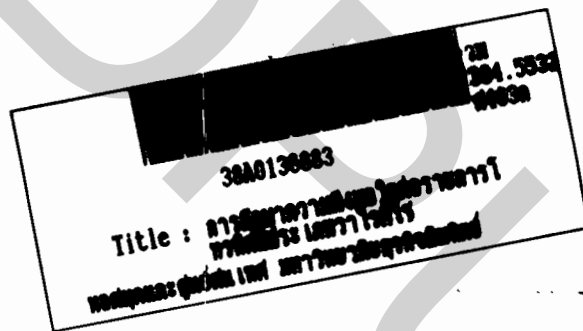


การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์
ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.



นางสาวศิริพร สัทธิตุภัย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตรรัฐกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2541

ISBN 974 - 281 - 259 - 4

**THE STUDY OF THE GRATIFICATION OF VIEWERS ON T.V. VARIETY
SHOW PROGRAMME IN BANGKOK METROPOLITAN AREA : A CASE
STUDY ON TWILIGHT SHOW PROGRAMME ON T.V. 3 M.C.O.T.**

MISS SIRIPORN SITTIRUTHAI

**A Thesis Submitted in Parital Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Business Communication Arts
Graduate School, Dhurakijbundit University**

1998

ISBN 974 - 281 - 259 - 4

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงเป็นรูปเล่มด้วยความกรุณาจากบุคคลหลายฝ่าย ทั้งท่านประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ศาสตราจารย์ สุภิญญา สุดบรรทัด กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์ อรุณ เลิศจรธรรักษ์ และกรรมการผู้แทนทบวง รองศาสตราจารย์ อรทัย ศรีสันติสุข

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ประจวบ อินอ็อค ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และได้กรุณาให้คำปรึกษาเพื่อชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสาทความรู้ให้ในระหว่างการศึกษา ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท คณะบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่ช่วยประสานงานในขั้นตอนต่างๆ ของการจัดทำวิทยานิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ชาย พี่สาว ที่เลี้ยงดูอบรมสั่งสอนและเป็นกำลังใจให้เสมอมา และส่วนหนึ่งต้องขอขอบคุณ คุณไพศาล เกลี้ยงจันทร์ และเพื่อนๆ ที่คอยกระตุ้นเตือนมิให้ท้อแท้ และเป็นกำลังใจสนับสนุนให้ทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จ

และสุดท้ายความดีอันใดที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ให้ส่งผลดีต่อทุกๆ ท่านที่ได้เอนาม และไม่ได้ระบุนามมาด้วยนี้ ส่วนความผิดพลาดและข้อบกพร่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ศิริพร สิทธิฤทัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๘
กิตติกรรมประกาศ	๘
สารบัญตาราง	๙
สารบัญภาพ	๙
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
1.3 ปัญหาในการวิจัย	10
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	10
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
1.6 นิยามศัพท์	11
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร	13
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร	15
- ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	15
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสาร	19
- แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	21
2.3 แนวคิดในการจัดรายการปกิณกะบันเทิง	26
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
3 ระเบียบวิธีวิจัย	34
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	36
3.3 แหล่งข้อมูลและวิธีเก็บข้อมูล	37
3.4 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย	38
3.5 การวัดค่าตัวแปรและการให้คะแนนคำตอบ	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
3.7 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
3.8 การหาความเชื่อมั่น	40
3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล	41
4 ผลการวิจัย	42
ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของประชากร	42
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์	45
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการทไวไลท์โชว์	52
ตอนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน	56
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	136
- สรุปผลการวิจัย	136
- การอภิปรายผล	146
- ข้อเสนอแนะทั่วไป	148
- ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต	148
บรรณานุกรม	150
ภาคผนวก	154
ก แบบสอบถาม	155
ข ประวัติรายการทไวไลท์โชว์	160
ค ข้อมูลเกี่ยวกับรางวัลโทรทัศน์ทองคำและรางวัลเมขลา	163
ประวัติผู้เขียน	169

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการชมโทรทัศน์ของคนไทย	2
2 จำนวนคนชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ	3
3 การสำรวจความนิยมรายการโทรทัศน์ทางเรดิโอโฮวค แซทเทิลไลท์ F.M. 93.5 MHz.	6
4 ที่วิบูล รายการยอดนิยม ประจำวันที่ 1 มกราคม - 15 พฤษภาคม 2540	7
5 ความนิยมพิธีกรชาย	8
6 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตาม YAMANE ที่ 95%	35
7 การกำหนดเขตพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร	36
8 แสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	42
9 แสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	43
10 แสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	43
11 แสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	44
12 แสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ	45
13 แสดงพฤติกรรมกรเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์	46
14 แสดงเหตุผลในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์	47
15 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อดีของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์	48
16 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสียของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์	49
17 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการที่อยากให้มีในรายการโทรทัศน์ ประเภทวาไรตี้โชว์	50
18 แสดงข้อเสนอแนะที่จะพัฒนารายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ให้เกิดความพึงพอใจ ต่อคนดูมากยิ่งขึ้น	51
19 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบต่างๆ ในการเปิดรับชมรายการทไวไลท์โชว์....	52
20 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการนำเสนอช่วงต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์.....	53
21 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการปรับปรุงรายการทไวไลท์โชว์ในด้านต่างๆ	54
22 ข้อเสนอแนะที่จะทำให้รายการทไวไลท์โชว์มีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับของ คนดูมากยิ่งขึ้น	55
23 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์ โชว์	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
24 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการ ทไวไลท์โชว์	57
25 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการ ทไวไลท์โชว์	57
26 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการ ทไวไลท์โชว์	58
27 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการของรายการ ทไวไลท์โชว์	59
28 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของ รายการทไวไลท์โชว์	59
29 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการทไวไลท์โชว์ ..	60
30 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ ทไวไลท์โชว์	61
31 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไลท์โชว์ของรายการทไวไลท์ โชว์.....	61
32 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการทไวไลท์ โชว์.....	62
33 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการทไวไลท์ โชว์.....	62
34 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการทไวไลท์ โชว์.....	63
35 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยลูกทุ่งของรายการทไวไลท์ โชว์.....	63
36 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการทไวไลท์ โชว์.....	64
37 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์ โชว์.....	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
38 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์ โชว์.....	66
39 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	67
40 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	68
41 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการทไวไลท์โชว์... 69	69
42 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของ รายการทไวไลท์โชว์.....	70
43 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการทไวไลท์โชว์... 71	71
44 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ ทไวไลท์โชว์.....	72
45 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์โชว์ของรายการทไวไลท์โชว์ 73	73
46 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	74
47 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	75
48 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	76
49 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	77
50 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	78
51 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของ รายการทไวไลท์โชว์.....	79
52 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของ รายการทไวไลท์โชว์.....	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
53 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศ ของรายการทไวไลท์โชว์.....	81
54 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอ ของรายการทไวไลท์โชว์.....	82
55 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการ ทไวไลท์โชว์.....	83
56 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบ ฉากของรายการทไวไลท์โชว์.....	84
57 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการ ทไวไลท์โชว์.....	85
58 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบ ของรายการทไวไลท์โชว์.....	86
59 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์โชว์ของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	87
60 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	88
61 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	89
62 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	90
63 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	91
64 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของ รายการทไวไลท์โชว์.....	92
65 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของ รายการทไวไลท์โชว์.....	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
66 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของ รายการทไวไลท์โชว์.....	94
67 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของ รายการทไวไลท์โชว์.....	95
68 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของ รายการทไวไลท์โชว์.....	96
69 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการของ รายการทไวไลท์โชว์.....	97
70 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของ รายการทไวไลท์โชว์.....	98
71 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการทไวไลท์โชว์..	99
72 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของ รายการทไวไลท์โชว์.....	100
73 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์โชว์ของ รายการทไวไลท์โชว์.....	101
74 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของ รายการทไวไลท์โชว์.....	102
75 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของ รายการทไวไลท์โชว์.....	103
76 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของ รายการทไวไลท์โชว์.....	104
77 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยดูทงของ รายการทไวไลท์โชว์.....	105
78 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของ รายการทไวไลท์โชว์.....	106
79 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของ รายการทไวไลท์โชว์.....	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
80 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของ รายการทไวไลท์โชว์.....	108
81 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของ รายการทไวไลท์โชว์.....	109
82 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของ รายการทไวไลท์โชว์.....	110
83 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการของ รายการทไวไลท์โชว์.....	111
84 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของ รายการทไวไลท์โชว์.....	112
85 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการทไวไลท์ โชว์.....	113
86 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ ทไวไลท์โชว์.....	114
87 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไลท์โชว์ของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	115
88 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	116
89 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	117
90 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	118
91 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไทยลูกทุ่งของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	119
92 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการ ทไวไลท์โชว์.....	120
93 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศ ของรายการทไวไลท์โชว์.....	121

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
94 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศ ของรายการทไวไลท์โชว์.....	122
95 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออก อากาศของรายการทไวไลท์โชว์.....	123
96 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำ เสนอของรายการทไวไลท์โชว์.....	124
97 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนิน รายการทไวไลท์โชว์.....	125
98 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ ประกอบฉากของรายการทไวไลท์โชว์.....	126
99 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบ รายการทไวไลท์โชว์.....	127
100 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรี ประกอบรายการทไวไลท์โชว์.....	128
101 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงไลท์โชว์ ของรายการทไวไลท์โชว์.....	129
102 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียล โชว์ของรายการทไวไลท์โชว์.....	130
103 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟ ของรายการทไวไลท์โชว์.....	131
104 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ ของรายการทไวไลท์โชว์.....	132
105 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้ง ของรายการทไวไลท์โชว์.....	133
106 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็น ไทยของรายการทไวไลท์โชว์.....	134

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ LASSWELL	14
2 แบบจำลองที่ 1 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแคทซ์และคณะ	16
3 แบบจำลองที่ 2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	18
4 แบบจำลองที่ 3 กระบวนการเลือกและเปิดรับข่าวสาร	20
5 แสดงแนวทางการเปลี่ยนทัศนคติโดยใช้การสื่อความหมาย	24

DPU

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.
ชื่อนักศึกษา	นางสาวศิริพร สิทธิฤทัย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ประจวบ อินอ็อค
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2541

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษารายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

ระเบียบวิธีเป็นการวิจัยแบบกรณีศึกษา โดยเลือกเจาะจงเฉพาะรายการทไวไลท์โชว์ และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

คุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้งเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นรายการทไวไลท์โชว์ และรายการระเบิดเถิดเทิง ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้งและชมบ่อยครั้งตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์เพราะต้องการความบันเทิง รองลงมาคือต้องอยู่ในช่วงวันเวลาที่สะดวกในการชม และต้องมีสาระความรู้

ความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการทไวไลท์โชว์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการมากที่สุด รองลงมาคือ รูปแบบในการนำเสนอ, วันที่ออกอากาศ, เวลาที่ออกอากาศ, ระยะเวลาที่ออกอากาศ, กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนช่วงต่างๆ ของรายการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์, ช่วงไลฟ์

โชว์, สเปนเชียลโชว์, โชว์ออฟ ในระดับมาก ส่วนช่วงความเป็นไทยและช่วงทไวไลท์ไทยถูกหุ่่ง
กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และองค์ประกอบทางด้านฉากและอุปกรณ์
ประกอบฉาก, แสงประกอบรายการ, เสียงและดนตรีประกอบรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี
ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. คุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างเรื่องเพศมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบ
ของรายการทไวไลท์โชว์ได้แก่ วันที่ออกอากาศ, เวลาที่ออกอากาศ, ระยะเวลาที่ออกอากาศ, รูป
แบบในการนำเสนอ, ช่วงไลฟ์โชว์, ช่วงโชว์ออฟ, ช่วงไทยถูกหุ่่ง, ช่วงความเป็นไทย, พิธีกรผู้
ดำเนินรายการ, ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก, แสงประกอบรายการ, เสียงและดนตรีประกอบ
รายการ ส่วนช่วงสเปนเชียลโชว์กับช่วงทอล์กโชว์ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ
2. คุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างเรื่องอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับองค์
ประกอบของรายการทไวไลท์โชว์ในด้านต่อไปนี้ รูปแบบในการนำเสนอ, ช่วงสเปนเชียลโชว์,
โชว์ออฟ, ทอล์กโชว์, ช่วงความเป็นไทย, พิธีกรผู้ดำเนินรายการ, ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก,
เสียงและดนตรีประกอบรายการ ส่วนองค์ประกอบด้านวันที่ออกอากาศ, เวลาที่ออกอากาศ, ระยะเวลา
ที่ออกอากาศ, ช่วงไลฟ์โชว์, ช่วงไทยถูกหุ่่งและแสงประกอบรายการมีความสัมพันธ์กับอายุของ
กลุ่มตัวอย่าง
3. คุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างเรื่องการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับองค์
ประกอบของรายการทไวไลท์โชว์ในด้านเวลาที่ออกอากาศ, รูปแบบในการนำเสนอ, ช่วงไลฟ์โชว์,
สเปนเชียลโชว์, ทอล์กโชว์, ไทยถูกหุ่่ง, ความเป็นไทย, พิธีกรผู้ดำเนินรายการ, ฉากและอุปกรณ์
ประกอบฉาก, แสงประกอบรายการ, เสียงและดนตรีประกอบรายการ ส่วนองค์ประกอบด้านวันที่
ออกอากาศ, ระยะเวลาที่ออกอากาศและช่วงโชว์ออฟไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา
4. คุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างเรื่องอาชีพมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบ
ของรายการทไวไลท์โชว์ในด้านวันที่ออกอากาศ, เวลาที่ออกอากาศ, ระยะเวลาที่ออกอากาศ, รูป
แบบในการนำเสนอ, ช่วงไลฟ์โชว์, ช่วงทอล์กโชว์, ช่วงความเป็นไทยและแสงประกอบรายการ
ส่วนช่วงสเปนเชียลโชว์, โชว์ออฟ, ช่วงไทยถูกหุ่่ง, พิธีกรผู้ดำเนินรายการ, ฉากและอุปกรณ์ประกอบ
ฉาก, เสียงและดนตรีประกอบรายการไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง
5. คุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างเรื่องรายได้มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบ
ของรายการทไวไลท์โชว์ในด้านวันที่ออกอากาศ, เวลาที่ออกอากาศ, ระยะเวลาที่ออกอากาศ, ช่วง
ไทยถูกหุ่่ง, ช่วงความเป็นไทย, แสงประกอบรายการ, เสียงและดนตรีประกอบรายการ ส่วนองค์

ประกอบด้านรูปแบบในการนำเสนอ, ช่วงโลโก้, สเปเชียลโลโก้, ไร้ออฟ, ทอล์กโชว์, พิธีกรผู้
ดำเนินรายการ, ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

6. พฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการทไวไลท์โชว์ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์
กับความพึงพอใจในองค์ประกอบทุกด้านของรายการทไวไลท์โชว์

DPU

Thesis Title	The Study of the Gratification of Viewers on T.V. Variety Show Programme in Bangkok Metropolitan Area : A Case Study on Twilight Show Programme on T.V. 3 M.C.O.T
Name	Miss Siriporn Sittiruthai
Thesis Adviser	Mr. Prachuab In - odd
Department	Business Communication Arts
Academic Year	1998

Abstract

This research is aimed at studying the degree of gratification that viewers in Bangkok Metropolitan area have towards “The Twilight Show” variety program on TV channel 3 (M.C.O.T.).

“The Twilight Show” program was chosen as a case study for the research in which the study was conducted through the use of questionnaires and 400 samples chosen at random. Data analysis and the hypothetical test were done by using the descriptive statistics, such as, T - Test and the Chi - square. The result of the study is as followed.

Characteristics of the Samples. With regard to the 400 respondents, there are more females than males and their ages range from 21 to 30 years old. Most of them are undergraduate students who earn less than 10,000 baht a month.

Viewing Behaviour. The majority of the samples watch variety show programs on TV occasionally. However, they almost never miss “The Twilight Show” and they watch the “Rabert Therdthoeng” program quite often, too.

The Reason for Viewing. Entertainment is the main reason for most respondents to watch variety show programs on TV. The second reason for watching is to gain knowledge and information from the shows.

The Gratification on Viewing. The samples chosen who view “The Twilight Show” are gratified with the host of the program the most. They are quite gratified with the presentation of the program., the day and time of airing, and the length of the program. With regard to the different parts of the program, most of the respondents like the parts on Talk Show, Live Show,

Special Show, and Show - off very much. They like the parts on Being Thai and Twilight Country Music only moderately. As for the production, the majority of the respondents are gratified moderately with the backgrounds and the props used in the background, the lighting, the sound and the music of the show.

The result of the hypothetical test shows that :

1. The characteristic with regard to sex of the viewers has a significant relation to various factors of the show, such as, the day and time of airing, the length of the program, the method of presentation, most parts of the show (Live Show, Show - off, Thai country, Being Thai), the host of the show, the background and the props the lighting, the sound and music of the program. The parts on Special Show and Talk Show have no significant relation with regard to sex of the viewers.

2. The characteristic of the viewers with regard to age has no significant relation to the show on the following ; the method of presentation, Special Show, Show - off, Talk Show, Being Thai, the host of the program, the background and the props, the sound and music used in the program. Nevertheless, the factors on the day and time of airing, the length of the program, Live Show, Thai Country Music, and the lighting of the show have significant relation to the ages of viewers.

3. The characteristic of the viewers with regard to their education has significant relation to various factors of the show (Live Show, Special Show, Talk Show, Thai Country Music, Being Thai), the day and time of airing, the method of presentation, the host of the program, the background and the props, the lighting, and the sound and music of the program. The factors on the length of the program, and the Show - off part have no significant relation to education level of the viewers.

4. The characteristic of the viewers with regard to their occupation has significant relation to the day and time of airing of the show, the length of the program, the method of presentation, the lighting, and some parts of the program (Live Show, Talk Show, and Being Thai). The other factors, such as, the host of the program, the background and the props, the sound and the music, and some parts of the program (Special Show, Show - off, Thai Country Music) have no significant relation to the occupation of the viewers.

5. The characteristic of the viewers with regard to their income has significant relation to the day and time of airing, the length of the program, and some parts of the program (Thai Country Music, Being Thai). The factors on the method of presentation, the host of the program, the background and the props, and other parts of the program (Live Show, Talk Show, Special Show, Show - off) have no significant relation to income of the viewers.

6. The behaviour of the samples with regard to how they watch “ The Twilight Show” program has no significant relation to the gratification they have on every factor of “ The Twilight Show” .

D
P
U

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้ประเทศไทยมีการพัฒนาในด้านต่างๆ หลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรมรวมทั้งในด้านธุรกิจบันเทิงก็มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ ที่นับวันจะยังมีบทบาทต่อการให้ความรู้ ข่าวสาร บริการชุมชนและการบันเทิงเป็นอย่างมาก ซึ่งนับตั้งแต่ พ.ศ. 2498 ที่ประเทศไทยได้มีการแพร่ภาพทางโทรทัศน์เป็นประเทศแรกในผืนแผ่นดินใหญ่อาเซียนและเป็นอันดับ 3 ถัดจากประเทศญี่ปุ่นและฟิลิปปินส์ กิจกรรมโทรทัศน์ไทยก็ได้ก้าวหน้าตามลำดับ ทั้งในด้านเทคนิคการผลิตรายการ บุคลากร การบริหารและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมือง การศึกษา เศรษฐกิจและสังคม¹

และจากการพัฒนาในด้านต่างๆ ดังกล่าว ทำให้สื่อโทรทัศน์กลายเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญ และเป็นสื่อที่ได้รับความสนใจมากที่สุดเท่าที่ได้ ดังจะกล่าวอ้างได้จากบทความและข้อมูลต่างๆ ที่ได้มีการเผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่างๆ ดังนี้

บทบาททางด้านงานโฆษณา

ปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ (ทีวี) เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญ และได้รับความสนใจมากที่สุด เพราะเป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวสารได้อย่างรอบด้าน ครอบคลุม (ทั้งภาพ เสียง และการเคลื่อนไหว) แพร่กระจายเข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างกว้างขวาง ข้อมูลจากนิคยสารเทเลวิชั่น เอเชีย ระบุว่าประเทศไทยมีบ้านที่มีเครื่องรับทีวีประมาณ 12,307,000 หลัง (อ้างจากมติชนสุดสัปดาห์, 9 ม.ค. 2539) และด้วยความสำคัญดังกล่าว ทีวีจึงเป็นสื่อที่นักวางแผนสื่อโฆษณาให้ความสำคัญและเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยในปี 2540 ที่ผ่านมามีมูลค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทางทีวีมีมูลค่าถึง 24,477,383,000 บาทต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 58 ของอัตรากำไรใช้จ่ายสำหรับสื่อโฆษณาทั้งหมดที่มีมูลค่า 41,691,125,000 บาทต่อปี²

¹ ชัยรงค์ พรหมวงศ์ "มุมมองโทรทัศน์ไทยจากอดีตสู่อนาคต." ครอบคลุม 25 ปี สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 พ.ศ. 2538, มีนาคม 2538. หน้า 131.

² ชัยพร เตชะพูลผล. ผู้จัดการฝ่ายข้อมูล Media Data Researcher Co., Ltd. ตัมภาษณ์, 23 มิถุนายน 2541.

บทบาททางด้านการเมือง

สื่อโทรทัศน์กลายเป็นสื่อที่จับตาจับใจของประชาชนเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการให้ข่าวสารข้อมูลของรัฐบาลหรือฝ่ายค้านก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มีการเลือกตั้งคราใด สื่อที่สร้างความตึงเครียดและประทับใจก็คงหนีไม่พ้นสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีการรายงานการเลือกตั้งอย่างกระชับฉับไว มีทั้งภาพและเสียงรวมทั้งความเคลื่อนไหวต่างๆ ให้ได้ติดตามชมเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

บทบาทในสังคมชีวิตประจำวัน

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางโดยไม่มีข้อจำกัด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการศึกษา การไม่รู้หนังสือ คนหูหนวก ดาบอด เพราะสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่รวมเอาคุณสมบัติของวิทยุ ภาพยนตร์ และหนังสือพิมพ์เข้าด้วยกัน นั่นคือ ผู้ชมสามารถได้ยินเสียงเช่นเดียวกับการฟังวิทยุ และได้เห็นภาพความเคลื่อนไหวต่างๆ เช่นเดียวกับการดูภาพยนตร์ พร้อมทั้งได้เห็นตัวหนังสือเช่นเดียวกับการอ่านหนังสือพิมพ์นั่นเอง ซึ่งในปัจจุบันเครื่องรับโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีราคาไม่แพงนัก ผู้คนสามารถซื้อหามาเป็นเจ้าของได้แม้แต่ในชนบท ดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจของบริษัท ดีมาร์ จำกัด เกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของคนไทยในช่วงเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี 2531 ถึงปี 2535 พบว่าคนไทยทั่วประเทศมีแนวโน้มในการรับชมโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี ดังจะแสดงให้เห็นจากตารางต่อไปนี้³

ตารางที่ 1

แนวโน้มพฤติกรรมชมโทรทัศน์ของคนไทย

พื้นที่	ปี 2531 ร้อยละ	ปี 2532 ร้อยละ	ปี 2533 ร้อยละ	ปี 2534 ร้อยละ	ปี 2535 ร้อยละ
ทั่วประเทศ	53	59	61	68	78
กรุงเทพฯ	73	76	82	80	91
เขตตัวเมืองต่างจังหวัด	76	80	81	83	82
เขตชนบทต่างจังหวัด	47	54	56	65	68

³ วิลาวัลย์ เชื้อบุญธรรมานนท์, "กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการในปี 2535." ภาควิชาสื่อสารมวลชน นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2536, หน้า 2.

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าสื่อโทรทัศน์กลายเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ และเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลต่อชีวิตคนส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็น การรับรู้ข่าวสารบ้านเมือง สารและ ความบันเทิง รวมทั้งข้อเท็จจริงของเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในและนอกประเทศ สื่อโทรทัศน์จึง เป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากมายกับชีวิตคนไทยอย่างยากที่จะหลีกเลี่ยงได้⁴

และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการนำเสนอความบันเทิงในยุคที่มีการพัฒนาทางด้าน เทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้การแข่งขันทวีความรุนแรงมากขึ้น รูปแบบการนำเสนอล้วนแล้วแต่ เป็นการพยายามให้เข้าถึงผู้ชมให้ได้มากที่สุด แต่ละสถานีแต่ละรายการต่างก็พยายามผลิตรายการที่ มีคุณภาพมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเลือกรับข่าวสารและเลือกชมรายการได้ตามความต้อง การของตนเองได้มากขึ้น การรับรู้ข่าวสารและรับความบันเทิงจึงขยายวงกว้าง รายการที่ดีมีคุณภาพ เท่านั้นที่จะยืนอยู่ได้ และเป็นที่ต้องการของประชาชนคนดู และรายการโทรทัศน์ประเภทให้ความ บันเทิงก็เป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากคนดูเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากตารางที่แสดงจำนวน คนชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ดังตารางต่อไปนี้⁵

ตารางที่ 2

จำนวนคนชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ (แสดงเป็นร้อยละ)

ประเภทรายการ	จำนวน		ร้อยละ		รวมจำนวน	รวมร้อยละ
	ผู้ชม	ผู้ไม่ชม	ผู้ชม	ผู้ไม่ชม		
บันเทิง	295	105	73.8	26.3	400	100
ข่าว	248	152	62.0	38.0	400	100
กีฬา	76	324	19.0	81.0	400	100
ความรู้สารคดี	31	369	7.8	92.3	400	100
โฆษณา	19	381	4.8	95.3	400	100
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-

⁴ ฤกษ์ ลิ้มธนากุล. "บทบาทโทรทัศน์ต่อสังคมไทยในอนาคต." ครอบรอบ 25 ปี สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 พ.ศ. 2538, มีนาคม 2538. หน้า 122.

⁵ อรรถเสวี สายบุตร, "ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์ปีที่ 50 " ภาควิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2538, หน้า 3.

จากตารางดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ารายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมสูงถึงร้อยละ 73.8 คือ รายการประเภทที่ให้ความบันเทิง ซึ่งหมายถึง ละคร รายการเพลง เกมโชว์ ทอล์คโชว์และ รวมถึงรายการวาไรตี้โชว์ (VARIETY SHOW) ก็จัดเป็นรายการบันเทิงอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจและมีการแข่งขันสูง เนื่องจากเป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวที่หลากหลายเนื้อหาและ หลากหลายรูปแบบในการนำเสนอ ซึ่งมักจะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับความสุข ความสนุกสนาน รื่นเริงในหลายอารมณ์ เช่น คนตรี ละคร การแสดงความสามารถพิเศษ การสัมภาษณ์บุคคลหรือ คาราทีมีชื่อเสียง การแสดงละครตลก (COMEDY) การเล่นเกม การแข่งขัน การตอบปัญหาต่างๆ เป็นต้น⁶

ลักษณะของการนำเสนอรายการประเภทวาไรตี้โชว์ส่วนใหญ่มักใช้วิธีการต่างๆ ในการ นำเสนอ เพื่อให้รายการมีความน่าสนใจ เช่น ใช้พิธีกรที่มีความสามารถในการพูด มีบุคลิกดี เพื่อ สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่รายการ การเชิญบุคคลมาร่วมแสดงหรือพูดคุยในรายการ จะมีการคัดเลือก ให้มีความน่าสนใจต่อผู้ชม เช่น คารา นักร้อง ดาวตลก หรือผู้ที่มีชื่อเสียงในสังคมขณะนั้นมาร่วม ในรายการ นอกจากนี้ยังมีการจัดฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก ให้มีความใหญ่โตตระการตาเต็มไปด้วย แสง สีต่างๆ เพื่อสร้างความตื่นเต้นเร้าอารมณ์ให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลินแก่คนดู โดย ได้มีนักวิชาการท่านหนึ่งกล่าวว่า “สาเหตุที่รายการประเภทวาไรตี้โชว์เป็นที่นิยมของประชาชนก็ เพราะว่าการแสดงเหล่านี้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เพราะมีความสนุก มี ความรู้ มีสาระตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นให้แก่ผู้บริโภคได้ อย่างไรก็ตามรายการประเภทนี้ สำคัญอยู่ที่พิธีกร ถ้าจะพัฒนากันอย่างจริงจังแล้วละก็ คนที่จะไปเป็นพิธีกรรายการสนทนาบันเทิง หรือรายการพิพิธทัศน์ (VARIETY SHOW) ควรจะต้องเป็นบุคคลที่มีจิตใจที่ขะระดับแล้ว นั่นคือ เป็นคนที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่น่ายกย่อง น่าชื่นชม เป็นคนที่มีสติ ปัญญา ความสามารถเฉียบแหลม ที่จะนำเสนอความคิดที่ดีงามให้กับสังคมได้ นอกจากนั้นควรจะเป็น ผู้ซึ่งมีความรู้ในเรื่องที่จะทำ และมีความรอบรู้ในเรื่องอื่นๆ ที่จะสร้างความประทับใจให้กับคน ดูได้ว่าเป็นคนที่มีข้อมูลมากถนัด ที่สำคัญก็คือ ควรจะเป็นบุคคลที่สามารถพูดคุยได้เองตามแนวทางที่ กำหนดโดยที่ไม่ใช้บทที่ตายตัวเพราะรายการประเภทอย่างนี้บทที่ตายตัวจะทำให้รายการดูแห้งแล้ง น่าเบื่อหน่าย และรายการประเภทต่าง ๆ เหล่านี้ ควรจะได้เวลาดีๆ ที่มีคนดูมาก ๆ บ้าง มิใช่ไปอยู่ ยามเช้าหรือยามดึกที่ไม่มีคนดู เพราะสาระดีๆ ที่มีคนดูน้อยก็เป็นเรื่องที่น่าเสียดาย⁷”

⁶ “การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ หน่วยที่ 5-10” มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมจริราช 2530.

⁷ เสรี วงษ์มณฑา. “การปรับตัวครั้งใหญ่ของโทรทัศน์ไทย เพื่อก้าวไปในยุคโลกาภิวัตน์.” ครอบรอบ 25 ปี สถานี โทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 พ.ศ. 2538, มีนาคม 2538. หน้า 132.

และจากการที่รายการประเภทวาไรตี้โชว์ ได้รับความนิยมและเป็นที่น่าสนใจต่อคนดูในปัจจุบันเป็นจำนวนมากนั่นเองที่ทำให้แต่ละสถานีต่างก็แข่งขันผลิตรายการประเภทนี้ออกมา ไม่ว่าจะ เป็นรายการที่จะชกตัวอย่างดังต่อไปนี้

- รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 14.30 - 17.30 น. ผลิตโดยบริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด
- รายการระเบิดเถิดเทิง ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 16.00 น. ผลิตโดยบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
- รายการศูนย์ 07 โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 15.30 - 18.00 น. ผลิตโดยบริษัทเจเอสแอล จำกัด
- รายการ 7-7-40 ก้าว (ซึ่งมาแทนรายการสี่มุมสแควร์) ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 22.15 - 24.15 น. ผลิตโดยบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
- รายการไนต์ไนท์ วาไรตี้ (ซึ่งปรับจากรายการเศรษฐกิจโชว์) ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทุกวันเสาร์ เวลา 22.00 - 23.00 น. ผลิตโดยบริษัท ทีวีโปรเจคท์ จำกัด
- รายการวาไรตี้-เกมโชว์ ทางไอบีซี ช่อง 2
- รายการบันเทิง ทาง UTV ช่อง 5
- รายการบันเทิงเพื่อครอบครัว ทางไทยสกาย ช่อง 6 เป็นต้น

จากหลากหลายรายการวาไรตี้โชว์ในปัจจุบันนี้ ทำให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์แตกต่างกันออกไป ทั้งในแง่ของการได้รับความนิยม ความนิยมและเป็นที่น่าสนใจต่อคนดูมากน้อยแตกต่างกันไป และปัจจัยอะไรที่ส่งผลทำให้รายการวาไรตี้โชว์เหล่านี้ได้รับความนิยมทั้งพื่อจากคนดูด้วยเหตุนี้ทำให้มีหน่วยงานและสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ได้ทำการจัดประกวดรางวัลขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นสื่อทางด้านวิทยุได้แก่

- รายการเรดิโอโหวด แชนเทิลไลท์ ทางคลื่น F.M.93.5 Mhz.ของ บริษัท เอ-ไพรม์ มีเดีย จำกัด ที่ได้จัดให้มีขึ้นเพื่อมอบรางวัลยอดนิยมในสาขาบันเทิงด้านต่างๆ รวม 18 รางวัล โดยจัดให้มีครั้งแรกในวันที่ 23 ธันวาคม 2535 และในปี 2536 รายการวาไรตี้ดีเด่นที่ได้รับรางวัลได้แก่ รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และในปี 2538 รายการประเภทวาไรตี้ยอดนิยมก็ยังคงได้แก่ รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เช่นกัน

และในปี 2540 ทางรายการเรดิโอโหวด แชนเทิลไลท์ ก็ได้จัดให้มีการสำรวจความนิยมอีกครั้ง โดยจัดเป็นรายสัปดาห์ มีการแบ่งประเภทคาราน่าฝ่ายชาย คาราน่าฝ่ายหญิง รายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม โดยแบ่งเป็นประเภทละคร วาไรตี้โชว์ เกมโชว์ และประเภทสุดท้ายคือ

เพลงยอดนิยม โดยผลของการโหวตรายการโทรทัศน์นั้น รายการทไวไลท์โชว์จะได้รับการจัดอันดับอยู่เสมอ ดังจะแสดงผลการโหวตเป็นตารางต่อไปนี้⁸

ตารางที่ 3

การสำรวจความนิยมรายการโทรทัศน์ ทางเรดิโอโหวต แชนแนลไลท์ F.M.93.5 MHz.

VOTE CHART ประจำวันที่	รายการโทรทัศน์	อันดับที่ได้
12 เมษายน 2540	ทไวไลท์โชว์ (วาไรตี้โชว์)	1
19 เมษายน 2540	ทไวไลท์โชว์ (วาไรตี้โชว์)	1
31 พฤษภาคม 2540	ทไวไลท์โชว์ (วาไรตี้โชว์)	2
7 มิถุนายน 2540	ทไวไลท์โชว์ (วาไรตี้โชว์)	2

และนอกจากสื่อวิทยุที่ได้ให้ความสนใจกับรายการที่น่าเสนอทางโทรทัศน์แล้ว สื่อ นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ ก็ได้ให้ความสนใจและมีการจัดอันดับความสนใจของคุณผู้ชมที่ชมรายการ ทางโทรทัศน์อีกด้วย โดยจะขอก้าวอ้างถึงนิตยสารบันเทิงทีวีพูลที่ได้มีการจัดให้ผู้อ่านหรือผู้ชม ทางบ้านได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและโหวตคะแนนมายังนิตยสารทีวีพูล โดยแบ่งออกเป็น 8 ประเภทด้วยกันคือ

1. คาราชาชยอดนิยม
2. คาราหญิงยอดนิยม
3. นักร้องชายยอดนิยม
4. นักร้องหญิงยอดนิยม
5. ละครยอดนิยม
6. มิวสิควิดีโอยอดนิยม
7. โฆษณายอดนิยม
8. รายการยอดนิยม

⁸ ข้อมูลจากรายการเรดิโอโหวต แชนแนลไลท์ ทางคลื่น F.M. 93.5 MHz. ประจำปี 2540.

ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยขอก้าวถึงในส่วนของการขอยกนิยาม เพื่อจะเน้นให้เห็นว่ารายการ
ทไวไลท์โชว์ได้รับความนิยมน้อยในอันดับใดบ้าง โดยจะขออ้างข้อมูลจากนิตยสารทีวีพูล ตั้งแต่ฉบับ
ต้นปี 2540 จนถึงฉบับกลางเดือนพฤษภาคม 2540 นี้⁹

ตารางที่ 4

ทีวีพูลโหวต รายการขอยกนิยาม ประจำวันที่ 1 มกราคม - 15 พฤษภาคม 2540

ประจำวันที่	ชื่อรายการ	อันดับ	เปอร์เซ็นต์
1-6 มกราคม 2540	ทไวไลท์โชว์	2	20.45
7-13 มกราคม 2540	ทไวไลท์โชว์	1	29.43
22-28 มกราคม 2540	ทไวไลท์โชว์	2	27.54
14-20 กุมภาพันธ์ 2540	ทไวไลท์โชว์	1	30.33
21-27 กุมภาพันธ์ 2540	ทไวไลท์โชว์	1	26.27
1-7 มีนาคม 2540	ทไวไลท์โชว์	1	39.47
8-14 มีนาคม 2540	ทไวไลท์โชว์	1	30.29
15-21 มีนาคม 2540	ทไวไลท์โชว์	1	29.34
22-28 มีนาคม 2540	ทไวไลท์โชว์	1	30.10
29-3 เมษายน 2540	ทไวไลท์โชว์	4	29.50
4-10 เมษายน 2540	ทไวไลท์โชว์	2	28.65
11-17 เมษายน 2540	ทไวไลท์โชว์	1	35.74
18-24 เมษายน 2540	ทไวไลท์โชว์	1	41.35
25-1 พฤษภาคม 2540	ทไวไลท์โชว์	2	28.90
2-8 พฤษภาคม 2540	ทไวไลท์โชว์	3	28.336
9-15 พฤษภาคม 2540	ทไวไลท์โชว์	1	31.78

⁹ “ทีวีพูลโหวต : รายการขอยกนิยาม.” ทีวีพูล. 1 มกราคม - 15 พฤษภาคม 2540.

จะเห็นได้ว่าจากการจัดอันดับยอดนิยมของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์นั้น รายการที่ได้รับความนิยมอย่างสม่ำเสมอคือ ดิฉันดับ 1 - 5 อยู่ตลอดเวลา นั่นก็คือ รายการทไวไลท์ โชว์ และยังมีหน่วยงานที่จัดโดยสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย ได้มอบรางวัลเมขลา ครั้งที่ 12 ในปี 2535 ให้แก่รายการทไวไลท์โชว์ ในฐานะที่เป็นรายการปกิณกะบันเทิงดีเด่น¹⁰

และในปี 2536 ได้มีการตัดสินรางวัลโทรทัศน์ทองคำครั้งที่ 8 โดยรายการประเภท ปกิณกะบันเทิงดีเด่น ได้แก่ รายการทไวไลท์โชว์ และในปีเดียวกันนี้ รางวัลของผู้ดำเนินรายการดีเด่นชาย ได้แก่ คุณไครภพ ลิมปพัทธ์ จากรายการทไวไลท์โชว์เช่นกัน¹¹

นอกจากรางวัลต่างๆ ที่ทางรายการทไวไลท์โชว์ได้รับจากทั้งสื่อมวลชนและชมรมต่างๆ แล้ว ส่วนที่รายการได้รับการกล่าวขานถึงอยู่เสมอคงได้แก่ การทำหน้าที่พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการของคุณไครภพ ลิมปพัทธ์ ซึ่งหลายๆ คนมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รายการทไวไลท์โชว์ได้รับความนิยม โดยผู้วิจัยจะขอเสนอผลสำรวจจากสำนักวิจัยมติชนเรื่อง "ความนิยมพิธีกรชาย" เดือนมกราคม 2539 ที่มีการสุ่มจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,238 ราย จากทั่วประเทศ ผลเป็นดังนี้¹²

ตารางที่ 5
ความนิยมพิธีกรชาย

อันดับ	พิธีกรชาย	เฉลี่ยรวม	ก.ท.ม.	ต.จ.ว.
1	ไครภพ ลิมปพัทธ์	54.0	54.4	53.6
2	สัญญา คุณากร	5.8	5.8	5.8
3	วิวัฒน์ สุนทรวิเนตร	5.7	6.2	5.3
4	ปัญญา นรินทร์กุล	5.5	4.4	6.2
5	เศรษฐา ศิรีฉายา	3.3	4.2	2.7
6	คำรงค์ พุฒตาล	3.0	3.0	3.0
7	ชูรนนท์ ภมรมนตรี	2.9	3.2	2.7

ที่มา : หนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2539.

¹⁰ ผลการประกาศรางวัลผลงานดีเด่นทางโทรทัศน์ ครั้งที่ 12 : รายการปกิณกะบันเทิงดีเด่น พ.ศ. 2535.

¹¹ ผลการประกาศรางวัลโทรทัศน์ทองคำ ครั้งที่ 8 : รายการปกิณกะบันเทิงดีเด่น พ.ศ. 2536.

¹² ผลการสำรวจสำนักวิจัยมติชนเรื่อง "ความนิยมพิธีกรชาย" เดือนมกราคม 2539. มติชน 11 กุมภาพันธ์ 2539.

นอกจากสื่อมวลชนทางด้านหนังสือพิมพ์จะมีการจัดอันดับพิธีกรกันแล้ว ทางสื่อวิทยุเองก็ได้มีการจัดอันดับพิธีกรรายการโทรทัศน์เช่นกัน โดยทางรายการเรดิโอโหวด แชนเทิลไลท์ ทางคลื่นวิทยุ F.M.93.5 MHz. ได้มีการโหวดรางวัลพิธีกรขวัญใจผู้ชมและผลมอเนเตอร์โหวด "พิธีกรชาย - หญิงยอดนิยม" ตลอดเดือนตุลาคม 2539 ของเรดิโอโหวด แชนเทิลไลท์ ก็ปรากฏว่าพิธีกรชายได้แก่ ไดรภพ ติมปัทธ และพิธีกรหญิงได้แก่ มยุรา เสวตศิลา¹³

และนั่นก็คือเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเลือกที่จะศึกษารายการทไวไลท์โชว์ ที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จากการผลิตของบริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด ซึ่งนับได้ว่าเป็นรายการวาไรตี้โชว์ที่มีการผลิตมาเป็นระยะเวลานานถึง 7 ปีเต็ม โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 14 ตุลาคม 2533 ในเวลา 1 ชั่วโมงเต็ม ในเดือนมีนาคม 2535 ทางรายการทไวไลท์โชว์ก็ได้เวลาในการนำเสนอเพิ่มเป็น 2 ชั่วโมง และในปี 2538 เป็นต้นมาทางรายการก็ได้เวลาในการนำเสนอเพิ่มเป็น 3 ชั่วโมงเต็ม ซึ่งนับว่าเป็นรายการวาไรตี้โชว์ ที่มีความยาวของรายการมากที่สุดในปัจจุบัน จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งว่ารายการทไวไลท์โชว์ในเวลา 3 ชั่วโมงเต็มนั้น ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ชมรายการมากน้อยเพียงใด โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ที่นำเสนออยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ รายการสี่สັນบันเทิง รายการบ้านเลขที่ 5 รายการ 07 โข่ว รายการสมาคมชมดาว รายการจันทร์กระจิบ รายการไนท์ดีไนน์วาไรตี้ รายการดาวล้านดวง รายการระเบิดเถิดเทิง และรายการทไวไลท์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการนำเสนอช่วงต่าง ๆ ของรายการทไวไลท์โชว์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการทไวไลท์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

¹³ "ผลมอเนเตอร์โหวด." หนังสือพิมพ์แนวหน้า. 6 พฤศจิกายน 2539, หน้า 10.

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชม ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการทไวไลท์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาแนวโน้มที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในอนาคต

ปัญหานำการวิจัย

1. ผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการชมรายการทไวไลท์โชว์แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
2. ผู้ที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการชมรายการทไวไลท์โชว์แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต้องการให้มีการพัฒนารายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในด้านใดต่อไปในอนาคต

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการชมรายการทไวไลท์โชว์แตกต่างกัน
2. ผู้ที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการชมรายการทไวไลท์โชว์แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

เนื่องจากรายการทไวไลท์โชว์ออกอากาศโดยสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ซึ่งเป็นการออกอากาศทั่วประเทศ การที่จะทำการวิจัยทั้งหมดย่อมทำได้ลำบาก ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยไว้ดังนี้

1. ผู้วิจัยจะเลือกศึกษาเฉพาะประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองศูนย์กลางของข้อมูล ข่าวสารต่างๆ มีประชากรหลากหลายกลุ่มอาชีพ การศึกษา เศรษฐกิจ และสามารถเปิดรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ได้อย่างทั่วถึงและชัดเจน จึงสามารถถือเป็นตัวแทนของประชาชนได้เป็นอย่างดี
2. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการเลือกสุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม และใช้สถานที่คือห้างสรรพสินค้า 10 แห่งที่ได้ทำการเลือกไว้เป็นสถานีในการเก็บข้อมูล เนื่องจากห้างสรรพสินค้าถือ

เป็นแหล่งรวมของประชาชนหลากหลายประเภท จึงสามารถเก็บข้อมูลกระจายได้ครอบคลุม
ประชาชนได้เป็นอย่างดี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยให้ผู้ทราบถึงความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์
ที่นำเสนออยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ รายการสี่สັນบันเทิง รายการบ้านเลขที่ 5 รายการ 07 โข่ว รายการ
สมาคมชมดาว รายการจันทร์กระจิบ รายการไนท์ดีไนน์วาไรตี้ รายการดาวล้านดวง รายการ
ระเบิดเถิดเทิง และรายการทไวไลท์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ช่วยให้ผู้ทราบถึงความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการนำ
เสนอช่วงต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์
3. ช่วยให้ผู้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ
ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรายการทไวไลท์โชว์
4. ช่วยให้ผู้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจที่
มีต่อรายการทไวไลท์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงแนวทางการนำเสนอรายการ
โทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ต่อไป

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึงความพอใจ ความต้องการสูงสุด ซึ่งจะนำมาเพื่อเป็นเหตุจูงใจ
ให้เกิดการตัดสินใจรับชม

รายการวาไรตี้โชว์ หมายถึงรายการโทรทัศน์ที่มีการรวบรวมเอารูปแบบศิลป ความ
บันเทิงหลายรูปแบบไว้ด้วยกัน ซึ่งมาจากภาษาอังกฤษว่า Variety Programme ได้แก่ การแสดง
การร้องเพลง การสัมภาษณ์บุคคล การแสดงตลก ในบางครั้งนิยมเรียกว่า รายการโทรทัศน์ปิกนิกะ
บันเทิงหรือรายการปิกนิกะบันเทิง ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง รายการที่มีการนำเสนออยู่ในปัจจุบัน
ได้แก่ รายการสี่สັນบันเทิง รายการบ้านเลขที่ 5 รายการ 07 โข่ว รายการสมาคมชมดาว รายการ
จันทร์กระจิบ รายการไนท์ดีไนน์วาไรตี้ รายการดาวล้านดวง รายการระเบิดเถิดเทิง และราย
การทไวไลท์โชว์ โดยเลือกศึกษาเน้นเฉพาะรายการทไวไลท์โชว์ ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์
ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ทุกวันอาทิตย์ เวลา 14.30-17.30 น.

ทัศนคติ หมายถึงความคิดเห็นของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกหรือลบ ที่มีต่อการเปิดรับ
ชมรายการทไวไลท์โชว์ เช่น ความพึงพอใจ, ชอบหรือความไม่พอใจ, ไม่ชอบ เป็นต้น

พฤติกรรมกรเปิดรับชมรายการ หมายถึงความถี่ในการเปิดรับชมรายการ “ทไวไลท์ ไรซ์” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

บรรยากาศในการนำเสนอรายการ หมายถึงการจัดสภาพแวดล้อม (Atmosphere) ของ สิ่งต่างๆ ที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างอารมณ์ ความพึงพอใจทางด้าน สุนทรียภาพให้แก่ผู้ชม ซึ่งรวมทั้งสิ่งที่สามารถมองเห็นได้ เช่น แสง การแต่งกาย ฉาก เป็นต้น

เนื้อหาของรายการทไวไลท์ไรซ์ หมายถึงเนื้อหาทั้ง 6 ช่วงของรายการโดยแบ่งออกเป็น ช่วงที่ 1 ช่วงความเป็นไทย ช่วงที่ 2 ช่วงสเปเชียลไรซ์ ช่วงที่ 3 ช่วงไรซ์ออฟ ช่วงที่ 4 ช่วงไลฟ์ไรซ์ ช่วงที่ 5 ช่วงทอล์คไรซ์ ช่วงที่ 6 ช่วงทไวไลท์ไทยลูกทุ่ง

พิธีกร (Host) หรือผู้ดำเนินรายการ (Master of Ceremony) หมายถึงผู้ทำหน้าที่ ในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ (Presenter) ด้วยการพูด การแสดงหรือการกระทำอื่นๆ ในการ สื่อความหมายกับผู้ชมรายการ ในที่นี้หมายถึงผู้ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงแต่ละช่วงของรายการ หรือผู้ที่ ทำหน้าที่ดำเนินรายการอย่างต่อเนื่องตลอดทุกช่วงตั้งแต่ต้นจนจบรายการ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง " การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร " กรณีศึกษา : รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงทัศนคติ ความคิดเห็น และปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการทไวไลท์โชว์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางประกอบการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วย
 - ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
 - แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสาร
 - แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดในการจัดรายการปกิณกะบันเทิง
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า " Communication " หรือ " การสื่อสาร " ไว้ต่างกันดังนี้ ¹⁴

อริสโตเติล (Aristotle) ได้ให้ความหมายของการศึกษาวิชาวาทลอปี่ (Rhetoric) หรือการสื่อสารว่า คือ การแสวงหา " วิธีการชักจูงใจที่มีอยู่ทุกรูปแบบ "

จอร์จ เอ มิลเลอร์ (George A Miller) กล่าวว่า " การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง "

¹⁴ ประมะ ทัศเวทิน, " ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์และประเภทของการสื่อสาร, " เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1 - 8 (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2529) น.5 , 7

คาร์ล ไอ โอฟแลนค์ (Carl I Hovland) และคณะให้ความเห็นว่า " การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้า (โดยปกติเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน) เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลอื่นๆ (ผู้รับสาร) "

" การสื่อสาร " คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

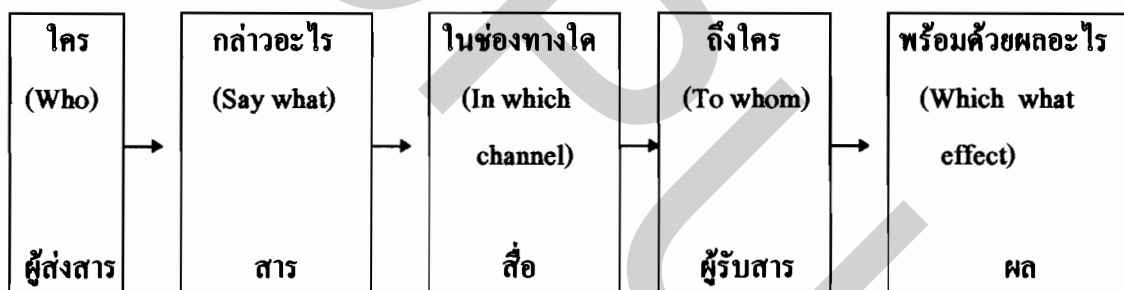
โดยสรุปการสื่อสารก็คือ กระบวนการที่สารถูกส่งจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร โดยผ่านสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง และมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง

แบบจำลองของลาสเวลล์ (Lasswell's Models)¹⁵

เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายการสื่อสารเชิงพฤติกรรม (The Behavioral School of Thought) เป็นการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาของข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้และผลที่เกิดจากการกระทำการสื่อสาร Lasswell อธิบายกระบวนการสื่อสารในลักษณะของคำถามเกี่ยวกับตัวผู้ส่งสาร ผู้รับสารและผลของการสื่อสาร ซึ่งเขียนเป็นแบบจำลองแผนภูมิได้ดังนี้

ภาพที่ 1

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ Lasswell



แบบจำลองดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงที่มีทฤษฎีการสื่อสารมีความเชื่อว่า กระบวนการสื่อสารส่วนใหญ่เป็นกระบวนการเชิงโน้มน้าวใจ จึงเป็นทฤษฎีที่เหมาะสมสำหรับใช้วิเคราะห์การสื่อสาร

¹⁵ ธนวดี บุญลือ, " ทฤษฎีและแบบจำลองพื้นฐานทางการสื่อสาร " หน้าที่ 9 - 15 (นันทบุรี : มหาวิทยาลัยอุทัยธานี
บรรณารักษ, 2531) น. 493.

เพื่อการโน้มน้าวใจให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างที่ผู้ส่งสารต้องการให้เกิด โดยมีกระบวนการดังนี้

ใคร (Who) " ผู้ส่งสาร " ซึ่งอาจหมายถึง กลุ่มบุคคล สื่อมวลชน หรือสถาบัน
กล่าวอะไร (Says what) คือ " สาร " ที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับ ซึ่งอาจได้แก่ การพูด
การแสดงกริยาท่าทางต่างๆ เพื่อให้ผู้รับสารรับรู้และเกิดความเข้าใจ

ในช่องทางใด (In which channel) คือ " ช่องทาง " ที่สารผ่านไปยังผู้รับสาร ช่องทาง
ในที่นี้มีหลายรูปแบบ ทั้งตัวบุคคลและสื่อมวลชนทุกประเภท

ถึงใคร (To whom) คือ " ผู้รับสาร " ทั้งในระดับบุคคลและมวลชน ซึ่งมีความแตกต่างกัน
กันในหลายๆ ด้าน เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ ความคิดและตามประเภทของสื่อ

พร้อมด้วยอะไร (Which what effect) คือ " ผล " ที่ผู้ส่งสารมีความประสงค์ให้เกิดขึ้น
ในตัวผู้รับสารเป็นผลที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความคิด ทักษะ ทักษะ พฤติกรรม และการกระทำ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร

จากการวิจัยการสื่อสารมวลชนในระยะแรก ผู้วิจัยได้ศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็นฝ่าย
ถูกป้อนข่าวสารฝ่ายเดียว แต่ในปัจจุบันพบว่า ผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกกระทำ (Passive) หรือถูกป้อน
ฝ่ายเดียว แต่ผู้รับสารสามารถมีบทบาทของผู้กระทำ (Active Role) หรือมีบทบาทในลักษณะการ
เลือกสรรและเปิดรับข่าวสารที่อยู่รอบๆ ตัวในชีวิตประจำวัน (พีระ จิตร โสภณ, 2531 : 634) มีทฤษฎี
ที่ศึกษาคือ

1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification)

การศึกษาตามแนวคิดนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสารเป็นหลัก (Media Consumer)
การศึกษาว่าผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกเปิดสื่อหนึ่งๆ กระบวนการดังกล่าว
หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร
โดยเฉพาะประสบการณ์โดยตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่า การใช้และความพึงพอ
ใจในการสื่อสารประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอน คือ (สุรพงษ์ โสภณะเสถียร, 2532 : 114)

1. ผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อ
สาร (Goal Directed)

2. การใช้หรือการเปิดรับสื่อหนึ่งๆ ที่ได้เลือกสรรแล้ว เพื่อสนองต่อความต้องการของคนตามข้อ 1 มิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลชักจูงจากผู้ส่งสารแต่อย่างใด

3. ความพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในทางกลับกัน ผู้ส่งสารต่างหากจำเป็นต้องแข่งขันกัน เพื่อการบริหารให้ผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจอย่างการสื่อสารก่อนหน้านั้น

แคทซ์และคณะ (Katz.E.and Other, 1974) (อ้างในพีระ จิร โสภณ, 2531 : 635) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและ
6. ผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจาก สื่อมวลชนตามที่กล่าวมาอาจแสดงให้เห็นในรูปจำลองได้ดังนี้

ภาพที่ 2

แบบจำลองที่ 1 การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ



จากแนวความคิดดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การที่คนจะเลือกสื่อต่างๆ รวมทั้งสื่อโทรทัศน์ของแต่ละบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับเหตุผล 6 ประการ คือ

1. เพื่อความต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวที่จะได้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรเรียนรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคม และการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)
4. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่กระทำลงไปแล้ว
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

เหตุผลของการเลือกชมจึงขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อ ที่มีต่อข่าวสารต่างๆ ที่ถ่ายทอดผ่านมาทางสื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งแต่ละบุคคลต่างก็มีความต้องการในการใช้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันออกไป

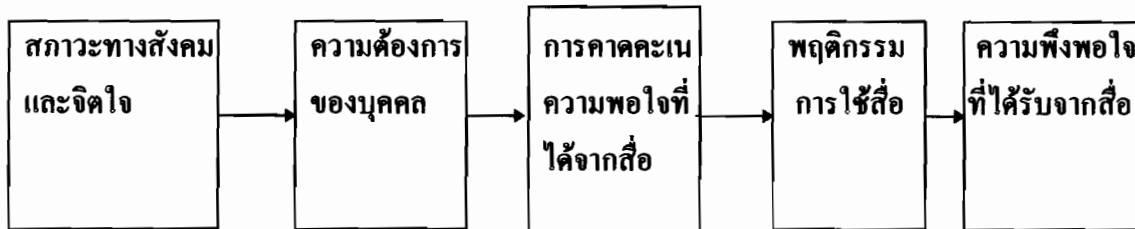
การเปลี่ยนแปลงโดยการหันมาให้ความสนใจแก่ผู้รับสาร จึงเป็นผลเนื่องมาจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อ ซึ่งมีความสำคัญต่อการวางแผนการสื่อสารข้อสรุปขั้นพื้นฐานในรูปแบบทฤษฎีนี้ คือ กลุ่มผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารที่จะสนองตอบความพึงพอใจของตน ระดับของความพอใจที่ได้รับจะขึ้นอยู่กับความต้องการและความสนใจของแต่ละบุคคล ยิ่งถ้าแต่ละบุคคลได้รับเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการอย่างแท้จริงเท่าไร โอกาสที่เขาจะเลือกรับข่าวสารนั้นจะยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น¹⁶

และจากแบบจำลองที่ 1 ที่ Katz และคณะได้พยายามสร้างขึ้นนี้ อาจอธิบายได้ว่าสภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความแตกต่างกันออกไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป

¹⁶ Sven Windahl and Benno H. Sighitzer Wih Team T. Olson , *Using Communication Theory* , 3 (London : Sage Publications , 1993) , P. 159.

ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากสื่อจะต่างกันออกไป แบบจำลองดังกล่าวอาจเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้¹⁷

ภาพที่ 3
แบบจำลองที่ 2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ



ความต้องการนับเป็นปัจจัยเริ่มต้นในการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ การสร้างแบบจำลองนี้มีจุดพิจารณาเริ่มต้นจากความต้องการพื้นฐาน (Basic needs) Windahl ซึ่งเป็นผู้หนึ่งในการพัฒนาทฤษฎีความต้องการที่อ้างถึง (Relevant needs) ในระดับอื่นๆ ได้นำความสนใจศึกษาในขอบข่ายเนื้อหาเพิ่มเติมความต้องการที่กล่าวถึงนี้รวมถึงความต้องการเรียนรู้ (Orientation) ความต้องการความมั่นคง (Security) ความต้องการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และความต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด (Tension release)

ส่วนแรงจูงใจนั้นบุคคลจะได้รับจากความต้องการ และนำไปสู่ทิศทางแห่งพฤติกรรม แรงจูงใจในการใช้สื่อที่แตกต่างกัน ได้มีผลงานวิจัยหลายชิ้นที่กล่าวอ้าง หนึ่งในจำนวนนั้นคือ ผลงานของ Mcquail ที่เป็นที่แพร่หลาย ได้จำแนกองค์ประกอบของแรงจูงใจที่สืบเนื่องมาจากความต้องการในแง่ต่างๆ คือ¹⁸

1. Information คือ การแสวงหาเครื่องมือ หรือความต้องการได้รับทราบเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมอื่นๆ ที่ต่างกัน
2. Personal Identity คือ การได้รับรู้เกี่ยวกับตนเอง และรูปแบบแห่งพฤติกรรม ซึ่งเสริมคุณค่าให้แก่บุคคล

¹⁷ ชูบล เบ็ญจรงค์กิจ, การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ : ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอแนะต่อการศึกษาในทศวรรษที่ 35, น. 35.

¹⁸ Sven Windahl and Benno Signitzer With Jean T. Olson, *Using Communication Theory*, P. 159 - 160.

3. ความต้องการรวมตัวและมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม คือ การค้นหาสภาวะทั่วไป ตลอดจนถึงแนววิถีทางด้านมนุษยสัมพันธ์ ตลอดจนสร้างพื้นฐานทางปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง คือ ความต้องการพักผ่อน หลีกหนีปัญหาในการใช้ชีวิตประจำวัน และความเป็นอิสระตลอดจนสนองตอบความต้องการทางเพศ

การรับรู้ว่าจะอะไรคือผลจากการบริโภคเนื้อหาข่าวสาร จะนำไปสู่การได้รับความพึงพอใจของบุคคล ความพึงพอใจจึงเป็นผลลัพธ์ตามความคาดหวังที่จะสนองความต้องการในขณะนั้นๆ หรือในเวลาต่อๆมานั่นเอง

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสาร

นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารได้อธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลว่า มีความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา สภาพภายในจิตใจของบุคคลที่แตกต่างกันทำให้กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์แตกต่างกันออกไป ส่งผลต่อทัศนคติหรือการกระทำแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน โดยมีรากฐานความเชื่อที่ว่า บุคลิกภาพของบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกและเปิดรับสาร โดยมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันตามกระบวนการเลือกสารของผู้รับสาร ที่ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 53-54)

1. การเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure)

เป็นกระบวนการภายในบุคคลที่พิจารณาว่าพร้อมที่จะเปิดรับสารหรือไม่ จะเลือกเปิดรับสารประเภทไหน จากสื่ออะไร และเวลาใด ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ผู้รับสารมักจะเลือกรับข่าวสารที่สนับสนุนสอดคล้องแนวความคิดเดิมของคนเสมอ (อ้างใน พีระ จิระโสภณ. 2531 : 637)

2. การเลือกสารที่สนใจ (Selective Attention)

เป็นขั้นตอนที่ถัดจากขั้นตอนแรกที่กระบวนการภายในบุคคล (จิตวิทยา) เลือกสารสนเทศที่สอดคล้องกับตน (Supportive Information) ท่ามกลางความหลากหลายของสารสนเทศที่เข้ามาสู่ผู้รับสารหลังจากการเปิดรับสาร

3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception)

มนุษย์มีแนวโน้มที่จะรับรู้สารสนเทศที่ตนเห็นว่าน่าสนใจ โดยการแปรสภาพสารสนเทศที่สนใจไปเป็นความรู้พื้นฐาน (Cognition) หรือผู้รับสารจะเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง ตามประสบการณ์ ตามความต้องการ เป็นต้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นความรู้พื้นฐานหรือความรู้เบื้องต้นมีใช้ เป็นความรู้ที่ถาวร มนุษย์อาจจัดความรู้นั้นออกไปได้ หรือยอมรับความรู้พื้นฐานแต่เพียงขีมิถาง หากความรู้พื้นฐานนั้นยังคงสอดคล้องไม่ขัดแย้งกับทัศนนะของบุคคล ความรู้พื้นฐานนั้นก็พัฒนา ต่อไปเป็นการยอมรับที่ถาวรพร้อมที่จะจดจำต่อไป

การเลือกจดจำเป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ ง่ายกว่า

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของ มนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยการกั้นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (พีระ จิระ โสภณ, 2531 : 637)

ภาพที่ 4

แบบจำลองที่ 3 กระบวนการเลือกและเปิดรับข่าวสาร



อย่างไรก็ตาม ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลาเพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด อย่งไรนั้น ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้ที่จะเป็นตัวกำหนด¹⁹

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจาก ลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

¹⁹ ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. "แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร" พลศาสตร์ของการสื่อสาร. (นนทบุรี: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญธรรมาริราช. 2531). หน้า 23 - 26.

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

การแสวงหาข่าวสาร การศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสารนี้ได้เน้นในเรื่องของพฤติกรรม การเปิดรับสารว่ามีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสาร บางอย่าง

ชาร์ลส์ แอดคิน (Charles Atkin, 1973) (อ้างในพีระ จิระโสภณ, 2531 : 639) ซึ่งให้ เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือต้องการ ได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment)

กล่าวโดยสรุป การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ ประโยชน์ทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาได้

3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

นอร์แมน แอล มัน (Norman L. Mun) ได้ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติไว้ดังนี้ " ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด " ²⁰

ส่วน กอร์ดอน ออลพอร์ท (Gordon W. Allport) กล่าวว่า " เป็นภาวะทางจิตซึ่งทำให้ บุคคลพร้อมที่จะได้ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละ บุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง " ²¹

²⁰ Mun L. Norman . Introduction to Phycology , (Boston : Houghton Muffin Co., 1971) , P. 77.

²¹ พรพิมล วรวิฑูรพงษ์ . " ทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ " จิตวิทยาสังคมร่วมสมัย , (เชียงใหม่ : โครงการ ดำเนินนุษศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , 2527) , หน้า 8.

สรุปได้ว่า ทักษะคิดเป็นเรื่องของจิตใจ ความเชื่อ ทำที่ความรู้สึกรู้สึกและความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น และต่อสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งมีผลทำให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา ทักษะคิดมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ²²

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนๆ นั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

ทัศนคติเกิดจากแหล่งต่างๆ ที่สำคัญดังนี้²³

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เราเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้น ไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น จะทำให้รับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่น ซึ่งมีผลต่อทัศนคติได้เช่นกัน
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้โดยขั้นแรก เมื่อมีเหตุการณ์บางอย่างบุคคลนั้นจะสังเกตว่าบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของทัศนคติ

²² นันทวัฒน์ อยู่พล . " ทัศนคติของชาวกรุงเทพมหานครต่อการโฆษณาของธนาคารพาณิชย์ผ่านสื่อมวลชน " , (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2531) , หน้า 32.

²³ ธีรดา กาญจนกิจ . " การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม การประหยัดน้ำ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร " , (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ , 2537) , หน้า 36.

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทักษะหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น สถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่มาและช่วยสนับสนุนให้เกิดทัศนคติได้

การแสดงออกของทัศนคติ²⁴

บุคคลจะแสดงออกซึ่งทัศนคติ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) คือทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น ต่อเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง ต่อนโยบายหรือต่อองค์กร เช่น คนงานในโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก ย่อมมีทัศนคติทางบวกหรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสภาพแรงงาน (Labor Unions) และพากันเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆที่สหภาพจัดขึ้นเสมอ เป็นต้น

2. ทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) คือทัศนคติที่เกิดขึ้นได้ในบุคคลทุกคน ได้แก่มีความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อองค์กรหรือสถาบัน ทัศนคติในทางลบมักจะเกิดขึ้นร่วมกับความรู้สึกระหองระแหง (Unpleasantness) หรือความไม่พอใจ (Dissatisfaction) เช่น คนงานบางคนอาจมีทัศนคติด้านลบต่อสภาพแรงงานซึ่งทัศนคติด้านลบนี้อาจก่อให้เกิดอคติขึ้นในใจของเขา เป็นสาเหตุให้คนงานนั้นคว้นสรุปตัดสินถึงวัตถุประสงค์ และการดำเนินงานของสหภาพอย่างมีอคติ โดยปราศจากความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงการช่วยเหลือด้านสวัสดิการคนงานของสหภาพฯ เป็นต้น

3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) คือทัศนคติที่บุคคลมีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต่อบุคคลหรือองค์กรสถาบัน อาจเป็นทัศนคตินิ่งเฉยก็ได้ ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลผู้นั้นไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ โดยสิ้นเชิง เช่น คนงานที่มีทัศนคติเฉยเมยต่อสภาพแรงงานนั้น อาจเป็นเพราะว่าเขาไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาได้แย้งนั้นๆรวมทั้งนโยบาย และกิจกรรมการดำเนินงานของสหภาพฯ เป็นต้น

การเปลี่ยนทัศนคติ (Attitude Change)

ปัจจัยสำคัญของการเปลี่ยนทัศนคติอาจพิจารณาได้จากกระบวนการสื่อสารที่ว่า “ใคร พูดอะไรกับใครพูดอย่างไรและได้ผลเช่นไร” (Who, Says what, To whom, How, and with what effect?)²⁵ หมายความว่าผลกระทบต่อการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลซึ่งเกิดจากองค์ประกอบในการ

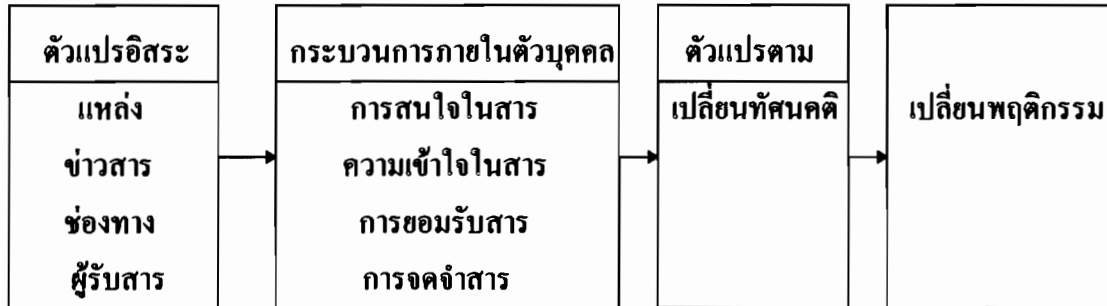
²⁴ คารณี พานทอง พาลุสุข. ทฤษฎีการจูงใจ. พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2532 หน้า 49 - 51.

²⁵ วีระพร อูวรรณโณ. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : โครงการตำราและเอกสารทางวิชาการ, 2529, หน้า 5/4 - 5/5.

สื่อความหมายอันได้แก่ แหล่ง (Source) ข่าวสาร (Message) ช่องทางในการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) มีลักษณะต่างๆ ดังนี้

ภาพที่ 5

แบบจำลองที่ 4 แสดงแนวทางการเปลี่ยนทัศนคติโดยใช้การสื่อความหมาย



การเปลี่ยนแปลงทัศนคติทำโดยการสื่อความหมาย

แบ่งกระบวนการออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้²⁶

ขั้นที่ 1 สร้างความสนใจ (Attention) สารที่ส่งไปเพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ต้องทำให้ผู้รับสนใจก่อน เช่น การศึกษาการแพร่ข่าวสาร การโฆษณาเพื่อตรวจสอบว่าผู้รับสารได้รับสารหรือไม่

ขั้นที่ 2 การทำความเข้าใจ (Comprehension) ผู้ส่งสารจะต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจความหมายของสารให้ได้ หลังจากที่ทำให้ผู้รับสนใจแล้ว เช่น การตรวจสอบว่าผู้รับสารเข้าใจข้อความของการโฆษณาเพียงใด

ขั้นที่ 3 การยอมรับ (Acceptance) ผลของการสื่อความหมายที่ส่งไปยังผู้รับสาร ต้องพยายามให้มีความหมายตรงกับความต้องการของผู้รับสาร

ขั้นที่ 4 การจดจำ (Retention) การสื่อความหมายเพื่อทำให้ผู้รับจำได้ อิทธิพลของสารยังอยู่ในตัวผู้รับได้นานเพื่อผลในการปฏิบัติในคอนหลัง เช่น จำเรื่องราวในแต่ละช่วงของรายการได้ เป็นต้น

²⁶ สิริโชค วรานุตันติกุล. ทฤษฎีและปฏิบัติเชิงจิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : พิกัดอักษร, 2531, หน้า 116.

วิธีวัดทัศนคติ

1. การวัดทัศนคติโดยใช้ช่วงปรากฏที่เท่ากัน (Equal-Appearing Interval Scale)

วิธีนี้สร้างขึ้นโดย Thurstone ใช้วัดความรู้สึกที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดว่าเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ การวัดนั้นต้องทำการสร้างข้อความที่แทนความรู้สึกของกลุ่มบุคคลให้ได้มากที่สุด เพื่อนำไปให้กรรมการพิจารณาตัดสินเลือกข้อความที่สร้างขึ้นมา โดยเรียงลำดับความเห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงไม่เห็นด้วยมากที่สุดจำนวน 11 ระดับ แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นี้ได้จากการให้ระดับข้อความต่างๆ ทั้งหมดจากคณะกรรมการ

2. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีลิเกิร์ต (Likert Method or Summated Rating)

วิธีนี้สร้างขึ้นโดย Renis Likert วิธีวัดคือ สร้างข้อความทัศนคติ (Attitude Statements) ขึ้นมาหลายๆ ข้อความให้ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการศึกษา วิธีวัดทัศนคติแบบลิเกิร์ตนี้เป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลาย เนื่องจากสามารถสร้างได้โดยไม่ยาก มาตรฐานการวัดทัศนคติแบบลิเกิร์ตนี้ ประกอบด้วยข้อความที่แสดงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง แล้วมีคำตอบให้เลือก 5 คำตอบได้แก่ 1. ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2. ไม่เห็นด้วย 3. ไม่แน่ใจ 4. เห็นด้วย 5. เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีเทคนิคความหมายจำแนก (Semantic Differential)

วิธีการวัดทัศนคติวิธีนี้คิดขึ้นโดยออสกู๊ด (Charles E. Osgood) เป็นการวัดทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยใช้คำคุณศัพท์ 2 คำ ที่มีความหมายตรงกันข้ามระหว่างคำทั้งสองนี้จะมีค่าระดับคะแนนอยู่ระหว่างกลาง โดยปกติจะมีความหมายจำแนกด้วยข้อให้เลือกจำนวน 7 ข้อ ซึ่งให้กลุ่มบุคคลประเมินค่าเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นสถานที่ บุคคลหรือเหตุการณ์ การประเมินนี้จะให้ผู้ตอบประเมินค่ามากที่สุด เช่น ดี-ชั่ว, จริง-เท็จ, ฉลาด-โง่ง, แข็ง-อ่อน, เร็ว-ช้า เป็นต้น การวิจัยเรื่องการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษารายการทไวไลท์โชว์นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาว่า หลังจากที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครชมรายการทไวไลท์โชว์แล้ว มีทัศนคติและความคิดเห็นอย่างไรต่อรายการ ซึ่งการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคตินี้ สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของผู้รับสาร หลังจากชมรายการทไวไลท์โชว์แล้ว ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้รับทราบข้อมูลและปัจจัยต่างๆ เกี่ยวกับรายการ มีความรู้ความเข้าใจอย่างไรต่อสิ่งที่นำเสนอรู้สึกอย่างไรต่อการนำเสนอของรายการทไวไลท์โชว์ ชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยมากที่สุดน้อยเพียงใด ที่สำคัญคือ เมื่อมีความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกแล้ว แนวโน้มในการแสดงออกเชิงพฤติกรรมหรือการกระทำของผู้ชมเป็นอย่างไร

สำหรับการวัดทัศนคตินั้นใช้มาตราวัดของลิเกิร์ต (Likert Scale) เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครว่าโน้มเอียงไปในทางบวกหรือลบ ซึ่งจะสะท้อนให้ทราบถึงความพึงพอใจที่คนดูมีต่อรายการทไวไลท์โชว์ว่าเป็นอย่างไร และควรปรับปรุงพัฒนาในด้านใดต่อไป

แนวคิดในการจัดรายการปกิณกะบันเทิง²⁷

การจัดรายการบันเทิงนั้นเกิดจากแนวคิดในอดีตที่ว่ามีผู้ชมเป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละคนแต่ละกลุ่มก็มีความชอบ ความสนุกสนานบันเทิงใจในรูปแบบที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการเสนอรายการบันเทิง จึงได้รวบรวมการละครและภาพยนตร์ที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญในการแสดงล้วนๆ (Drama) มาผสมกับความบันเทิงในรูปแบบอื่นที่เป็นสิ่งสวยงาม มีความไพเราะเพราะพริ้ง เป็นสิ่งที่ชมแล้วเกิดความเพลิดเพลินเจริญตา ไม่เกิดอารมณ์เศร้าโศก หดหู่ ดังนั้นรายการโทรทัศน์ประเภทปกิณกะบันเทิงนี้ มีลักษณะในการจัดรวบรวมเอาความบันเทิงหลายประเภทมาไว้ด้วยกัน ได้แก่ การพูด การแสดง การเดินรำ การแสดงละคร การแสดงตลก การนำเอาสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ หรือสิ่งที่ไม่เคยพบเคยเห็นมานำเสนอในลักษณะของความหลากหลายที่คนไทยนิยม เรียกว่าสิ่งละอันพันละน้อย ซึ่งรายการโทรทัศน์ที่มีการรวบรวมเอารูปแบบศิลป์ ความบันเทิงมารวมไว้ด้วยกันนี้ มาจากภาษาอังกฤษว่า Variety Programme หรือรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์นั่นเอง

ลักษณะของการนำเสนอรายการปกิณกะบันเทิง

ในการจัดรายการประเภทปกิณกะบันเทิงทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นรายการเกมโชว์ ทอล์คโชว์ หรือปกิณกะบันเทิงโดยตรง มักจะมีองค์ประกอบของโครงสร้างและลักษณะของการนำเสนอรายการ 2 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้ คือ

1. เนื้อหา (Content)
2. วิธีการนำเสนอ (Presentation Technique)
 - 2.1 พิธีกร (Host)
 - 2.2 ผู้ร่วมรายการ (Guest / Talent)
 - 2.3 บรรยากาศ (Atmosphere)
 - 2.4 สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (Style : Form of Presentation)

²⁷ กลยุทธ์ในการนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิง พ.ศ. 2532 - 2535 , นายศิริพงษ์ สุทธิโยธิน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2535 หน้า 35 - 47.

1. เนื้อหา (Content)

เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ประเภทปกิณกะบันเทิงนั้น มักจะเกี่ยวข้องกับ การนำเสนอความสามารถของบุคคล เช่น คารา นักร้อง นักดนตรี นักกีฬา หรือสุนทรียทางดนตรี เช่น การขับร้องเพลง การเต้นรำ การแสดงรีวิวประกอบการร้องเพลงที่หรูหรา วิจิตรตระการตาสวยงามน่าประทับใจ

โครงสร้างค่านี้อาสาของรายการปกิณกะบันเทิง

โครงสร้างของรายการปกิณกะบันเทิงมักหลีกเลี่ยงไม่พ้น ส่วนประกอบค่านี้อาสาของรายการดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530)

- (1) การแสดงดนตรีและร้องเพลงของคารา นักร้องชั้นนำยอดนิยม
- (2) การแสดงตลกและละครตลกเบาสมองอย่างสั้น
- (3) การแสดงละครสั้น
- (4) การเต้นรำ เต้นระบำ โมเดิร์นคันทรี บัลเลต์ นาฏศิลป์
- (5) การเชิญคารา นักร้อง นักแสดง มาปรากฏตัวร่วมแสดงและสัมภาษณ์
- (6) การเล่นเกมเบาสมองที่ตื่นเต้น และการเสี่ยงโชคโดยให้ผู้ชมทั้งในและนอกห้องส่งมีส่วนร่วม
- (7) การแสดงความสามารถพิเศษของนักแสดงบนเวที เช่น กายกรรม วิชาากล ตลอดจนสิ่งแปลกประหลาดหาดูยาก
- (8) การแสดงละครสัตว์ทั้งแบบในโรงใหญ่และขนาดย่อม
- (9) การแข่งขันกีฬาเพื่อการบันเทิงที่ไม่ใช่เพื่อการแข่งขันที่มุ่งหวังจะเอาแพ้หรือชนะอย่างจริงจัง
- (10) การดำเนินรายการ โดย พิธีกรชายหรือหญิงที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม

โดยทางปฏิบัติแล้วนับจากในอดีตจนถึงปัจจุบันคงไม่มีรายการปกิณกะบันเทิงรายการใดที่จะหนีพ้นจากการเสนอความสามารถส่วนบุคคลของคารา นักร้อง นักแสดง ที่จะได้แสดงความสามารถของตนออกมาในรายการ การเสนอเพลงเพราะๆ และรีวิวประกอบเพลงอันสวยสดงดงามด้วยเครื่องแต่งกายอันสง่างาม การแสดงโมเดิร์นคันทรี การเต้นระบำ และการแสดงอื่นๆ ที่สนุกสนานกลมกลืนด้วยการประกาศแนะนำ สรุปลง บรรยาย สัมภาษณ์ พูดและคุยกับผู้ชมทั้งในห้องส่งและที่บ้านโดยพิธีกรที่ชาญฉลาด คล่องตัว มีไหวพริบสูง แก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการดำเนินรายการได้เก่งและมีชื่อเสียง การจกรายการปกิณกะบันเทิงได้มีการแข่งขันและพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ตลอดมา มีการใช้ผู้แสดงที่มีความสามารถในการบันเทิงสาขาต่างๆ จำนวนมากขึ้น เครื่อง

แต่งกายที่สวยงามน่าตื่นตาตื่นใจมากขึ้น มีการจัดฉากมโหฬารแสดงความยิ่งใหญ่ของการแสดงมากยิ่งขึ้น ระบบสี และเสียงตลอดจนเทคนิคพิเศษต่างๆ ได้ถูกนำมาใช้มากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบไฟในการถ่ายทำ ส่วนหนึ่งของรายการปกิณกะบันเทิงที่ขาดไม่ได้ก็คือ เพลงและดนตรี เป็นการร้องเพลง เล่นดนตรีโดยคารา นักร้องรับเชิญชั้นนำที่กำลังได้รับความนิยม

2. วิธีการนำเสนอ (Presentation Technique)

2.1 พิธีกร คำว่า "พิธีกร" เริ่มนำมาใช้ในวงการโทรทัศน์เมืองไทย สมัยไทยทีวี ช่อง 4 ตั้งอยู่ที่บางขุนพรหม ซึ่งเป็นยุคแรกที่ประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์เริ่มก่อตั้งขึ้น คำนี้มีที่มาจากภาษาอังกฤษว่า Master of Ceremony ซึ่งแปลตรงๆ ก็คงจะได้ว่า "ผู้อำนวยงานพิธี" หรือ "สมุหพระราชพิธี" ส่วนคำว่า "พิธีกร" นี้ พจนานุกรมบางฉบับแปลไว้ว่า "ผู้ดำเนินการแสดงหรือการประชุม"

คุณสมบัติที่ดีของพิธีกรมีดังนี้

- (1) เป็นผู้ที่มีบุคลิกดีและมีมนุษยสัมพันธ์ดี
- (2) มีไหวพริบ ฉลาดหลักแหลม แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- (3) มีความรู้ในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์
- (4) ใช้ภาษาพูดได้ดี มีการพูดที่เป็นจังหวะจะโคน พูดไม่เร็วเกินไป ไม่ช้าเกินไป

ตลอดจนน้ำเสียงชัดเจน หนักแน่น ภาษาพูดสุภาพ

- (5) มีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง
- (6) รู้จักขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมไทย
- (7) การแต่งกายสุภาพและถูกกาลเทศะ
- (8) เป็นผู้ที่มีสัมมาคารวะ
- (9) มีใบอนุญาตการเป็นผู้ประกาศจากกรมประชาสัมพันธ์

ลักษณะของการทำหน้าที่พิธีกรที่ดีควรจะประกอบด้วย (อุฬาร เนื่องจำนงค์,2527)

