.93
	หญิง	254	39.22	3.85
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้าน การให้ความรู้ทั่วไป	ชาย	146	4.57	0.50
	หญิง	254	4.49	0.51
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่ มีความรู้	ชาย	146	2.98	1.29
	หญิง	254	2.98	1.20

ตาราง 21(ต่อ)

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
ทัศนคติรวม	Equal variance assumed	0.000	0.985	0.507	398	0.612
	Equal variance not assumed			0.504	297	0.614
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้าน การให้ความรู้ ทั่วไป	Equal variance assumed	3.788	0.052	1.533	398	0.126
	Equal variance not assumed			1.542	308	0.124
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้	Equal variance assumed	3.596	0.059	-0.037	398	0.970
	Equal variance not assumed			-0.037	285	0.971

จากตาราง 21 วิเคราะห์โดยใช้ Independent t-Test พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.612 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.612 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ทัศนคติรวมเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วน Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.126 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.126 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และส่วน Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.970 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.970 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 22 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.		เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย		ชาย	146	4.42	0.66	
		หญิง	254	4.18	0.69	
เป็นรายการที่น่าเบื่อ		ชาย	146	4.07	0.70	
		หญิง	254	4.08	0.73	

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย	Equal variance assumed	0.833	0.362	3.341	398	0.001**
	Equal variance not assumed			3.384	314	0.001
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Equal variance assumed	0.586	0.444	0.179	398	0.858
	Equal variance not assumed			0.181	313	0.857

** ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 22 วิเคราะห์โดยใช้ Independent t-Test พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.001 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยเพศชายและหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

และSig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.858 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.858 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

4

ตาราง 23 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.		เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
เป็นรายการที่ชวนติดตาม		ชาย	146	3.96	0.69	
		หญิง	254	3.95	0.67	
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม		ชาย	146	3.51	0.82	
		หญิง	254	3.53	0.83	

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Equal variance assumed	0.234	0.629	0.1444	398	0.886
	Equal variance not assumed			0.142	293	0.887
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	Equal variance assumed	0.026	0.872	-0.162	398	0.872
	Equal variance not assumed			-0.162	303	0.872

จากตาราง 23 วิเคราะห์โดยใช้ Independent t-Test พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.886 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.886 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามมเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และSig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.872 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.872 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 24 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.		เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม		ชาย	146	3.51	0.93	
		หญิง	254	3.65	0.73	
เป็นเรื่องใกล้ตัว		ชาย	146	3.73	0.90	
		หญิง	254	3.67	0.91	

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	Equal variance assumed	17.155	0.000	-1.624	398	0.105
	Equal variance not assumed			-1.523	248	0.129
เป็นเรื่องใกล้ตัว	Equal variance assumed	0.006	0.938	0.676	398	0.500
	Equal variance not assumed			0.679	307	0.498

จากตาราง 24 วิเคราะห์โดยใช้ Independent t -Test พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.129 ซึ่งมากกว่า 0.05 (0.129 > 0.05) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน Ho : หมายความว่า ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และSig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.500 ซึ่งมากกว่า 0.05 (0.500 > 0.05) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน Ho : หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 25 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	ชาย	146	4.42	0.54
	หญิง	254	4.38	0.58
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	ชาย	146	4.25	0.64
	หญิง	254	4.33	0.61

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	Equal variance assumed	0.687	0.408	0.727	398	0.468
	Equal variance not assumed			0.744	323	0.458
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	Equal variance assumed	0.502	0.479	-1.365	398	0.173
	Equal variance not assumed			-1.349	292	0.178

จากตาราง 25 วิเคราะห์โดยใช้ Independent t -Test พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.468 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.468 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และSig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.173 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.173 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

1.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

แตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติรวมและทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามอายุ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ทัศนคติรวม	Between Groups	208.21	10	20.821	1.402	0.177
	Within Groups	5777.00	389	14.851		
	Total	5985.21	399			
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการ ให้ความ รู้ทั่วไป	Between Groups	2.55	10	0.255	1.000	0.442
	Within Groups	99.32	389	0.255		
	Total	102.87	399			
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มี ความรู้	Between Groups	45.96	10	4.597	3.177	0.001**
	Within Groups	562.91	389	1.447		
	Total	608.87	399			

** ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 35 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.177 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.177 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.442 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.442 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ให้คุณค่าในด้านความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.001 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนมีความรู้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 27 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัย	Between Groups	8.411	10	0.841	1.798	0.059
	Within Groups	181.96	389	0.468		
	Total	190.37	399			
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Between Groups	8.592	10	0.859	1.688	0.081
	Within Groups	197.96	389	0.509		
	Total	206.56	399			

จากตาราง 27 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.059 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.059 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.081 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.081 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 28 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Between Groups	2.950	10	0.295	0.641	0.779
	Within Groups	179.15	389	0.461		
	Total	182.10	399			
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	Between Groups	9.511	10	0.951	1.411	0.173
	Within Groups	262.29	389	0.674		
	Total	271.80	399			

จากตาราง 28 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.799 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.799 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.173 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.173 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 29 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	Between Groups	10.550	10	1.055	1.645	0.092
	Within Groups	249.45	389	0.641		
	Total	260	399			
เป็นเรื่องใกล้ตัว	Between Groups	14.993	10	1.499	1.868	0.048*
	Within Groups	312.18	389	0.803		
	Total	327.18	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 29 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.092 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.092 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.048 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 30 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	Between Groups	5.955	10	0.595	1.901	0.044*
	Within Groups	121.84	389	0.313		
	Total	127.80	399			
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	Between Groups	6.681	10	0.668	1.759	0.066
	Within Groups	147.71	389	0.380		
	Total	154.40	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 30 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.044 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.066 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.066 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 31 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามอายุ

ตาราง 31.1 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามอายุ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 15 ปี		15 – 20 ปี		21 – 25 ปี	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
น้อยกว่า 15 ปี	12	4.58	-	-	5.87E	0.740	8.33E	0.634
15 – 20 ปี	61	4.52	-5.87E	0.740	-	-	2.46E	0.802
21 – 25 ปี	70	4.50	-8.38E	0.634	-2.46E	0.802	-	-
26 – 30 ปี	85	4.44	-0.15	0.392	-8.93E	0.342	-6.47E	0.474
31 – 35 ปี	65	4.23	-0.35*	0.046	-0.29*	0.003	-0.27*	0.005
36 – 40 ปี	64	4.36	-0.22	0.204	-0.17	0.100	-0.14	0.147
41 – 45 ปี	23	4.17	-0.41*	0.041	-0.35*	0.011	-0.35*	0.016
46 – 50 ปี	8	4.13	-0.46	0.074	-0.40	0.058	-0.38	0.073
51 – 55 ปี	5	4.40	-0.18	0.539	-0.12	0.633	-1.00E	0.700
56 – 60 ปี	3	4.33	-0.25	0.489	-0.19	0.564	-0.17	0.614
มากกว่า 60 ปี	4	4.50	-8.33E	0.797	-2.46E	0.932	0.00	1.000

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31.1 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามอายุต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่าSig. เท่ากับ 0.046, 0.003, 0.005, 0.041, 0.011 และ 0.016 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อายุคู่นั้นมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 31.2 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามอายุ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	26 – 30 ปี		31 – 35 ปี		36 – 40 ปี	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
น้อยกว่า 15 ปี	12	4.58	0.15	0.392	0.35*	0.046	0.22	0.204
15 – 20 ปี	61	4.52	8.93E	0.342	0.29*	0.003	0.17	0.100
21 – 25 ปี	70	4.50	6.47E	0.474	0.27*	0.005	0.14	0.147
26 – 30 ปี	85	4.44	-	-	0.20*	0.027	2.59E	0.413
31 – 35 ปี	65	4.23	-0.20*	0.027	-	-	-0.13	0.193
36 – 40 ปี	64	4.36	-7.59E	0.413	0.13	0.193	-	-
41 – 45 ปี	23	4.17	-0.26*	0.048	-5.69E	0.676	-0.19	0.174
46 – 50 ปี	8	4.13	-0.31	0.135	-0.11	0.614	-0.33	0.265
51 – 55 ปี	5	4.40	-3.53E	0.891	0.17	0.515	4.06E	0.876
56 – 60 ปี	3	4.33	-0.10	0.757	0.10	0.756	-2.60E	0.937
มากกว่า 60 ปี	4	4.50	6.47E	0.821	0.27	0.351	0.14	0.626

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31.2 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามอายุต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่าSig. เท่ากับ 0.046, 0.003, 0.005, 0.027, 0.027 และ 0.048 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อายุคู่นั้นมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 31.3 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามอายุ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	41 – 45 ปี		46 – 50 ปี		51 – 55 ปี	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
น้อยกว่า 15 ปี	12	4.58	0.41*	0.041	0.46	0.074	0.18	0.539
15 – 20 ปี	61	4.52	0.35*	0.011	0.40	0.058	0.12	0.633
21 – 25 ปี	70	4.50	0.33*	0.016	0.38	0.073	1.00E	0.700
26 – 30 ปี	85	4.44	0.26*	0.048	0.31	0.135	3.53E	0.891
31 – 35 ปี	66	4.23	5.69E	0.676	0.11	0.614	-0.17	0.515
36 – 40 ปี	64	4.36	0.19	0.174	0.23	0.265	-4.06E	0.876
41 – 45 ปี	23	4.17	-	-	4.89E	0.831	-0.23	0.413
46 – 50 ปี	8	4.13	-4.89E	0.831	-	-	-0.28	0.389
51 – 55 ปี	5	4.40	0.23	0.413	0.28	0.389	-	-
56 – 60 ปี	3	4.33	0.16	0.643	0.21	0.583	-6.67E	0.871
มากกว่า 60 ปี	4	4.50	0.33	0.283	0.38	0.275	1.00E	0.790

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31.3 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามอายุต่างๆกันที่ระบุ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่าSig. เท่ากับ 0.041, 0.011, 0.016 และ 0.048 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อายุคู่นั้นมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 31.4 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามอายุ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	56 – 60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
น้อยกว่า 15 ปี	12	4.58	0.25	0.489	8.33E	0.797
15 – 20 ปี	61	4.52	0.19	0.564	2.46E	0.932
21 – 25 ปี	70	4.50	0.17	0.614	0.00	1.000
26 – 30 ปี	85	4.44	0.10	0.757	-6.47E	0.821
31 – 35 ปี	65	4.23	-0.10	0.756	-0.27	0.351
36 – 40 ปี	64	4.36	2.60E	0.937	-0.14	0.626
41 – 45 ปี	23	4.17	-0.16	0.643	-0.33	0.283
46 – 50 ปี	8	4.13	-0.21	0.583	-0.38	0.275
51 – 55 ปี	5	4.40	6.67E	0.871	-1.00E	0.790
56 – 60 ปี	3	4.33	-	-	-0.17	0.697
มากกว่า 60 ปี	4	4.50	0.17	0.697	-	-

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31.4 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามอายุต่างๆกันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ไม่พบว่า ค่าSig. ใดๆ มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างคู่เหล่านี้ไม่แตกต่างกัน

1.3 ผู้ชมที่มีอาชีพที่ต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพที่ต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่ต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติรวมและทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามอาชีพ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ทัศนคติรวม	Between Groups	359	7	51.22	3.568	0.001**
	Within Groups	5626	392	14.35		
	Total	5985	399			
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ ความรู้ทั่วไป	Between Groups	5.085	7	0.726	2.942	0.005**
	Within Groups	96.79	392	0.247		
	Total	101.87	399			
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความ รู้	Between Groups	41.56	7	5.938	4.103	0.000**
	Within Groups	567.31	392	1.447		
	Total	608.87	399			

** ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 32 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.001 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่ต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.005 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่ต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่ต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 33 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

ตาราง 33.1 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	รับจ้าง		นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.69	-	-	0.10	0.281	-7.E	0.591
นักเรียนนักศึกษา	105	4.58	-0.10	0.281	-	-	-.18	0.158
ข้าราชการ	17	4.76	7.9E	0.591	0.18	0.158	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.64	-4.9E	0.774	5.5E	0.725	-.13	0.505
พนักงานบริษัท	191	4.44	-0.25*	0.007	-0.14*	0.020	-.3*	0.010
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.30	-0.38*	0.004	-0.28*	0.016	-.4*	0.004
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.55	-0.14	0.415	-3.5E	0.822	-.22	0.255
อื่นๆ	7	4.71	2.8E	0.890	0.13	0.492	-5.E	0.821

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33.1 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.007, 0.020, 0.010, 0.004, 0.016 และ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่ง ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 33.2 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.69	4.94E	0.17	0.25*	0.007	0.3*	0.004
นักเรียนนักศึกษา	105	4.58	-5.5E	0.725	0.14*	0.020	0.2*	0.016
ข้าราชการ	17	4.76	0.13	0.505	0.32*	0.010	0.4*	0.004
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.64	-	-	0.20	0.203	0.33	0.069
พนักงานบริษัท	191	4.44	-0.20	0.203	-	-	0.14	0.218
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.30	-0.33	0.069	-0.14	0.218	-	-
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.55	-9.0E	0.668	0.11	0.493	0.24	0.186
อื่นๆ	7	4.71	7.7E	0.746	0.27	0.152	0.41	0.057

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33.2 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันที่ละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.007, 0.004, 0.020, 0.016, 0.010 และ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่ต่างๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 33.3 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ไม่ประกอบอาชีพ		อื่นๆ	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.69	0.14	0.415	-2.8	0.890
นักเรียนนักศึกษา	105	4.58	3.5E	0.822	-.13	0.492
ข้าราชการ	17	4.76	0.22	0.255	5.E	0.821
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.64	9.0E	0.668	-7.E	0.746
พนักงานบริษัทฯ	191	4.44	-0.11	0.493	-0.2	0.152
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.30	-0.24	0.186	-0.4	0.057
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.55	-	-	-0.1	0.483
อื่นๆ	7	4.71	0.17	0.483	-	-

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33.3 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันที่ระบุ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ไม่พบว่า ค่า Sig.ใดๆ มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่งๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 34 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย	Between Groups	6.919	7	0.988	2.112	0.041*
	Within Groups	183.46	392	0.468		
	Total	190.38	399			
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Between Groups	7.883	7	1.126	2.222	0.032*
	Within Groups	198.68	392	0.507		
	Total	206.52	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 34 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.041 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.032 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 35 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับ
ทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

ตาราง 35.1 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับ
คนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	รับจ้าง		นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.46	-	-	5.71E	0.669	0.10	0.607
นักเรียนนักศึกษา	105	4.40	-5.7E	0.669	-	-	4.E	0.793
ข้าราชการ	17	4.35	-0.10	0.607	-4.7E	0.793	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.36	-9.35E	0.693	-3.6E	0.867	1.E	0.968
พนักงานบริษัทฯ	191	4.16	-0.29*	0.020	-0.24*	0.004	-.19	0.272
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.09	-0.37*	0.044	-0.31*	0.048	-.27	0.225
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.18	-0.28	0.245	-0.22	0.315	-.17	0.518
อื่นๆ	7	4.57	0.11	0.687	0.17	0.521	0.22	0.477

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35.1 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.020, 0.004, 0.044 และ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่เหล่านั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 35.2 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับ
คนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.46	9.3E	0.693	0.29*	0.020	0.3*	0.044
นักเรียนนักศึกษา	105	4.40	3.6E	0.867	0.24*	0.004	0.3*	0.048
ข้าราชการ	17	4.35	-1.0E	0.968	0.19	0.272	0.27	0.225
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.36	-	-	0.20	0.343	0.28	0.271
พนักงานบริษัท	191	4.16	-0.20	0.343	-	-	7.E	0.618
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.09	-0.28	0.271	-7.5E	0.618	-	-
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.18	-0.18	0.533	1.9E	0.927	9.E	0.705
อื่นๆ	7	4.57	0.21	0.530	0.41	0.121	0.48	0.102

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35.2 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันที่ละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.020, 0.044, 0.004 และ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 35.3 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับ
คนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ไม่ประกอบอาชีพ		อื่นๆ	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.46	0.28	0.245	-.11	0.687
นักเรียนนักศึกษา	105	4.40	0.22	0.315	-.17	0.521
ข้าราชการ	17	4.35	0.17	0.518	-.22	0.477
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.36	0.18	0.533	-.21	0.530
พนักงานบริษัท	191	4.16	-1.9E	0.927	-.41	0.121
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.09	-9.4E	0.705	-.48	0.102
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.18	-	-	-.03	0.240
อื่นๆ	7	4.57	0.39	0.240	-	-

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35.3 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันที่ละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ไม่พบว่า ค่า Sig.ใดๆ มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดๆไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Between Groups	14.31	7	2.044	4.776	0.000**
	Within Groups	167.78	392	0.428		
	Total	182.10	399			
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	Between Groups	16.454	7	2.351	3.609	0.001**
	Within Groups	255.34	392	0.651		
	Total	271.80	399			

** ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 36 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

และค่าSig.เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.001 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 37 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	Between Groups	9.239	7	1.320	2.063	0.047*
	Within Groups	250.76	392	0.640		
	Total	260.00	399			
เป็นเรื่องไกลตัว	Between Groups	5.328	7	0.761	0.927	0.485
	Within Groups	321.85	392	0.821		
	Total	327.18	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 37 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.047 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.485 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.485 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 38 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	Between Groups	5.003	7	0.715	2.282	0.027*
	Within Groups	122.79	392	0.313		
	Total	127.79	399			
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่น ชม	Between Groups	10.33	7	1.477	4.019	0.000**
	Within Groups	144.06	392	0.367		
	Total	154.40	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

** ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 38 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.027 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลก ช้อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลก ช้อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 39 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

ตาราง 39.1 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	รับจ้าง		นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.51	-	-	0.00	1.00	0.10	0.536
นักเรียนนักศึกษา	105	4.51	0.00	1.00	-	-	0.10	0.484
ข้าราชการ	17	4.41	-0.10	0.536	-0.10	0.484	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.55	3.12E	0.872	3.12E	0.861	0.13	0.537
พนักงานบริษัทฯ	191	4.30	-0.21*	0.041	-0.21*	0.002	-0.1	0.446
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.26	-0.25	0.092	-0.25*	0.050	-0.1	0.400
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.45	-5.9E	0.758	-5.9E	0.736	4.E	0.844
อื่นๆ	7	4.71	0.20	0.389	0.20	0.361	0.30	0.229

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39.1 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.041, 0.002 และ 0.050 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่งๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 39.2 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทฯ		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.51	-3.1E	0.872	0.21*	0.041	0.25	0.092
นักเรียนนักศึกษา	105	4.51	-3.1E	0.861	0.21*	0.002	0.2*	0.050
ข้าราชการ	17	4.41	-0.13	0.537	0.11	0.446	0.15	0.400
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.55	-	-	0.24	0.164	0.28	0.177
พนักงานบริษัทฯ	191	4.30	-0.24	0.164	-	-	4.E	0.729
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.26	-0.28	0.166	-4.2E	0.729	-	-
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.45	-9.0E	0.703	0.15	0.385	0.19	0.346
อื่นๆ	7	4.71	0.17	0.533	0.41	0.057	0.45	0.061

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39.2 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.041, 0.002 และ 0.050 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่งๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 39.3 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ไม่ประกอบอาชีพ		อื่นๆ	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.51	5.9E	0.758	-.20	0.389
นักเรียนนักศึกษา	105	4.51	5.9E	0.736	-.20	0.361
ข้าราชการ	17	4.41	-4.2E	0.844	-.30	0.229
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.55	9.0E	0.703	-.17	0.533
พนักงานบริษัทฯ	191	4.30	-0.15	0.385	-.41	0.057
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.26	-0.19	0.346	-.45	0.061
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.45	-	-	-0.2	0.338
อื่นๆ	7	4.71	0.26	0.338	-	-

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39.3 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันที่ระบุ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ไม่พบว่า ค่า Sig.ใดๆ มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่ๆนั้นๆไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ ดังนี้

ตาราง 40.1 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ ดังนี้

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	รับจ้าง		นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.54	-	-	0.11	0.335	0.19	0.290
นักเรียนนักศึกษา	105	4.43	-0.11	0.335	-	-	7.E	0.633
ข้าราชการ	17	4.35	-0.19	0.290	-7.5E	0.633	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.18	-0.36	0.086	-0.25	0.200	-1.7	0.466
พนักงานบริษัท	191	4.18	-0.36*	0.001	-0.25*	0.001	-1.7	0.255
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.13	-0.41*	0.012	-0.30*	0.033	-2.2	0.252
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.55	2.6E	0.990	0.12	0.543	0.19	0.412
อื่นๆ	7	4.86	0.31	0.211	0.43	0.071	0.50	0.065

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40.1 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.001, 0.001, 0.012 และ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่ต่างๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 40.2 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.54	0.36	0.086	0.36*	0.001	0.4*	0.012
นักเรียนนักศึกษา	105	4.43	0.25	0.200	0.25*	0.001	0.3*	0.033
ข้าราชการ	17	4.35	0.17	0.466	0.17	0.255	0.22	0.252
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.18	-	-	3.8E	0.984	5.E	0.817
พนักงานบริษัท	191	4.18	-3.8E	0.984	-	-	4.E	0.722
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.13	-5.1E	0.817	-4.7E	0.722	-	-
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.55	0.36	0.160	0.37	0.051	0.42	0.063
อื่นๆ	7	4.86	0.68*	0.022	0.68*	0.004	0.7*	0.006

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40.2 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันที่ละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.001, 0.012, 0.001, 0.033, 0.022, 0.004 และ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่เหล่านั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 40.3 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ไม่ประกอบอาชีพ		อื่นๆ	
			Mean Diff	Sig.	Mean Diff	Sig.
รับจ้าง	35	4.54	-2.6E	0.990	-.31	0.211
นักเรียนนักศึกษา	105	4.43	-.12	0.543	-.43	0.071
ข้าราชการ	17	4.35	-.19	0.412	-.50	0.065
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.18	-0.36	0.160	-.6*	0.022
พนักงานบริษัท	191	4.18	-0.37	0.051	-.6*	0.004
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.13	-0.42	0.063	-.7*	0.006
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.55	-	-	-.31	0.288
อื่นๆ	7	4.86	0.31	0.288	-	-

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40.3 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพต่างๆกันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.022, 0.004 และ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่อื่นๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.4 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 41 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติรวมและทัศนคติด้านต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ทัศนคติรวม	Between Groups	46.63	4	11.659	0.775	0.542
	Within Groups	5938	395	15.034		
	Total	5985	399			
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป	Between Groups	1.40	4	0.350	1.377	0.241
	Within Groups	100.48	395	0.254		
	Total	101.88	399			
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้	Between Groups	6.36	4	1.592	1.043	0.384
	Within Groups	602.51	395	1.525		
	Total	608.87	399			

จากตาราง 41 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.542 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.542 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.241 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.241 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.384 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.384 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 42 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย	Between Groups	5.51	4	1.378	2.943	0.020*
	Within Groups	184.87	395	0.468		
	Total	190.38	399			
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Between Groups	0.485	4	0.121	0.232	0.920
	Within Groups	206.08	395	0.522		
	Total	206.56	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 42 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.020 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.920 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.920 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 43 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะการสำเร็จการศึกษา

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
ประถมศึกษา	29	4.48	-	-	5.90E	0.704	0.18	0.253
มัธยมศึกษา	59	4.42	-5.90E	0.704	-	-	0.12	0.346
อาชีวศึกษา	65	4.31	-0.18	0.253	-0.12	0.346	-	-
ปริญญาตรี	227	4.22	-0.27*	0.049	-0.21*	0.038	-9.18E	0.341
สูงกว่าปริญญาตรี	20	3.95	-0.53*	0.008	-0.47*	0.008	-0.36*	0.042

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
ประถมศึกษา	29	4.48	0.27*	0.049	0.53*	0.008
มัธยมศึกษา	59	4.42	0.21*	0.038	0.47*	0.008
อาชีวศึกษา	65	4.31	9.18E	0.341	0.36*	0.042
ปริญญาตรี	227	4.22	-	-	0.27	0.096
สูงกว่าปริญญาตรี	20	3.95	-0.27	0.096	-	-

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะการสำเร็จการศึกษาต่างๆกันที่ระบุ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.049, 0.038, 0.008, 0.008, 0.042, 0.049, 0.008, 0.038, 0.008 และ 0.042 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่งๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 44 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Between Groups	4.99	4	1.248	2.782	0.027*
	Within Groups	177.11	395	0.448		
	Total	182.10	399			
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	Between Groups	2.295	4	0.574	0.841	0.500
	Within Groups	269.50	392	0.682		
	Total	271.80	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 44 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.027 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.500 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.500 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 45 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	Between Groups	5.72	4	1.431	2.222	0.066
	Within Groups	254.28	395	0.644		
	Total	260	399			
เป็นเรื่องใกล้ตัว	Between Groups	4.387	4	1.097	1.342	0.254
	Within Groups	322.79	395	0.817		
	Total	327.18	399			

จากตาราง 45 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.066 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.066 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.254 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.254 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 46 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	Between Groups	1.108	4	0.277	0.864	0.486
	Within Groups	126.69	395	0.321		
	Total	127.80	399			
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	Between Groups	2.976	4	0.744	1.941	0.103
	Within Groups	151.42	395	0.383		
	Total	154.40	399			

จากตาราง 46 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.486 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.486 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig. เท่ากับ 0.103 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.103 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

1.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 47 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติรวมและทัศนคติด้านต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ทัศนคติรวม	Between Groups	144.74	8	18.09	1.211	0.291
	Within Groups	5840	391	14.94		
	Total	5985	399			
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป	Between Groups	1.192	8	0.149	0.579	0.796
	Within Groups	100.68	391	0.258		
	Total	101.88	399			
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้	Between Groups	48.34	8	6.042	4.214	0.000**
	Within Groups	560.54	391	1.434		
	Total	608.88	399			

** ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 47 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.291 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.291 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.796 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.796 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 48 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย	Between Groups	9.810	8	1.226	2.655	0.008**
	Within Groups	180.57	391	0.462		
	Total	190.38	399			
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Between Groups	6.598	8	0.825	1.613	0.119
	Within Groups	199.96	391	0.511		
	Total	206.56	399			

** ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 48 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.008 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

และค่า Sig. เท่ากับ 0.119 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.119 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 49 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 49.1 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-15,000	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
ต่ำกว่า 5,000	106	4.43	-	-	0.22*	0.046	9.50E	0.390
5,000-10,000	57	4.21	-0.22*	0.046	-	-	-0.13	0.309
10,001-15,000	59	4.34	-9.50E	0.390	0.13	0.309	-	-
15,001-20,000	41	4.20	-0.24	0.057	-1.54E	0.912	-0.14	0.298
20,001-25,000	36	4.19	-0.24	0.068	-1.62E	0.912	-0.14	0.315
25,001-30,000	20	4.35	-8.40E	0.613	0.14	0.430	1.10E	0.950
30,001-35,000	23	4.13	-0.30	0.053	-8.01	0.634	-0.21	0.213
35,001-40,000	23	3.78	-0.65*	0.000	-0.43*	0.011	-0.56*	0.001
40,001 ขึ้นไป	35	4.26	-0.18	0.183	4.66E	0.750	-8.18E	0.573

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 49.1 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างๆกันที่ระบุโดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.046, 0.046, 0.000, 0.011 และ 0.001 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่งๆมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 49.2 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคน
ทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
ต่ำกว่า 5,000	106	4.43	0.24	0.057	0.24	0.068	8.40E	0.613
5,000-10,000	57	4.21	1.54E	0.912	1.61E	0.912	-0.14	0.430
10,001-15,000	59	4.34	0.14	0.298	0.14	0.315	-1.10E	0.950
15,001-20,000	41	4.20	-	-	6.78E	0.997	-0.15	0.404
20,001-25,000	36	4.19	-6.78E	0.997	-	-	-0.16	0.412
25,001-30,000	20	4.35	0.15	0.404	0.16	0.412	-	-
30,001-35,000	23	4.13	-6.47E	0.715	-6.40E	0.724	-0.22	0.291
35,001-40,000	23	3.78	-0.41*	0.020	-0.41*	0.024	-0.57*	0.007
40,001 ขึ้นไป	35	4.26	6.20E	0.692	6.27E	0.698	-9.29E	0.626

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 49.2 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ กันทีละคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.020, 0.024 และ 0.007 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่เหล่านั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 49.3 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคน
ทุกวัยของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	30,001-35,000		35,001-40,000		40,001ขึ้นไป	
			Mean	Sig.	Mean	Sig.	Mean	Sig.
			Difference		Difference		Difference	
ต่ำกว่า 5,000	106	4.43	0.30	0.053	0.65*	0.000	0.18	0.183
5,000-10,000	57	4.21	8.01E	0.634	0.43*	0.011	-4.66E	0.750
10,001-15,000	59	4.34	0.21	0.213	0.56*	0.001	8.18E	0.573
15,001-20,000	41	4.20	6.47E	0.715	0.41*	0.020	-0.620E	0.692
20,001-25,000	36	4.19	6.40E	0.724	0.41*	0.024	-6.27E	0.698
25,001-30,000	20	4.35	0.22	0.291	0.57*	0.007	9.29E	0.626
30,001-35,000	23	4.13	-	-	0.35	0.083	-0.13	0.488
35,001-40,000	23	3.78	-0.35	0.083	-	-	-0.47*	0.010
40,001 ขึ้นไป	35	4.26	0.13	0.488	0.47*	0.010	-	-

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 49.3 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.011, 0.001, 0.020, 0.024, 0.007, 0.010 และ 0.010 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่เหล่านั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 50 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Between Groups	4.589	8	0.574	1.264	0.261
	Within Groups	177.51	391	0.454		
	Total	182.10	399			
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	Between Groups	17.57	8	2.196	3.378	0.001**
	Within Groups	254.23	391	0.650		
	Total	271.80	399			

** ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 50 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.261 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.261 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.001 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 51 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	Between Groups	10.41	8	1.302	2.040	0.041*
	Within Groups	249.58	391	0.638		
	Total	260.00	399			
เป็นเรื่องใกล้ตัว	Between Groups	17.20	8	2.151	2.713	0.006**
	Within Groups	309.97	391	0.793		
	Total	327.18	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

** ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 51 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.041 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.006 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 52 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	Between Groups	3.417	8	0.427	1.343	0.221
	Within Groups	124.38	391	0.318		
	Total	127.80	399			
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	Between Groups	7.472	8	0.934	2.486	0.012*
	Within Groups	146.93	391	0.376		
	Total	154.40	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 52 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.2221 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.221 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.012 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 53 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้
อื่นชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 53.1 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำ
ให้ผู้อื่นชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-15,000	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
ต่ำกว่า 5,000	106	4.45	-	-	0.17	0.088	0.11	0.254
5,000-10,000	57	4.28	-0.17	0.088	-	-	-5.83E	0.609
10,001-15,000	59	4.34	-0.11	0.254	5.83E	0.609	-	-
15,001-20,000	41	4.32	-0.14	0.229	3.64E	0.772	-2.19E	0.861
20,001-25,000	36	4.28	-0.18	0.140	-2.92E	0.982	-6.12E	0.637
25,001-30,000	20	4.35	-0.10	0.492	6.93E	0.664	1.10E	0.945
30,001-35,000	23	4.22	-0.24	0.096	-6.33E	0.676	-0.12	0.420
35,001-40,000	23	3.91	-0.54*	0.000	-0.37*	0.016	-0.43*	0.005
40,001 ขึ้นไป	35	4.11	-0.34*	0.005	-0.17	0.207	-0.22	0.087

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 53.1 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.016, 0.005 และ 0.005 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่เหล่านั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 53.2 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
ต่ำกว่า 5,000	106	4.45	0.14	0.229	0.18	0.140	0.10	0.492
5,000-10,000	57	4.28	-3.64E	0.772	2.92E	0.982	-6.976	0.664
10,001-15,000	59	4.34	2.19E	.861	6.12E	0.637	-1.10E	0.637
15,001-20,000	41	4.32	-	-	3.93E	0.779	-3.29E	0.844
20,001-25,000	36	4.28	-3.93E	0.779	-	-	-7.22E	0.673
25,001-30,000	20	4.35	3.29E	0.844	7.22E	0.673	-	-
30,001-35,000	23	4.22	-9.97E	0.533	-6.04E	0.712	-0.13	0.48
35,001-40,000	23	3.91	-0.40*	0.012	-0.36*	0.026	-0.44*	0.020
40,001 ขึ้นไป	35	4.11	-0.20	0.151	-0.16	0.262	-0.24	0.171

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 53.2 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.012, 0.026 และ 0.020 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่งๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 53.3 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	30,001-35,000		35,001-40,000		40,001ขึ้นไป	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
ต่ำกว่า 5,000	106	4.45	0.24	0.096	0.54*	0.000	0.34*	0.005
5,000-10,000	57	4.28	6.33E	0.676	0.37*	0.016	0.17	0.207
10,001-15,000	59	4.34	0.12	0.420	0.43*	0.005	0.22	0.087
15,001-20,000	41	4.32	9.97E	0.533	0.40*	0.012	0.20	0.151
20,001-25,000	36	4.28	6.04E	-0.712	0.36*	0.026	0.16	0.262
25,001-30,000	20	4.35	0.13	0.480	0.44*	0.020	0.24	0.171
30,001-35,000	23	4.22	-	-	0.30	0.093	0.10	0.531
35,001-40,000	23	3.91	-0.30	0.093	-	-	-0.20	0.222
40,001 ขึ้นไป	35	4.11	-0.10	0.531	0.20	0.222	-	-