(1) บุคลิกลักษณะส่วนตัวต้องเป็นคนสุภาพ อ่อนน้อม สง่า ผ่าเผย และเป็นกันเองกับผู้ชมหรือผู้ร่วมรายการพอสมควร ไม่ล้าวง และ แกะ เกา จนเกินงาม

(2) พูดจาชัดเจนถูกต้องตามอักขรวิธี และสุภาพต้องใช้ภาษาให้ถูกต้องทุกรูปแบบ เช่น คำราชาศัพท์ คำพูดสำหรับพระภิกษุ คำสามัญ คำภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต้องใช้ เช่น ชื่อนุคคล ชื่อสถานที่ ภาษาที่ใช้ต้องสุภาพและเข้าใจง่าย ไม่นำภาษาแสลงหรือภาษาของคนบางกลุ่ม บางหมู่ มาใช้อย่างพร่ำเพรื่อ เช่น "จ๊กก๊วย" "งามสุดเจ๋ง"

(3) ควบคุมรายการให้ดำเนินไปตามเป้าหมายต้องสามารถควบคุมผู้ร่วมรายการไม่ให้พูดออกนอกเรื่อง นอกประเด็นที่ตั้งไว้ หรือพูดแบบวกวนไร้เนื้อหาสาระ เพราะจะทำให้ผู้ฟังหรือผู้ชมจับประเด็นของเรื่องที่พูดไม่ได้ ทำให้เกิดความสับสนในเรื่องราวที่พูด

(4) การพูดเชื่อมรายการต้องกลมกลืนด้วยเนื้อหาสาระรายการบางรายการมีเนื้อหาสาระของรายการหลากหลาย หลายรูปแบบ พิธีกรจะต้องหาวิธีพูดเชื่อมรายการนั้นๆ ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยไม่ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกสะดุดในเนื้อหาสาระของรายการ

(5) ต้องทำตัวเป็นที่เลื่องที่ลือของผู้ร่วมรายการ เนื่องจากผู้ร่วมรายการนั้นมีทั้งบุคคลที่ชำนาญในการพูดและบุคคลที่ไม่เคยชินกับการพูดออกอากาศ หรือพูดในที่สาธารณะ บางคนอาจตื่นกลัวสถานที่ หรือตื่นกลัวไมโครโฟน จึงเป็นหน้าที่ของพิธีกรที่จะทำให้ผู้ร่วมรายการหายตื่นกลัวหรือประหม่า (Mike Fright)

(6) มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องราวที่จะซักถามผู้ร่วมรายการพอสมควรจะซักถามหรือพูดคุยกับผู้ร่วมรายการเรื่องใด พิธีกรจะต้องศึกษาในเรื่องนั้นๆ ให้มีความรู้ไว้เป็นพื้นฐานบ้าง เพื่อจะได้ซักถามได้ถูกต้องตรงกับสภาพการณ์ เช่น จะสอบถามแม่ค้าเรื่องการค้าขาย ก็ควรจะรู้บ้างว่า แม่ค้าคนนั้นขายสินค้าประเภทไหน และสินค้านั้นจะต้องซื้อหรือปลุกขึ้นเอง คนมาซื้อสินค้าในช่วงเวลาไหน และต้องไม่แสดงความรอบรู้ของตนกับผู้ร่วมรายการ

(7) ต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีเมื่อเกิดมีการขัดข้องเกี่ยวกับเครื่องมือเครื่องมือที่ใช้ ออกอากาศ เช่น ไฟดับ ไมโครโฟนไม่ทำงาน ผู้ร่วมรายการมาไม่ทันเวลา หรือไม่มา รายการจะกินเวลา ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ถ้าเกิดขึ้นเป็นหน้าที่ของพิธีกรจะต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างฉับพลันเพื่อไม่ให้เกิดจุดบอดในอากาศโดยไม่จำเป็น

(8) มีความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์ในห้องส่งเป็นอย่างดีต้องรู้ว่าไมโครโฟนแบบไหนรับเสียงได้ไวเพียงใด ต้องพูดในระยะแค่ไหนห้องไหนกำลังจับภาพออกอากาศจากมีลักษณะเอื้ออำนวยในการเคลื่อนไหวร่างกายเพียงใดแสงไฟที่จะใช้ในการแสดงตั้งไว้ที่จุดใด ใครเป็นผู้ที่จะติดต่อประสานงานกับรายการด้วย

(9) นำสาระประโยชน์มาพูดสอดแทรกในรายการบ้าง สาระที่นำมาพูดในรายการควรเป็นลักษณะแนะนำ ไม่ใช่สั่งสอนโดยอาศัยประสบการณ์ คำสอนของนักปราชญ์ หรือคำพูดของบุคคลที่คนทั่วไปยกย่อง เช่น ขงจื้อว่า "จะกินอย่าเห็นแก่อิ่ม จะอยู่อย่าเห็นแก่สนุกสบาย จะทำการสิ่งใดก็ให้ห่วงไว้แต่อย่าให้เสีย จะพูดก็อย่าให้มากนัก" สุภาษิตอิสราเอลว่า "สูงอย่าให้สูงกว่าฐาน นานไปล้ม"

(10) การแต่งกายต้องสุภาพเหมาะสมกับลักษณะของรายการพิธีกรในรายการเด็กหรือเยาวชนก็ไม่ควรแต่งกายแบบโชว์ส่วนเว้า ส่วนโค้ง ส่วนนูน มากจนเกินไป จะเป็น

ตัวอย่างที่ไม่ดีแก่เด็กและเยาวชน พิธีกรรายการอาหารก็ไม่ควรแต่งกายมอมแมม พิธีกรรายการสำหรับเด็กก็ไม่ควรแต่งกายแบบ สากลนิยมที่หรูหรา พิธีกรรายการถ่ายทอดกีฬา ก็ควร จะแต่งตัวทะมัดทะแมง

(11) มีความสำคัญในหน้าที่ของสื่อมวลชนที่รับผิดชอบต่อสังคมหรือประเทศชาติไม่ ชักชวนให้ผู้ฟัง ผู้ชมเป็นทาสของสิ่งเสพติด เช่น เหล้า เบียร์ บุหรี่หรือพูดโน้มน้าวจิตใจให้ ประชาชนประพฤติดิถุภพ หรือสร้างความหวาดผวาทให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน เช่น คนเกิดปีมะจะ ได้รับเคราะห์กรรมอย่างโน้นอย่างนี้

(12) ไม่ทำงานเพื่อเอาเด่นแต่เพียงตนเองในกรณีที่พิธีกรจะต้องทำงานร่วมกันหลาย คน จะต้องคำนึงถึงเพื่อนร่วมงาน เปิดโอกาสให้เพื่อนร่วมงานได้แสดงความรู้ ความสามารถในผล งานบ้าง ไม่แย่งพูดโดยไม่คำนึงถึงเพื่อนร่วมงาน หรือพูดขัดความคิดเห็นเพื่อนร่วมงานอย่าง ไม่จำเป็น ต้องคิดว่างานจะสำเร็จเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมมากมายเพียงใด ขึ้นอยู่กับความร่วมมือ ร่วมใจที่ดีของทุกคนที่ได้ร่วมงานกัน

พิธีกรในรายการโทรทัศน์ปกิณกะบันเทิง มักเรียกว่า Host ซึ่งอาจจะเป็นชายหรือหญิง ก็ได้ แต่ส่วนมากจะใช้พิธีกรคู่ทั้งชายและหญิง มักจะใช้คนที่มีความคล่องแคล่วเป็นที่ยอมรับ และที่สำคัญจะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการพูดเป็นอย่างดี กล่าวคือ จะต้องสามารถใช้คำพูดชักจูงใจ ให้ผู้ชมทั้งในห้องส่งและทางบ้าน และผู้ที่มาร่วมในรายการ (Talent) ให้เกิดความรู้สึกล้อขำตาม ไปด้วยกับการนำเสนอ และกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกล้อขำที่จะมีส่วนร่วม หรือมีอารมณ์ร่วมในการ ดำเนินรายการนั้น ซึ่งเราจะเห็นได้ว่าได้มีการให้ความสำคัญแก่ทักษะเป็นพิเศษ ซึ่งหมายถึงว่าเรา สนใจที่วิธีการพูดของพิธีกรว่าจะพูดอย่างไร แล้วทำให้คนล้อขำตามได้มากกว่าที่จะดูว่าเขาพูด อะไร

2.2 ผู้ร่วมรายการ (Guest / Talent) รายการโทรทัศน์ประเภทปกิณกะบันเทิงหรือ รายการอื่นๆ ก็ตาม สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้รายการใหม่อยู่เสมอ เช่น นอกจากเป็นการโชว์ต่างๆ แล้ว การเชิญผู้ที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆ มาร่วมรายการก็เป็นวิธีดึงดูดผู้ชม ได้ดีทางหนึ่ง คุณสมบัติของผู้ รับเชิญมาร่วมรายการนั้น อยู่ที่ผลงานของผู้นั้นดีเด่นมากแค่ไหนและเหมาะสมกับช่วงเวลานั้นๆ หรือไม่ ไม่ไร้นักจะเชิญก็เชิญมาโดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสมเพราะนอกจากจะไม่น่าสนใจแล้ว ยังอาจเป็นการกระทำที่กระทบกระเทือนผู้ที่ได้รับเชิญมาร่วมรายการ ได้ผู้ที่ได้รับเชิญมาร่วม รายการนั้นจะต้องมีความหลากหลาย ไม่เชิญซ้ำซากและเมื่อเชิญแล้วต้องให้ผู้ได้รับเชิญทราบความ มุ่งหมายและต้องมีการเตรียมซักซ้อมก่อนออกอากาศแพร่ภาพหรือบันทึกรายการด้วย

2.3 บรรยากาศ (Atmosphere) การจัดบรรยากาศในการนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิงจะประกอบไปด้วยแนวคิดแบบเน้นความยิ่งใหญ่ ละครการ์ตา เต็มไปด้วยสิ่งที่น่าตื่นตะลึง (Spectacular) ซึ่งเราจะพบเห็นได้จากลักษณะของการจัดตั้งแวดล้อมขององค์ประกอบด้านการจัดฉาก และอุปกรณ์ประกอบฉาก (Scenery & Props) ในรายการปกิณกะบันเทิงไม่ว่าจะเป็นรายการเกมโชว์ ทอล์คโชว์หรือปกิณกะบันเทิงโดยตรงก็ตาม มักจะมีลักษณะของความยิ่งใหญ่ มหาศาล ละครการ์ตาทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกตื่นตาตื่นใจ นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคนิคทางด้านแสงและสีต่างๆ ได้แก่ ไฟกระพริบ ไฟวิ่ง ไฟสปอตไลท์ ที่ส่องเป็นลำตัดกันจำนวนมากมาหลายสีสลับกัน ยิ่งทำให้เพิ่มความรู้สึกในมิติของอารมณ์มากยิ่งขึ้น การใช้หมอกควันเทียม (Smog & Smokie) ช่วยส่งเสริมให้บรรยากาศของการแสดงดูประหนึ่งว่าเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นนั้น ในดินแดนแห่งความฝันเป็นภาษาที่มนุษย์สามารถเข้าถึงและสัมผัสได้ นอกจากนี้การใช้สิ่งแวดล้อมทางด้านฉาก แสง สีแล้ว เสียงยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ส่งเสริมการสร้างบรรยากาศแบบละครการ์ตา โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการประเภทเกมโชว์จะมีการเชิญผู้ชมรายการเข้ามานั่งในห้องส่ง แล้วช่วยกันเปล่งเสียงเชียร์แบบอึ้งคะนึ่ง สับสนกร็กร็องตะโกน เพื่อเร่งเร้า ให้ผู้เล่นเกมแข่งขันกันอย่างออกรสชาติมากยิ่งขึ้น

2.4 สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (Style & Form of Presentation)

การผลิตรายการโทรทัศน์ปกิณกะบันเทิงนั้น จะต้องคำนึงถึงรสนิยมของคนในสังคม รสนิยมของคนในสังคมในที่นี้หมายถึง สังคมส่วนใหญ่โดยเฉพาะสังคมของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายขอบอะไรบ้างในชีวิตประจำวัน เช่น งานอดิเรก ประเภทของเพลง การแต่งกาย การเลือกใช้สิ่งของอุปโภคและการบริโภค การคอยสังเกตแนวโน้มของสังคมด้วยวิธีการสอบถาม และติดตามข่าวคราวทางสื่อสารมวลชน ตลอดจนทำการสำรวจความนิยมของสมาชิกในสังคมด้วยตนเองจะช่วยให้ได้มาก ข้อมูลทั้งหมดจะเป็นประโยชน์มากในการเลือกความบันเทิงรูปแบบต่างๆ เข้ามาบรรจุเป็นส่วนประกอบหรือเป็นแกนของรายการ สิ่งที่จะต้องพิจารณาในการจัดโครงสร้างเนื้อหาของรายการปกิณกะบันเทิงนั้น ได้แก่

(1) การดำเนินรายการตั้งแต่ช่วงเปิดจนถึงปิดรายการ จะต้องมีความต่อเนื่องกลมกลืนกันในทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็น คนตรี ร้องเพลง ติลาการเดินประกอบ แนวเรื่องสั้นสำหรับละคร ตลก บุคลิกภาพ ผู้แสดงและพิธีกร บทสนทนา การแต่งกาย สภาพทางเทคนิคและศิลปกรรมในฉาก

(2) การดำเนินรายการเปลี่ยนจากช่วงหนึ่งไปยังอีกช่วงหนึ่ง จะต้องมิจังหวะจะโคน และให้อารมณ์ที่ถูกต้องสอดคล้องกับเนื้อหาในช่วงนั้นๆ

(3) การดำเนินรายการในแต่ละช่วงจะต้องกระชับ และความยาวของรายการในแต่ละช่วงจะต้องไม่สั้น หรือยาวจนเกินไป

(4) การวางตำแหน่งของรายการบันเทิง แต่ละประเภทจะต้องอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยยึดเอาความหลากหลายของเนื้อหาทั้งหมดของรายการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ " การศึกษาความนิยมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในเขตกรุงเทพมหานคร " กรณีศึกษารายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ผู้วิจัยได้พยายามค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการนำเสนอรายการโทรทัศน์ โดยมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

ที่ปวีท พงศ์ไพบุลย์ (2534) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "การพัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" เพื่อศึกษาถึงจุดเริ่มต้น ความเป็นมา ตลอดจนพัฒนาการขององค์กรบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ รวมทั้งเพื่อทราบถึงปัจจัยเงื่อนไขต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินรายการของบริษัท และเพื่อทราบถึงทิศทางและแนวโน้มของธุรกิจบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต โดยทำการศึกษาในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2511-2533

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจรายการโทรทัศน์มีลักษณะคล้ายงานผลิตแบบอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง โดยอาจจัดอยู่ในรูปของ "อุตสาหกรรมบันเทิง" ซึ่งมีเป้าประสงค์ในการผลิตเพื่อเป็น "ธุรกิจการค้า" เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด ดังนั้นจึงก่อให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง และยังพบว่าหัวใจในการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อยู่ที่ศักยภาพที่จะผลิตรายการออกมามีตรงตามความต้องการของตลาดเพียงใด นั่นคือ รายการที่ผลิตออกมาจะต้องตอบสนองรสนิยมในการบริโภคของผู้ชมเป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะรายการโทรทัศน์ที่อยู่ในความนิยมของผู้ชมย่อมได้รับการตอบสนองจากผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsors) และนำมาซึ่งรายได้จากค่าโฆษณาแก่บริษัทผู้ผลิตรายการ นั่นคือ ความเจริญเติบโตและความอยู่รอด (Growth and Survival) ของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน (2535) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "กลยุทธ์ในการนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิง พ.ศ.2532-2535" โดยมีจุดมุ่งหมายในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงลักษณะของรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิงและกลยุทธ์ในการนำเสนอรายการ โดยศึกษาจากรายการโทรทัศน์ 3 รายการ คือ รายการสี่มุมสแควร์ รายการจันทร์กระจิบและรายการทไวไลท์โชว์

ผลการวิจัยพบว่า ราชการโทรทัศน์รูปแบบปพลิเคชันบันเทิงมีลักษณะเป็นรายการที่มีความหลากหลายในเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ โดยมุ่งเน้นการให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมเป็นหลัก และมักจะทำให้ความสำคัญกับวิธีการนำเสนอมากกว่าเนื้อหาสาระ สำหรับกลยุทธ์ในการนำเสนอรายการในด้านเนื้อหาพบว่าทั้ง 3 รายการมีแนวเรื่องและขอบเขตของเนื้อหาสาระคล้ายกัน คือ เป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตและผลงานของบุคคลที่มีชื่อเสียง คนตรีและเพลง เรื่องตลก ศิลปการแสดงและเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวทางสังคม ในด้านวิธีการนำเสนอพบว่า รายการสี่ทุ่มสแควร์ใช้วิธีการนำเสนอแบบบทเปิด (Improvisation) ไม่เคร่งครัดในบท (Unscripted) และกฎเกณฑ์ในการผลิต แต่จะใช้จินตนาการจากสถานการณ์จริง รายการจันทร์กระจ่างใช้วิธีการนำเสนอก่อนข้างเป็นทางการ (Formal) เคร่งครัดในบท (Scripted) เน้นคุณภาพในการผลิต ใช้วิธีการดำเนินเรื่องแบบละคร (Dramatisation) ส่วนรายการทไวไลท์โชว์ใช้วิธีการนำเสนอแบบเปิดกว้าง (Improvisation) คล้ายกับรายการสี่ทุ่มสแควร์ แต่เน้นการนำเสนอเรื่องที่แปลกใหม่ ทันสมัยและท้าทายความรู้สึก และมีจุดเด่นที่การใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบสืบเสาะความรู้ (Investigation) ซึ่งคล้ายวิธีการสืบสวนของตำรวจหรือทนายความ พิธีกรใช้คำถามแบบถามตรงๆ ถามนำ ถามหลอกล้อ ชั่วแหย่ ตะล่อมถามและการถามแบบคาดไม่ถึง

ผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ในประเด็นที่ว่า การที่จะผลิตรายการที่ดี มีคุณภาพและที่สำคัญต้องเป็นรายการที่ได้รับความนิยมชื่นชอบ และได้รับความพึงพอใจจากประชาชนผู้ชมรายการนั้น นอกจากตัวแปรทางด้านผู้รับสารแล้ว ทางผู้ผลิตรายการเอง ต้องอาศัยปัจจัยอะไรบ้างในการนำเสนอรายการ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ฉาก แสง สี เสียงหรือแบกรับเชิญ รวมทั้งสไตล์การดำเนินรายการในปัจจุบัน เพราะถ้ารายการนั้นได้รับความนิยมชื่นชอบจากผู้ชมรายการแล้วก็หมายถึงว่าบริษัทที่ผลิตรายการนั้นจะได้รับการสนับสนุนจากบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการหรือเจ้าของสินค้า ซึ่งจะทำให้รายการนั้นๆ อยู่ได้ และการที่จะผลิตรายการให้เป็นที่พึงพอใจของคนดูได้นั้น ก็จำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงความต้องการและรสนิยมของคนในสังคมขณะนั้นว่ามีความต้องการชมรายการแบบใด ต้องการให้นำเสนอในแง่ไหนเพิ่มเติมมากน้อยเพียงใด และในรายการทไวไลท์โชว์ที่นำเสนออยู่ในปัจจุบันนั้น มีความเหมาะสมในเนื้อหา การนำเสนอในแต่ละช่วงมากน้อยเพียงใด ช่วงไหนของรายการที่ได้รับความสนใจจากคนดูเป็นจำนวนมาก และมีช่วงไหนที่ต้องการให้ปรับปรุง เพื่อให้คนดูได้รับความพึงพอใจต่อการนำเสนอรายการทไวไลท์โชว์ต่อไป

**ศูนย์งานแนะแนะและหอสมุด
มหาวิทยาลัยศรีรังสิต**

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบกรณีศึกษาด้วยการสำรวจ โดยเลือกเจาะจงเฉพาะรายการทไวไลท์โชว์เป็นกรณีศึกษา และเจาะจงเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัย โดยแบ่งเป็นระบบ Quota จากจำนวนเขตการปกครองทั้ง 10 เขตการปกครองในกรุงเทพมหานคร เพื่อรวบรวมข้อเท็จจริงและข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ พฤติกรรมในการเปิดรับชม ความคิดเห็นและข้อเสนอต่างๆ ที่กลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ที่น่าเสนอในปัจจุบัน โดยเน้นรายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์และเป็นไปตามมาตรฐาน ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยโดยการสัมภาษณ์ผู้ตอบจากแบบสอบถาม เพื่อทราบถึงความพึงพอใจ พฤติกรรมในการเปิดรับชม ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่กลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานครมีต่อรายการทไวไลท์โชว์

รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตำรา วารสาร วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ต้องการศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวในการศึกษาปัญหา และแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในขั้นต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิง

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากจำนวนทั้งสิ้น 5,584,963 คน (ที่มา: กองศูนย์ข้อมูล สำนักงานสถิติแห่งชาติ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2539 โดยแบ่งออกเป็นเพศชาย 2,746,352 คน และเพศหญิง 2,838,611 คน) โดยใช้เกณฑ์กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางของ Yamane จากค่าความเชื่อมั่นที่ 95% กลุ่มตัวอย่างที่เลือกจะมีค่าความคลาดเคลื่อนแตกต่างจากค่าความจริง ไม่มากหรือน้อยกว่า 5 % หรือ (E=0.05) ดังตารางที่แสดงต่อไปนี้

ตารางที่ 6
การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตาม yamane ที่ 95%

ขนาดประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อน					
	+ 1%	+ 2%	+ 3%	+ 4%	+ 5%	+ 10%
500	b	b	b	b	222	83
1,000	b	b	b	385	286	91
1,500	b	b	638	441	316	94
2,000	b	b	714	476	333	95
2,500	b	1,250	769	500	345	96
3,000	b	1,364	811	517	353	97
3,500	b	1,458	843	530	359	97
4,000	b	1,538	870	541	364	98
4,500	b	1,607	891	549	367	98
5,000	b	1,667	909	556	370	98
6,000	b	1,765	938	566	375	98
7,000	b	1,842	959	574	378	99
8,000	b	1,905	976	580	381	99
9,000	b	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,034	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
	10,000	2,500	1,111	625	400	100

b - ใช้ไม่ได้

หากเทียบจากตารางของ Yamane ผู้วิจัยจะได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 คน เป็นกลุ่มที่มีค่าที่แตกต่างจากค่าจริงไม่มากหรือน้อยกว่า 5% (E=0.05)

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยวิธี Random (จับสลาก) จากเขตพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการแบ่งเขตการปกครองทั้งหมด 10 เขต ดังนี้ (ข้อมูลจาก Shinawatra Directory Co.,Ltd.)

ตารางที่ 7 การกำหนดเขตพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

พื้นที่	เขตการปกครอง
1	บางรัก,สาทร,สัมพันธวงศ์,พระนคร,ป้อมปราบศัตรูพ่าย
2	คลองเตย,ยานนาวา,บางคอแหลม
3	พระโขนง,ประเวศ,สวนหลวง,ลาดกระบัง
4	ปทุมวัน,ราชเทวี,ดุสิต
5	ดินแดง,ห้วยขวาง
6	บางกะปิ,บึงกุ่ม
7	ดอนเมือง,บางซื่อ,พญาไท
8	ลาดพร้าว,จตุจักร,บางเขน,มีนบุรี,หนองจอก
9	หนองแขม,ภาษีเจริญ,ตลิ่งชัน,บางพลัด,บางกอกน้อย,บางกอกใหญ่
10	ธนบุรี,คลองสาน,ราชฎร์บูรณะ,บางขุนเทียน,จอมทอง

การRandomจากเขตพื้นที่การปกครอง 10 เขตเพื่อให้ได้เขตพื้นที่กระจายได้ทั่วกรุงเทพฯ จะได้เขตพื้นที่ที่จะสามารถกำหนดห้างสรรพสินค้าได้ครบทั้ง 10 เขตดังนี้

เขต	สถานที่
บางรัก	โรบินสัน บางรัก
ยานนาวา	เจ.ซี. ดีพาร์ทเมนท์สโตร์
พระโขนง	ห้างเวลโก้
ปทุมวัน	ห้างมาบุญครอง
ห้วยขวาง	โรบินสัน รัชดา
บางกะปิ	เดอะมอลล์ บางกะปิ
ดอนเมือง	โรบินสัน ดอนเมือง

<u>เขต</u>	<u>สถานที่</u>
จตุจักร	เซ็นทรัล ลาดพร้าว
ภาษีเจริญ	เดอะมอลล์ ท่าพระ
ราษฎร์บูรณะ	Big C ราษฎร์บูรณะ

เมื่อได้สถานที่สุ่มตัวอย่าง 10 แห่งด้วยกันแล้วจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบ Accidental or Convenient Sampling ซึ่งทั้งนี้จะคำนึงถึงความสะดวกและง่ายต่อการศึกษาโดยกำหนดจำนวนตัวอย่างที่จะทำการสุ่มในแต่ละสถานที่แต่ละห้าง/ห้างละ 40 ราย โดยไม่เฉพาะเจาะจงว่าจะสุ่มตัวอย่างจากประชากรกลุ่มใด ประเภทใด แต่จะพยายามกระจายสุ่มไปให้ครอบคลุมประชากรทุกประเภทและทุกห้าง จนกว่าจะได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์เขตละ 40 ราย ซึ่งจะทำได้แบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน $40 \times 10 = 400$ ราย ครบตามจำนวนที่ต้องการ

แหล่งข้อมูลและวิธีเก็บข้อมูล

แหล่งข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้แหล่งข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่ได้มาจากการแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ตำราเอกสารทางวิชาการเกี่ยวกับการนำเสนอรายการโทรทัศน์ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องและการดำเนินรายการทอล์กโชว์ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ของบริษัทบอร์น แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด

วิธีเก็บข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากประชาชนที่อยู่อาศัยในเขตต่างๆ ใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ทำการสุ่มตัวอย่าง อย่างเป็นระบบ เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยและผู้ช่วยจะได้นำแบบสอบถามไปให้ประชาชนได้เป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และรอรับกลับคืนมา

2. กรรมวิธีทางข้อมูล

- 2.1 ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสอบถาม โดยนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อหาข้อบกพร่องของแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งหนึ่ง

2.2 ให้คะแนนและลงรหัส (Coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปตัวเลข (รหัส) ที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านได้

2.3 นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วไปลง Coding และป้อนข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์

2.4 การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) ในการประมวลผลข้อมูลและจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติต่างๆ ที่ต้องการ

2.5 แปลความหมายข้อมูลที่ประมวลผลแล้ว เพื่อจัดทำรายงานผลวิจัยต่อไป

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

จากทางความคิดหรือทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดตัวแปรต่างๆ สำหรับใช้ในการวิจัยดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ

1.2 ตัวแปรด้านพฤติกรรม คือ ความถี่ในการเปิดรับชมรายการ "ทไวไลท์โชว์" ของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบต่างๆ ของรายการ "ทไวไลท์โชว์" ได้แก่ วันที่ออกอากาศ เวลาที่ออกอากาศ ระยะเวลาที่ออกอากาศ รูปแบบในการนำเสนอ ช่วง "ไลฟ์โชว์" ช่วง "สเปเชียล" ช่วง "โชว์ออฟ" ช่วง "ทอล์กโชว์" ช่วง "ไทยลูกทุ่ง" ช่วง "ความเป็นไทย" พิธีกรผู้ดำเนินรายการ ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก แสงประกอบรายการ เสียงและดนตรีประกอบรายการ

2.2 ความรู้ ความสนใจ ความชื่นชอบ ความนิยมทัศนคติความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่มีต่อการนำเสนอรายการทไวไลท์โชว์ในปัจจุบัน