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 53.3 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.005, 0.016, 0.005, 0.012, 0.026 และ 0.020 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่งๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.6 ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 54 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติรวมและทัศนคติด้านต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ทัศนคติรวม	Between Groups	70.39	2	35.20	2.362	0.096
	Within Group	5914	397	14.90		
	Total	5985	399			
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ ความรู้ทั่วไป	Between Groups	0.112	2	5.60E	0.219	0.804
	Within Group	101.77	397	0.256		
	Total	101.88	399			
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้	Between Groups	11.98	2	5.99	3.984	0.019*
	Within Group	596.90	397	1.50		
	Total	608.88	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 54 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.096 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.096 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.804 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.804 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.019 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 55 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย	Between Groups	0.711	2	0.355	0.744	0.476
	Within Groups	189.67	397	0.478		
	Total	190.38	399			
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Between Groups	0.760	2	0.380	0.733	0.481
	Within Groups	205.80	397	0.518		
	Total	206.56	399			

จากตาราง 55 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.476 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.476 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.481 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.481 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 56 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Between Groups	0.308	2	0.154	0.336	0.715
	Within Groups	181.79	397	0.458		
	Total	182.10	399			
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	Between Groups	1.477	2	0.739	1.085	0.339
	Within Groups	270.32	397	0.681		
	Total	271.80	399			

จากตาราง 56 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.715 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.715 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.339 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.339 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 57 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

		Sum of Square s	df	Mean Square	F	Sig.
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	Between Groups	3.329	2	1.665	2.575	0.077
	Within Groups	256.67	397	0.647		
	Total	260.00	399			
เป็นเรื่องไกลตัว	Between Groups	6.093	2	3.047	3.767	0.024*
	Within Groups	321.08	397	0.809		
	Total	327.18	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 57 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.077 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.077 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.024 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 58 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่าง ๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	Between Groups	0.928	2	0.464	1.452	0.235
	Within Groups	126.87	397	0.320		
	Total	127.80	397			
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	Between Groups	1.845	2	0.923	2.401	0.092
	Within Groups	152.55	397	0.384		
	Total	154.40	399			

จากตาราง 58 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.235 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.235 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.092 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.092 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ผู้ชมสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

1.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 59 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติรวมและทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ทัศนคติรวม	Between Groups	89.60	4	22.40	1.501	0.201
	Within Groups	5895	395	14.92		
	Total	5985	399			
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป	Between Groups	2.81	4	0.704	2.809	0.025*
	Within Groups	99.06	395	0.251		
	Total	101.88	399			
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้	Between Groups	107.56	4	2.689	1.776	0.133
	Within Groups	598.12	395	1.514		
	Total	608.88	399			

* ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 59 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.201 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.201 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.025 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.133 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.133 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 60 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้าน
การให้ความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน		3 – 5 คน		6 – 8 คน	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน	47	4.32	-	-	-0.24*	0.003	-0.16	0.082
3 – 5 คน	261	4.56	0.24*	0.003	-	-	7.50E	0.249
6 – 8 คน	77	4.48	0.16	0.082	-7.50E	0.249	-	-
9 – 11 คน	11	4.73	0.41*	0.015	0.17	0.266	0.25	0.127
12 คนขึ้นไป	4	4.50	0.18	0.488	-5.56E	0.826	1.95E	0.940

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	9 – 11 คน		12 คนขึ้นไป	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน	47	4.32	0.41*	0.015	-0.18	0.488
3 – 5 คน	261	4.56	-0.17	0.266	5.56E	0.826
6 – 8 คน	77	4.48	-0.25	0.127	-1.95E	0.940
9 – 11 คน	11	4.73	-	-	0.23	0.437
12 คนขึ้นไป	4	4.50	-0.23	0.437	-	-

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 60 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003, 0.003, 0.015 และ 0.015 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่เหล่านั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 61 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย	Between Groups	2.623	4	0.656	1.380	0.240
	Within Groups	187.75	395	0.475		
	Total	190.38	399			
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Between Groups	1.378	4	0.345	0.663	0.618
	Within Groups	205.18	395	0.519		
	Total	209.56	399			

จากตาราง 61 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.240 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.240 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.618 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.618 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 62 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

		Sum of Square s	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Between Groups	2.432	4	0.608	1.337	0.256
	Within Groups	179.67	395	0.455		
	Total	182.10	399			
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	Between Groups	1.246	4	0.311	0.455	0.769
	Within Groups	270.55	395	0.685		
	Total	271.80	399			

จากตาราง 62 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.256 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.256 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.769 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.769 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 63 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	Between Groups	2.494	4	0.624	0.957	0.431
	Within Groups	257.51	395	0.652		
	Total	260.00	399			
เป็นเรื่องใกล้ตัว	Between Groups	4.169	4	1.042	1.274	0.279
	Within Groups	323.01	395	0.818		
	Total	327.18	399			

จากตาราง 63 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.431 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.431 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.279 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.279 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 64 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	Between Groups	1.695	4	0.424	1.327	0.259
	Within Groups	126.10	395	0.319		
	Total	127.80	399			
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	Between Groups	4.875	4	1.219	3.220	0.013*
	Within Groups	149.52	395	0.379		
	Total	154.40	399			

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 64 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.259 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.259 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.013 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 65 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้
อื่นชมของกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน		3 – 5 คน		6 – 8 คน	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน	47	4.04	-	-	0.29*	0.003	-0.26*	0.025
3 – 5 คน	261	4.33	0.29*	0.003	-	-	3.46	0.664
6 – 8 คน	77	4.30	0.26*	0.025	-3.46E	0.664	-	-
9 – 11 คน	11	4.55	0.50*	0.015	0.21	0.263	0.25	0.214
12 คนขึ้นไป	4	4.75	0.71*	0.028	0.42	0.180	0.45	0.153

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	9 – 11 คน		12 คนขึ้นไป	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน	47	4.04	-0.50*	0.015	-0.71*	0.028
3 – 5 คน	261	4.33	-0.21	0.263	-0.42	0.180
6 – 8 คน	77	4.30	-0.25	0.214	-0.45	0.153
9 – 11 คน	11	4.55	-	-	-0.20	0.569
12 คนขึ้นไป	4	4.75	0.20	0.569	-	-

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 65 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003, 0.025, 0.003, 0.025, 0.015, 0.028, 0.015 และ 0.028 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่งๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.8 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 66 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติรวมและทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ทัศนคติรวม	Between Groups	84.98	5	16.99	1.135	0.341
	Within Groups	5900	394	14.97		
	Total	5985	399			
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป	Between Groups	1.90	5	0.380	1.499	0.189
	Within Groups	99.97	394	0.254		
	Total	101.88	399			
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้	Between Groups	18.92	5	3.784	2.527	0.029*
	Within Groups	589.96	394	1.497		
	Total	608.88	399			

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 66 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.341 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.341 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.189 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.189 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.029 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 67 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย	Between Groups	2.48	5	0.497	1.042	0.393
	Within Groups	187.89	394	0.477		
	Total	190.38	399			
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Between Groups	3.805	5	0.761	1.479	0.196
	Within Groups	202.76	394	0.515		
	Total	206.56	399			

จากตาราง 67 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.393 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.393 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.196 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.196 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 68 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Between Groups	2.01	5	0.403	0.882	0.493
	Within Groups	180.08	394	0.457		
	Total	182.10	399			
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	Between Groups	5.394	5	1.079	1.595	0.160
	Within Groups	266.40	394	0.676		
	Total	271.80	399			

จากตาราง 68 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.493 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.493 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่าSig.เท่ากับ 0.160 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.160 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 69 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	Between Groups	4.62	5	0.924	1.426	0.214
	Within Groups	255.38	394	0.648		
	Total	260	399			
เป็นเรื่องใกล้ตัว	Between Groups	6.07	5	1.215	1.490	0.192
	Within Groups	321.10	394	0.815		
	Total	327.18	399			

จากตาราง 69 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.214 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.214 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig. เท่ากับ 0.192 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.192 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 70 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทัศนคติด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	Between Groups	0.886	5	0.177	0.550	0.738
	Within Groups	126.91	394	0.322		
	Total	127.80	399			
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	Between Groups	3.804	5	0.761	1.990	0.079
	Within Groups	150.59	394	0.382		
	Total	154.40	399			

จากตาราง 70 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.738 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.738 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig. เท่ากับ 0.079 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.079 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่แตกต่างกัน

2.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่แตกต่างกัน

- H_0 : เพศที่แตกต่างกันของผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน
- H_1 : เพศที่แตกต่างกันของผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

ตาราง 71 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรวมและด้านต่างๆต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
ความพึงพอใจรวม	ชาย	146	37.01	3.91
	หญิง	254	37.36	3.59
ความรู้จากรายการ	ชาย	146	4.31	0.55
	หญิง	254	4.33	0.52
ใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ชาย	146	4.10	0.61
	หญิง	254	4.05	0.58
ความเพลิดเพลินจากรายการ	ชาย	146	4.18	0.55
	หญิง	254	4.16	0.56

ตาราง 71(ต่อ)

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจรวม	Equal variance assumed	0.355	0.552	-0.912	398	0.362
	Equal variance not assumed			-0.891	281	0.374
ความรู้จากรายการ	Equal variance assumed	0.009	0.925	-0.480	398	0.631
	Equal variance not assumed			-0.474	290	0.636
ใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิด ประโยชน์	Equal variance assumed	1.047	0.307	0.723	398	0.470
	Equal variance not assumed			0.714	290	0.476
ความเพลิดเพลินจากรายการ	Equal variance assumed	0.001	0.972	0.357	398	0.721
	Equal variance not assumed			0.359	308	0.720

จากตาราง 71 วิเคราะห์โดยใช้ Independent T-Test พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.362 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.362 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ความพึงพอใจรวมของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.631 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.631 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วน Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.470 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.470 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และ Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.721 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.721 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 72 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆต่อรายการสำรวจโลก
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	ชาย	146	4.15	0.58
	หญิง	254	4.10	0.54
ผู้ดำเนินรายการ	ชาย	146	3.90	0.70
	หญิง	254	4.17	0.67
ขั้นตอนการดำเนินรายการ	ชาย	146	3.86	0.68
	หญิง	254	3.99	0.62

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	Equal variance assumed	2.03	0.155	0.840	398	0.401
	Equal variance not assumed			0.824	284	0.411
ผู้ดำเนินรายการ	Equal variance assumed	0.003	0.957	-3.791	398	0.000**
	Equal variance not assumed			-3.741	290	0.000
ขั้นตอนการดำเนินรายการ	Equal variance assumed	6.152	0.014	-1.941	398	0.053
	Equal variance not assumed			-1.859	278	0.060

** ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 72 วิเคราะห์โดยใช้ Independent T-Test พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.401 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.401 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วน Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการของเพศชายและหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

และ Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.060 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.060 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 73 แสดงค่าผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆต่อรายการสำรวจโลก
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.		เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
ระบบภาพที่น่าเสนอ		ชาย	146	4.21	0.63	
		หญิง	254	4.18	0.57	
ระบบเสียงที่น่าเสนอ		ชาย	146	4.09	0.64	
		หญิง	254	4.15	0.59	
ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป		ชาย	146	4.21	0.67	
		หญิง	254	4.24	0.59	

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
ระบบภาพที่น่าเสนอ	Equal variance assumed	4.342	0.038	0.507	398	0.613
	Equal variance not assumed			0.492	275	0.623
ระบบเสียงที่น่าเสนอ	Equal variance assumed	0.046	0.830	-1.016	398	0.310
	Equal variance not assumed			-0.994	283	0.321
ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป	Equal variance assumed	3.082	0.080	-0.372	398	0.710
	Equal variance not assumed			-0.360	273	0.719

จากตาราง 73 วิเคราะห์โดยใช้ Independent T-Test พบว่าค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.623 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.623 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าเสนอของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วน Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.310 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.310 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และ Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.710 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.710 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า ความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

2.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน
 H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน
 H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 74 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านความพึงพอใจรวมและด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามอายุ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความพึงพอใจรวม	Between Groups	122.60	10	12.26	0.889	0.544
	Within Groups	5366	389	13.80		
	Total	5488	399			
ความรู้จากรายการ	Between Groups	4.36	10	0.436	1.581	0.110
	Within Groups	107.39	389	0.276		
	Total	111.75	399			
ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	Between Groups	4.76	10	0.476	1.358	0.198
	Within Groups	136.41	389	0.351		
	Total	141.18	399			
ความเพลิดเพลินจากรายการ	Between Groups	2.067	10	0.207	0.664	0.758
	Within Groups	121.04	389	0.311		
	Total	123.11	399			

จากตาราง 74 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.544 ซึ่งมากกว่า 0.05 (0.544 > 0.05) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05
Sig.มีค่าเท่ากับ 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 (0.110 > 0.05) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.198 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.198 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.758 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.758 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 75 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้ง	Between Groups	3.75	10	0.375	1.232	0.268
	Within Groups	118.49	389	0.305		
	Total	122.24	399			
ผู้ดำเนินรายการ	Between Groups	4.60	10	0.460	0.960	0.478
	Within Groups	186.57	389	0.480		
	Total	191.18	399			
ขั้นตอนการดำเนินรายการ	Between Groups	4.49	10	0.450	1.091	0.368
	Within Groups	160.29	389	0.412		
	Total	164.79	399			

จากตาราง 75 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.268 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.268 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.478 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.478 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.368 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.368 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 76 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระบบภาพที่น่าเสนอ	Between Groups	4.271	10	0.427	1.22	0.274
	Within Groups	135.91	389	0.349		
	Total	140.18	399			
ระบบเสียงที่น่าเสนอ	Between Groups	3.843	10	0.384	1.028	0.419
	Within Groups	145.38	389	0.374		
	Total	149.24	399			
ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป	Between Groups	1.647	10	0.165	0.425	0.934
	Within Groups	150.65	389	0.387		
	Total	152.30	399			

จากตาราง 76 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.274 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.274 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.419 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.419 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.934 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.934 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

2.3 ผู้ชมที่อาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 77 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านความพึงพอใจรวมและด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความพึงพอใจรวม	Between Groups	298.92	7	42.70	3.22	0.002**
	Within Groups	5189	392	13.24		
	Total	5488	399			
ความรู้จากรายการ	Between Groups	3.795	7	0.542	1.969	0.058
	Within Groups	107.96	392	0.275		
	Total	111.75	399			
ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	Between Groups	2.060	7	0.294	0.829	0.563
	Within Groups	139.12	392	0.355		
	Total	141.18	399			
ความเพลิดเพลินจากรายการ	Between Groups	4.483	7	0.640	2.12	0.41
	Within Groups	118.63	392	0.303		
	Total	123.11	399			

** ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 77 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.002 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.058 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.058 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.563 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.563 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.41 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.41 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 78 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้ง	Between Groups	3.44	7	0.493	1.626	0.127
	Within Groups	118.79	392	0.303		
	Total	122.24	399			
ผู้ดำเนินรายการ	Between Groups	9.896	7	1.414	3.057	0.004
	Within Groups	181.28	392	0.462		
	Total	191.18	399			
ขั้นตอนการดำเนินรายการ	Between Groups	6.254	7	0.893	2.209	0.033
	Within Groups	158.54	392	0.404		
	Total	164.79	399			

จากตาราง 78 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.127 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.127 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.004 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.033 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 79 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระบบภาพที่น่าเสนอ	Between Groups	4.635	7	0.662	1.915	0.066
	Within Groups	135.54	392	0.346		
	Total	140.18	399			
ระบบเสียงที่น่าเสนอ	Between Groups	7.301	7	1.043	2.881	0.006**
	Within Groups	141.94	392	0.362		
	Total	149.24	399			
ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป	Between Groups	7.087	7	1.012	2.733	0.009**
	Within Groups	145.21	392	0.370		
	Total	152.29	399			

** ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 79 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.066 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.066 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.006 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.009 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 80 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

ตาราง 80.1 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	รับจ้าง		นักเรียนนักศึกษา		ข้าราชการ	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
รับจ้าง	35	4.54	-	-	0.30*	0.011	0.25	0.168
นักเรียนนักศึกษา	105	4.24	-0.30*	0.011	-	-	-5.60E	0.725
ข้าราชการ	17	4.29	-0.25	0.168	5.60E	0.725	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.27	-0.27	0.168	5.60E	0.725	-	-
พนักงานบริษัท	191	4.14	-0.27	0.200	3.46E	0.858	-2.14E	0.928
ประกอบธุรกิจส่วนตัว *	23	4.13	-0.40*	0.000	-9.67E	0.192	-0.15	0.322
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.36	-0.18	0.395	0.13	0.516	6.95E	0.768
อื่นๆ	7	4.71	0.17	0.497	0.48*	0.046	0.42	0.125

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 80.1 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะอาชีพต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011, 0.011, 0.000, 0.012 และ 0.046 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่ๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 80.2 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
รับจ้าง	35	4.54	0.27	0.200	0.40*	0.000	0.41*	0.012
นักเรียน นักศึกษา	105	4.24	-3.46E	0.858	9.67E	0.192	0.11	0.443
ข้าราชการ	17	4.29	2.14E	0.928	0.15	0.322	0.16	0.401
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.27	-	-	0.13	0.487	0.14	0.524
พนักงานบริษัท	191	4.14	-0.13	0.487	-	-	1.09E	0.935
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.13	-0.14	0.524	-1.096	0.935	-	-
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.36	9.09E	0.726	0.22	0.240	0.23	0.297
อื่นๆ	7	4.71	0.44	0.134	0.57*	0.015	0.58*	0.027

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 80.2 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะอาชีพต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.012, 0.015 และ 0.027 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่เหล่านั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 80.3 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ไม่ประกอบอาชีพ		อื่นๆ	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
รับจ้าง	35	4.54	0.18	0.395	-0.17	0.497
นักเรียน/นักศึกษา	105	4.24	-0.13	0.516	-0.48*	0.046
ข้าราชการ	17	4.29	-6.95E	0.768	-0.42	0.125
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	4.27	-9.09E	0.776	-0.44	0.134
พนักงานบริษัท	191	4.14	-0.22	0.240	-0.57*	0.015
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	4.13	-0.23	0.297	-0.58*	0.02
ไม่ประกอบอาชีพ	11	4.36	-	-	-0.35	0.234
อื่นๆ	7	4.71	0.35	0.234	-	-

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 80.3 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะอาชีพต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.046 และ 0.015 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าค่าเฉลี่ยคู่หนึ่ง ๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2.4 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9

อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9

อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9

อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 81 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านความพึงพอใจรวมและด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความพึงพอใจรวม	Between Groups	14.79	4	3.70	0.267	0.899
	Within Groups	5474	395	13.86		
	Total	5488	399			
ความรู้จากรายการ	Between Groups	0.499	4	0.125	0.443	0.778
	Within Groups	111.25	395	0.282		
	Total	111.75	399			
ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	Between Groups	1.297	4	0.324	0.916	0.455
	Within Groups	139.88	395	0.354		
	Total	141.18	399			
ความเพลิดเพลินจากรายการ	Between Groups	0.490	4	0.122	0.394	0.813
	Within Groups	122.62	395	0.310		
	Total	123.11	399			

จากตาราง 81 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.899 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.899 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.778 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.778 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.455 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.455 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.813 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.813 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 82 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
การสำเร็จการศึกษา

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	Between Groups	0.800	4	0.200	0.650	0.627
	Within Groups	121.44	395	0.307		
	Total	122.24	399			
ผู้ดำเนินรายการ	Between Groups	1.132	4	0.283	0.588	0.671
	Within Groups	190.05	395	0.481		
	Total	191.18	399			
ขั้นตอนการดำเนินรายการ	Between Groups	0.883	4	0.221	0.532	0.712
	Within Groups	163.91	395	0.415		
	Total	164.79	399			

จากตาราง 82 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.627 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.627 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.671 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.671 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.712 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.712 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 83 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
การสำเร็จการศึกษา

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระบบภาพที่น่าเสนอ	Between Groups	2.751	4	0.688	1.97	0.097
	Within Groups	137.43	395	0.348		
	Total	140.18	399			
ระบบเสียงที่น่าเสนอ	Between Groups	2.01	4	0.503	1.349	0.251
	Within Groups	147.23	395	0.373		
	Total	149.24	399			
ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป	Between Groups	1.93	4	0.483	1.268	0.282
	Within Groups	150.37	395	0.381		
	Total	152.30	399			

จากตาราง 83 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.097 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.097 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.251 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.251 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.282 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.282 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า การสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

2.5 ผู้ชมที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9

อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9

อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

แตกต่างกัน

ตาราง 84 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านความพึงพอใจรวมและด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความพึงพอใจรวม	Between Groups	106.69	8	13.34	0.969	0.460
	Within Groups	5382	391	13.76		
	Total	5488	399			
ความรู้จากรายการ	Between Groups	4.65	8	0.582	2.125	0.033*
	Within Groups	107.10	391	0.274		
	Total	111.75	399			
ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	Between Groups	8.18	8	1.023	3.007	0.003**
	Within Groups	132.99	391	0.340		
	Total	141.18	399			
ความเพลิดเพลินจากรายการ	Between Groups	3.22	8	0.403	1.315	0.234
	Within Groups	119.89	391	0.307		
	Total	123.11	399			

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

** ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 84 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.460 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.460 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.033 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.003 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.234 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.234 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 85 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 85.1 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-15,000	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
ต่ำกว่า 5,000	106	4.27	-	-	-220*	0.012	-8.23E	0.333
5,000-10,000	57	4.49	0.22*	0.012	-	-	0.14	0.165
10,001-15,000	59	4.36	8.23E	0.33	-0.14	0.165	-	-
15,001-20,000	41	4.24	-2.97E	-0.758	-0.25*	0.022	-0.11	0.293
20,001-25,000	36	4.42	0.14	0.157	-7.46	0.504	6.07E	0.584
25,001-30,000	20	4.50	0.23	0.077	8.77E	0.949	0.14	0.288
30,001-35,000	23	4.09	-0.19	0.122	-0.40*	0.002	-0.27*	0.037
35,001-40,000	23	4.26	-1.27E	0.916	-0.23	0.076	-9.51E	0.460
40,001 ขึ้นไป	35	4.26	-1.64E	0.872	-0.23*	0.038	-9.88E	0.377

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 85.1 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.012, 0.012, 0.022, 0.002, 0.037 และ 0.038 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่ง ๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 85.2 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
ต่ำกว่า 5,000	106	4.27	2.97E	0.758	-0.14	0.157	-0.23	0.077
5,000-10,000	57	4.49	0.25*	0.022	7.46E	0.504	-8.77E	0.949
10,001-15,000	59	4.36	0.11	0.293	-6.07E	0.584	-0.14	0.288
15,001-20,000	41	4.24	-	-	-0.17	0.149	-0.26	0.074
20,001-25,000	36	4.42	0.17	0.149	-	-	-8.33E	0.568
25,001-30,000	20	4.50	0.26	0.074	8.33E	0.568	-	-
30,001-35,000	23	4.09	-0.16	0.250	-0.33*	0.019	-0.41*	0.010
35,001-40,000	23	4.26	1.70E	0.901	-0.16	0.265	-0.24	0.136
40,001 ขึ้นไป	35	4.26	1.32E	0.913	-0.16	0.200	-0.2	0.099

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 85.2 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ กันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.010 และ 0.019 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าค่าเฉลี่ยคู่ นั้น ๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 85.3 เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

LSD	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	30,001-35,000		35,001-40,000		40,001ขึ้นไป	
			Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.	Mean Difference	Sig.
ต่ำกว่า 5,000	106	4.27	0.19	0.122	1.27E	0.916	1.64E	0.872
5,000-10,000	57	4.49	0.40*	0.002	0.23	0.076	0.23*	0.038
10,001-15,000	59	4.36	0.27*	0.037	9.51E	0.460	9.88E	0.377
15,001-20,000	41	4.24	0.16	0.250	-1.70E	0.901	-1.32	0.913
20,001-25,000	36	4.42	0.33*	0.019	0.16	0.265	0.16	0.200
25,001-30,000	20	4.50	0.41*	0.010	-0.17	0.260	-0.17	0.222
30,001-35,000	23	4.09	-	-	-0.17	0.260	-0.17	0.226
35,001-40,000	23	4.26	0.17	0.260	-	-	3.73	0.979
40,001 ขึ้นไป	35	4.26	0.17	0.226	-3.73E	0.979	-	-

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตาราง 85.3 เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างๆกันทีละคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.002, 0.038 และ 0.019 มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยคู่หนึ่งๆมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 86 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้ง	Between Groups	2.78	8	0.349	1.141	0.334
	Within Groups	119.45	391	0.306		
	Total	122.24	399			
ผู้ดำเนินรายการ	Between Groups	2.23	8	0.279	0.577	0.797
	Within Groups	188.94	391	0.483		
	Total	191.18	399			
ขั้นตอนการดำเนินรายการ	Between Groups	5.65	8	0.706	1.736	0.089
	Within Groups	159.14	391	0.407		
	Total	164.79	399			

จากตาราง 86 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.334 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.334 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.797 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.797 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.089 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.089 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 87 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระบบภาพที่น่าเสนอ	Between Groups	3.95	8	0.494	1.419	0.186
	Within Groups	136.22	3.91	0.348		
	Total	140.18	399			
ระบบเสียงที่น่าเสนอ	Between Groups	3.60	8	0.449	1.206	0.294
	Within Groups	145.65	0.391	0.372		
	Total	149.24	399			
ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป	Between Groups	4.25	8	0.532	1.406	0.192
	Within Groups	148.04	391	0.379		
	Total	152.30	399			

จากตาราง 87 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.186 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.186 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.294 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.294 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.192 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.192 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

2.6 สถานภาพสมรสผู้ชมแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 88 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านความพึงพอใจรวมและด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความพึงพอใจรวม	Between Groups	12.17	2	6.08	0.441	0.644
	Within Groups	5476	397	13.80		
	Total	5488	399			
ความรู้จากรายการ	Between Groups	0.402	2	0.201	0.717	0.489
	Within Groups	111.35	397	0.280		
	Total	111.75	399			
ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	Between Groups	1.29	2	0.650	1.844	0.160
	Within Groups	139.88	397	0.352		
	Total	141.18	399			
ความเพลิดเพลินจากรายการ	Between Groups	0.946	2	0.473	1.538	0.216
	Within Groups	122.16	397	0.308		
	Total	123.11	399			

จากตาราง 88 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.644 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.644 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.489 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.489 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.160 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.160 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.216 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.216 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 89 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้ง	Between Groups	0.764	2	0.382	1.249	0.288
	Within Groups	121.48	397	0.306		
	Total	122.24	399			
ผู้ดำเนินรายการ	Between Groups	0.809	2	0.404	0.843	0.431
	Within Groups	190.37	397	0.480		
	Total	191.18	399			
ขั้นตอนการดำเนินรายการ	Between Groups	0.864	2	0.432	1.046	0.352
	Within Groups	163.93	397	0.413		
	Total	164.79	399			

จากตาราง 89 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.288 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.288 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.431 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.431 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.352 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.352 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 90 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระบบภาพที่น่าเสนอ	Between Groups	3.11E	2	1.55E	0.044	0.957
	Within Groups	140.15	397	0.353		
	Total	140.18	399			
ระบบเสียงที่น่าเสนอ	Between Groups	8.09E	2	4.04E	0.108	0.898
	Within Groups	149.16	397	0.376		
	Total	149.24	399			
ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป	Between Groups	0.399	2	0.199	0.521	0.594
	Within Groups	151.89	397	0.383		
	Total	152.30	399			

จากตาราง 90 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.957 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.957 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.898 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.898 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.594 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.594 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

2.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 91 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านความพึงพอใจรวมและด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความพึงพอใจรวม	Between Groups	44.87	4	11.22	0.814	0.517
	Within Groups	5443	395	13.78		
	Total	5488	399			
ความรู้จากรายการ	Between Groups	0.506	4	0.126	0.449	0.773
	Within Groups	111.24	395	0.282		
	Total	111.75	397			
ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	Between Groups	2.102	4	0.525	1.492	0.204
	Within Groups	139.08	395	0.352		
	Total	141.18	399			
ความเพลิดเพลินจากรายการ	Between Groups	2.194	4	0.549	1.792	0.130
	Within Groups	120.92	395	0.306		
	Total	123.11	399			

จากตาราง 91 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.517 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.517 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.773 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.773 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.204 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.204 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.130 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.130 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 92 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เนื้อหาที่น่าเสนอในแต่ละครั้ง	Between Groups	0.169	4	4.23E	0.137	0.969
	Within Groups	122.07	395	0.309		
	Total	122.24	399			
ผู้ดำเนินรายการ	Between Groups	0.697	4	0.174	0.362	0.836
	Within Groups	190.48	395	0.482		
	Total	191.18	399			
ขั้นตอนการดำเนินรายการ	Between Groups	1.751	4	0.438	1.060	0.376
	Within Groups	163.04	395	0.413		
	Total	164.79	399			

จากตาราง 92 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.969 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.969 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าเสนอในแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.836 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.836 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.376 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.376 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 93 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระบบภาพที่น่าเสนอ	Between Groups	0.952	4	0.238	0.676	0.609
	Within Groups	139.23	395	0.352		
	Total	140.18	399			
ระบบเสียงที่น่าเสนอ	Between Groups	1.528	4	0.382	1.021	0.396
	Within Groups	147.71	395	0.374		
	Total	149.24	399			
ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป	Between Groups	0.949	4	0.237	0.619	0.649
	Within Groups	151.35	395	0.383		
	Total	152.30	399			

จากตาราง 93 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.609 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.609 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.396 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.396 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.649 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.649 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

2.8 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

H_0 : จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ตาราง 94 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านความพึงพอใจรวมและด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความพึงพอใจรวม	Between Groups	77.36	5	15.47	1.127	0.346
	Within Groups	5411	394	13.74		
	Total	5488	397			
ความรู้จากรายการ	Between Groups	2.15	5	0.431	1.549	0.174
	Within Groups	109.60	394	0.278		
	Total	111.75	399			
ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	Between Groups	0.255	5	5.10E	0.143	0.982
	Within Groups	140.92	394	0.358		
	Total	141.18	399			
ความเพลิดเพลินจากรายการ	Between Groups	0.842	5	0.168	0.543	0.744
	Within Groups	122.27	394	0.310		
	Total	123.11	399			

จากตาราง 94 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.346 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.346 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

Sig.มีค่าเท่ากับ 0.174 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.174 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.982 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.982 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.744 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.744 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 95 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	Between Groups	2.37	5	0.475	1.56	0.170
	Within Groups	119.86	394	0.304		
	Total	122.24	399			
ผู้ดำเนินรายการ	Between Groups	4.778	5	0.956	2.020	0.075
	Within Groups	186.4	394	0.473		
	Total	191.18	399			
ขั้นตอนการดำเนินรายการ	Between Groups	4.080	5	0.816	2.00	0.078
	Within Groups	160.71	394	0.408		
	Total	164.79	399			

จากตาราง 95 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.170 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.170 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.075 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.75 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.078 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.078 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตาราง 96 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจด้านต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระบบภาพที่น่าเสนอ	Between Groups	1.89	5	0.377	1.08	0.373
	Within Groups	138.29	394	0.351		
	Total	140.18	399			
ระบบเสียงที่น่าเสนอ	Between Groups	3.085	5	0.617	1.66	0.142
	Within Groups	145.15	394	0.371		
	Total	149.24	399			
ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป	Between Groups	1.85	5	0.370	0.969	0.436
	Within Groups	150.48	394	0.382		
	Total	152.30	399			

จากตาราง 96 วิเคราะห์โดยใช้ One Way ANOVA พบว่าค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.373 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.373 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนค่าSig.มีค่าเท่ากับ 0.142 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.142 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

และค่า Sig.มีค่าเท่ากับ 0.436 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.436 > 0.05$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 : หมายความว่า จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 แบบการใช้ชีวิตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1 ลักษณะงานอดิเรกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

H_0 : ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 97 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับทัศนคติรวมและทัศนคติด้านต่าง ๆ ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามลักษณะงานอดิเรก

		ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ทัศนคติรวม	เป็นรายการ ให้คุณค่าใน ด้านการให้ ความรู้ทั่วไป	เป็นรายการ ที่เหมาะสมกับ คนที่มีความรู้	เป็นรายการ เหมาะสมกับคน ทุกวัย
งานอดิเรก	Pearson	-0.063	-0.077	-0.059	-0.070
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.209	0.124	0.238	0.163
N		400	400	400	400

จากตาราง 97 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.209 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.209 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติรวมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.124 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.124 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.238 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.238 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนมีความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.163 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.163 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 98 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับทัศนคติด้านต่างๆต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
จำแนกตามลักษณะงานอดิเรก

		ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เป็นรายการที่ เบื่อ	เป็นรายการที่ ชวนติดตาม	ช่วงเวลาออก อากาศเหมาะสม	ระยะเวลา ดำเนินรายการ เหมาะสม
งานอดิเรก	Pearson	-0.051	-0.027	-0.039	0.079
	Correlation				
	Sig.	0.305	0.592	0.434	0.114
	(2-tailed)				
	N	400	400	400	400

จากตาราง 98 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.305 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.305 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.592 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.592 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.434 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.434 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรก และทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.114 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.114 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 99 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับทัศนคติด้านต่างๆต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
จำแนกตามลักษณะงานอดิเรก

		ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก		
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.		
		เป็นเรื่องไกลตัว	เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม
งานอดิเรก	Pearson	-0.066	-0.026	0.024
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0.186	0.600	0.636
	N	400	400	400

จากตาราง 99 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.186 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.186 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.600 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.600 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและทัศนคติด้านเป็นรายการเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.636 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.636 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรก และทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

3.2 ความสนใจของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

H_0 : ความสนใจและทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ความสนใจและทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 100 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับทัศนคติรวมและด้านต่างๆต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามความสนใจ

		ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
ความสนใจ	Pearson Correlation	ทัศนคติรวม	เป็นรายการ ให้คุณค่าใน ด้านการให้ ความรู้ทั่วไป	เป็นรายการ ที่เหมาะสมกับ คนที่มีความรู้	เป็นรายการ เหมาะสมกับคน ทุกวัย
		Sig. (2-tailed)			
		N	400	400	400
			0.034	0.007	-0.057
			0.503	0.896	0.254
					0.728

จากตาราง 100 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.503 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.503 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติรวมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.896 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.896 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.254 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.254 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนมีความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.782 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.782 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 101 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับทัศนคติด้านต่างๆต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามความสนใจ

		ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เป็นรายการ ที่น่าเบื่อ	เป็นรายการ ที่ชวนติดตาม	ช่วงเวลาออก อากาศเหมาะสม	ระยะเวลา ดำเนินรายการ เหมาะสม
ความสนใจ	Pearson	0.055	0.041	0.104*	0.119*
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.270	0.409	0.038	0.017
N		400	400	400	400

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 101 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.270 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.270 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.409 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.409 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.038 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.017 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ตาราง 102 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับทัศนคติด้านต่างๆต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามความสนใจ

		ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก		
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.		
		เป็นเรื่องไกลตัว	เป็นรายการที่ควรรักษาไว้	เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม
ความสนใจ	Pearson	-0.134**	0.017	0.075
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.728	0.132
	N	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 102 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.007 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.728 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.728 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติด้านเป็นรายการเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.132 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.132 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสนใจและทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

3.3 ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

H_0 : ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 103 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อน

		ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
ลักษณะกิจกรรมที่ทำ สำหรับเวลาพักผ่อน	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	ทัศนคติรวม	เป็นรายการ ให้คุณค่าใน ด้านการให้ ความรู้ทั่วไป	เป็นรายการ ที่เหมาะสมกับ คนที่มีความรู้	เป็นรายการ เหมาะสมกับคน ทุกวัย
		0.012	-0.052	0.097	0.095
		0.806	0.303	0.053	0.058
		400	400	400	400

จากตาราง 103 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.806 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.806 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติรวมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.303 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.303 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.053 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.053 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนมีความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.056 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.056 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 104 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับทัศนคติด้านต่างๆต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อน

		ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เป็นรายการ ที่น่าเบื่อ	เป็นรายการ ที่ชวนติดตาม	ช่วงเวลาออก อากาศเหมาะสม	ระยะเวลา ดำเนินรายการ เหมาะสม
ลักษณะกิจกรรมที่ ทำสำหรับเวลา พักผ่อน	Pearson	-0.003	-0.106*	-0.100*	-0.088
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.956	0.035	0.046	0.080
	N	400	400	400	400

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 104 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.956 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.956 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.035 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.046 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.046 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.080 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.080 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 105 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับทัศนคติด้านต่างๆต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จำแนกตามลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อน ดังนี้

		ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.		
		เป็นเรื่องไกล ตัว	เป็นรายการ ที่ควรรักษา ไว้	เป็นรายการ ที่ควรแนะนำ ให้ผู้อื่นชม
ลักษณะกิจกรรมที่ ทำสำหรับเวลา พักผ่อน	Pearson	0.006	0.056	0.126*
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0.906	0.267	0.012
	N	400	400	400

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 105 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.906 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.906 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.267 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.267 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติด้านเป็นรายการเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.012 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาพักผ่อนและทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

สมมติฐานที่ 4 แบบการใช้ชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1 ลักษณะงานอดิเรกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

H_0 : ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 106 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะงานอดิเรก

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
ลักษณะงานอดิเรก	Pearson	-0.035	-0.019	0.040	-0.039
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.486	0.701	0.421	0.436
	N	400	400	400	400

จากตาราง 106 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.486 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.486 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจรวมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.701 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.701 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.421 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.421 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.436 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.436 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 107 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ จำแนกตามลักษณะงานอดิเรก

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการดำเนินรายการ	ระบบภาพที่นำเสนอ
ลักษณะงานอดิเรก	Pearson	-0.050	-0.031	-0.067	0.007
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.322	0.536	0.184	0.887
	N	400	400	400	400

จากตาราง 107 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.322 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.322 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.536 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.536 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.184 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.184 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.887 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.887 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 108 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการไชชีวัดกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะงานอดิเรก

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียง ที่น่าเสนอ	ท่านจะชมรายการนี้ ต่อไป
ลักษณะงานอดิเรก	Pearson	-0.031	-0.040
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.539	0.424
	N	400	400

จากตาราง 108 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.539 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.539 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.424 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.424 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะงานอดิเรกและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

4.2 ลักษณะความสนใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

H_0 : ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 109 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ จำแนกตามลักษณะความสนใจ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
ลักษณะความสนใจ	Pearson Correlation	0.015	0.021	-0.019	-0.055
	Sig. (2-tailed)	0.772	0.668	0.710	0.272
	N	400	400	400	400

จากตาราง 109 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.772 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.772 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจรวมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.668 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.668 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.710 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.710 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.272 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.272 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 110 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใน
ด้านต่างๆ จำแนกตามลักษณะความสนใจ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
ลักษณะความสนใจ		เนื้อหาที่น่าสนใจ เสนอในแต่ละ ครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ การ	ขั้นตอนการ ดำเนินรายการ การ	ระบบภาพที่ นำเสนอ
		Pearson Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0.842	0.961	0.575	0.123
	N				

จากตาราง 110 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.842 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.842 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.961 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.961 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.575 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.575 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.123 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.123 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 111 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะความสนใจ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียง ที่น่าเสนอ	ท่านจะชมรายการนี้ ต่อไป
ลักษณะความสนใจ	Pearson	0.045	0.015
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.371	0.764
	N	400	400

จากตาราง 111 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.371 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.371 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.764 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.764 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะความสนใจและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

4.3 ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

H_0 : ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 112 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อน

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อน	Pearson	-0.054	-0.044	0.024	-0.004
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.283	0.376	0.633	0.936
	N	400	400	400	400

จากตาราง 112 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.283 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.283 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจรวมไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.376 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.376 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.633 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.633 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.936 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.936 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 113 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อน

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการดำเนินรายการ	ระบบภาพที่นำเสนอ
ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อน	Pearson	-0.062	-0.109*	-0.093	-0.017
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.215	0.029	0.062	0.740
	N				

* มีความสัมพันธ์ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 113 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.215 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.215 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.029 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.062 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.062 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.740 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.740 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 114 แสดงค่าสหสัมพันธ์แบบการใช้ชีวิตกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อน

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียง ที่น่าเสนอ	ท่านจะชมรายการนี้ ต่อไป
ลักษณะกิจกรรมที่ ทำสำหรับเวลาใน การพักผ่อน	Pearson	0.001	-0.004
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.981	0.931
	N	400	400

จากตาราง 114 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.981 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.981 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.931 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.931 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลักษณะกิจกรรมที่ทำสำหรับเวลาในการพักผ่อนและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

สมมติฐานที่ 5 ทศนคติของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

5.1 ทศนคติรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

H_0 : ทศนคติรวมและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติรวมและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 115 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติรวมกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
ทศนคติรวม	Pearson	0.517**	0.395**	0.319**	0.387**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 115 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติรวมและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.517 หมายความว่า ทศนคติรวมและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 51.7 หรือ 0.517 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติรวมและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.395 หมายความว่า ทศนคติรวมและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 39.5 หรือ 0.395 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติรวมและความพึงพอใจด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.319 หมายความว่า ทศนคติรวมและความพึงพอใจด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 31.9 หรือ 0.319 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนครีรวมและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.387 หมายความว่า ทศนครีรวมและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 38.7 หรือ 0.387 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 116 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ตนคิดรวมกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการดำเนินรายการ	ระบบภาพที่นำเสนอ
ทัศนคติรวม	Pearson	0.379**	0.331**	0.324**	0.306**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 116 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 Pearson Correlation เท่ากับ 0.379 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 37.9 หรือ 0.379 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 Pearson Correlation เท่ากับ 0.331 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 33.1 หรือ 0.331 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.324 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 32.4 หรือ 0.324 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 (< 0.01) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.306 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 30.6 หรือ 0.306 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 117 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติรวมกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใน
ด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่นำ เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
ทัศนคติรวม	Pearson Correlation	0.266**	0.511**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000
	N	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.001

จากตาราง 117 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.266 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 26.6 หรือ 0.266 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.511 หมายความว่า ทัศนคติรวมและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 51.1 หรือ 0.511 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

5.2 ทศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่าง ๆ

H_0 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 118 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่าง ๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป	Pearson	0.447**	0.400**	0.234**	0.311**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 118 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.447 หมายความว่า ทศนคติเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 44.7 หรือ 0.447 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.400 หมายความว่า ทศนคติเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 40.0 หรือ 0.400 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.234 หมายความว่า ทศนคติเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านใช้

เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 23.4 หรือ 0.234 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทักษะคิดด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.311 หมายความว่า ทักษะคิดด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 31.1 หรือ 0.311 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 119 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป		เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการดำเนินรายการ	ระบบภาพที่นำเสนอ
	Pearson	0.288**	0.280**	0.265**	0.336**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

จากตาราง 119 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.288 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 28.8 หรือ 0.288 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.00 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.280 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 28.0 หรือ 0.280 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.265 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 26.5 หรือ 0.265 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.336 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 33.6 หรือ 0.336 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 120 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในการให้ความรู้ทั่วไปกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่นำ เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
เป็นรายการที่มีคุณค่าใน ด้านการให้ความรู้ทั่วไป	Pearson	0.293**	0.361**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000
N		400	400

จากตาราง 120 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.293 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 29.3 หรือ 0.293 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.361 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในการให้ความรู้ทั่วไปและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 36.1 หรือ 0.361 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

5.3 ทศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ

H_0 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 121 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้กับความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้	Pearson Correlation	-0.116*	-0.045	-0.125*	-0.098
	Sig. (2-tailed)	0.020	0.370	0.013	0.051
	N	400	400	400	400

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 121 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.020 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ -0.116 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงข้ามที่ร้อยละ 11.6 หรือ 0.116 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.370 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.370 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.013 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ -0.125 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงข้ามที่ร้อยละ 12.5 หรือ 0.125 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.051 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.051 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทักษะคิดด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 122 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้กับความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้		เนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการดำเนินรายการ	ระบบภาพที่นำเสนอ
	Pearson Correlation	-0.136**	-0.046	-0.083	-0.125*
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.364	0.096	0.012
	N	400	400	400	400

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 122 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.006 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ -0.136 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงข้ามที่ร้อยละ 13.6 หรือ 0.136 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.364 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.364 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.096 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.096 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.012 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ -0.125 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงข้ามที่ร้อยละ 12.5 หรือ 0.125 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ตาราง 123 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้กับความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่นำ เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
เป็นรายการที่เหมาะสม กับคนที่มีความรู้	Pearson	-0.113*	0.041
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.024	0.409
	N	400	400

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 123 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. 0.024 มีค่าเท่ากับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.024 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ -0.113 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงข้ามที่ร้อยละ 11.3 หรือ 0.113 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

และค่า Sig. เท่ากับ 0.409 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.409 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

5.4 ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ

H_0 : ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 124 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย	Pearson Correlation	0.377**	0.235**	0.267**	0.335**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 124 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.377 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 37.7 หรือ 0.377 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.235 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 23.5 หรือ 0.235 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.267 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 26.7 หรือ 0.267 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทักษะคิดด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.335 หมายความว่า ทักษะคิดด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 33.5 หรือ 0.335 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 125 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการดำเนินรายการ	ระบบภาพที่นำเสนอ
เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย	Pearson Correlation	0.270**	0.203**	0.248**	0.266**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 125 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.270 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 27.0 หรือ 0.270 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.203 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 20.3 หรือ 0.203 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.248 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 24.8 หรือ 0.248 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.266 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 26.6 หรือ 0.266 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 126 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทดสอบด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่นำ เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
เป็นรายการเหมาะกับ คนทุกวัย	Pearson	0.190**	0.327**
	Correlation		
	Sig.	0.000	0.000
	(2-tailed)		
N		400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 126 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.00 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.190 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 19.0 หรือ 0.190 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.327 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 32.7 หรือ 0.327 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

5.5 ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ

H_0 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 127 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Pearson Correlation	0.361**	0.278**	0.236**	0.308**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 127 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.00 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.361 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 36.1 หรือ 0.361 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.00 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.278 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 27.8 หรือ 0.278 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.236 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 23.6 หรือ 0.236 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlationเท่ากับ 0.308 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 30.8 หรือ 0.308 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 128 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เนื้อหาที่น่า เสนอในแต่ละ ครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการ ดำเนิน รายการ	ระบบภาพที่ นำเสนอ
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Pearson Correlation	0.252**	0.213**	0.219**	0.190**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 128 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าเสนอในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.252 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและควาพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าเสนอในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 25.2 หรือ 0.252 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.213 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและควาพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 21.3 หรือ 0.213 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.219 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและควาพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 21.9 หรือ 0.219 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.190 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและควาพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 19.0 หรือ 0.190 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 129 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่น่า เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
เป็นรายการที่น่าเบื่อ	Pearson	0.159**	0.392**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000
	N	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 129 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.159 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 15.9 หรือ 0.159 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.392 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 39.2 หรือ 0.392 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

5.6 ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก

ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ

H_0 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 130 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาชว่งนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Pearson Correlation	0.544**	0.415**	0.320**	0.455**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 130 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.00 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.544 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 54.4 หรือ 0.544 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.415 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 41.5 หรือ 0.415 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านใช้เวลาชว่งนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.320 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านใช้เวลาชว่งนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 32.0 หรือ 0.320 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.455 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 45.5 หรือ 0.455 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 131 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เนื้อหาที่น่าสนใจ ในแต่ละ ครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการ ดำเนิน รายการ	ระบบภาพที่ นำเสนอ
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Pearson Correlation	0.438**	0.328**	0.306**	0.317**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 131 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทักษะทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.438 หมายความว่า ทักษะทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 43.8 หรือ 0.438 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทักษะทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.328 หมายความว่า ทักษะทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 32.8 หรือ 0.328 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทักษะทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.306 หมายความว่า ทักษะทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 30.6 หรือ 0.306 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทักษะทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.317 หมายความว่า ทักษะทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 31.7 หรือ 0.317 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 132 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่นำ เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
เป็นรายการที่ชวนติดตาม	Pearson	0.300**	0.512**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000
	N	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 132 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.300 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 30.0 หรือ 0.300 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.512 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 51.2 หรือ 0.512 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

5.7 ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ

H_0 : ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 133 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	Pearson	0.258**	0.109*	0.122*	0.156**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.029	0.015	0.002
	N	400	400	400	

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 133 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.258 หมายความว่า ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 25.8 หรือ 0.258 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.029 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.109 หมายความว่า ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 10.9 หรือ 0.109 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.015 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.122 หมายความว่า ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 12.2 หรือ 0.122 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.002 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlationเท่ากับ 0.156 หมายความว่า ทศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 15.6 หรือ 0.156 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 134 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการดำเนินรายการ	ระบบภาพที่นำเสนอ
ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม	Pearson	0.214**	0.245**	0.248**	0.204**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 134 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.214 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 21.4 หรือ 0.214 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.245 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 24.5 หรือ 0.245 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.248 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 24.8 หรือ 0.248 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.204 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 20.4 หรือ 0.204 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 135 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่นำ เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
ช่วงเวลาออกอากาศ เหมาะสม	Pearson	0.158**	0.130**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.009
	N	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 135 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.002 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.158 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 15.8 หรือ 0.158 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.009 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.130 หมายความว่า ทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 13.0 หรือ 0.130 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

5.8 ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ

H_0 : ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 136 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมกับความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	Pearson	0.202**	0.176**	0.156**	0.114**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.023
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 136 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.202 หมายความว่า ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 20.2 หรือ 0.202 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.176 หมายความว่า ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 17.6 หรือ 0.176 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.156 หมายความว่า ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 15.6 หรือ 0.156 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทักษะคิดด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.114 หมายความว่า ทักษะคิดด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 11.4 หรือ 0.114 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 137 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการดำเนินรายการ	ระบบภาพที่นำเสนอ
ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม	Pearson Correlation	0.186**	0.138**	0.165**	0.104*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.006	0.001	0.038
	N	400	400	400	400

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 137 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.186 หมายความว่า ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 18.6 หรือ 0.186 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.006 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.138 หมายความว่า ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 13.8 หรือ 0.138 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.165 หมายความว่า ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 16.5 หรือ 0.165 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.038 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.104 หมายความว่า ทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 10.4 หรือ 0.104 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ตาราง 138 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทดสอบด้านระยะเวลาดำเนินการเหมาะสมกับความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่นำ เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
ระยะเวลาดำเนินการ ที่เหมาะสม	Pearson	0.121*	0.103*
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.016	0.040
	N	400	400