การวัดค่าตัวแปรและการให้คะแนนคำตอบ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในปัจจุบัน ได้แก่ รายการสี่สັນบันเทิง รายการบ้านเลขที่ 5 รายการ 07โชว์ รายการสมาคมชมดาว

รายการจันทร์กระจิบ รายการไนท์ดีโนเสาร์ดี รายการทไวไลท์โชว์ รายการดาวล้านดวงและ รายการระเบิดเถิดเทิง

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบต่างๆ ในการเปิดรับชมรายการ "ทไวไลท์โชว์" ได้แก่ วันที่ออกอากาศ เวลาที่ออกอากาศ ระยะเวลาที่ออกอากาศ รูปแบบในการนำเสนอ ช่วงไลฟ์โชว์ ช่วงสเปเชียลโชว์ ช่วงโชว์ออฟ ช่วงทอล์กโชว์ ช่วงไทยดูทุกทุ่ง ช่วงความเป็นไทย พิธีกรผู้ดำเนินรายการ ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก แสงประกอบรายการ เสียงและดนตรีประกอบรายการ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับบทสรุป และข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ที่นำเสนอในปัจจุบัน และรายการ "ทไวไลท์โชว์" ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

โดยมีการให้คะแนนในการตอบแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 2.1

- 5 คะแนน สำหรับผู้ที่ตอบชมทุกครั้ง
- 4 คะแนน สำหรับผู้ที่ตอบชมเกือบทุกครั้ง
- 3 คะแนน สำหรับผู้ที่ตอบชมบ่อยครั้ง
- 2 คะแนน สำหรับผู้ที่ตอบนานๆ ชมครั้ง
- 1 คะแนน สำหรับผู้ที่ตอบไม่เคยชมเลย

ตอนที่ 2.2 และตอนที่ 3

- 5 คะแนน สำหรับผู้ที่ตอบมากที่สุด
- 4 คะแนน สำหรับผู้ที่ตอบว่ามาก
- 3 คะแนน สำหรับผู้ที่ตอบว่าปานกลาง
- 2 คะแนน สำหรับผู้ที่ตอบว่าน้อย
- 1 คะแนน สำหรับผู้ที่ตอบว่าน้อยที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม 1 ชุด ซึ่งผู้วิจัยและผู้ช่วยจะแจ้งให้กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง และจะรอรับกลับ ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปิดแบบมีตัวเลือกและคำถามเปิด โดยลักษณะเนื้อหาของคำถามจะแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ โดยคำถามจะมีลักษณะเป็นคำถามปิด

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในปัจจุบัน โดยมีลักษณะเป็นคำถามปิด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ในการเปิดรับชมรายการ "ทไวไลท์โชว์" ในปัจจุบัน โดยมีลักษณะเป็นคำถามปิด

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับบทสรุปและข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในปัจจุบัน และรายการ "ทไวไลท์โชว์" โดยมีลักษณะเป็นคำถามเปิด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปรต่างๆ ไปปรึกษาอาจารย์วิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม เป็นการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม เพื่อจะได้คำถามที่สามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม 20 ชุด ไปทดสอบกับกลุ่มประชากรหลังจากนั้นได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ ทั้งในด้านเนื้อหา ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ดีในการสื่อความหมายและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การหาความเชื่อมั่น (Reliability)

การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือโดยนำไปทดลองใช้ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีของครอนบัท (Cronbach's Coefficient Alpha)

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (แบบสอบถาม) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามเพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามคือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ชุด ซึ่งค่าความน่าเชื่อถือหาได้จากสูตร

สูตร Cronbach

$$\alpha = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[\frac{1 - \sum S_i^2}{S^2} \right]$$

α = ดัชนีความเที่ยงของแบบทดสอบหรือสัมประสิทธิ์แอลฟา

n = จำนวนข้อแบบสอบถาม

S_i^2 = ความแปรปรวนของจำนวนความถี่ที่ได้จากแบบสอบถามทั้งฉบับของคนทั้งหมดที่ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการประมวลผลข้อมูล : ได้ค่าดัชนีความเชื่อถือของแบบสอบถาม = 0.8374

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้แสดงข้อมูลเป็นคำร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของกลุ่มตัวอย่าง และความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าไคสแควร์ ในการทดสอบสมมติฐานตามความเหมาะสมของข้อมูล

สูตร Chi - Square Test

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} ; i = 1, 2, \dots, r$$

$$j = 1, 2, \dots, c$$

เมื่อ O_{ij} คือจำนวนค่าสังเกตที่ได้จากแถวที่ i หลักที่ j

E_{ij} คือจำนวนค่าคาดหวังที่ได้จากแถวที่ i หลักที่ j

โดย $E_{ij} = \frac{\text{ผลรวมของแถว} \times \text{ผลรวมของหลัก}}{\text{ผลรวมทั้งหมด}}$

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษารายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ที่นำเสนอในปัจจุบัน

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบต่างๆ ในการเปิดรับชมรายการทไวไลท์โชว์

ตอนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 8

แสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	140	35
หญิง	260	65
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีจำนวน 140 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 35 และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีจำนวน 260 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 65 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

ตารางที่ 9
แสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 ปี	-	-
15 - 20 ปี	116	29.0
21 - 30 ปี	226	56.5
31 - 40 ปี	41	10.3
41 - 50 ปี	12	3.0
51 ปีขึ้นไป	5	1.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีจำนวนมากที่สุดคือ 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือกลุ่มที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มี คือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี

ตารางที่ 10
แสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1.3
มัธยมปลาย หรือเทียบเท่า	35	8.8
อนุปริญญา	39	9.8
ปริญญาตรี	303	75.8
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2.3
ไม่ระบุ	9	2.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีสูงถึง 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา มีจำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 9.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการศึกษา มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือกลุ่มที่มีการศึกษาค่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 11

แสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	221	55.3
ข้าราชการ	10	2.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12.0
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27.0
ธุรกิจส่วนตัว	7	1.8
ไม่ระบุ	6	1.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวนสูงสุดถึง 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุอาชีพ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 12

แสดงกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	278	69.5
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5
20,001 - 30,000 บาท	20	5.0
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5
40,001 - 50,000 บาท	4	1.0
มากกว่า 50,000 บาท	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนมากที่สุด 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ที่นำเสนอในปัจจุบัน

ข้อมูลที่ได้จากค่า \bar{X} ตั้งแต่ 1.00 - 1.99 = กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมโดยไม่เปิดรับชมเลย

\bar{X} ตั้งแต่ 2.00 - 2.99 = กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง

\bar{X} ตั้งแต่ 3.00 - 3.99 = กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมบ่อยครั้ง

\bar{X} ตั้งแต่ 4.00 - 4.99 = กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมเกือบทุกครั้ง

\bar{X} มีค่า 5.00 = กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง

ตารางที่ 13

แสดงพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ที่นำเสนอในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	ความถี่ในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์										Sum	\bar{X}
	ชมทุกครั้ง(5)		ชมเกือบทุกครั้ง(4)		ชมบ่อยครั้ง(3)		นานๆชมครั้ง(2)		ไม่เคยชมเลย(1)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ทไวไลท์โชว์	87	21.8	133	33.3	127	31.8	53	13.3	-	-	1454	3.64
ระเบิดเถิดเทิง	88	22.0	101	25.3	105	26.3	73	18.3	33	8.3	1338	3.35
สี่สັນบันเทิง	34	8.5	109	27.3	113	28.3	125	31.3	19	4.8	1214	3.04
07 โชว์	11	2.8	74	18.5	128	32.0	168	42.0	19	4.8	1090	2.73
คว้านควง	20	5.0	53	13.3	119	29.8	178	44.5	30	7.5	1055	2.64
สมาคมชมควง	23	5.8	57	14.3	94	23.5	175	43.8	51	12.8	1026	2.57
จันทร์กระจิบ	8	2.0	36	9.0	87	21.8	237	59.3	32	8.0	951	2.38
บ้านเลขที่ 5	6	1.5	14	3.5	36	9.0	289	72.3	55	13.8	827	2.07
ไนน์ตีไนท์วาไรตี้	4	1.0	19	4.8	55	13.8	189	47.3	132	33.0	771	1.93

จากตารางที่ 13 พบว่า 3 รายการที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจมากที่สุดคือ รายการ ทไวไลท์โชว์ โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดตอบว่ามีพฤติกรรมในการเปิดรับชมบ่อยครั้ง ก่อนข้างเกือบทุกครั้ง รองลงมาคือ รายการระเบิดเถิดเทิงที่กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมชมบ่อยครั้ง และ รายการสี่สັນบันเทิงที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมชมบ่อยครั้งเช่นกัน ส่วนรายการ 07 โชว์ รายการคว้านควง รายการสมาคมชมควง รายการจันทร์กระจิบ รายการบ้านเลขที่ 5 และรายการไนน์ตีไนท์วาไรตี้กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมในการชมนานๆ ชมครั้งตามลำดับ

ตารางต่อไปแสดงเหตุผลในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลข้อมูลค่า \bar{X} ตั้งแต่ 1.00 - 1.99 = กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

\bar{X} ตั้งแต่ 2.00 - 2.99 = กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจน้อย

\bar{X} ตั้งแต่ 3.00 - 3.99 = กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจปานกลาง

\bar{X} ตั้งแต่ 4.00 - 4.99 = กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจมาก

\bar{X} มีค่า 5.00 = กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ตารางที่ 14

แสดงเหตุผลในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผล	ระดับความพึงพอใจ										\bar{X}	SD
	มากที่สุด(5)		มาก(4)		ปานกลาง(3)		น้อย(2)		น้อยที่สุด(1)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.ต้องการความบันเทิง	174	43.8	150	37.5	65	16.3	8	2.0	2	0.5	4.22	0.824
2.อยู่ในช่วงวันเวลาที่สะดวกในการชม	122	30.5	161	40.3	99	24.8	11	2.8	7	1.8	3.95	0.905
3.ต้องการสาระความรู้	54	13.5	167	41.8	154	38.5	19	4.8	6	1.5	3.61	0.833
4.เป็นการนำเวลา	36	9.0	74	18.5	137	34.3	113	28.3	39	9.8	2.89	1.100
5.ต้องการนำเนื้อหาที่ได้ไปพูดคุยกับเพื่อน	32	8.0	75	18.8	165	41.3	74	18.5	54	13.5	2.89	1.106
6.ไม่มีรายการอื่นให้ชมในช่วงวันเวลาเดียวกัน	52	13.0	69	17.5	150	37.5	86	21.5	43	10.8	3.00	1.158

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ เพราะต้องการความบันเทิงอยู่ในระดับมากเป็นเหตุผลแรก รองลงมาต้องการให้อยู่ในช่วงวันเวลาที่สะดวกในการชมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก และต้องมีสาระความรู้อยู่ในระดับค่อนข้างมากเช่นกัน

ตารางที่ 15

แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อดีของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ที่นำเสนออยู่ในปัจจุบัน

ข้อดี	จำนวน	ร้อยละ
1. ให้ความบันเทิงและมีสาระประโยชน์ ให้ความรู้และคลายเครียด	247	92.51
2. มีความแปลกใหม่และนำเสนอทันต่อ เหตุการณ์ มีรูปแบบที่หลากหลาย	20	7.49
รวม	267	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อดีของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในปัจจุบันว่าให้ความบันเทิงและมีสาระประโยชน์ ให้ความรู้ และคลายเครียด จำนวน 247 คนจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในข้อนี้ ซึ่งเป็นคำถามเปิดจำนวนทั้งสิ้น 267 คน คิดเป็นร้อยละ 92.51 และรองลงมาคือ มีความแปลกใหม่และนำเสนอทันต่อเหตุการณ์ มีรูปแบบที่หลากหลาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.49 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในข้อนี้ทั้งสิ้น 267 คน

ตารางที่ 16

แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสียของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในปัจจุบัน

ข้อเสีย	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบในการนำเสนอคล้ายกันทำให้เกิดความซ้ำซากจำเจ	40	26.32
2. บางรายการหาเนื้อหาสาระไม่ได้เลย	25	16.45
3. รายการวาไรตี้โชว์ชอบนำดาราร่วมรายการอยากให้ผู้ชมที่บ้านมีส่วนร่วมกับรายการมากขึ้น	16	10.53
4. ผู้ดำเนินรายการบางรายการไม่มีความเหมาะสมทั้งในเรื่องการใช้ภาษาและกิริยาท่าทางในรายการ	14	9.21
5. มีโฆษณาในรายการมากจนเกินไป	12	7.89
6. รายการวาไรตี้โชว์ในปัจจุบันเน้นให้ความสำคัญเฉพาะเรื่องของคาราควอร์ให้ความสำคัญกับบุคคลที่มีชื่อเสียงที่อยู่นอกวงการบันเทิงบ้าง	12	7.89
7. บางรายการพิธีกรหรือผู้เข้าร่วมรายการแต่งกายไม่สุภาพทำให้เป็นแบบอย่างที่ไม่ดีต่อคนดู	11	7.24
8. มีการแข่งขันการผลิตรายการของแต่ละช่องทำให้ผู้ชมต้องเลือกชมเพียงรายการเดียว ซึ่งอาจทำให้พลาดโอกาสในการชมรายการอื่นที่มีสาระน่าสนใจ ซึ่งทำให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรในการผลิต	10	6.58
9. ในแต่ละช่วงของรายการวาไรตี้โชว์มักจะมีการโปรโมตคาราหรือบุคคลของช่องที่รายการนำเสนอทำให้ไม่เกิดความหลากหลาย	5	3.29
10. มีการใช้เทคนิคในการติดต่อเพื่อนำเสนอที่ไม่เหมาะสม	3	1.97
11. ควรจัดรายการให้มีความเหมาะสมกับเพศหรือวัยของกลุ่มเป้าหมาย	2	1.32
12. มีการใช้ทรัพยากรในการจัดทำฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากอย่างฟุ่มเฟือยจนเกินไป	2	1.32
รวม	152	100.00

จากตารางที่ 16 กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสียของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ที่นำเสนออยู่ในปัจจุบันว่า มีรูปแบบในการนำเสนอคล้ายกันทำให้เกิดความซ้ำซากจำเจ คิดเป็นร้อยละ 26.32 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเปิด 152 คน รองลงมาให้ความสำคัญเห็นว่าบางรายการที่นำเสนออยู่หาเนื้อหาสาระไม่ได้เลย คิดเป็นร้อยละ 16.45 จากผู้ตอบแบบสอบถาม

ถามเปิด 152 คน และกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ที่น่าเสนอขอให้นำครามาร่วมรายการอยากให้ผู้ชมที่บ้านมีส่วนร่วมด้วยรายการมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 10.53 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 152 คน และให้ความคิดเห็นว่าผู้ดำเนินรายการบางรายการไม่มีความเหมาะสมทั้งในเรื่องของการใช้ภาษาและกิริยาท่าทางในรายการคิดเป็นร้อยละ 9.21 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 152 คน

ตารางที่ 17

แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกับความต้องการต่างๆ ที่อยากให้มีในรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในเมืองไทย

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
1. อยากให้มีสาระความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไปอย่างเหมาะสม	69	45.39
2. อยากให้มีความรู้และวิธีปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชนของประเทศ	25	16.45
3. ให้มีความแปลกใหม่ ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์	25	16.45
4. มีช่วงของการแนะนำอาชีพและการดำรงชีวิตในสภาพการณ์ปัจจุบันให้มากขึ้น	10	6.58
5. ควรจะมีรายการวาไรตี้โชว์เพื่อประชาชนที่ไม่เกี่ยวข้องกับคาราหรือคนในวงการบันเทิงมากเกินไป	7	4.61
6. ควรมีการนำเสนอในรูปแบบรายการวาไรตี้โชว์ถ่ายทอดสด	5	3.29
7. ควรเป็นรายการวาไรตี้โชว์ที่มีสาระเกี่ยวกับสารคดีและการดูโชว์	4	2.63
8. ควรมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว	4	2.63
9. ควรมีเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่	3	1.97
รวม	152	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ดังนี้ อยากให้มีสาระความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไปอย่างเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 45.39 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเปิดในข้อนี้ 152 คน รองลงมาอยากให้มีความรู้และวิธีปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชนของประเทศ คิดเป็นร้อยละ 16.45 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในข้อนี้ 152 คน และอยากให้มี ความแปลกใหม่ ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์คิดเป็น

ร้อยละ 16.45 และอยากให้มีช่วงของการแนะนำอาชีพและการดำรงชีวิตในสภาพการณ์ปัจจุบันให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 6.58 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 152 คน

ตารางที่ 18

แสดงข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำให้รายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์มีการพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อคนดูมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ให้มีความบันเทิงสอดแทรกด้วยสาระความรู้	24	29.27
2. มีเทคนิคในการนำเสนอรายการที่ทันสมัย ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เข้ามามีบทบาทสร้างภาพให้น่าชมยิ่งขึ้น	12	14.63
3. นำบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถเป็นแบบอย่างของสังคมมาร่วมในรายการ	7	8.54
4. โฆษณาในรายการให้น้อยลง	7	8.54
5. นำสารคดีหรือเหตุการณ์บ้านเมืองของประเทศต่างๆ มาร่วมนำเสนอ ในช่วงใดช่วงหนึ่งของรายการเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ	6	7.32
6. นำเสนอแนวทางในการดำเนินชีวิตและส่งเสริมแนะนำอาชีพที่เป็นประโยชน์ต่อคนดูทั่วไป	6	7.32
7. เนื้อหาสาระของรายการควรเน้นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาด้วย	4	4.88
8. มีการพัฒนาการใช้ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากให้เกิดประโยชน์ต่อความสวยงามของรายการ	3	3.66
9. เปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านมีส่วนร่วมในรายการมากขึ้น	3	3.66
10. นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจและการเมืองบ้าง	2	2.44
11. มีการพัฒนาในด้านคุณภาพของรายการอยู่ตลอดเวลา	2	2.44
12. ควรเป็นรายการถ่ายทอดสดเพื่อสามารถสื่อสารกับผู้ชมทางบ้านได้	2	2.44
13. มีเนื้อหาสาระเน้นความเป็นไทยด้วย	1	1.22
14. มีการลุ้นโชคหรือมอบโชคให้กับผู้ชมทางบ้านด้วย	1	1.22
15. ให้มีการพัฒนาในทุกๆ ด้าน	1	1.22
16. ไม่ต้องพัฒนาเพราะปัจจุบันคืออยู่แล้ว	1	1.22
รวม	82	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะที่จะทำให้คนดูเกิดความพึงพอใจต่อการนำเสนอรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์มากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดเสนอแนะว่าควรให้มีความบันเทิงสอดแทรกด้วยสาระความรู้ คิดเป็นร้อยละ 29.27 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเปิด 82 คน รองลงมาเสนอแนะว่าอยากให้มีความเทคนิคในการนำเสนอรายการที่ทันสมัย ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาจับภาพสร้างภาพให้น่าชมยิ่งขึ้น คิดเป็นร้อยละ 14.63 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 82 คน และอยากให้นำบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถเป็นแบบอย่างของสังคมมาร่วมในรายการ และให้โฆษณาในรายการน้อยลง คิดเป็นร้อยละ 8.54 เท่ากันจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในข้อนี้ทั้งหมด 82 คน

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการทไวไลท์โชว์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 19 และ 20 ผลข้อมูลที่ได้

ค่า \bar{X} ตั้งแต่ 1.00 - 1.99 = กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

\bar{X} ตั้งแต่ 2.00 - 2.99 = กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับน้อย

\bar{X} ตั้งแต่ 3.00 - 3.99 = กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

\bar{X} ตั้งแต่ 4.00 - 4.99 = กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก

\bar{X} มีค่า 5.00 = กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด

ตารางที่ 19

แสดงความพึงพอใจต่อองค์ประกอบต่างๆ ในการเปิดรับชมรายการทไวไลท์โชว์ของกลุ่มตัวอย่าง

องค์ประกอบ	ระดับความพึงพอใจ										รวม	\bar{X}	SD	Sum
	มากที่สุด(5)		มาก(4)		ปานกลาง(3)		น้อย(2)		น้อยที่สุด(1)					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.พิธีกรผู้ดำเนินรายการ	204	51.0	131	32.8	57	14.3	8	-	-	-	400	4.33	0.792	1731
2.รูปแบบในการนำเสนอ	99	24.8	185	46.3	109	27.3	7	1.8	-	-	400	3.94	0.767	1576
3.วันที่ออกอากาศ	114	28.5	164	41.0	104	26.0	16	4.0	2	0.5	400	3.93	0.864	1572
4.เวลาที่ออกอากาศ	86	21.5	163	40.8	132	33.0	16	4.0	3	0.8	400	3.78	0.853	1513
5.ระยะเวลาที่ออกอากาศ	69	17.3	175	43.8	137	34.3	16	4.0	2	0.5	399	3.73	0.808	1490
6.ฉากและอุปกรณ์ฯ	58	14.5	151	37.8	172	43.0	18	4.5	1	0.3	400	3.62	0.795	1447
7.เสียงและดนตรีฯ	45	11.3	149	37.3	186	46.5	17	4.3	3	0.8	400	3.54	0.778	1416
8.แสงประกอบรายการ	36	9.0	146	36.5	193	48.3	22	5.5	3	0.8	400	3.48	0.765	1390

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการเป็นอันดับแรกโดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นความพึงพอใจด้านรูปแบบในการนำเสนอรายการโดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก และองค์ประกอบด้านวันที่ออกอากาศ ซึ่งอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลางถึงค่อนข้างมากเช่นกัน

ตารางที่ 20

แสดงความพึงพอใจในการเปิดรับชมของกลุ่มตัวอย่างต่อการนำเสนอช่วงต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์

องค์ประกอบ	ระดับความพึงพอใจ										รวม	\bar{X}	SD	Sum
	มากที่สุด(5)		มาก(4)		ปานกลาง(3)		น้อย(2)		น้อยที่สุด(1)					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.ช่วงทอล์กโชว์	130	32.5	164	41.0	86	21.5	17	4.3	2	0.5	399	4.01	0.871	1600
2.ช่วงไลฟ์โชว์	131	32.8	145	36.3	94	23.5	26	6.5	4	1.0	400	3.93	0.954	1573
3.ช่วงสเปเชียลโชว์	78	19.5	170	42.5	126	31.5	24	6.0	1	0.3	399	3.75	0.845	1497
4.ช่วงโชว์ออฟ	72	18.0	163	40.8	139	34.8	26	6.5	-	-	400	3.70	0.837	1481
5.ช่วงความเป็นไทย	60	15.0	120	30.0	163	40.8	33	8.3	6	1.5	382	3.51	0.913	1341
6.ช่วงไทยลูกทุ่ง	40	10.0	100	25.0	138	34.3	81	20.3	40	10.0	399	3.05	1.121	1216

จากตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอช่วงทอล์กโชว์เป็นอันดับที่ 1 โดยมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือความพึงพอใจต่อการนำเสนอช่วงไลฟ์โชว์อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก และตามด้วยช่วงสเปเชียลโชว์, ช่วงโชว์ออฟ, ช่วงความเป็นไทย และช่วงไทยลูกทุ่งตามลำดับ

ตารางที่ 21

แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการปรับปรุงรายการ “ทไวไลท์โชว์” ในด้านต่างๆ ดังนี้

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
1. การนำเสนอในปัจจุบันเหมาะสมคืออยู่แล้ว	24	14.91
2. ช่วง “ไลฟ์โชว์” ไม่ควรให้ตลกแสดงความไม่สุภาพ / ตลกความถี่ของคณะที่ออกอากาศซ้ำกันบ่อยๆ	23	14.29
3. เพิ่มช่วง “ไลฟ์โชว์” ให้มีความยาวมากขึ้น	21	13.04
4. แยกรับเชิญควรให้มีความหลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะคาราของช่อง 3	15	9.32
5. ควรจัดฉากและรูปแบบรายการให้เหมาะกับเนื้อหาสาระและมีสีสันให้มากขึ้น	13	8.07
6. ให้พิธีกรพูดชมหรือสรรเสริญแขกแก่การรับเชิญ/แขกผู้ร่วมรายการให้น้อยลง	12	7.45
7. ลดเวลาความยาวของการออกอากาศของรายการให้สั้นลง	11	6.83
8. ช่วง “ทอล์กโชว์” ควรมี VTR ประกอบให้น่าสนใจขึ้น	10	6.21
9. ผู้ที่เคยถูกเชิญมาสัมภาษณ์ในรายการแล้วไม่ควรนำมาออกรายการในช่วงเดิมอีก	8	4.97
10. เพิ่มช่วง “ทอล์กโชว์” ให้มีความยาวมากขึ้น	7	4.35
11. เพิ่มช่วง “ไทยถูกทุ่ง” ให้มีความยาวมากขึ้น	7	4.35
12. ลดความยาวของการพูดคุยในช่วงไทยถูกทุ่ง	5	3.11
13. เพิ่มช่วง “โชว์ออฟ” ให้มากขึ้น	3	1.86
14. ควรมีการแนะนำเพลงให้มากขึ้นในช่วงของสเปเชียลโชว์	2	1.24
รวม	161	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นต่อการปรับปรุงรายการ ทไวไลท์โชว์ในด้านต่างๆ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดตอบว่าการนำเสนอรายการทไวไลท์โชว์ในปัจจุบันเหมาะสมคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 14.91 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในข้อนี้ 161 คน รองลงมาแสดงความคิดเห็นว่าในช่วงของไลฟ์โชว์ไม่ควรให้ตลกแสดงความไม่สุภาพและให้ตลกความถี่ของคณะที่ออกอากาศซ้ำกันบ่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 14.29 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 161 คน กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าควรเพิ่มช่วงไลฟ์โชว์ให้มีความยาวมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 13.04 ของผู้ตอบแบบสอบถาม 161 คน และแสดงความคิดเห็นว่าแยกรับเชิญควรให้มีความหลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะคาราของช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 9.32 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 161 คน

ตารางที่ 22

แสดงข้อเสนอแนะต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำให้รายการ “ทไวไลท์โชว์” มีความน่าสนใจและเป็นที่ชื่นชอบฟังพอใจของคนดูมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. การนำเสนอช่วงต่างๆของรายการเหมาะสมคืออยู่แล้ว	38	26.03
2. อยากให้เพิ่มพิธีกรร่วมในรายการ	22	15.07
3. คัดเลือกผู้ร่วมรายการที่มีประวัติน่าสนใจและเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม	13	8.90
4. อยากให้มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับชีวิตสังคมและวัฒนธรรมประเพณีไทยมากขึ้น	7	4.79
5. จัดรายการนอกห้องส่ง/นอกสถานที่บ้าง	5	3.42
6. เปิดโอกาสให้ผู้ชมที่บ้านได้มีส่วนร่วมในรายการ	4	2.74
7. เพิ่มเนื้อหาสาระให้มากขึ้น	3	2.05
8. อยากให้เพิ่มช่วง “ย้อนอดีตคนดัง” ในวงการต่างๆ	2	1.37
9. อยากให้เพิ่มช่วง “แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว”	2	1.37
10. เปลี่ยนช่วงเวลาออกอากาศ	1	0.68
รวม	146	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงรายการทไวไลท์โชว์ ให้เป็นที่ฟังพอใจต่อคนดูมากยิ่งขึ้น โดยมีผู้เสนอแนะในข้อนี้ทั้งหมด 146 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด ตอบว่าการนำเสนอช่วงต่างๆของรายการเหมาะสมคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 26.03 ของผู้ตอบแบบสอบถามในข้อนี้ รองลงมาเสนอแนะว่าอยากให้เพิ่มพิธีกรร่วมในรายการ คิดเป็นร้อยละ 15.07 และอยากให้คัดเลือกผู้ร่วมรายการที่มีประวัติน่าสนใจและเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคมมาร่วมรายการ คิดเป็นร้อยละ 8.90 กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าอยากให้รายการมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับชีวิตสังคมและวัฒนธรรมประเพณีไทยมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 4.79 และอยากให้จัดรายการนอกห้องส่งหรือนอกสถานที่บ้าง คิดเป็นร้อยละ 3.42 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในข้อนี้ทั้งหมด 146 คน

ตอนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน

โดยที่สมมติฐานหลัก คือ ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 ตัวไม่แตกต่างกัน
สมมติฐานรอง คือ ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 ตัวแตกต่างกัน กำหนด $\alpha = 0.05$
ถ้าค่า SIGNIFICANCE $> \alpha = 0.05$ เรายอมรับสมมติฐานหลัก
ค่า SIGNIFICANCE $< \alpha = 0.05$ เราปฏิเสธสมมติฐานหลัก

ผลจากข้อมูลค่า \bar{X} ตั้งแต่ 1.00 - 1.99 = มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

\bar{X} ตั้งแต่ 2.00 - 2.99 = มีความพึงพอใจในระดับน้อย

\bar{X} ตั้งแต่ 3.00 - 3.99 = มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

\bar{X} ตั้งแต่ 4.00 - 4.99 = มีความพึงพอใจในระดับมาก

\bar{X} มีค่า 5.00 = มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

4.1 การทดสอบสมมติฐานระหว่างข้อมูลทางประชากรศาสตร์ (เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง, รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง) กับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ โดยมีผลเป็นข้อๆ ดังนี้

4.1.1 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ดังนี้ เพศกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศ, เพศกับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศ, เพศกับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศ, เพศกับความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ, เพศกับความพึงพอใจในตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการ, เพศกับความพึงพอใจในฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก, เพศกับความพึงพอใจในแสงประกอบรายการ, เพศกับความพึงพอใจในเสียงและดนตรีประกอบรายการ, เพศกับความพึงพอใจในช่วงไลฟ์โชว์, เพศกับความพึงพอใจในช่วงสเปเชียลโชว์, เพศกับความพึงพอใจในช่วงโชว์ออฟ, เพศกับความพึงพอใจในช่วงทอล์กโชว์, เพศกับความพึงพอใจในช่วงไทยลูกทุ่ง, และเพศกับความพึงพอใจในช่วงความเป็นไทย

ตารางที่ 23

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	3.85	0.8890
หญิง	260	65	3.97	0.8493
รวม	400	100	3.93	0.8634

$X^2 = 5.734745$ D.F. = 4 Significance = 0.21963

จากตารางที่ 23 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.21963 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	3.72	0.8053
หญิง	260	65	3.82	0.8769
รวม	400	100	3.78	0.8525

$X^2 = 4.10904$ D.F. = 4 Significance = 0.39145

จากตารางที่ 24 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.39145 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	139	35	3.70	0.8223
หญิง	260	65	3.75	0.8012
รวม	399	100	3.73	0.8086

$X^2 = 4.66963$ D.F. = 4 Significance = 0.32290

จากตารางที่ 25 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศแตกต่างกัน
กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.32290 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	3.84	0.7644
หญิง	260	65	4.00	0.7635
รวม	400	100	3.94	0.7638

$$X^2 = 5.79124 \quad D.F. = 3 \quad \text{Significance} = 0.12222$$

จากตารางที่ 26 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอแตกต่างกัน
กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.12222 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในรูปแบบในการนำเสนอไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 27

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการของรายการ
ทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	4.23	0.8340
หญิง	260	65	4.38	0.7643
รวม	400	100	4.33	0.7894

$$X^2 = 4.76154 \quad D.F. = 3 \quad \text{Significance} = 0.19011$$

จากตารางที่ 27 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน
กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.19011 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐาน
หลักแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในพิธีกรผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 28

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการ
ทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	3.59	0.8388
หญิง	260	65	3.63	0.7725
รวม	400	100	3.62	0.7963

$$X^2 = 2.96336 \quad D.F. = 4 \quad \text{Significance} = 0.56398$$

จากตารางที่ 28 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.56398 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 29

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการของรายการทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	3.43	0.8236
หญิง	260	65	3.50	0.7326
รวม	400	100	3.48	0.7656

$$X^2 = 4.60970 \quad D.F. = 4 \quad \text{Significance} = 0.32974$$

จากตารางที่ 29 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

H_a : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.32974 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในแสงประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 30

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการของรายการทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	3.52	0.7908
หญิง	260	65	3.55	0.7720
รวม	400	100	3.54	0.7786

$$X^2 = 1.96597 \quad D.F. = 4 \quad \text{Significance} = 0.74202$$

จากตารางที่ 30 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.74202 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในเสียงและดนตรีประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 31

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไลท์โชว์ของรายการทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	3.98	0.9779
หญิง	260	65	3.91	0.9419
รวม	400	100	3.93	0.9547

$$X^2 = 2.61658 \quad D.F. = 4 \quad \text{Significance} = 0.62389$$

จากตารางที่ 31 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไทม์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไทม์แตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.62389 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในช่วงไลฟ์ไทม์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 32

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชม์ของรายการทไวไลท์โชม์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	3.69	0.9142
หญิง	259	65	3.79	0.8053
รวม	399	100	3.75	0.8450

$X^2 = 12.72285$ D.F. = 4 Significance = 0.01271

จากตารางที่ 32 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชม์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชม์แตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.01271 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในช่วงสเปเชียลโชม์แตกต่างกัน

ตารางที่ 33

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงโชม์ออฟของรายการทไวไลท์โชม์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	3.62	0.8771
หญิง	260	65	3.75	0.8131
รวม	400	100	3.70	0.8360

$X^2 = 4.48134$ D.F. = 3 Significance = 0.21396

จากตารางที่ 33 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.21396 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในช่วงโชว์ออฟไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 34

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	140	35	3.82	0.8918
หญิง	259	65	4.11	0.8439
รวม	399	100	4.01	0.8610

$$X^2 = 10.75609 \quad D.F. = 4 \quad \text{Significance} = 0.02945$$

จากตารางที่ 34 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์แตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.02945 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในช่วงทอล์กโชว์แตกต่างกัน

ตารางที่ 35

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยลูกทุ่งของรายการทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	139	35	3.15	1.1604
หญิง	260	65	3.11	2.1605
รวม	399	100	3.12	1.8744

$$X^2 = 3.62457 \quad D.F. = 4 \quad \text{Significance} = 0.60463$$

จากตารางที่ 35 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกท่งไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกท่งแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.60463 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในช่วงไทยถูกท่งไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 36

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการทไวไลท์โชว์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ชาย	136	36	3.59	0.9147
หญิง	246	64	3.47	0.9108
รวม	382	100	3.51	0.9122

$$X^2 = 5.99563 \quad D.F. = 4 \quad \text{Significance} = 0.19948$$

จากตารางที่ 36 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.19948 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในช่วงความเป็นไทยไม่แตกต่างกัน

4.1.2 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ดังนี้ อายุกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศ, อายุกับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศ, อายุกับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศ, อายุกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอ, อายุกับความพึงพอใจในตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการ, อายุกับฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก, อายุกับแสงประกอบรายการ, อายุกับเสียงและดนตรีประกอบรายการ, อายุกับความพึงพอใจในช่วงไลฟ์โชว์, อายุกับความพึงพอใจในช่วงสเปเชียลโชว์, อายุกับความพึงพอใจในช่วงโชว์ออฟ, อายุกับความพึงพอใจในช่วงทอล์กโชว์, อายุกับความพึงพอใจในช่วงไทยถูกท่ง, และ อายุกับความพึงพอใจในช่วงความเป็นไทย

ตารางที่ 37

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	4.00	0.8341
21 - 30 ปี	226	57	3.92	0.8448
31 - 40 ปี	41	10	3.83	0.9461
41 - 50 ปี	12	3	3.58	1.1645
51 ปีขึ้นไป	5	1	4.40	0.8944
รวม	400	100	3.93	0.8634

$$X^2 = 17.39635 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.36041$$

จากตารางที่ 37 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.36041 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศมากที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปโดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี และกลุ่มที่มีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปีโดยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ตารางที่ 38

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	3.87	0.8600
21 - 30 ปี	226	57	3.77	0.8366
31 - 40 ปี	41	10	3.66	0.8835
41 - 50 ปี	12	3	3.25	0.7538
51 ปีขึ้นไป	5	1	4.40	0.8944
รวม	400	100	3.78	0.8468

$$X^2 = 20.24588 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.20395$$

จากตารางที่ 38 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.20395 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มที่มีความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปโดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 39

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์
โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	3.79	0.8185
21 - 30 ปี	225	57	3.72	0.7944
31 - 40 ปี	41	10	3.68	0.7886
41 - 50 ปี	12	3	3.42	0.9003
51 ปีขึ้นไป	5	1	4.20	1.0954
รวม	399	100	3.73	0.8076

$$X^2 = 16.92815 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.39023$$

จากตารางที่ 39 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศแตกต่างกัน
กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.39023 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐาน
หลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศมากที่สุดคือกลุ่ม
ตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปโดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ
ระหว่าง 15 - 20 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่
มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 40

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการทไวไลท์
โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	4.11	0.7776
21 - 30 ปี	226	57	3.89	0.7211
31 - 40 ปี	41	10	3.93	0.7547
41 - 50 ปี	12	3	3.25	0.9653
51 ปีขึ้นไป	5	1	4.20	1.0954
รวม	400	100	3.94	0.7537

$$X^2 = 40.64673 \quad D.F. = 12 \quad \text{Significance} = 0.00006$$

จากตารางที่ 40 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอแตกต่างกัน
กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00006 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐาน
หลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอมากที่สุดคือกลุ่ม
ตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปโดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ
ระหว่าง 15 - 20 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่
มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 41

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการทไวไลท์โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	4.44	0.7609
21 - 30 ปี	226	57	4.35	0.7583
31 - 40 ปี	41	10	4.15	0.7603
41 - 50 ปี	12	3	3.42	1.1645
51 ปีขึ้นไป	5	1	4.40	0.8944
รวม	400	100	4.33	0.7749

 $X^2 = 48.39552$ D.F. = 12 Significance = 0.00000

จากตารางที่ 41 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน
กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 42

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากรายการ
ทไวไลท์โซว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	3.74	0.7815
21 - 30 ปี	226	57	3.58	0.7809
31 - 40 ปี	41	10	3.63	0.7667
41 - 50 ปี	12	3	3.00	0.9535
51 ปีขึ้นไป	5	1	4.00	1.0000
รวม	400	100	3.62	0.7875

$$X^2 = 46.29462 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.00009$$

จากตารางที่ 42 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของ
รายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของ
รายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00009 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐาน
หลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการ
แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการ
มากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่ม
ตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบ
ฉากของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 43

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบฉากรายการทไวไลท์โซว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	3.58	0.8038
21 - 30 ปี	226	57	3.45	0.7359
31 - 40 ปี	41	10	3.49	0.7114
41 - 50 ปี	12	3	2.92	0.9003
51 ปีขึ้นไป	5	1	3.60	0.8944
รวม	400	100	3.48	0.7606

$$X^2 = 22.73784 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.12092$$

จากตารางที่ 43 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.12092 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 44

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการทไวไลท์
โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	3.69	0.8066
21 - 30 ปี	226	57	3.49	0.7195
31 - 40 ปี	41	10	3.51	0.8100
41 - 50 ปี	12	3	3.00	0.0445
51 ปีขึ้นไป	5	1	3.80	0.0954
รวม	400	100	3.54	0.7703

$$X^2 = 30.35127 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.01626$$

จากตารางที่ 44 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.01626 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 45

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการทไวไลท์ไชน์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	4.06	0.8875
21 - 30 ปี	226	57	3.92	0.9461
31 - 40 ปี	41	10	3.80	1.0540
41 - 50 ปี	12	3	3.50	1.2432
51 ปีขึ้นไป	5	1	3.80	1.0954
รวม	400	100	3.93	0.9523

$$X^2 = 25.59163 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.06005$$

จากตารางที่ 45 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์แตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.06005 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์รายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์รายการน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 46

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการทไวไลท์โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	3.97	0.8389
21 - 30 ปี	226	57	3.73	0.7719
31 - 40 ปี	40	10	3.40	0.9554
41 - 50 ปี	12	3	3.17	1.1146
51 ปีขึ้นไป	5	1	3.60	1.1402
รวม	399	100	3.75	0.8270

$$X^2 = 46.24292 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.00009$$

จากตารางที่ 46 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์แตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00009 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์รายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 47

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการทไวไลท์โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	3.84	0.7645
21 - 30 ปี	226	57	3.70	0.8196
31 - 40 ปี	41	10	3.37	0.9684
41 - 50 ปี	12	3	3.33	0.9847
51 ปีขึ้นไป	5	1	4.00	1.0000
รวม	400	100	3.70	0.8276

$$X^2 = 26.41361 \quad D.F. = 12 \quad \text{Significance} = 0.00938$$

จากตารางที่ 47 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00938 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 48

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการทไวไลท์โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	4.22	0.8109
21 - 30 ปี	226	57	4.00	0.8459
31 - 40 ปี	40	10	3.60	0.9819
41 - 50 ปี	12	3	3.58	0.9962
51 ปีขึ้นไป	5	1	3.80	0.8367
รวม	399	100	4.01	0.8549

$$X^2 = 31.22610 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.01259$$

จากตารางที่ 48 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์แตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.01259 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 49

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการทไวไลท์โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	116	29	2.89	1.1172
21 - 30 ปี	225	57	3.19	2.2686
31 - 40 ปี	41	10	3.37	1.2401
41 - 50 ปี	12	3	2.83	1.2673
51 ปีขึ้นไป	5	1	4.20	0.8367
รวม	399	100	3.12	1.8704

$$X^2 = 22.38561 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.31996$$

จากตารางที่ 49 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.31996 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31- 40 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 50

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการทไวไลท์โชว์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
น้อยกว่า 15 ปี	-	-	-	-
15 - 20 ปี	114	30	3.48	1.0325
21 - 30 ปี	212	56	3.52	0.8678
31 - 40 ปี	39	10	3.59	0.7152
41 - 50 ปี	12	3	3.00	0.9535
51 ปีขึ้นไป	5	1	4.20	0.8367
รวม	382	100	3.51	0.9091

$$X^2 = 28.90108 \quad D.F. = 16 \quad \text{Significance} = 0.02461$$

จากตารางที่ 50 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.02461 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31- 40 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

4.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในองค์

ประกอบต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ดังนี้ ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในวันนี้ออกอากาศ, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในเวลานี้ออกอากาศ, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศ, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการ, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในแสงประกอบรายการ, ระดับการศึกษากับความ

พึงพอใจในเสียงและดนตรีประกอบรายการ, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในช่วงไลฟ์โชว์, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในช่วงสเปเชียลโชว์, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในช่วงโชว์ออฟ, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในช่วงทอล์กโชว์, ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในช่วงไทยลูกทุ่ง, และระดับการศึกษากับความพึงพอใจในช่วงความเป็นไทย

ตารางที่ 51

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	4.40	0.8944
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	35	9	4.06	0.9375
อนุปริญญา	39	10	3.92	0.8998
ปริญญาตรี	303	76	3.91	0.8351
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.33	1.0000
ไม่ระบุ	9	2	4.44	1.0138
รวม	400	100	3.93	0.8589

$$X^2 = 33.46335 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.02999$$

จากตารางที่ 51 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.02999 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มี

การศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 52

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	4.40	0.8944
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	35	9	3.83	0.8220
อนุปริญญา	39	10	3.74	0.8801
ปริญญาตรี	303	76	3.77	0.8364
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.33	1.0000
ไม่ระบุ	9	2	4.22	1.0929
รวม	400	100	3.78	0.8497

$$X^2 = 23.83114 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.24985$$

จากตารางที่ 52 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.24985 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการศึกษา และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 53

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการโทรทัศน์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	4.40	0.8944
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	35	9	3.89	0.8668
อนุปริญญา	38	10	3.71	0.7679
ปริญญาตรี	303	76	3.72	0.7778
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.33	0.8660
ไม่ระบุ	9	2	3.67	1.4142
รวม	399	100	3.73	0.8059

$$X^2 = 40.08902 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.00487$$

จากตารางที่ 53 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00487 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 54

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการทไวไลท์โชว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	4.40	0.8944
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	35	9	3.89	0.8321
อนุปริญญา	39	10	4.10	0.7180
ปริญญาตรี	303	76	3.93	0.7624
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.56	0.7265
ไม่ระบุ	9	2	3.89	0.7817
รวม	400	100	3.94	0.7657

$$X^2 = 10.63313 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.77814$$

จากตารางที่ 54 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.77814 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 55

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการของรายการทไวไลท์โชว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	4.40	0.8944
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	35	9	4.23	0.9727
อนุปริญญา	39	10	4.41	0.7511
ปริญญาตรี	303	76	4.34	0.7713
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.89	0.7817
ไม่ระบุ	9	2	4.44	0.8819
รวม	400	100	4.33	0.7927

$$X^2 = 17.27091 \quad D.F. = 15 \quad \text{Significance} = 0.30293$$

จากตารางที่ 55 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.30293 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก

ตารางที่ 56

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก
ของรายการทไวไลท์โซว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	3.80	0.8367
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	35	9	3.57	0.8501
อนุปริญญา	39	10	3.67	0.9272
ปริญญาตรี	303	76	3.63	0.7690
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.00	0.5000
ไม่ระบุ	9	2	3.67	1.0000
รวม	400	100	3.62	0.7944

$$X^2 = 21.15886 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.38784$$

จากตารางที่ 56 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.38784 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการ ไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาด้านมัธยมศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่ากัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 57

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อแสงประกอบของรายการทไวไลท์โชว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	3.60	0.8944
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	35	9	3.49	0.7425
อนุปริญญา	39	10	3.36	0.7776
ปริญญาตรี	303	76	3.50	0.7672
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.00	0.5000
ไม่ระบุ	9	2	3.44	0.8819
รวม	400	100	3.48	0.7655

$$X^2 = 11.91111 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.91910$$

จากตารางที่ 57 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อแสงประกอบของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อแสงประกอบของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.91910 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อแสงประกอบของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 58

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของรายการโทรทัศน์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	3.80	1.0954
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	35	9	3.51	0.7811
อนุปริญญา	39	10	3.36	0.7776
ปริญญาตรี	303	76	3.57	0.7639
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.22	0.8333
ไม่ระบุ	9	2	3.56	1.0138
รวม	400	100	3.54	0.7781

$$X^2 = 20.20289 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.44530$$

จากตารางที่ 58 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของรายการ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.44530 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของรายการ ไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการมากที่สุด คือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 59

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการ
ทไวไลท์โซว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	3.60	1.3416
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	35	9	3.91	1.0109
อนุปริญญา	39	10	4.05	0.9986
ปริญญาตรี	303	76	3.93	0.9235
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.56	1.4240
ไม่ระบุ	9	2	4.11	0.9280
รวม	400	100	3.93	0.9565

$$X^2 = 22.34158 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.32227$$

จากตารางที่ 58 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบ
ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรี
ประกอบของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.44530 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐาน
หลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของ
รายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการมากที่สุดคือกลุ่ม
ตัวอย่างที่ไม่ระบุการศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการ
ศึกษาในระดับอนุปริญญา และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการน้อยที่
สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 60

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการทไวไลท์โชว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	3.60	0.8944
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	34	9	3.71	0.9055
อนุปริญญา	39	10	3.95	0.8255
ปริญญาตรี	303	76	3.77	0.8335
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.11	0.7817
ไม่ระบุ	9	2	3.22	0.8333
รวม	399	100	3.75	0.8387

$$X^2 = 24.47423 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.22229$$

จากตารางที่ 60 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.22229 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 61

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการทไวไลท์โชว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	3.80	1.0954
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	35	9	3.83	0.8904
อนุปริญญา	39	10	3.79	0.9509
ปริญญาตรี	303	76	3.71	0.7974
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.11	0.9280
ไม่ระบุ	9	2	3.00	0.8660
รวม	400	100	3.70	0.8294

$$X^2 = 29.55174 \quad D.F. = 15 \quad \text{Significance} = 0.01364$$

จากตารางที่ 61 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.01364 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ไม่ระบุการศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 62

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการ
ทไวไลท์โชว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	3.80	0.8367
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	34	9	3.79	0.8801
อนุปริญญา	39	10	4.13	0.7671
ปริญญาตรี	303	76	4.05	0.8732
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.56	1.0138
ไม่ระบุ	9	2	3.56	0.8819
รวม	399	100	4.01	0.8670

$$X^2 = 20.10394 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.45144$$

จากตารางที่ 62 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.45144 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและกลุ่มที่ไม่ระบุการศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่ากัน

ตารางที่ 63

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงไทยลูกทุ่งของรายการทไวไลท์โชว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1	4.00	1.0000
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	34	9	3.51	1.1725
อนุปริญญา	39	10	3.05	1.1459
ปริญญาตรี	303	76	3.09	2.0465
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.00	1.1180
ไม่ระบุ	9	2	2.67	1.2247
รวม	399	100	3.12	1.8761

$$X^2 = 22.81622 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.58829$$

จากตารางที่ 63 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงไทยลูกทุ่งของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงไทยลูกทุ่งของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.58829 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงไทยลูกทุ่งของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไทยลูกทุ่งของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไทยลูกทุ่งของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ไม่ระบุการศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 64

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการ
ทไวไลท์โชว์

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	4	1	4.25	0.9574
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	31	8	3.39	1.0544
อนุปริญญา	36	10	3.53	0.6964
ปริญญาตรี	294	77	3.51	0.9301
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2	3.56	0.8819
ไม่ระบุ	8	2	3.50	0.5345
รวม	382	100	3.51	0.9150

$$X^2 = 18.67521 \quad D.F. = 20 \quad \text{Significance} = 0.54302$$

จากตารางที่ 64 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.54302 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาค่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

4.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทวิตไทม์ไลน์ดังนี้ อาชีพกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศ, อาชีพกับความพึงพอใจในเวลาทีออกอากาศ, อาชีพกับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศ, อาชีพกับความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ, อาชีพกับความพึงพอใจในตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการ, อาชีพกับความพึงพอใจในฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก, อาชีพกับความพึงพอใจในแสงประกอบรายการ, อาชีพกับความพึงพอใจในเสียงและดนตรีประกอบรายการ, อาชีพกับความพึงพอใจในช่วงไลฟ์โชว์, อาชีพกับความพึงพอใจในช่วงสเปเชียลโชว์, อาชีพกับความพึงพอใจในช่วงโชว์ออฟ, อาชีพกับความพึงพอใจในช่วงทอล์กโชว์, อาชีพกับความพึงพอใจในช่วงไทยถูกทุ้ง, และอาชีพกับความพึงพอใจในช่วงความเป็นไทย

ตารางที่ 65

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการทวิตไทม์ไลน์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	3.88	0.8711
ข้าราชการ	10	2	4.00	1.1547
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	4.00	0.8251
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27	3.93	0.8505
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.43	0.7868
ไม่ระบุ	6	2	4.50	0.5477
รวม	400	100	3.93	0.8632

$$X^2 = 13.85902$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.83757$$

จากตารางที่ 65 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.83757 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีระบุอาชีพ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 66

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	3.77	0.8546
ข้าราชการ	10	2	3.70	0.9487
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.75	0.7579
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27	3.74	0.8794
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.43	0.7868
ไม่ระบุ	6	2	4.50	0.5477
รวม	400	100	3.78	0.8486

$$X^2 = 19.90927$$

$$D.F. = 20$$

$$\text{Significance} = 0.46362$$

จากตารางที่ 65 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.46362 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีไม่ระบุอาชีพ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการ น้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ประกอบอาชีพข้าราชการ โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 67

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการ ทวีโลทโซว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	220	55	3.73	0.8321
ข้าราชการ	10	2	3.70	1.0593
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.79	0.7426
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27	3.69	0.7444
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	3.86	0.8997
ไม่ระบุ	6	2	4.33	1.0328
รวม	399	100	3.73	0.8089

$$X^2 = 21.22675$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.38390$$

จากตารางที่ 67 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของ รายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของ รายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.38390 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐาน หลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการมากที่สุด คือกลุ่มตัวอย่างที่มีไม่ระบุอาชีพ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มี

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 68

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการทไวไลท์โชว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	4.00	0.7598
ข้าราชการ	10	2	4.00	1.0541
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.90	0.8053
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27	3.77	0.7052
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.57	0.5345
ไม่ระบุ	6	2	4.17	0.9832
รวม	400	100	3.94	0.7594

$$X^2 = 22.70786$$

$$D.F. = 15$$

$$Significance = 0.09054$$

จากตารางที่ 68 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.09054 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุอาชีพ และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของ

รายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 69

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการทไวไลท์โชว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	4.43	0.7391
ข้าราชการ	10	2	3.90	1.2867
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	4.00	0.8752
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27	4.26	0.7779
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.71	0.4880
ไม่ระบุ	6	2	4.67	0.5164
รวม	400	100	4.33	0.7781

$$X^2 = 38.09634 \quad D.F. = 15 \quad \text{Significance} = 0.00087$$

จากตารางที่ 69 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00087 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุอาชีพ และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการน้อยที่สุดคือกลุ่มที่ประกอบอาชีพข้าราชการ โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก

ตารางที่ 70

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการทไวไลท์โซว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	3.72	0.7646
ข้าราชการ	10	2	3.30	1.3375
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.50	0.7989
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27	3.44	0.7530
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.29	0.7559
ไม่ระบุ	6	2	3.67	0.8165
รวม	400	100	3.62	0.7839

$$X^2 = 63.42230$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.00000$$

จากตารางที่ 70 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ประกอบอาชีพข้าราชการ โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 71

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบของรายการทไวไลท์โชว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	3.54	0.7889
ข้าราชการ	10	2	3.40	1.1738
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.40	0.7363
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27	3.34	0.6720
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	3.86	0.6901
ไม่ระบุ	6	2	3.83	0.7528
รวม	400	100	3.48	0.7621

$$X^2 = 29.74431$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.07410$$

จากตารางที่ 71 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการแตกต่างกัน
กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.07410 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการศึกษา และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 72

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของรายการ
ทไวไลท์โซว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	3.63	0.7908
ข้าราชการ	10	2	3.30	1.1595
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.48	0.7716
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27	3.35	0.6601
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.00	0.8165
ไม่ระบุ	6	2	4.00	0.894
รวม	400	100	3.54	0.7678

$$X^2 = 36.78841$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.01240$$

จากตารางที่ 72 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ
แตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.01240 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐาน
หลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการแตกต่าง
กัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการมากที่สุดคือ
กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุอาชีพ โดยมีความพึงพอใจ
ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มตัวอย่างที่มีความ
พึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ประกอบอาชีพข้าราชการ โดยมีความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 73

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการทไวไลท์ไชน์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	4.02	0.8916
ข้าราชการ	10	2	4.10	1.2867
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.75	0.9785
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27	3.76	1.0127
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.71	0.7559
ไม่ระบุ	6	2	4.00	0.8944
รวม	400	100	3.93	0.9451

$$X^2 = 29.78668$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.07338$$

จากตารางที่ 73 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.07338 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการ และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 74

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลไชน์ของรายการทไวไลท์ไชน์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	3.86	0.8310
ข้าราชการ	10	2	3.60	1.1738
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.69	0.6890
พนักงานบริษัทเอกชน	107	27	3.53	0.8278
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.29	1.2536
ไม่ระบุ	6	2	3.67	1.0328
รวม	399	100	3.75	0.8350

$$X^2 = 44.37106$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.00134$$

จากตารางที่ 74 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลไชน์ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลไชน์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00134 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลไชน์ของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลไชน์ของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลไชน์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 75