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

จากตาราง 138 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.016 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.121 หมายความว่า ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 12.1 หรือ 0.121 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

และค่า Sig. เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.04 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.103 หมายความว่า ทศนคติด้านระยะเวลาดำเนินการเหมาะสมและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 10.3 หรือ 0.103 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

5.9 ทศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9

อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ

H_0 : ทศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9

อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9

อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 139 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9

อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
เป็นเรื่องไกลตัว	Pearson	0.152**	0.110*	0.118*	0.066
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.028	0.019	0.186
	N	400	400	400	400

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 139 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.002 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.152 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 15.2 หรือ 0.152 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.028 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.110 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 11.0 หรือ 0.110 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.019 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.118 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 11.8 หรือ 0.118 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.186 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.186 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคดีด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 140 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ	ขั้นตอนการดำเนินรายการ	ระบบภาพที่นำเสนอ
			การ		
เป็นเรื่องไกลตัว	Pearson Correlation	0.164**	0.121*	0.091	0.045
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.015	0.068	0.367
	N	400	400	400	400

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 140 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.001 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.164 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 16.4 หรือ 0.164 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.015 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.121 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 12.1 หรือ 0.121 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.068 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.068 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.367 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.367 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 141 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่นำ เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
เป็นเรื่องไกลตัว	Pearson	0.086	0.143**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.086	0.004
	N	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 141 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.086 ซึ่งมากกว่า 0.01 ($0.086 > 0.01$) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.004 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.143 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 14.3 หรือ 0.143 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

5.10 ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ

H_0 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9
อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9
อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 142 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้กับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจ
โลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอ ใจรวม	ความรู้จาก รายการ	ใช้เวลาช่วง นั้นให้เกิด ประโยชน์	ความ เพลิดเพลิน จากรายการ
เป็นรายการที่ควร รักษาไว้	Pearson Correlation	0.423**	0.363**	0.300**	0.341**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 142 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.423 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 42.3 หรือ 0.423 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.363 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 36.3 หรือ 0.363 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.300 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 30.0 หรือ 0.300 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคดีด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.341 หมายความว่า ทศนคดีด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 34.1 หรือ 0.341 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 143 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้กับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก			
		ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
เป็นรายการที่ควร รักษาไว้		เนื้อหาที่น่าสนใจ ในแต่ละ ครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ การ	ขั้นตอนการ ดำเนิน รายการ	ระบบภาพที่ นำเสนอ
	Pearson	0.303**	0.194**	0.184**	0.272**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 143 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.303 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 30.3 หรือ 0.303 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.194 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 19.4 หรือ 0.194 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.184 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 18.4 หรือ 0.184 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.272 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 27.2 หรือ 0.272 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 144 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้กับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่นำ เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
เป็นรายการที่ควร รักษาไว้	Pearson	0.220**	0.465**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000
	N	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 144 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.220 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 22.0 หรือ 0.220 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.465 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้และความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 46.5 หรือ 0.465 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

5.11 ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆ

H_0 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในด้านต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 145 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมกับความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		ความพึงพอใจรวม	ความรู้จากรายการ	ใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์	ความเพลิดเพลินจากรายการ
เป็นรายการที่ควร แนะนำให้ผู้อื่นชม	Pearson Correlation	0.452**	0.325**	0.317**	0.370**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 145 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.452 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 45.2 หรือ 0.452 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.352 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 35.2 หรือ 0.352 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.317 หมายความว่า ทศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านใช้เวลาช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 31.7 หรือ 0.317 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่าSig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทักษะคิดด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.370 หมายความว่า ทักษะคิดด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมและความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 37.0 หรือ 0.370 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 146 แสดงค่าสหสัมพันธ์ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมกับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.			
		เนื้อหาที่น่าสนใจ เสนอในแต่ละ ครั้ง	ผู้ดำเนินรายการ การ	ขั้นตอนการ ดำเนิน รายการ	ระบบภาพที่ นำเสนอ
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	Pearson	0.287**	0.238**	0.261**	0.304**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	400	400	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 146 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจเสนอในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.287 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจเสนอในแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 28.7 หรือ 0.287 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.238 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 23.8 หรือ 0.238 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.261 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 26.1 หรือ 0.261 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.304 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 30.4 หรือ 0.304 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ตาราง 147 แสดงค่าสหสัมพันธ์ที่ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมกับความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านต่างๆ

		ความพึงพอใจต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	
		ระบบเสียงที่นำ เสนอ	ท่านจะชมรายการ นี้ต่อไป
เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม	Pearson	0.206**	0.499**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000
	N	400	400

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

จากตาราง 147 โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.206 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 20.6 หรือ 0.206 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ($0.000 < 0.01$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.499 หมายความว่า ทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมและความพึงพอใจด้านท่านจะชมรายการนี้ต่อไปมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ร้อยละ 49.9 หรือ 0.499 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

ส่วนที่ 6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตาราง 148 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในข้อเสนอแนะอื่นๆ

	ความถี่	ร้อยละ
ผู้ตอบแบบสอบถามข้อเสนอแนะอื่นๆ	153	38.25
ผู้ไม่ผู้ตอบแบบสอบถามข้อเสนอแนะอื่นๆ	247	61.75
รวม	400	100.00
ข้อเสนอแนะ		
ต้องการให้เพิ่มเวลาออกอากาศ	63	41.18
ต้องการให้เปลี่ยนเวลาออกอากาศ (ดึกไป)	17	11.11
ต้องการชมในวันเสาร์และอาทิตย์	25	16.34
ต้องการให้มีเนื้อหาหลากหลาย	30	19.61
ต้องการให้รายการคงอยู่ต่อไป	18	11.76
รวม	153	100.00

จากตาราง 148 พบว่า ผู้ชมที่ตอบแบบสอบถามข้อเสนอแนะอื่นๆ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 153 คิดเป็นร้อยละ 38.25 โดยมีข้อเสนอแนะด้านต่างๆ คือ ต้องการให้เพิ่มเวลาออกอากาศ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 63 คิดเป็นร้อยละ 41.18 ต้องการให้เปลี่ยนเวลาออกอากาศ (ดึกไป) มีจำนวนความถี่เท่ากับ 17 คิดเป็นร้อยละ 11.11 ต้องการชมในวันเสาร์และอาทิตย์ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 25 คิดเป็นร้อยละ 16.34 ต้องการให้มีเนื้อหาหลากหลาย มีจำนวนความถี่ 30 คิดเป็นร้อยละ 19.61 และต้องการให้รายการคงอยู่ต่อไป มีจำนวนความถี่เท่ากับ 18 คิดเป็นร้อยละ 11.76 ของผู้ตอบแบบสอบถามในข้อเสนอแนะอื่นๆ ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร" ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาครั้งนี้ได้พบว่าคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าเดือนละ 5,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 มีสถานภาพสมรส โสด จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 5 คน จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 และมีจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน 2 เครื่อง จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2

ส่วนที่ 2 แบบการใช้ชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่าคุณสมบัติกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีงานอดิเรก คือ ฟังเพลง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 มีความสนใจในหมวดบันเทิง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และมีกิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อน คือ ไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7

ส่วนที่ 3 ทัศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทัศนคติรวมต่อรายการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 39.30 หมายความว่า ผู้ชมมีทัศนคติรวมที่ดีต่อรายการสำรวจโลก (ช่วง เห็นด้วย มีค่าเท่ากับ 34.01 - 42.00) ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 หมายความว่า ผู้ชมมีทัศนคติที่ดีมากต่อการเป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 หมายความว่า ผู้ชมมีทัศนคติที่ไม่แน่ใจต่อการเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 หมายความว่า ผู้ชมมีทัศนคติที่ดีมากต่อการเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัย ระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 หมายความว่า ผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นรายการที่ชวนติดตาม ระดับทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 หมายความว่า ผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม ระดับทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 หมายความว่า ผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม ระดับทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 หมายความว่า ผู้ชมมีทัศนคติที่ดี คือไม่เห็นด้วยต่อการเป็นรายการที่น่าเบื่อ ระดับทัศนคติด้านการเป็นรายการที่ควรรักษาไว้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 หมายความว่า ผู้ชมมีทัศนคติที่ดีมากต่อการ

เป็นรายการที่ควรรักษาไว้ และระดับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 หมายความว่า ผู้ชมมีทัศนคติที่ดีมากต่อการเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจรวมต่อรายการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 37.23 หมายความว่า ผู้ชมพึงพอใจกับรายการสำรวจโลก (ช่วง พอลใจ มีค่าเท่ากับ 30.61 – 37.80) ระดับความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 หมายความว่า ผู้ชมพึงพอใจที่ดีมากต่อความรู้จากรายการ ระดับความพึงพอใจด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 หมายความว่า ผู้ชมพึงพอใจต่อการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ ระดับความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 หมายความว่า ผู้ชมพึงพอใจต่อความเพลิดเพลินจากรายการ ระดับความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 หมายความว่า ผู้ชมพึงพอใจต่อเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง ระดับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 หมายความว่า ผู้ชมพึงพอใจต่อผู้ดำเนินรายการ ระดับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 หมายความว่า ผู้ชมพึงพอใจต่อขั้นตอนการดำเนินรายการ ระดับความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 หมายความว่า ผู้ชมพึงพอใจต่อระบบภาพที่น่าสนใจ ระดับความพึงพอใจด้านระบบเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 หมายความว่า ผู้ชมพึงพอใจต่อระบบเสียงที่น่าสนใจ และระดับความพึงพอใจด้านจะชมรายการนี้ต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 หมายความว่า ผู้ชมพึงพอใจมากต่อการจะชมรายการนี้ต่อไป

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่แตกต่างกัน
ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ

1.1.1 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

1.1.2 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

1.1.3 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

1.1.4 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่าเฉลี่ยของเพศหญิง

1.1.5 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

1.1.6 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

1.1.7 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

1.1.8 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติระยะเวลาดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

1.1.9 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9
อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

1.1.10 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจ
โลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

1.1.11 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการ
สำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ

1.2.1 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.2.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไป
ต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.2.3 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจ
โลกไม่แตกต่างกัน

1.2.4 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อราย
การสำรวจโลกแตกต่างกัน

1.2.5 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยต่อราย
การสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.2.6 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจ
โลกไม่แตกต่างกัน

1.2.7 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการ
สำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.2.8 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการ
สำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.2.9 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อราย
การสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.2.10 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลกแตก
ต่างกัน

1.2.11 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการ
สำรวจโลกแตกต่างกัน โดยผู้ชมอายุน้อยกว่า 15 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมอายุ 31 – 35 และ 41 – 45 ปี ผู้
ชมอายุ 15 – 20 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมอายุ 31 – 35 และ 41 – 45 ปี ผู้ชมอายุ 21 – 25 ปี มีค่าเฉลี่ยสูง
กว่าผู้ชมอายุ 31 – 35 และ 41 – 45 ปี และผู้ชมอายุ 26 – 30 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมอายุ 31 – 35 และ
41 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.2.12 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อ
รายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกลักษณะอาชีพ

- 1.3.1 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน
- 1.3.2 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน โดยผู้ชมอาชีพรับจ้าง, นักเรียน นักศึกษาและข้าราชการมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
- 1.3.3 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน
- 1.3.4 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน โดยผู้ชมอาชีพรับจ้าง และนักเรียน นักศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
- 1.3.5 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน
- 1.3.6 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน
- 1.3.7 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน
- 1.3.8 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน
- 1.3.9 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน
- 1.3.10 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน โดยผู้ชมอาชีพรับจ้าง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและอาชีพนักเรียน นักศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
- 1.3.11 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน โดยผู้ชมอาชีพรับจ้าง นักเรียน นักศึกษาและอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา

- 1.4.1 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน
- 1.4.2 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน
- 1.4.3 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน
- 1.4.4 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน โดยผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชม

ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ผู้ชมสำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ชมสำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษามีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าผู้ชมสำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.4.5 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.4.6 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

1.4.7 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.4.8 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

1.4.9 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.4.10 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.4.11 ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.5.1 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.5.2 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.5.3 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

1.5.4 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน โดยผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000 – 10,000 และ 35,001 – 40,000 บาท ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 40,000 บาท ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000, 15,001 – 20,000, 20,001 – 25,000, 25,001 – 30,000 และ 40,001 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 40,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.5.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.5.6 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.5.7 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

1.5.8 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

1.5.9 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

1.5.10 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.5.11 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน โดยผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000, 10,001 – 15,000, 15,001 – 20,000, 20,001 – 25,000 และ 25,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 40,000 บาท และผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.6 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

1.6.1 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.6.2 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.6.3 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

1.6.4 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.6.5 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.6.6 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.6.7 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.6.8 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.6.9 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

1.6.10 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.6.11 ผู้ชมที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.7 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

1.7.1 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.7.2 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน โดยจำนวนสมาชิกในครอบครัวผู้ชม 3 – 5 และ 9 – 11 คน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.7.3 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.7.4 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.7.5 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.7.6 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.7.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.7.8 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.7.9 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.7.10 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.7.11 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน โดยจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชม 3 – 5, 6 – 8, 9 – 11 และ 12 คนขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ชม น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.8 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน

1.8.1 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.8.2 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.8.3 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

1.8.4 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนของผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.8.5 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.8.6 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.8.7 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.8.8 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.8.9 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.8.10 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

1.8.11 จำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลกไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ที่แตกต่างกัน

2.1 ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ

2.1.1 ผู้ชมที่เพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.1.2 ผู้ชมเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.1.3 ผู้ชมเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.1.4 ผู้ชมเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ที่ไม่แตกต่างกัน

2.1.5 ผู้ชมเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.1.6 ผู้ชมเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

2.1.7 ผู้ชมเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.1.8 ผู้ชมเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าสนใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.1.9 ผู้ชมเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าสนใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.1.10 ผู้ชมเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านละครรายการนี้ต่อไปต่อรายการ
สำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ

2.2.1 ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมต่อรายการสำรวจโลก ชอง 9
อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.2.2 ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.2.3 ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.2.4 ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่ไม่แตกต่างกัน

2.2.5 ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.2.6 ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.2.7 ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.2.8 ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.2.9 ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.2.10 ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านละครรายการนี้ต่อไปต่อรายการ
สำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ

2.3.1 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9
อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

2.3.2 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการต่อรายการ
สำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.3.3 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.3.4 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่ไม่แตกต่างกัน

2.3.5 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งต่อการ
การสำรวจโลก ชอง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.3.6 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

2.3.7 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

2.3.8 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.3.9 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

2.3.10 ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านจะชมรายการนี้ต่อไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน โดยผู้ชมอาชีพรับจ้างมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมอาชีพนักเรียน นักศึกษา, พนักงานบริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว และผู้ชมอาชีพอื่นๆมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมอาชีพพนักงานบริษัท, นักเรียน นักศึกษา และประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามการสำเร็จการศึกษา

2.4.1 ผู้ชมสำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.4.2 ผู้ชมสำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.4.3 ผู้ชมสำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.4.4 ผู้ชมสำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่ไม่แตกต่างกัน

2.4.5 ผู้ชมสำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละครั้งต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.4.6 ผู้ชมสำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.4.7 ผู้ชมสำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.4.8 ผู้ชมสำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.4.9 ผู้ชมสำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.4.10 ผู้ชมสำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านจะชมรายการนี้ต่อไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.5 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.5.1 ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.5.2 ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน โดยผู้ชมมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 6,000 และ

25,001 – 30,000 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ผู้ชมมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000, 30,001 – 35,000 และ 40,001 บาทขึ้นไป และผู้ชมมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชมมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2.5.3 ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการใช้เวลา
ในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

2.5.4 ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจาก
รายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่ไม่แตกต่างกัน

2.5.5 ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละ
ครั้งต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.5.6 ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อ
รายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.5.7 ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนิน
รายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.5.8 ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าสนใจ
ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.5.9 ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าสนใจ
ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.5.10 ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านจะชมรายการนี้ต่อไป
ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.6 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

2.6.1 ผู้ชมสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจรวมต่อรายการสำรวจโลก
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.6.2 ผู้ชมสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการต่อ
รายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.6.3 ผู้ชมสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจด้านการใช้เวลาในช่วงนั้นให้
เกิดประโยชน์ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.6.4 ผู้ชมสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจาก
รายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ที่ไม่แตกต่างกัน

2.6.5 ผู้ชมสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละ
ครั้งต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.6.6 ผู้ชมสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อราย
การสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.6.7 ผู้ชมสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินราย
การต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.6.8 ผู้ชมสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าสนใจต่อ
รายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไม่แตกต่างกัน

2.8.6 จำนวนโทรทัศน์ทั้งหมดในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.8.7 จำนวนโทรทัศน์ทั้งหมดในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.8.8 จำนวนโทรทัศน์ทั้งหมดในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.8.9 จำนวนโทรทัศน์ทั้งหมดในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

2.8.10 จำนวนโทรทัศน์ทั้งหมดในครัวเรือนผู้ชมที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านจะชมรายการนี้ต่อไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 แบบการใช้ชีวิตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1 แบบการใช้ชีวิต จำแนกตามงานอดิเรก

3.1.1 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1.2 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1.3 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1.4 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1.5 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1.6 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1.7 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1.8 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1.9 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1.10 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.1.11 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.2 แบบการใช้ชีวิต จำแนกตามความสนใจ

3.2.1 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9

อ.ส.ม.ท.

3.2.2 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการให้คุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ชอง 9 อ.ส.ม.ท.

3.2.3 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.2.4 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.2.5 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.

3.2.6 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตามต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.

3.2.7 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมต่อรายการ
สำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ไปในทิศทางเดียวกันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

3.2.8 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติระยะเวลาคำนวณรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไปในทิศทางเดียวกันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

3.2.9 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นเรืองไกลตัวต่อรายการสำรวจโลก
ข้อ 9 อ.ส.ม.ท.ในทิศทางตรงข้ามที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

3.2.10 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อการสำรวจโลก ช่ง 9 อ.ส.ม.ท.

3.2.11 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่น
 หมดรายการสำรวจโลก ช่อ 9 อ.ส.ม.ท.

3.3 แบบการใช้ชีวิต จำแนกตามกิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อน

3.3.1 กิจกรรมที่ขอมมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติรวม
ต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.3.2 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้าน
เป็นรายการให้คะแนนด้านการให้ความรู้ทั่วไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.3.3 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้าน
เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้ต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.

3.3.4 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้าน
เป็นรายการเหมาะกับคนทักทายต่อรายการสำรวจโลก ช่อ 9 อ.ส.ม.ท.

3.3.5 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้าน
เป็นรายการที่น่าเบื่อต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.3.6 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็น
รายการที่ خوانติดตามต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางตรงข้ามที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

3.3.7 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติช่วงเวลากลางคืนเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อ 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางตรงข้ามที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

3.3.8 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.3.9 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นเรื่องไกลตัวต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.3.10 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

3.3.11 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาพักผ่อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางเดียวกันที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

สมมติฐานที่ 4 แบบการใช้ชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1 แบบการใช้ชีวิต จำแนกตามงานอดิเรก

4.1.1 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1.2 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1.3 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการใช้เวลาร่วมในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1.4 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1.5 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1.6 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1.7 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1.8 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าสนใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1.9 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าสนใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.1.10 งานอดิเรกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านจะชมรายการนี้ต่อไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.2 แบบการใช้ชีวิต จำแนกตามความสนใจ

4.2.1 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.2.2 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.2.3 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการใช้เวลาว่างในช่วงนั้นให้
เกิดประโยชน์ต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.

4.2.4 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.2.5 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.2.6 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อรายการ
สำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.

4.2.7 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการ
ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.2.8 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอต่อราย
การสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.

4.2.9 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.

4.2.10 ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านจะชมรายการนี้ต่อไปต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.3 แบบการใช้ชีวิต จำแนกตามกิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อน

4.3.1 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.3.2 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความรู้จักรายการต่อรายการสำรวจโลก ชื่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.3.3 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการใช้เวลาว่างในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.3.4 กิจกรรมที่ขอมมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.3.5 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.3.6 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางตรงข้ามที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

4.3.7 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อ 9 อ.ส.ม.ท.

4.3.8 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านระบบภาพที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.

4.3.9 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่นำเสนอต่อรายการสำรวจโลก ช่อ 9 อ.ส.ม.ท.

4.3.10 กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านชมรายการนี้ต่อไปต่อรายการสำรวจโลก ช่วง 9 อ.ส.ม.ท.

5.11.3 ทศนคติด้านการเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการใช้เวลาว่างในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์จากรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางเดียวกัน

5.11.4 ทศนคติด้านการเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางเดียวกัน

5.11.5 ทศนคติด้านการเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้งของรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางเดียวกัน

5.11.6 ทศนคติด้านการเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ รายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางเดียวกัน

5.11.7 ทศนคติด้านการเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการดำเนินรายการรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางเดียวกัน

5.11.8 ทศนคติด้านการเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านระบบภาพที่น่าสนใจรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางเดียวกัน

5.11.9 ทศนคติด้านการเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านระบบเสียงที่น่าสนใจรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางเดียวกัน

5.11.10 ทศนคติด้านการเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้เข้าชมของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านจะชมรายการนี้ต่อไปรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทิศทางเดียวกัน

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ส่วนใหญ่ต้องการให้เพิ่มเวลาออกอากาศ ต้องการให้มีเนื้อหาหลากหลาย ต้องการชมในวันเสาร์และอาทิตย์ ต้องการให้รายการคงอยู่ต่อไป และต้องการให้เปลี่ยนเวลาออกอากาศ (เพราะดึกไป) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลเพิ่มเติมได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร ในด้านพฤติกรรม的开รับสื่อ กล่าวไว้ว่า เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า ถ้าหากดูโทรทัศน์ เพศชายจะนิยมดูรายการข่าวและกีฬา เด็กวัยรุ่นชายจะสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่วัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด (ประมาณ สดะเวทิน, 2540:106) สอดคล้องกับงานวิจัย สุภาภรณ์ พรหมดีราช (254) อนุชิต มุรธาทิพย์ (2542). และศกุนต์ สายบุญดี (2543). พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 26 – 30 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัท สำเร็จปริญญาตรี สถานภาพสมรสโสด มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 5 คน มีจำนวนโทรทัศน์ในครัวเรือน 2 เครื่อง ซึ่งเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองหลวง อันเป็นที่อยู่อาศัยของคนวัยทำงาน โสด มีครอบครัวขนาดเล็ก

ส่วนที่ 2 แบบการใช้ชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

แบบการใช้ชีวิตของผู้ชมส่วนใหญ่มีงานอดิเรก คือ การฟังเพลง มีความสนใจในด้านบันเทิง และไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ในปัจจุบันเราทำงานสัปดาห์ละ 5 วัน ดังนั้น “ปรัชญาของการใช้เวลาพักผ่อน” จึงมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของแบบการใช้ชีวิต เราจะเห็นได้ว่า ทุกวันนี้คนไทยตื่นตัวในเรื่องกิจกรรมและกีฬาเพื่อการพักผ่อนมากขึ้น เช่น ไปเที่ยวชายทะเล สนใจดนตรี การแสดง มหรสพ เป็นต้น การเพิ่มเวลาพักผ่อนจะนำไปสู่แบบของการใช้ชีวิตที่แตกต่างไปจากเดิม (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543:255)

ส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ทศนคติโดยรวมของผู้ชมต่อรายการ คือ มีทศนคติรวมที่ดีต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เมย์ ชาร์ค และริชาร์ดสัน(Cyrus Mayshark and E. Richardson) กล่าวว่า “ทศนคติเป็นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับสภาวะจิตใจของบุคคลที่มีต่อวัตถุ เป็นศักยภาพของพฤติกรรมหรือส่วนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวกหรือทางลบต่อสถานที่ บุคคล หรือวัตถุ ทศนคติเป็นแรงที่อยู่ภายใน วัตถุได้จากปฏิกิริยาที่มีต่อตัวกระตุ้น ทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากจิตใจ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและจะแสดงออกทางกายภาพ” และแอล มุน(Norman L. Mun) กล่าวว่า “ทศนคติเป็นความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานที่ สถาบัน และข้อเสนอใดๆในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองพฤติกรรมตามแนวคิดนั้น” (อิศราวดี ชำนาญกิจ. 2542:23) นั้นหมายความว่า รายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. คือ วัตถุหรือสิ่งของที่ทำให้ผู้ชมเกิดทศนคติ เห็นด้วยกับรายการสารคดีให้ความรู้ชุดนี้ผ่านตามขบวนการการเกิดของทศนคติ



ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมต่อรายการ คือ พึงพอใจกับรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ซึ่งจากผลการวิจัยในส่วนที่ 3 และ 4 ผู้ชมมีทศนคติที่ดีมากต่อการเป็นรายการให้คุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไปของรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. และผู้ชมพึงพอใจมากกับความรู้ที่ได้รับจากรายการ เสรี วงษ์มณฑา กล่าวถึงการปรับตัวครั้งใหญ่ของสถานีวิทย์โทรทัศน์ไทย เพื่อก้าวไปในยุคโลกาภิวัตน์ ในบทความเนื่องในโอกาสครบรอบ 25 ปีสถานีวิทย์โทรทัศน์ช่อง 3 ว่าในยุคโลกาภิวัตน์นี้ ผู้บริโภคไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก พวกเขามีการศึกษาดีขึ้น มีรสนิยมที่ดีขึ้น มีความต้องการด้านคุณภาพมากขึ้น วิทย์โทรทัศน์จึงจำเป็นต้องปรับตัว เพื่อบริการผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และมีสาระที่ถูกต้องแม่นยำ ด้านการปรับปรุงทางด้านสารคดีนั้น ยิ่งคนเรามีความรู้ก็ยิ่งกระหายความรู้มากขึ้น ในขณะที่ผู้บริโภคมีการศึกษาดีขึ้น ความสนใจในสารคดีต่างๆก็มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสารคดีท่องเที่ยว เศรษฐกิจ การทำมาหากิน จิตวิทยา วิทยาศาสตร์ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ยังได้เวลาจากสถานีน้อยมาก อาจเป็นเพราะว่า รายการที่มีอยู่นั้นไม่ค่อยน่าสนใจ ในการทำสารคดีที่เอาจริงเอาจังมากเกินไป ขาดความสนุกสนานเป็นจุดของรายการ ทำให้รายการเป็นเรื่องที่น่าเบื่อ ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ทั้งๆที่คนที่อยากดูรายการแบบนี้มีมาก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษา ดังนั้นควรที่จะมีแนวทางในการปรับปรุงสารคดีให้มีความสนุกสนาน มีชีวิตชีวา มีความน่าสนใจ เสนอสิ่งที่ผู้บริโภคอยากดูอยากเห็น ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยรสชาติของความบันเทิง ซึ่งจะเป็นทั้งการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการให้คุณค่าที่ถึงมาของสังคมทางด้านความรู้ที่ประเทืองปัญญาไปพร้อมๆกันอีกด้วย หากมีการปรับปรุงคุณภาพของการผลิตแล้ว

↑ เชื่อว่ารายการที่เป็นประโยชน์แบบนี้จะได้รับความสนใจสูงขึ้น(เสรี วงษ์มณฑา. 2538:132-133) จึงอาจกล่าวได้ว่า รายการสารคดีสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เป็นสารคดีประเภทการให้ความรู้รายการหนึ่งที่สามารถสนองตอบผู้ชมได้เป็นอย่างดี

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ความแตกต่างทางด้านเพศมีทัศนคติเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยแตกต่างกัน โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากรที่กล่าวว่า เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Willo, Godhabers and Yates. 1980:87)

ผู้ชมอายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่มีความรู้และด้านเป็นรายการที่ควรรักษาไว้แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องแนวคิด อายุ อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนแตกต่างกัน ด้านความคิด พฤติกรรม โดยทั่วไปคนอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน มองโลกในแง่ดีว่าคนอายุมาก ในขณะที่คนมีอายุมาก มีความคิดอนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนมีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจาก คนที่มีอายุ มีประสบการณ์ชีวิต ผ่านปัญหาต่างๆตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่อายุน้อย (ประมะ สตะเทวิน. 2540: 105)

ผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัยต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน พบว่าผู้ชมสำเร็จการศึกษาสูงกว่ามีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าผู้ชมที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่า การศึกษา คนที่ได้รับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์และความต้องการต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้จะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีกว่า เพราะมีความรู้กว้างขวาง เข้าใจมากกว่า ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ (ประมะ สตะเทวิน. 2540:106)

ผู้ชมอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติรวมต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.แตกต่างกัน

ผู้ชมมีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้, เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนทุกวัย, ด้านช่วงเวลาออกอากาศ, ด้านระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม, ด้านเป็นเรื่องใกล้ตัวและด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชมแตกต่างกัน

และผู้ชมมีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติด้านเป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้และเป็นเรื่องใกล้ตัวแตกต่างกัน

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ จากการวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ประกอบด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางครอบครัว มีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายต่างกัน(ประมะ สตะเทวิน. 2540:106)

ส่วนความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์อื่นๆของผู้ชม พบว่าทัศนคติรวมและด้านต่างๆไม่มีความแตกต่างกัน สืบเนื่องมาจากรายการสารคดีสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เป็นรายการเพื่อความรู้การศึกษา ที่มีกลุ่มเป้าหมาย คือ เด็ก เยาวชนและผู้ชมทั่วไป (นุชา วินิจฉัยกุล. 2543)

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. แตกต่างกัน

ผู้ชมอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจรวม, ด้านผู้ดำเนินรายการ, ด้านขั้นตอนการดำเนินรายการ, ด้านระบบเสียงที่น่าเสนอ และด้านจะชมรายการต่อไปต่อรายการสำรวจโลกแตกต่างกัน

ผู้ชมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการและด้านการใช้เวลาว่างในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์ แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาความพึงพอใจข้างต้นนี้ มีความสอดคล้องทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละบุคคลคาดหวังหรือคาดหวังจะเสนอแต่ละประเภทที่สนองตอบความพอใจได้ต่างกันออกไป ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลจึงแตกต่างกันออกไป ความพอใจที่จะได้รับจากสื่อ จึงแตกต่างกันออกไปด้วย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.2538:635-640)

ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอื่นๆแตกต่างกัน ความพึงพอใจรวมและด้านต่างต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่แตกต่างกัน อันสืบเนื่องมาจากรูปแบบของรายการเป็นรายการที่เสริมสร้างความรู้และต้องการเป็นทางเลือกกับผู้ชมที่ไม่ชมรายการบันเทิงช่องอื่นในเวลานั้น(นุชา วินิจฉัยกุล. 2543) ดังนั้น ผู้ชมที่ชมจึงเลือกที่จะชม เนื่องจากในเวลาออกอากาศ วันจันทร์ถึงศุกร์ 21.00 – 21.30 น.เป็นเวลาสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องต่างๆนำเสนอละครเพื่อความบันเทิง

สมมติฐานที่ 3 แบบการใช้ชีวิตของผู้ชมมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ความสนใจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านระยะเวลาดำเนินรายการและด้านเป็นเรื่องใกล้ตัว ในทางเดียวกันและทางตรงข้ามตามลำดับ

กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเป็นรายการที่ชวนติดตาม,ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมและด้านเป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม ในทิศทางตรงข้ามพบว่าแบบการใช้ชีวิตของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

สมมติฐานที่ 4 แบบการใช้ชีวิตของผู้ชมมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

พบว่าแบบการใช้ชีวิตของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ซึ่งจากผลการวิจัยสมมติฐาน 3 และ 4 สอดคล้องกับแนวคิดของรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. กล่าวโดย ประมี แสงรุจน์ ในรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วันที่ 17 ธันวาคม 2544 ว่า “รายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.เป็นรายการสารคดีมุ่งเน้นการให้ความรู้ทั่วไปแก่ผู้ชมทั่วไป ”

สมมติฐานที่ 5 ทศนคติของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

พบว่าทศนคติรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมในทิศทางเดียวกัน ซึ่ง John C. Mowen และ Michael Minor ได้ให้คำนิยามของทศนคติไว้ว่า “แกนกลางของความรู้สึกชอบและไม่ชอบของบุคคล กลุ่ม สถานการณ์ สิ่งของและความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น” และทศนคติ คือ “ความโน้มเอียงอันเกิดจากประสบการณ์ที่จะก่อพฤติกรรมในลักษณะที่แสดงออกความชอบหรือไม่ชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยสม่ำเสมอ” (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2543:190)

ผลการวิจัยโดยรวมนอกเหนือจากสิ่งที่ได้อภิปรายมาแล้วข้างต้น จะพบว่าตัวแปรต้นของการศึกษาค้นคว้านี้ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญ เป็นสิ่งที่มาสนับสนุนว่า รายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เป็นรายการสารคดีเพื่อสรรสร้างความรู้แก่ผู้คนทั่วไป ทุกเพศ ทุกวัย ตามแนวคิดของรายการ(ปรมิ แสงวรจณ์, 2544)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากบทบาทสื่อโทรทัศน์ เราได้ทราบว่ ธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์สามารถสื่อไปยังผู้ชมได้มากและกว้างไกล การสื่อสารไปในลักษณะที่ไม่เฉพาะเจาะจง สารที่ออกมาจากสื่อ มาจากองค์กรขนาดใหญ่ จึงถือได้ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่เช่นเดียวกับสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ อันได้แก่ การให้ข่าวสาร การให้ความคิดเห็น การให้ความรู้การศึกษาและการให้ความบันเทิง (บัวพรม วีรภักทยานพันธุ์, 2521:4-7) ดังนั้น

1. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่าผู้ชมมีทศนคติรวมที่ดีต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีทศนคติติดมากับด้านการเป็นรายการให้คุณค่าการให้ความรู้ทั่วไป, เป็นรายการที่ควรรักษาไว้, เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม และเป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้ชมมีความต้องการชมรายการที่ให้คุณค่าด้านความรู้ มีความต้องการให้รายการคงอยู่ต่อไป และแนะนำให้ผู้อื่นชม เป็นภาพสะท้อนให้แก่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ตระหนักถึงการสรรสร้างรายการที่มีคุณค่าด้านการให้ความรู้ทั่วไปแก่ผู้ชมออกมาสู่ท้องตลาด เพราะรายการที่ให้ความรู้เหมาะกับทุกคนในครอบครัวยังมีน้อยมากในรายการโทรทัศน์ของเมืองไทย ยังไม่เพียงพอกับความต้องการชมของผู้ชม

2. นอกจากนี้ผลการวิจัย พบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการในระดับที่ดี เป็นสิ่งที่ทางผู้จัดรายการควรให้ความสนใจที่จะปรับปรุง เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของผู้ชมให้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะได้รักษากลุ่มผู้ชมเก่าและเพิ่มผู้ชมหลายใหม่เข้าสู่รายการ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย

1. งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษากลุ่มตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งหากจะทำการวิจัยต่อไป ผู้วิจัยเสนอแนะให้ทำการวิจัยในกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างทั้งทางลักษณะภูมิประเทศ เช่น จังหวัดใหญ่ในแต่ละภูมิภาค ในระดับท้องถิ่น เช่น อำเภอ หรือ ตำบลเป็นต้น อันสืบเนื่องมาจากสื่อโทรทัศน์เข้าถึงมวลชนได้อย่างกว้างไกล และจำนวนมาก เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยที่แตกต่างกันของประชากร แบบการใช้

ชีวิตตามลักษณะภูมิประเทศ มาทำการศึกษาเปรียบเทียบกันได้อีกแนวทางหนึ่ง อันจะเป็นประโยชน์ต่อการผลิตรายการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. งานวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อรายการ มีระดับความพึงพอใจที่ดีต่อรายการ การวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้วิจัยเจาะลึกลงไปเพื่อค้นหาความต้องการ หรือ ความคาดหวังของผู้ชมจากรายการ เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและดำเนินรายการจะได้ผลิต ปรับปรุงและส่งมอบรายการให้เป็นที่พอใจที่สุดของผู้ชมจริงๆ

3. เนื่องจากรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ออกอากาศวันจันทร์ถึงศุกร์ 21.00-21.30 น. ผู้วิจัยเห็นว่าควรจะทำการวิจัยในเรื่องพฤติกรรมชมรายการของผู้ชม

4. งานวิจัยเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ มีมากมายหลายประเภท ผู้วิจัยเห็นว่าควรที่จะมีการวิจัยในเชิงเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ และรวบรวมผลการวิจัยเหล่านั้นเข้าด้วยกัน เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ในการการใช้เป็นข้อมูลสำหรับการผลิตและจัดแบ่งสัดส่วนของประเภทรายการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ชมในภาพรวม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2543). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ : ซี เค แอนด์ โฟโต้สตูดิโอ.

ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. (2544). *สถิติเพื่อบริการ*. พิมพ์ครั้งที่หก. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์

✓ ✕ จิตินัน บุญภาพ. (2542). *วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลังปีค.ศ.2000*. วิทยานิพนธ์ วส.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

จิตติมา ปิยะศิริศิลป์. (2544). *ศึกษาพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี*. วิทยานิพนธ์ วส.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

✕ ประมะ สตะเวทิน. (2531). *การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์.

✕ ประกิต อภิสารธนรักษ์. (2538). *มุมมองวงการโทรทัศน์ในอนาคต*. ใน *ครบรอบ 25 ปี สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 กรุงเทพมหานคร : อัลลายน์พรินเตอร์*.

✕ ประสาน โอสดานนท์. (2538). *มุมมองวงการโทรทัศน์ในอนาคต*. ใน *ครบรอบ 25 ปี สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 กรุงเทพฯ : อัลลายน์พรินเตอร์*.

✕ พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2529). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 8. สำนักงานทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

✓ พีระ จิรโสภณ. (2529). "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน," ใน *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.

มัลลิกา บุนนาค. (2537). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

✓ รัตน์พร ไม้ตราวัฒนา. (2544). *พฤติกรรมการรับชมรายการซูริก ขูสทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน*. วิทยานิพนธ์ วส.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

วารสารส่งเสริมการลงทุน. (เมษายน 2539). กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

วินัส ฤาชัย. (2543). "เศรษฐศาสตร์สถิติ," *สถิติเศรษฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

✓ ศกุนต์ สายบุญลี. (2543). *ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ รายการสารคดีพัฒนาชุมชน*. วิทยานิพนธ์ วส.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2543). *วิธีใช้โปรแกรม SPSS และแปลความหมายผลลัพธ์ที่ได้*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

✕ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2537). *รายงานการสำรวจเกี่ยวกับสื่อมวลชนด้านโทรทัศน์*. พ.ศ.2537. กรุงเทพมหานคร : กองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ.

✕ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2542). *รายงานการสำรวจจำนวนประชากรและจำนวนทั่วราชอาณาจักร กรุงเทพมหานคร และรายเขต พ.ศ. 2542*. กรุงเทพมหานคร : กองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ.

X สุโขทัยธรรมมาธิราชสาขาวิชาวิทยาศาสตร์. (2538). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9 –15. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สุภาภรณ์ พรหมดีราช. (2541). ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง. วิทยานิพนธ์ วส.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สุวิธาน มนเฒ่าพานนท์. (2544). วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

สุวิมล ตีรพานนท์. (2543). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

X เสรี วงษ์มณฑา. (2538). การปรับตัวครั้งใหญ่ของโทรทัศน์เพื่อก้าวไปในยุคโลกาภิวัตน์ ในครบรอบ 25 ปี สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. กรุงเทพฯ : อัดลายน์พรินเตอร์.

X อุดลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). "พฤติกรรมผู้บริโภค," ในทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

X อนุชิต มุรธาพิทย์. (2542). ทศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ ดิสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. วิทยานิพนธ์ วส.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

อิศราวดี ชำนาญกิจ. (2542). ทศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ วส.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ภาษาอังกฤษ

Bittner, John R. (1983). *Mass Communication : an introduction Englewood Cliff*. N.J. Prentice-Hall

McLeod, Jack. and Keefe, Garrett J. O. (1972). *The Socialization Perspective and Communication Behavior*. In Gerald Kline and Philip J. Tichenor (eds). *Current Perspectives in Mass Communication Research*. London : Sage Publications

Sekaran, Usma. (1992). *Research Methods For Business*. Second Edition John Wiley & Son, Inc. New York Chichester Brisbane Toronto Singapore

Zikmund, William G. (2000). *Business Research*. Sixth Edition Harcourt College Publisher

Willo, O.A., Goldhabers, G.M. and Yates, M.P. (1980). *Organization Communication Research : Time for Reflection* In Dan Nimmo (ed.) *Communication Yearbook 4* New Jersey : International Communication Association

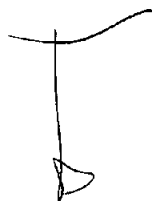
Yamane, Taro. (1973). *Statistic An Introductory Analysis*. Tokyo : Harper International

เว็บไซต์

<http://www.newexplorer.com>, HOME, December 10, 2001.

<http://www.nso.go.th>, December 10, 2001.

ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง ทศนคติ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลกทาง ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
ในเขตกรุงเทพมหานคร



ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
2. อายุ ☐ 1. น้อยกว่า 15 ปี ☐ 2. 15 - 20 ปี ☐ 3. 21 - 25 ปี
☐ 4. 26 - 30 ปี ☐ 5. 31 - 35 ปี ☐ 6. 36 - 40 ปี
☐ 7. 41 - 45 ปี ☐ 8. 46 - 50 ปี ☐ 9. 51 - 55 ปี
☐ 10. 56 - 60 ปี ☐ 11. มากกว่า 60 ปี
3. อาชีพ ☐ 1. รับจ้าง ☐ 2. นักเรียน/นักศึกษา
☐ 3. ข้าราชการ ☐ 4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ 5. พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 6. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
☐ 7. ไม่ประกอบอาชีพ ☐ 8. อื่นๆ(โปรดระบุ) _____
4. สำเร็จการศึกษา ☐ 1. ประถมศึกษา ☐ 2. มัธยมศึกษา
☐ 3. อาชีวศึกษา(ปวช.,ปวส.) ☐ 4.ปริญญาตรี
☐ 5. สูงกว่าปริญญาตรี
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ☐ 1. ต่ำกว่าเดือนละ 5,000 บาท ☐ 2. 5,000 - 10,000 บาท
☐ 3. 10,001 - 15,000 บาท ☐ 4. 15,001 - 20,000 บาท
☐ 5. 20,001 - 25,000 บาท ☐ 6. 25,001 - 30,000 บาท
☐ 7. 30,001 - 35,000 บาท ☐ 8. 35,001 - 40,000 บาท
☐ 9. 40,001 บาทขึ้นไป
6. สถานภาพสมรส ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส
☐ 3. หย่าร้าง/หม้าย
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ☐ 1. น้อยกว่า หรือเท่ากับ 2 คน ☐ 2. 3 - 5 คน
☐ 3. 6 - 8 คน ☐ 4. 9 - 11 คน
☐ 5. 12 คนขึ้นไป
8. จำนวนโทรทัศน์ทั้งหมดในครัวเรือน _____ เครื่อง(โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2 แบบการใช้ชีวิต

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับคำตอบของท่าน และตอบคำถามในข้อที่ให้ตอบคำถามให้ตรงกับแบบการใช้ชีวิตของท่านมากที่สุด

9. งานอดิเรกที่ท่านทำมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- | | |
|---|--|
| ☐ 1. การสะสมสิ่งของต่างๆ | ☐ 2. เล่นกีฬา |
| ☐ 3. ซ้อมปี่ | ☐ 4. ปลูกต้นไม้ |
| ☐ 5. เลี้ยงสัตว์ | ☐ 6. ชมภาพยนตร์ |
| ☐ 7. ฟังเพลง | ☐ 8. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ |

10. ความสนใจที่ท่านสนใจมากที่สุด(เลือกเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- | | |
|---------------------------------------|---|
| ☐ 1. การเมือง | ☐ 2. กีฬา |
| ☐ 3. บันเทิง | ☐ 4. ธรรมชาติ |
| ☐ 5. อาหาร | ☐ 6. สุขภาพ |
| ☐ 7. เทคโนโลยี | ☐ 8. อื่นๆ(โปรดระบุ) _____ |

11. กิจกรรมที่ท่านชอบมากที่สุดสำหรับเวลาในการพักผ่อน (เลือกเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- | |
|---|
| ☐ 1. ไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ |
| ☐ 2. ออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน |
| ☐ 3. พักผ่อนอยู่กับบ้าน |
| ☐ 4. ชมภาพยนตร์ / ฟังเพลง |
| ☐ 5. เล่นกีฬา |
| ☐ 6. พบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง |
| ☐ 7. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ |

ส่วนที่ 3 ท่านมีทัศนคติต่อรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท. อย่างไรในข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ โดยการใส่เครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

ทัศนคติต่อรายการสำรวจโลกช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
12. เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป					
13. เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้					
14. เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย					
15. เป็นรายการที่น่าเบื่อ					
16. เป็นรายการที่ชวนติดตาม					
17. ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม					
18. ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม					
19. เป็นเรื่องใกล้ตัว					
20. เป็นรายการที่ควรรักษาไว้					
21. เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม					

ส่วนที่ 4 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. อย่างไร ในข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ โดยการใส่เครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	พอใจ อย่างยิ่ง	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอ ใจ	ไม่พอใจ อย่างยิ่ง
22. ความรู้จากรายการ					
23. ใช้เวลาในช่วงนั้นให้เกิดประโยชน์					
24. ความเพลิดเพลินจากรายการ					
25. เนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง					
26. ผู้ดำเนินรายการ					
27. ขั้นตอนการดำเนินรายการ					
28. ระบบภาพที่น่าสนใจ					
29. ระบบเสียงที่น่าสนใจ					
30. ท่านจะชมรายการนี้ต่อไป					

31. ข้อเสนอแนะอื่นๆต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

การหาค่าความเชื่อมั่น(Reliability)

การศึกษาเรื่อง “ ทักษะคิด และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร ” ผู้วิจัยทำการทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการทำ Try out กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 50 คน และนำข้อมูลของแบบสอบถามทั้งหมดมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient of Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538:125-126) ได้ค่าดังนี้

ตาราง 149 แสดงค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาคของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น(อัลฟา)
ทัศนคติของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	0.6490
ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	0.8648
รวม	0.8178

จากตาราง พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของทัศนคติผู้ชมรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีค่าเท่ากับ 0.6490 ส่วนค่าความเชื่อมั่นของความพึงพอใจของทัศนคติผู้ชมรายการต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีค่าเท่ากับ 0.8648 ค่าความเชื่อมั่นรวมมีค่าเท่ากับ 0.8178 จากการศึกษาของ Usma Sekaran ปี ค.ศ.1992 กล่าวว่าค่าความเชื่อมั่นอย่างน้อย 0.60ขึ้นไป สามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ (Usman Sekaran. 1992)

การทดสอบค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

ส่วนการวัดทัศนคติต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. KNOWLEDG	เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป
2. SUITABLE	เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้
3. ALLAGE	เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย
4. BORING	เป็นรายการที่น่าเบื่อ
5. FOLLOW	เป็นรายการที่ชวนติดตาม
6. TIMETABL	ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม
7. PROCEDUR	ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม
8. FARSELF	เป็นเรื่องใกล้ตัว
9. MAINTAIN	เป็นรายการที่ควรรักษาไว้
10. INTRODUC	เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0

N of Items = 10

Alpha = .6490

ส่วนการวัดความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1. KNOWLSAT	ความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการ
2. TIMESAT	ความพึงพอใจการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
3. ENTERSAT	ความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการ
4. CONTENT	ความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง
5. MODULATO	ความพึงพอใจต่อผู้ดำเนินรายการ
6. PROCDSAT	ความพึงพอใจขั้นตอนการดำเนินรายการ
7. GRAPHIC	ความพึงพอใจระบบภาพที่น่าสนใจ
8. SOUND	ความพึงพอใจระบบเสียงที่น่าสนใจ
9. CONTINUE	ความพึงพอใจที่จะชมรายการต่อไป

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0

N of Items = 9

Alpha = .8648

ส่วนการวัดทัศนคติและความพึงพอใจต่อรายการสำรวจโลก ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1.	KNOWLEDG	เป็นรายการที่มีคุณค่าในด้านการให้ความรู้ทั่วไป
2.	SUITABLE	เป็นรายการที่เหมาะสมกับคนที่มีความรู้
3.	ALLAGE	เป็นรายการเหมาะกับคนทุกวัย
4.	BORING	เป็นรายการที่น่าเบื่อ
5.	FOLLOW	เป็นรายการที่ชวนติดตาม
6.	TIMETABL	ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสม
7.	PROCEDUR	ระยะเวลาดำเนินรายการเหมาะสม
8.	FARSELF	เป็นเรื่องไกลตัว
9.	MAINTAIN	เป็นรายการที่ควรรักษาไว้
10.	INTRODUC	เป็นรายการที่ควรแนะนำให้ผู้อื่นชม
11.	KNOWLSAT	ความพึงพอใจด้านความรู้จากรายการ
12.	TIMESAT	ความพึงพอใจการใช้เวลาวางให้เป็นประโยชน์
13.	ENTERSAT	ความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลินจากรายการ
14.	CONTENT	ความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละครั้ง
15.	MODULATO	ความพึงพอใจต่อผู้ดำเนินรายการ
16.	PROCDSAT	ความพึงพอใจขั้นตอนการดำเนินรายการ
17.	GRAPHIC	ความพึงพอใจระบบภาพที่น่าสนใจ
18.	SOUND	ความพึงพอใจระบบเสียงที่น่าสนใจ
19.	CONTINUE	ความพึงพอใจที่จะชมรายการต่อไป

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0

N of Items = 19

Alpha = .8178

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ – สกุล นางสาว วิลาวรรณ ผ่องพิพัฒน์พงศ์
วันเดือนปีเกิด 29 เมษายน 2506
ประวัติการศึกษา มัธยมศึกษา โรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย ปี 2524
 ปริญญาตรี เทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปี 2529
สถานที่ทำงาน บริษัท ไดแอกโนสติก โซลูชั่น จำกัด
 35/60 อาคารโนเบิล เฮาส์ พญาไท
 ถนนพญาไท แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กทม. 10400