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการทไวไลท์โชว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	3.76	0.8140
ข้าราชการ	10	2	3.90	0.8756
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.60	0.7068
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27	3.55	0.8795
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.14	1.2150
ไม่ระบุ	6	2	4.17	0.9832
รวม	400	100	3.70	0.8313

$$X^2 = 28.70151$$

$$D.F. = 15$$

$$Significance = 0.01757$$

จากตารางที่ 75 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.01757 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุอาชีพ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการน้อยที่สุดคือกลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 76

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการทไวไลท์โชว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	4.08	0.8700
ข้าราชการ	10	2	4.30	0.9487
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.85	0.7435
พนักงานบริษัทเอกชน	107	27	3.90	0.8895
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.43	0.9759
ไม่ระบุ	6	2	3.67	1.0328
รวม	399	100	4.01	0.8672

$$X^2 = 25.65315$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.17758$$

จากตารางที่ 76 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.17758 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการ และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่ไม่ระบุอาชีพ โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 77

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการทไวไลท์โชว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	221	55	3.07	2.3153
ข้าราชการ	10	2	3.60	1.1738
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.15	1.0914
พนักงานบริษัทเอกชน	107	27	3.08	1.0689
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	3.29	1.3801
ไม่ระบุ	6	2	4.67	0.5164
รวม	399	100	3.12	1.8721

$$X^2 = 39.28817$$

$$D.F. = 25$$

$$Significance = 0.03446$$

จากตารางที่ 77 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.03446 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุอาชีพ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการ และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการน้อยที่สุดคือกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 78

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการทไวไลท์
โชว์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
นักเรียน/นักศึกษา	220	57	3.51	0.9627
ข้าราชการ	10	3	3.50	0.9718
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	12	3.46	0.8241
พนักงานบริษัทเอกชน	91	24	3.44	0.8193
ธุรกิจส่วนตัว	7	2	4.00	1.0000
ไม่ระบุ	6	2	4.33	0.5164
รวม	382	100	3.51	0.9097

$$X^2 = 19.58769$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.48397$$

จากตารางที่ 78 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.48397 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุอาชีพ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการน้อยที่สุดคือกลุ่มที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

4.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างราชได้กับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆของรายการทไวไลท์โชว์ครั้งนี้ ราชได้กับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศ, ราชได้กับความพึงพอ

ใจในเวลาที่ยกอากาศ, รายได้กับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ยกอากาศ, รายได้กับความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ, รายได้กับความพึงพอใจในตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการ, รายได้กับความพึงพอใจในฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก, รายได้กับความพึงพอใจในแสงประกอบรายการ, รายได้กับความพึงพอใจในเสียงและดนตรีประกอบรายการ, รายได้กับความพึงพอใจในช่วงไลฟ์โชว์, รายได้กับความพึงพอใจในช่วงสเปเชียลโชว์, รายได้กับความพึงพอใจในช่วงโชว์ออฟ, รายได้กับความพึงพอใจในช่วงทอล์กโชว์, รายได้กับความพึงพอใจในช่วงไทยถูกทุ้ง, และรายได้กับความพึงพอใจในช่วงความเป็นไทย

ตารางที่ 79

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	278	69.5	3.94	0.8539
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.99	0.8545
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.85	0.9333
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.67	1.2111
40,001 - 50,000 บาท	4	1	3.25	0.5000
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.00	1.4142
รวม	400	100	3.93	0.8632

$$X^2 = 25.60458$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.17927$$

จากตารางที่ 79 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.17927 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 80

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์ ไซว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	278	69.5	3.82	0.8532
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.81	0.8466
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.55	0.7592
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.33	1.0328
40,001 - 50,000 บาท	4	1	3.00	0.0000
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.00	1.4142
รวม	400	100	3.78	0.8486

$$X^2 = 29.49137$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.07853$$

จากตารางที่ 80 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.07853 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือนและกลุ่มที่มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่ากัน

ตารางที่ 81

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	277	69.5	3.76	0.8037
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.72	0.8215
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.70	0.8013
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.50	0.8367
40,001 - 50,000 บาท	4	1	3.00	0.0000
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.00	1.4142
รวม	399	100	3.73	0.8071

$$X^2 = 23.81639$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.25050$$

จากตารางที่ 81 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.25050 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มที่มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่ากัน

ตารางที่ 82

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการทไวไลท์โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	278	69.5	4.01	0.7431
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.86	0.7870
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.65	0.8127
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.50	0.8367
40,001 - 50,000 บาท	4	1	3.50	0.5774
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.00	1.4142
รวม	400	100	3.94	0.7593

$$X^2 = 47.06162$$

$$D.F. = 15$$

$$Significance = 0.00004$$

จากตารางที่ 82 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00004 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการมากที่สุด คือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมา คือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 83

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการทไวไลท์โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	278	69.5	4.40	0.7616
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	4.24	0.7976
20,001 - 30,000 บาท	20	5	4.20	0.8335
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.50	0.8367
40,001 - 50,000 บาท	4	1	3.50	0.5774
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.50	2.1213
รวม	400	100	4.33	0.7797

$$X^2 = 49.90270$$

$$D.F. = 15$$

$$Significance = 0.00001$$

จากตารางที่ 83 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00001 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้

ค่าเงินรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่ากัน

ตารางที่ 84

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการไวไลทีโชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	278	69.5	3.69	0.7920
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.52	0.7225
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.45	0.8870
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.00	0.8944
40,001 - 50,000 บาท	4	1	2.75	0.5000
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.50	2.1213
รวม	400	100	3.62	0.7876

$$X^2 = 41.47449$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.00324$$

จากตารางที่ 84 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00324 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มี

ความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 85

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการทไวไลท์โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	278	69.5	3.53	0.7771
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.41	0.7328
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.35	0.5871
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.00	0.8944
40,001 - 50,000 บาท	4	1	2.75	0.5000
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.00	1.4142
รวม	400	100	3.48	0.7613

$$X^2 = 28.83151$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.09113$$

จากตารางที่ 85 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการแตกต่างกัน
กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.09113 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 86

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ
ทไวไลท์โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	278	69.5	3.59	0.7724
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.49	0.7825
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.30	0.7327
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.33	1.0328
40,001 - 50,000 บาท	4	1	3.00	0.0000
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.00	1.4142
รวม	400	100	3.54	0.7760

$$X^2 = 23.66076$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.25752$$

จากตารางที่ 86 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ
แตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.25752 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐาน
หลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการไม่แตก
ต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการมากที่สุดคือ
กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลง
มาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อ
เสียงและดนตรีประกอบรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือนและกลุ่ม
ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่ากัน

ตารางที่ 87

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโลพีโซว์ของรายการทไวโลพีโซว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	278	69.5	3.98	0.8869
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.86	1.0659
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.80	1.2397
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.67	1.2111
40,001 - 50,000 บาท	4	1	3.75	0.5000
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.50	2.1213
รวม	400	100	3.93	0.9569

$X^2 = 38.11328$

D.F. = 20

Significance = 0.00858

จากตารางที่ 87 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโลพีโซว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโลพีโซว์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00858 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโลพีโซว์ของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโลพีโซว์ของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโลพีโซว์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 88

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการทไวไลท์โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	277	69.5	3.85	0.7961
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.63	0.8272
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.35	1.0894
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.17	0.9832
40,001 - 50,000 บาท	4	1	2.50	0.5774
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.50	2.1213
รวม	399	100	3.75	0.8269

$$X^2 = 62.43029$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.00000$$

จากตารางที่ 88 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 89

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการทไวไลท์โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	278	69.5	3.77	0.7817
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.66	0.8632
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.50	1.0000
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.00	1.0954
40,001 - 50,000 บาท	4	1	2.25	0.5000
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.50	2.1213
รวม	400	100	3.70	0.8214

$X^2 = 62.51823$

D.F. = 15

Significance = 0.00000

จากตารางที่ 89 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 90

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการไวไลท์โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	277	69.5	4.05	0.8474
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	4.04	0.8199
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.70	1.0809
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.67	1.0328
40,001 - 50,000 บาท	4	1	2.75	0.9574
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	3.00	1.4142
รวม	399	100	4.01	0.8595

$$X^2 = 46.12537$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.00077$$

จากตารางที่ 90 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00077 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 91

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการทไวไลท์โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	277	69.5	3.13	2.1224
10,001 - 20,000 บาท	90	22.5	3.14	1.1373
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.10	1.0712
30,001 - 40,000 บาท	6	1.5	3.00	1.4142
40,001 - 50,000 บาท	4	1	3.00	0.8165
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	2.00	0.0000
รวม	399	100	3.12	1.8822

$$X^2 = 13.26728$$

$$D.F. = 25$$

$$Significance = 0.97305$$

จากตารางที่ 91 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.97305 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 92

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการทไวไลท์
โชว์

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	265	69	3.53	0.9212
10,001 - 20,000 บาท	85	22	3.51	0.9338
20,001 - 30,000 บาท	20	5	3.40	0.6806
30,001 - 40,000 บาท	6	2	3.67	1.0328
40,001 - 50,000 บาท	4	1	3.25	0.9574
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2	1	2.50	0.7071
รวม	382	100	3.51	0.9148

$$X^2 = 19.01699$$

$$D.F. = 20$$

$$Significance = 0.52072$$

จากตารางที่ 92 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.52072 > \alpha$ หมายถึงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการไม่แตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย

4.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ดังนี้ พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศ, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในเวลา而出อากาศ, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในระยะเวลา而出อากาศ, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการ, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในแสงประกอบรายการ, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในเสียงและดนตรีประกอบรายการ, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในช่วงไลฟ์โชว์, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในช่วงสเปเชียลโชว์, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในช่วงโชว์ออฟ, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในช่วงทอล์กโชว์, พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในช่วงไทยถูกทุ้ง, และพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในช่วงความเป็นไทย

ตารางที่ 93

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.19	0.8100
ชมบ่อยครั้ง	127	32	3.80	0.8389
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	4.05	0.7869
ชมทุกครั้ง	87	22	4.40	0.6898
รวม	400	100	3.93	0.7873

$$X^2 = 84.01173$$

$$D.F. = 12$$

$$\text{Significance} = 0.00000$$

จากตารางที่ 93 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 94

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โซว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.08	0.7557
ชมบ่อยครั้ง	127	32	3.60	0.8287
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	3.99	0.7334
ชมทุกครั้ง	87	22	4.16	0.7905
รวม	400	100	3.78	0.7801

$$X^2 = 79.91933$$

$$D.F. = 12$$

$$Significance = 0.00000$$

จากตารางที่ 94 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 95

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการทไวไลท์โชว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.19	0.6810
ชมบ่อยครั้ง	126	32	3.52	0.7455
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	3.89	0.8096
ชมทุกครั้ง	87	22	4.14	0.6849
รวม	399	100	3.73	0.7471

$$X^2 = 71.18211$$

$$D.F. = 12$$

$$Significance = 0.00000$$

จากตารางที่ 95 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 96

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการทไวไลท์โซว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.40	0.7163
ชมบ่อยครั้ง	127	32	3.76	0.7502
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	4.03	0.6735
ชมทุกครั้ง	87	22	4.39	0.6709
รวม	400	100	3.94	0.7039

$$X^2 = 76.10864$$

$$D.F. = 9$$

$$\text{Significance} = 0.00000$$

จากตารางที่ 96 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 97

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการทไวไลท์โชว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.81	0.8334
ชมบ่อยครั้ง	127	32	4.13	0.8103
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	4.45	0.7226
ชมทุกครั้ง	87	22	4.74	0.5595
รวม	400	100	4.33	0.7363

$$X^2 = 65.15213$$

$$D.F. = 9$$

$$Significance = 0.00000$$

จากตารางที่ 97 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก

ตารางที่ 98

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการทไวไลท์โซว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.40	0.6889
ชมบ่อยครั้ง	127	32	3.44	0.7199
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	3.60	0.8433
ชมทุกครั้ง	87	22	4.03	0.7385
รวม	400	100	3.62	0.7634

$$X^2 = 40.73506$$

$$D.F. = 12$$

$$Significance = 0.00005$$

จากตารางที่ 98 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00005 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับมากรองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 99

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบของรายการทไวไลท์โซว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.26	0.5933
ชมบ่อยครั้ง	127	32	3.33	0.7459
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	3.48	0.8034
ชมทุกครั้ง	87	22	3.80	0.7288
รวม	400	100	3.48	0.7442

$$X^2 = 30.69137$$

$$D.F. = 12$$

$$Significance = 0.00220$$

จากตารางที่ 99 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อแสงประกอบของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อแสงประกอบของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00220 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อแสงประกอบของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน

ตารางที่ 100

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของรายการทไวไลท์โซว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.26	0.5599
ชมบ่อยครั้ง	127	32	3.35	0.7614
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	3.59	0.7989
ชมทุกครั้ง	87	22	3.91	0.7413
รวม	400	100	3.54	0.7468

$$X^2 = 40.34957$$

$$D.F. = 12$$

$$Significance = 0.00006$$

จากตารางที่ 100 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00006 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน

ตารางที่ 101

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์โชว์ของรายการทไวไลท์โชว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.38	0.9246
ชมบ่อยครั้ง	127	32	3.78	0.9078
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	4.05	0.9524
ชมทุกครั้ง	87	22	4.32	0.8421
รวม	400	100	3.93	0.9115

$$X^2 = 46.30229$$

$$D.F. = 12$$

$$Significance = 0.00001$$

จากตารางที่ 101 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00001 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์ไชน์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 102

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลไชน์ของรายการทไวไลท์ไชน์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.19	0.7353
ชมบ่อยครั้ง	127	32	3.64	0.8035
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	3.76	0.7992
ชมทุกครั้ง	86	22	4.26	0.7698
รวม	399	100	3.75	0.7862

$$X^2 = 71.87724$$

$$D.F. = 12$$

$$\text{Significance} = 0.00000$$

จากตารางที่ 102 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 103

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการทไวไลท์โชว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.15	0.6323
ชมบ่อยครั้ง	127	32	3.53	0.7745
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	3.74	0.8339
ชมทุกครั้ง	87	22	4.23	0.7424
รวม	400	100	3.70	0.7713

$$X^2 = 68.49794$$

$$D.F. = 9$$

$$Significance = 0.00000$$

จากตารางที่ 103 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 104

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการทไวไลท์โชว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	53	13	3.53	0.7747
ชมบ่อยครั้ง	127	32	3.79	0.8031
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	4.14	0.8509
ชมทุกครั้ง	86	22	4.44	0.8204
รวม	399	100	4.01	0.8194

$$X^2 = 69.73904$$

$$D.F. = 12$$

$$\text{Significance} = 0.00000$$

จากตารางที่ 104 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00000 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 105

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยดูทงูของรายการทไวไลท์โชว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	52	13	2.77	0.9623
ชมบ่อยครั้ง	127	32	2.92	1.1099
ชมเกือบทุกครั้ง	133	33	3.05	1.0753
ชมทุกครั้ง	87	22	3.39	1.2234
รวม	399	100	3.05	1.1067

$$X^2 = 30.16106$$

$$D.F. = 15$$

$$Significance = 0.01135$$

จากตารางที่ 105 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.01135 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 106

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการทไวไลท์โชว์

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ไม่เคยชมเลย	-	-	-	-
นานๆ ชมครั้ง	50	13	3.22	0.7083
ชมบ่อยครั้ง	123	32	3.46	0.8613
ชมเกือบทุกครั้ง	126	33	3.44	0.9762
ชมทุกครั้ง	83	22	3.87	0.9076
รวม	382	100	3.51	0.8934

$$X^2 = 31.04938$$

$$D.F. = 12$$

$$\text{Significance} = 0.00194$$

จากตารางที่ 106 สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการแตกต่างกัน

กำหนด $\alpha = 0.05$ พบว่าค่า Significance ที่ได้คือ $0.00194 < \alpha$ หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลักว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการแตกต่างกัน

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมทุกครั้ง โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง " การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร " กรณีศึกษา : รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท. มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการวาไรตี้โชว์ที่น่าเสนออยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ รายการสี่สັນบันเทิง, รายการบ้านเลขที่ 5, รายการ 07 โชว์, รายการสมาคมชมดาว, รายการจันทร์กระจิบ, รายการไนน์ตีไนท์วาไรตี้, รายการดาวล้านดวง, รายการระเบิดเถิดเทิง และรายการทไวไลท์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการนำเสนอช่วงต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการทไวไลท์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับชม ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับชมกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการทไวไลท์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5. เพื่อศึกษาแนวโน้มที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65 และ 35 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 - 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 9.8

กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27.0

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.5

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการวาไรตี้โชว์ที่นำเสนออยู่ในปัจจุบัน

รายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุดคือ รายการ ทไวไลท์โชว์ โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดที่ตอบว่ามีพฤติกรรมในการชมรายการทไวไลท์โชว์ เกือบทุกครั้ง รองลงมาคือรายการระเบิดเถิดเทิง ทางช่อง 5 ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจโดยมี พฤติกรรมในการเปิดรับชมบ่อยครั้ง ส่วนรายการที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเปิดรับชมน้อยที่สุด คือ รายการไนต์ไนท์วาไรตี้

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในปัจจุบัน แสดงเหตุผล ในการเปิดรับชมว่า ต้องการความบันเทิงเป็นอันดับแรก รองลงมาคือต้องอยู่ในช่วงวันเวลาที่ สะดวกในการชม และต้องมีสาระความรู้ โดยมีคะแนนความต้องการในระดับที่ใกล้เคียงกัน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจเกี่ยวกับข้อดีของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ โชว์ในปัจจุบันว่าให้ความบันเทิงและมีสาระประโยชน์ให้ความรู้และคลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 92.51 และให้ความแปลกใหม่ในการนำเสนอที่ทันต่อเหตุการณ์และมีรูปแบบที่หลากหลาย คิดเป็น ร้อยละ 7.49

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสียของรายการโทรทัศน์ประเภท วาไรตี้โชว์ในปัจจุบันว่าส่วนใหญ่มีรูปแบบในการนำเสนอที่คล้ายกันทำให้เกิดความจำเจ คิดเป็นร้อยละ 26.32 รองลงมาให้ความสนใจว่าบางรายการหาเนื้อหาสาระไม่ได้เลย คิดเป็นร้อย ละ 16.45 และว่าบางรายการชอบนำดารามาร่วมรายการอยากให้ผู้ชมที่บ้านมีส่วนร่วมกับการ มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 10.53

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นอยากให้รายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ ในเมืองไทยมีสาระความรู้และความบันเทิงควบคู่กัน ไปอย่างเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 45.39 รอง ลงมาอยากให้มีความรู้และวิธีปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชนของประเทศ คิดเป็นร้อยละ 16.45 และอยากให้มีแปลกใหม่ ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ คิดเป็นร้อยละ 16.45

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อพัฒนารายการโทรทัศน์ประเภท วาไรตี้โชว์ให้เป็นที่พึงพอใจต่อคนดูมากขึ้น โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ให้มีความบันเทิงสอดแทรกด้วยสาระความรู้ คิดเป็นร้อยละ 29.27 รองลงมาให้มีเทคนิคในการนำเสนอรายการที่ทันสมัย

ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาจับภาพสร้างภาพให้น่าชมยิ่งขึ้น คิดเป็นร้อยละ 14.63 และให้นำบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเป็นแบบอย่างของสังคมมาร่วมในรายการ คิดเป็นร้อยละ 8.54

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการทไวไลท์โชว์

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ ดังนี้ อันดับแรก มีความพึงพอใจในตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอของรายการอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างมาก และมีความพึงพอใจต่อวันที่ออกอากาศของรายการอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างมากเช่นกัน

ในการนำเสนอช่วงต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์นั้น กลุ่มตัวอย่างแสดงความพึงพอใจต่อการนำเสนอช่วงทอล์กโชว์ของรายการมากที่สุด รองลงมาคือช่วงไลฟ์โชว์ และช่วงสเปเชียลโชว์ที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก ส่วนช่วงที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ช่วงไทยลูกทุ่ง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นต่อการปรับปรุงรายการ " ทไวไลท์โชว์ " ในด้านต่างๆ ดังนี้ ช่วงไลฟ์โชว์ ไม่ควรให้ตลกแสดงความไม่สุภาพ/ลดความถี่ของคณะที่ออกอากาศซ้ำกันบ่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 14.29 และเพิ่มช่วงไลฟ์โชว์ให้มีความยาวมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 13.04 , ใน ช่วงทอล์กโชว์ ควรมี VTR ประกอบให้น่าสนใจขึ้น คิดเป็นร้อยละ 6.21 และให้เพิ่มความยาวของช่วงทอล์กโชว์ให้มีความยาวมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 4.35 , เพิ่มช่วงโชว์ออฟ ให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 1.86 , และเพิ่ม ช่วงไทยลูกทุ่ง ให้มีความยาวมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 4.35 ใน ช่วงสเปเชียลโชว์ ควรมีการแนะนำเพลงให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 1.24 , ในส่วนของ แขกรับเชิญ ควรให้มีความหลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะคาราของช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 9.32 และผู้ที่เคยถูกเชิญมาสัมภาษณ์ในรายการแล้วไม่ควรนำมาออกรายการในช่วงเดิมอีก คิดเป็นร้อยละ 4.97 , ในส่วนของ พิธีกร ให้พิธีกรพูดชมหรือสรรเสริญแข็ชอแก่คารารับเชิญ/แขกผู้ร่วมรายการให้น้อยลง คิดเป็นร้อยละ 7.45 และให้พิธีกรลดความยาวของการพูดคุยในช่วงไทยลูกทุ่ง คิดเป็นร้อยละ 3.11

และกลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นต่อรายการ “ ทไวไลท์โชว์ ” ว่าการนำเสนอในปัจจุบันเหมาะสมคืออยู่แล้ว คิดเป็น 14.91% ซึ่งเป็นจำนวนมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม และมีความคิดเห็นว่าควรลดเวลาความยาวของการออกอากาศของรายการให้สั้นลง คิดเป็นร้อยละ 6.83

กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะที่จะทำให้รายการ “ ทไวไลท์โชว์ ” มีความน่าสนใจและเป็นที่น่าสนใจของคนดูมากยิ่งขึ้นดังนี้ อยากให้เพิ่มพิธีกรร่วมในรายการ คิดเป็นร้อยละ 15.07 , อยากให้คัดเลือกผู้ร่วมรายการที่มีประวัติน่าสนใจและเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม , อยากให้

มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับชีวิตสังคมและวัฒนธรรมประเพณีไทยมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 4.79 , อยากให้จัดรายการนอกห้องส่ง/นอกสถานที่บ้าง คิดเป็นร้อยละ 3.42 , เปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านได้มีส่วนร่วมในรายการ คิดเป็นร้อยละ 2.74 , ให้เพิ่มเนื้อหาสาระให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 2.05 , อยากให้เพิ่มช่วง “ ช้อนอดีตคนคัง ” ในวงการต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 1.37 , อยากให้เพิ่มช่วง “ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ” คิดเป็นร้อยละ 1.37 , อยากให้เปลี่ยนช่วงเวลาที่ย่อออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 0.68 , แต่โดยรวมแล้วมีความคิดเห็นว่าการนำเสนอช่วงต่างๆ ของรายการเหมาะสมคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 26.03 ซึ่งเป็นจำนวนมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ทดสอบลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศกับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทไวท์โชว์ โดยมีผลเป็นข้อๆ ดังนี้

4.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

4.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในเวลาที่ย่อออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในเวลาที่ย่อออกอากาศไม่แตกต่างกัน

4.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ย่อออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ย่อออกอากาศไม่แตกต่างกัน

4.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอไม่แตกต่างกัน

4.1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

4.1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการไม่แตกต่างกัน

4.1.7 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการ ไม่แตกต่างกัน

4.1.8 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ ไม่แตกต่างกัน

4.1.9 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์สไตล์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์สไตล์ของรายการไม่แตกต่างกัน

4.1.10 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการแตกต่างกัน

4.1.11 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการไม่แตกต่างกัน

4.1.12 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

4.1.13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการไม่แตกต่างกัน

4.1.14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการไม่แตกต่างกัน

4.2 ทดสอบลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุกับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ โดยมีผลเป็นข้อๆ ดังนี้

4.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

4.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

4.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

4.2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอแตกต่างกัน

4.2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

4.2.6 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการแตกต่างกัน

4.2.7 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

4.2.8 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการแตกต่างกัน

4.2.9 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไลท์โชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไลท์โชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

4.2.10 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการแตกต่างกัน

4.2.11 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

4.2.12 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

4.2.13 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการไม่แตกต่างกัน

4.2.14 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการแตกต่างกัน

4.3 ทดสอบลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ โดยมีผลเป็นข้อๆ ดังนี้

4.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศแตกต่างกัน

4.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

4.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศแตกต่างกัน

4.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอไม่แตกต่างกัน

4.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

4.3.6 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการไม่แตกต่างกัน

4.3.7 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

4.3.8 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการไม่แตกต่างกัน

4.3.9 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงโลโก้ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงโลโก้ของรายการไม่แตกต่างกัน

4.3.10 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

4.3.11 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

4.3.12 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการไม่แตกต่างกัน

4.3.13 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการไม่แตกต่างกัน

4.3.14 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการไม่แตกต่างกัน

4.4 ทดสอบลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพกับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ โดยมีผลเป็นข้อๆ ดังนี้

4.5 ทดสอบลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้กับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทวิตโซเชียล โดยมีผลเป็นข้อๆ ดังนี้

4.5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

4.5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

4.5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในระยะเวลาที่ออกอากาศไม่แตกต่างกัน

4.5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอแตกต่างกัน

4.5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

4.5.6 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการแตกต่างกัน

4.5.7 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการ ไม่แตกต่างกัน

4.5.8 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ ไม่แตกต่างกัน

4.5.9 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์โซเชียลของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์โซเชียลของรายการแตกต่างกัน

4.5.10 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโซเชียลของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโซเชียลของรายการแตกต่างกัน

4.5.11 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

4.5.12 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

4.5.13 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของราชการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของราชการ ไม่แตกต่างกัน

4.5.14 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของราชการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของราชการ ไม่แตกต่างกัน

4.6 ทดสอบลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ โดยมีผลเป็นข้อๆ ดังนี้

4.6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในวันที่ออกอากาศแตกต่างกัน

4.6.2 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในเวลาทีออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในเวลาทีออกอากาศแตกต่างกัน

4.6.3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในระยะเวลาทีออกอากาศ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในระยะเวลาทีออกอากาศแตกต่างกัน

4.6.4 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อรูปแบบในการนำเสนอแตกต่างกัน

4.6.5 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

4.6.6 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการแตกต่างกัน

4.6.7 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อแสงประกอบรายการแตกต่างกัน

4.6.8 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อเสียงและดนตรีประกอบรายการแตกต่างกัน

4.6.9 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์โชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงไลฟ์โชว์ของรายการแตกต่างกัน

4.6.10 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงสเปเชียลโชว์ของรายการแตกต่างกัน

4.6.11 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงโชว์ออฟของรายการแตกต่างกัน

4.6.12 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงทอล์กโชว์ของรายการแตกต่างกัน

4.6.13 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงไทยถูกทุ้งของรายการแตกต่างกัน

4.6.14 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อช่วงความเป็นไทยของรายการแตกต่างกัน

การอภิปรายผล

จากการสรุปผลการวิจัยคังได้กล่าวมาแล้วข้างคัง ผู้วิจัยมีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายเพิ่มเติมคังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ พบว่าส่วนใหญ่มจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้ง ยกเว้นรายการทไวไลท์โชว์ ทางช่อง 3 ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชม โดยชมเกือบทุกครั้ง และรายการระเบิดเถิดเทิง ทางช่อง 5 ที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับชม โดยชมบ่อยครั้ง ซึ่งตรงกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสารที่ว่า ผู้รับสารมีการเลือกเปิดรับสาร มีการเลือกสารที่ตัวเองสนใจ มีการเลือกรับรู้และเลือกที่จะจดจำสาร ซึ่งการที่จะทำให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับสาร เลือกรับรู้หรือเลือกที่จะจำนั้น รายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ที่นำเสนออยู่ในปัจจุบันต้องสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร มีรูปแบบในการนำเสนอที่

ชัดเจน หรือเป็นที่ใดคนงานสามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความจดจำและติดตามชมรายการได้อย่างสม่ำเสมอ และต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ของรายการให้ตรงกับกลุ่มผู้ชมด้วย เช่น วันที่ออกอากาศ เวลาที่ออกอากาศ พิธีกรผู้ดำเนินรายการ แขนงรับเชิญ หรือองค์ประกอบต่างๆ ที่เหมาะสมกับรายการประเภทวาไรตี้โชว์

ส่วนในเรื่องของเหตุผลในการเปิดรับชมรายการ โทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของกลุ่มตัวอย่างนั้น ส่วนใหญ่ตอบว่าเพราะต้องการความบันเทิงมากที่สุด และที่สำคัญจะเห็นว่าเหตุผลรองลงมาคือ ต้องอยู่ในช่วงวันเวลาที่สะดวกในการชม และต้องมีสาระความรู้ ซึ่งเป็นเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ใกล้เคียงกับเหตุผลที่ต้องการความบันเทิง ซึ่งตรงกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ ที่บอกว่า การที่คนเราจะเลือกรับสื่อต่างๆ ขึ้นอยู่กับเหตุผลของแต่ละบุคคล และเมื่อทราบเหตุผลเหล่านั้น ก็สามารถที่จะนำมาตอบสนองหรือสร้างแรงจูงใจให้ตรงกับกลุ่มผู้ชมได้ เช่นเดียวกับเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างได้แสดง ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ที่ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ นอกจากคำนึงถึงความบันเทิงที่จะให้กับคนดูแล้ว ช่วงวันเวลาในการนำเสนอ และสาระความรู้ก็เป็นปัจจัยอื่นๆ ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมมากรายการประเภทนี้

2. การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการทไวไลท์โชว์ของกลุ่มตัวอย่างนั้น จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการมากที่สุด ส่วนวันที่ออกอากาศ เวลาที่ออกอากาศ ระยะเวลาที่ออกอากาศ รูปแบบในการนำเสนอที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างมาก ซึ่งตรงกับแนวคิดในการจัดรายการปกิณกะบันเทิง (ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน) ที่ว่าพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ประเภทปกิณกะบันเทิงนั้น มีความสำคัญต่อการนำเสนอรายการประเภทนี้ จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความสามารถและคุณสมบัติที่ดีที่พิธีกรพึงมี และจากการที่รายการทไวไลท์โชว์ได้รับความพึงพอใจจากคนดูในระดับมากนั้น คงปฏิเสธไม่ได้ว่าส่วนสำคัญคือความสามารถ ไหวพริบ และทักษะในการดำเนินรายการของพิธีกรที่ทำให้ช่วงต่างๆ ของรายการเป็นไปอย่างต่อเนื่อง สร้างสีสันและให้ความบันเทิงควบคู่ไปกับสาระความรู้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมนั่นเอง

ส่วนช่วงต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ ที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากคือ ช่วงทอล์กโชว์, โลกฟีโชว์ และสเปเชียลโชว์ ส่วนช่วงความเป็นไทยและช่วงไทยถูกทุ้งนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ มาอธิบายได้ว่า อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงอาจทำให้มีทัศนคติหรือความนิยมต่อช่วงดังกล่าวน้อยกว่าช่วงอื่นๆ ของรายการ และเนื่องจากรายการทไวไลท์โชว์ ออกอากาศทางช่อง 3 ซึ่งสามารถแพร่ภาพได้ทั่วประเทศ จึงมีกลุ่มผู้ชมหลากหลาย ถ้าหากว่าสามารถ

ทำการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในต่างจังหวัดหรือกลุ่มอื่นๆ ได้ ก็จะสามารถสรุปผลความพึงพอใจที่มีต่อช่วงต่างๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การนำเสนอรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในปัจจุบันควรคำนึงถึงองค์ประกอบที่กลุ่มผู้ชมให้ความสำคัญ คือ ความบันเทิง วันเวลาที่สะดวกในการชม และสาระความรู้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับคนดูมากยิ่งขึ้น และไม่ควรมีผลิตรายการที่มีเนื้อหา รูปแบบที่ใกล้เคียงกับรายการที่นำเสนออยู่ก่อนแล้ว เพราะจะทำให้คนดูเกิดความเบื่อหน่าย รู้สึกซ้ำซาก จำเจ ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเป็นข้อเสียของการนำเสนอรายการประเภทวาไรตี้โชว์

2. ในส่วนของรายการทไวไลท์โชว์ แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอรายการในปัจจุบันอยู่แล้วก็ตาม แต่ก็ยังมีคำแนะนำและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนารายการ เช่น การเพิ่มพิธีกรร่วมในรายการ, การเปิดให้ผู้ชมทางบ้านมีส่วนร่วมในรายการมากขึ้น การผลิตรายการนอกสถานที่ในบางช่วงของรายการ และการนำเสนอที่ไม่จำเพาะเจาะจงเฉพาะคาราโอเกะของช่อง 3 ซึ่งข้อเสนอแนะเหล่านี้จะช่วยทำให้รายการมีความน่าสนใจตรงกับความต้องการของคนดูมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์คาดหวังว่ารายการประเภทนี้ ต้องมีความแปลกใหม่และทันสมัยอยู่ตลอดเวลาตนเอง

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของกระบวนการผลิตรายการ เทคนิคและขั้นตอนต่างๆ ของการนำเสนอรายการทไวไลท์โชว์ จะทำให้ได้มุมมองและข้อมูลที่น่าสนใจและมีประโยชน์ในการพัฒนารายการทไวไลท์โชว์ต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นเพียงการเริ่มต้นที่จะศึกษาเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในแนวกว้างทั่วไปเท่านั้น หากมีการศึกษาในแนวลึกลงไปถึงเรื่องของทัศนคติ กระบวนการผลิตและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการนำเสนอรายการประเภทนี้แล้ว จะช่วยให้ได้ผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการประเภทนี้ต่อไป

2. การศึกษาเรื่องรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ ควรมีมุมมองจากสื่อมวลชน ในฐานะที่ทำหน้าที่ส่งเสริมเผยแพร่รายการออกไปสู่ประชาชนว่าควรมีการนำเสนอรายการในรูปแบบอย่างไร ควรมีการคิดค้น แก้ไขประการใดบ้างเพื่อความเหมาะสมในการนำเสนอและเป็นประโยชน์ต่อคนดู

3. ควรมีการศึกษาแนวโน้มของการนำเสนอรายการรูปแบบต่างๆ ซึ่งมักเป็นไปตามกระแสความนิยมไปตามช่วงเวลาต่างๆ คล้ายกับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เพื่อเป็นการศึกษาแนวโน้มของการผลิตรายการโทรทัศน์ควบคู่ไปกับแนวโน้มทางสังคมเพื่อทำให้สามารถมองเห็นทิศทางของการนำเสนอรายการโทรทัศน์ในสังคมไทยชัดเจนขึ้น

DRPU

บรรณานุกรม

D
P
U

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร พลศาสตร์ของการสื่อสาร. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2531.
- ธนวดี บุญถิ้อ. ทฤษฎีและแบบจำลองพื้นฐานของการสื่อสาร หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. 2 เล่ม. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2531.
- ประมะ สตะเวทิน. ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์และประเภทของการสื่อสาร หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2529.
- พรพิมล วรวิมลพิฑลพงศ์. ทักษะและการเปลี่ยนแปลงทักษะ จิตวิทยาสังคมร่วมสมัย. เชียงใหม่ : โครงการตำรามนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , 2527.
- พีระ จิระโสภณ. ทฤษฎีสื่อสารมวลชน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. หน่วยที่ 11. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2531.
- ชุกต เบ็ญจรงค์กิจ. การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอแนะต่อการศึกษา
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, คร. การสื่อสารกับสังคม กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533.

วารสาร

- ชัยรงค์ พรหมวงศ์. "มุมมองโทรทัศน์ไทยจากอดีตสู่อนาคต" ครอบคลุม 25 ปี สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. 25 มีนาคม 2538 หน้า 131.
- สุพงษ์ ลิ่มธนากุล. "บทบาทโทรทัศน์ต่อสังคมไทยในอนาคต" ครอบคลุม 25 ปี สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. 25 มีนาคม 2538 หน้า 122.
- เสรี วงษ์มณฑา. "การปรับตัวครั้งใหญ่ของโทรทัศน์ไทยเพื่อก้าวไปในศตวรรษใหม่" ครอบคลุม 25 ปี สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. 25 มีนาคม 2538 หน้า 132.

วิทยานิพนธ์

- ทีปวิท พงศ์ไพบูลย์. "พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์มหา
บัณฑิต ภาควิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- ธัญรดา กาญจนกิจ. "การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคิด
และพฤติกรรมการประหยัดน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2537.
- นันทรัตน์ อยู่พูล. "ทัศนคติของคนกรุงเทพมหานครต่อการโฆษณาของธนาคารพาณิชย์ผ่านสื่อ
มวลชน" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- เมืองยศ จันทรมหา. "ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการ
มันนี่ทอล์ค" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- วิลาวัลย์ เอื้อบูรณานนท์. "กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิต
รายการในปี 2535" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2536.
- ศิริพงษ์ สุทธิโฮริน. "กลยุทธ์ในการนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิง พ.ศ.2532-
2535" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2535.

สัมภาษณ์

- ประสิทธิ์ บุญสนอง. ฝ่ายผลิตรายการ บริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด, สัมภาษณ์,
19 มิถุนายน 2540.
- ชัยพร เตชะพูนผล. ผู้จัดการฝ่ายข้อมูล Media Data Research Co., Ltd., สัมภาษณ์, 23 มิถุนายน
2541

หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และเอกสารอื่นๆ

- "ความนิยมพิธีกรชาย" มติชน : 11 กุมภาพันธ์ 2539.
 "ผลมอเนเตอร์โหวด" แนวหน้า : 6 พฤศจิกายน 2539.
 "รายการปกิณกะบันเทิงดีเด่น" ผลการประกาศรางวัลผลงานดีเด่นทางโทรทัศน์ ครั้งที่ 12 : 2535.
 "รายการปกิณกะบันเทิงดีเด่น" ผลการประกาศรางวัลโทรทัศน์ทองคำ ครั้งที่ 8 : 2536.
 "เรดิโอโหวด แชนเนลไลท์" สถานีวิทยุกระจายเสียง F.M.93.5 MHz. : 12 เมษายน - 7 มิถุนายน 2540.

BOOKS

- Belson , W.A. **Effect of Television on the Interest and Initiative Adult Viewer in Greater London** : British Journal of Psychology , United Kingdom , 1959.
 Katz , E. , Blumler , J.G. and Gurevich , M , "Utilization of Mass Communication by the individual" in Blamler , J.G. and Katz , E.(EDS.) **The Uses of Mass communication Beverly Hills** : Sage Publications , 1974.
 Klapper J.T. and Meyen , **The Effect of Mass Communication. Illinois** : The Free Press , 1968.
 Mun L. Norman. **Introduction to Phycology Boston** : Houghton Muffin CO., 1971.
 Sven Windahl and Benno H. Sighitzer Win Team T.Olson , **Using Communication Theory London** : Sage Publications , 1993.

ภาคผนวก

DPUC

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

"การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในเขตกรุงเทพมหานคร"

กรณีศึกษา : รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

ชื่อผู้เก็บข้อมูล ชุดที่

วันที่เก็บข้อมูล สถานที่

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษา ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์
สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านแสดงความคิดเห็นให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพราะ
ผลการวิจัยที่ถูกต้องตามความจริง จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนารายการโทรทัศน์ประเภท
วาไรตี้โชว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการทไวไลท์โชว์ที่นำเสนออยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งเป็นประโยชน์
ต่อการศึกษาของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นอย่างสูง

ผู้จัดทำการวิจัย

แบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ข้างหน้าตัวเลขหรือหน้าช่องที่ตรงกับความคิดเห็น
ของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

..... ชาย

..... หญิง

2. อายุ

..... น้อยกว่า 15 ปี

..... 15-20 ปี

..... 21-30 ปี

..... 31-40 ปี

..... 41-50 ปี

..... 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

..... น้อยกว่ามัธยมศึกษา

..... มัธยมปลายหรือเทียบเท่า

..... อนุปริญญา

..... ปริญญาตรี

..... สูงกว่าปริญญาตรี

..... อื่นๆ(ระบุ).....

4. อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

..... นักเรียน/นักศึกษา

..... ข้าราชการ

..... พนักงานรัฐวิสาหกิจ

..... พนักงานบริษัทเอกชน

..... ธุรกิจส่วนตัว

..... อื่นๆ(ระบุ).....

5. รายได้ของกลุ่มตัวอย่างต่อเดือนโดยประมาณ

..... ต่ำกว่า 10,000บาท/เดือน

..... 10,001-20,000บาท/เดือน

..... 20,001-30,000บาท/เดือน

..... 30,001-40,000บาท/เดือน

..... 40,001-50,000บาท/เดือน

..... มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการวาไรตี้โชว์

2.1 ท่านชมรายการวาไรตี้โชว์ต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด

รายการ	ความถี่				
	ชมทุกครั้ง	ชมเกือบทุกครั้ง	ชมบ่อยครั้ง	นานๆชมครั้ง	ไม่เคยชมเลย
1. ลีลับันเทิง					
2. บ้านเลขที่ 5					
3. 07 โชว์					
4. สมากมชมดาว					
5. จันทร์กระพริบ					
6. โน้ตดีโน้ตวาไรตี้					
7. ทไวไลท์โชว์					
8. ดาวล้านดวง					
9. ระเบิดเถิดเทิง					

2.2 ท่านมีเหตุผลในการชมรายการวาไรตี้โชว์ในประเด็นต่างๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด

เหตุผล	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เพราะต้องการความบันเทิง					
2. เพราะต้องการสาระความรู้					
3. เพราะอยู่ในช่วงวันหยุดเวลาที่สะดวกในการชม					
4. เพราะเป็นการฆ่าเวลา					
5. เพราะไม่มีรายการอื่นในช่วงวันเวลาเดียวกัน					
6. เพราะจะได้นำเนื้อหาที่ได้ไปพูดคุยกับเพื่อน					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการ
ทไวไลท์โชว์ (เฉพาะผู้ที่เคยชมรายการทไวไลท์โชว์)

ท่านพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ของรายการทไวไลท์โชว์ต่อไปนี้เพียงใด

องค์ประกอบ	ความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. วันที่ออกอากาศ					
2. เวลาที่ออกอากาศ					
3. ระยะเวลาที่ออกอากาศ					
4. รูปแบบในการนำเสนอ					
5. ช่วง "ไลฟ์โชว์"					
6. ช่วง "สเปเชียลโชว์"					
7. ช่วง "โชว์ออฟ"					
8. ช่วง "ทอล์กโชว์"					
9. ช่วง "ไทยถูกหุง"					
10. ช่วง "ความเป็นไทย"					
11. พิธีกรผู้ดำเนินรายการ					
12. ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก					
13. แสงประกอบรายการ					
14. เสียงและดนตรีประกอบรายการ					

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับบทสรุปและข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ และรายการ "ทไวไลท์โชว์" ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

1. ท่านคิดว่ารายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในปัจจุบันมีข้อดี ข้อเสียด้านใด
ข้อดี
.....
ข้อเสีย
2. ท่านอยากให้รายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในเมืองไทยมีลักษณะเป็นอย่างไร
.....
.....
3. ท่านมีข้อเสนอแนะใดที่จะทำให้รายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์มีการพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อคนดูมากยิ่งขึ้น
.....
.....
4. ท่านอยากให้รายการ "ทไวไลท์โชว์" มีการปรับปรุงในด้านใดบ้าง
.....
.....
5. ท่านมีข้อเสนอแนะใดที่จะทำให้รายการ "ทไวไลท์โชว์" มีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับ
พึงพอใจของคนดูมากยิ่งขึ้น
.....
.....

ขอขอบคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ผู้วิจัย

ภาคผนวก ข.

ประวัติรายการทไวไลท์โชว์

รายการทไวไลท์โชว์ นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จากการผลิตของบริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด ซึ่งนับได้ว่าเป็นรายการวาไรตี้โชว์ที่มีการผลิตมาเป็นระยะเวลาจนถึง 7 ปีเต็ม โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 14 ตุลาคม 2533 ในเวลา 1 ชั่วโมงเต็ม ในเดือนมีนาคม 2535 ทางรายการทไวไลท์โชว์ก็ได้เวลาในการนำเสนอเพิ่มเป็น 2 ชั่วโมง และในปี 2538 เป็นต้นมาทางรายการก็ได้เวลาในการนำเสนอเพิ่มเป็น 3 ชั่วโมงเต็ม ซึ่งนับว่าเป็นรายการวาไรตี้โชว์ ที่มีความยาวของรายการมากที่สุดในปัจจุบัน

รายการทไวไลท์โชว์ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 วันอาทิตย์ เวลา 14.30 - 17.30 น. โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ช่วง ดำเนินรายการตลอดทั้งรายการโดย คุณไศรภพ ภูมิพัทธ์

ช่วงที่ 1 ช่วงความเป็นไทย (ความยาวช่วงประมาณ 10 นาที)

เป็นช่วงใหม่ของรายการ เริ่มออกอากาศในปี 2540 ซึ่งเป็นช่วงที่เสนอเรื่องราวของความเป็นไทยในทุกๆ ด้าน อาทิ มารยาท การเคารพ โบราณอูบาย ความเชื่อ การละเล่นของไทย ความเป็นอยู่ของคนไทยในสมัยโบราณ เป็นต้น โดยร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ หรือ สวช. โดยเน้นที่จะให้คนดูได้รับสิ่งดีที่เป็นประโยชน์ของไทยตั้งแต่สมัยโบราณ เปรียบเสมือนภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อให้คนไทยได้รับรู้ความเป็นไทยนั่นเอง

ช่วงที่ 2 ช่วงสเปเชียลโชว์ (มี 2 เบรก/เบรกละ 9-10 นาที)

เป็นช่วงที่นำเสนอเสียงเพลงที่ได้รับความนิยมให้กับท่านผู้ชม โดยการนำศิลปินในสังกัดต่าง ๆ ที่ท่านผู้ชมชื่นชอบและเรียกร้อง มานำเสนอในรูปแบบมินิคอนเสิร์ต เพียบพร้อมสมบูรณ์แบบทั้งแสง สี เสียง แคนเซอร์ ไม่ว่าจะเป็

- การเปิดอัลบั้มชุดใหม่ล่าสุดของศิลปินดังชั้นนำของเมืองไทย ซึ่งท่านจะได้ชมเป็นครั้งแรกอย่างไม่เคยชมที่ไหนมาก่อน เช่น มอส เด้า ทาทา คริสติน่า บอยสเก๊าท์ เป็นต้น

- ศิลปินหน้าใหม่ในวงการเพลง ซึ่งกำลังได้รับความนิยมสุดขีดจากเสียงเรียกร้องจากแฟนเพลง เช่น คารา นักแสดงต่างๆ จะมาโชว์ลีลาความสามารถอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะลีลาของเสียงเพลง สร้างความแปลกใหม่และน่าสนใจเป็นพิเศษให้กับท่านผู้ชม

ช่วงที่ 3 ช่วงโหวตออฟ (ความยาวประมาณ 14 นาที)

ทางรายการจะคัดเลือกเรื่องราวที่กำลังได้รับความสนใจหรือเรื่องที่ทำนุผู้ชมควรจะทราบ มานำเสนออย่างใกล้ชิด รุ่งโรจน์ เพื่อเสริมสร้างสาระประโยชน์ให้เกิดการเปิดกว้างหลากหลายเนื้อหา ภายใต้ความบันเทิง เริ่มจาก

- ข่าวคราวเรื่องราวที่ประชาชนให้ความสนใจจากสื่อต่าง ๆ ที่สมควรนำพุดคุยกล่าวถึง เช่น คนขับรถแท็กซี่เก็บเงินแสนได้แล้วนำมาคืน เหตุการณ์โศกเศร้าที่ท่าเรือพรานนก เป็นต้น
- ความสามารถพิเศษเฉพาะบุคคลที่หาชมได้ยาก สร้างความตื่นเต้น ออกรู้ ออกรู้เห็น และน่าชื่นชม เช่น เด็กอัจฉริยะ เป็นต้น
- การสะสมสิ่งของที่มี คุณค่าทั้งราคาและคุณค่าทางใจของบุคคลต่าง ๆ รับรู้ถึงเหตุผล และสิ่งที่ได้รับการสะสม อาจจะเป็นการเปิดความคิดใหม่ให้กับผู้ที่อยากสะสมให้กระทำตาม ก็ได้ เช่น การสะสมของเก่าโบราณของคุณนี่โน่ การสะสมเหรียญเก่าโบราณ เป็นต้น
- การนำเสนอเทคโนโลยีความก้าวหน้าใหม่ที่เกิดขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์ ทั้งสิ่งประดิษฐ์ไฮเทคของวงการวิทยาศาสตร์และการแพทย์ รวมถึงวงการอื่นๆ เช่น รถพลังไฟฟ้า การรักษาโรคมะเร็งด้วยแสงเลเซอร์ชนิดใหม่ เป็นต้น
- สิ่งของที่หาชมได้ยากและไม่สามารถประเมินค่าได้ เช่น นาฬิการาคา 10 ล้าน แสตมป์เก่ามูลค่า 200 ล้าน เป็นต้น

ช่วงที่ 4 ช่วงไลฟ์โชว์ (ความยาวประมาณ 9-10 นาที)

ช่วงนี้เป็นช่วงของความสนุกสนานเฮฮา และเสียงหัวเราะจากการแสดงของสุดยอดคณะตลกชั้นนำของเมืองไทย ในรูปแบบตลกที่เตรียมงานมาอย่างดี กระชับ ถ้อยคำสุภาพ ได้ฮาสมใจ น่าโดย เป็ด เชิญยิ้ม โน้ต เชิญยิ้ม คี๋ ดอกมะดัน และในรูปแบบใหม่ที่เพิ่มคณะดาวรุ่ง เช่น สีหนุ้ม เต๋า เชิญยิ้ม กกล้วย เชิญยิ้ม หม่า จ๊กมิก และชวนชื่น เป็นต้น

ช่วงที่ 5 ช่วงทอล์คโชว์ (มี 2 เบรก รวม 35 นาที)

ทางรายการได้เชิญผู้มีชื่อเสียงในอาชีพต่างๆ กัน หรือบุคคลที่กำลังได้รับความสนใจอย่างมากอยู่ในขณะนั้น แล้วแต่ว่าบุคคลนั้นจะมีจุดเด่นอย่างไร สำหรับทอล์คโชว์โฉมใหม่นี้จะเจาะลึกด้วยเรื่องราว และเนื้อหาที่เข้มข้นกว่าเดิม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความเป็นอยู่ การทำงาน ครอบครัว งานอดิเรก และด้านหนึ่งของชีวิตที่ไม่เคยเปิดเผยที่ไหนมาก่อน โดยจะมีภาพวีทีอาร์ ประกอบเพื่อเพิ่มสีสันของช่วงทอล์คโชว์ ให้เจาะลึก กระชับจับใจ ในสไตล์ไทรภพ ลิมปัทธ์

ช่วงที่ 6 ช่วงทไวไลท์ไทยลูกทุ่ง (ความยาวประมาณ 30 นาที)

เป็นช่วงของการนำเสนอเกี่ยวกับดนตรีลูกทุ่ง และศิลปวัฒนธรรมไทย อันควรค่าแก่การดำรงและอนุรักษ์ไว้ โดยจะเน้นทั้งการแสดงที่จัดทำขึ้นเป็นพิเศษโดยเฉพาะ และเจาะลึกถึงเรื่องราวที่มาของนักร้องลูกทุ่ง รวมถึงการเสนอเสียงเพลงในสไตล์ของกลิ่นไอลูกทุ่งโดยแท้จริง จากศิลปินลูกทุ่งชื่อดังทั่วฟ้าเมืองไทย ซึ่งท่านจะไม่มีโอกาสได้สัมผัสบ่อยนัก ถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปินด้านนี้ พร้อมทั้งพูดคุยถึงความเป็นมาและเกร็ดต่างๆ ของเพลง โดยเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการมาร่วมสนทนาให้ได้บรรยากาศมากขึ้น บรรยากาศของเสียงเพลงลูกทุ่งจะถูกจำลองขึ้นพร้อมด้วยฉากที่ช่วยสร้างความรู้สึกร่วมได้เป็นอย่างดี ภายใต้ความคิดที่ว่า "ลูกทุ่งอมตะไม่มีวันตาย"

ภาคผนวก ก.

รางวัลโทรทัศน์ทองคำและรางวัลเมขลา

รางวัลโทรทัศน์ทองคำ ซึ่งจัดขึ้นโดยชมรมส่งเสริมกิจการโทรทัศน์ไทยร่วมกับหนังสือพิมพ์อินไซด์ทีวี ได้จัดให้มีการประกาศรางวัลผลงานดีเด่นทางโทรทัศน์ โดยจัดเป็นครั้งแรกเมื่อเดือนมกราคม 2530 ต่อมาทางชมรมก็ได้ร่วมมือกับสถาบันต่างๆ ดำเนินการติดต่อกันมาทุกปี ทั้งนี้เพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณเจ้าของผลงานที่มีคุณภาพทางโทรทัศน์และผลงานของทางสถานี โดยแบ่งประเภทรางวัลออกเป็นดังนี้

1. รางวัลสำหรับสถานี
 - 1.1 สถานีดีเด่นด้านรายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน
 - 1.2 สถานีดีเด่นด้านรายการกีฬา
 - 1.3 สถานีดีเด่นด้านรายการเด็กและสตรี
 - 1.4 สถานีดีเด่นด้านรายการส่งเสริมความรู้และศิลปวัฒนธรรม
 - 1.5 สถานีดีเด่นด้านรายการปกิณกะสาระบันเทิง
2. รางวัลประเภทรายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน
 - 2.1 ผู้ประกาศข่าวดีเด่นชาย
 - 2.2 ผู้ประกาศข่าวดีเด่นหญิง
3. รางวัลประเภทรายการกีฬา
 - 3.1 ผู้วิจารณ์การแข่งขันกีฬาดีเด่น
 - 3.2 รายการส่งเสริมกีฬาดีเด่น
4. รางวัลประเภทรายการเด็กสตรี
 - 4.1 รายการเด็กดีเด่นประเภทเสริมความรู้
 - 4.2 รายการเด็กดีเด่นประเภทสาระบันเทิง
 - 4.3 รายการเยาวชนดีเด่น
 - 4.4 รายการสตรีดีเด่น
 - 4.5 รายการครอบครัวดีเด่น

5. รางวัลประเภทส่งเสริมความรู้และศิลปวัฒนธรรม
 - 5.1 สารคดียาวส่งเสริมความรู้ทั่วไปดีเด่น
 - 5.2 สารคดีสั้นส่งเสริมความรู้ทั่วไปดีเด่น
 - 5.3 สารคดียาวส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมดีเด่น
 - 5.4 สารคดีสั้นส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมดีเด่น
 - 5.5 รายการส่งเสริมคุณธรรมดีเด่น
 - 5.6 รายการส่งเสริมเอกลักษณ์ไทยดีเด่น
 - 5.7 ผู้บรรยายรายการสารคดีดีเด่นชาย
 - 5.8 สารคดีเทอคพระเกียรติฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี
 - 5.9 ผู้ดำเนินรายการดีเด่นชาย *
 - 5.10 ผู้ดำเนินรายการดีเด่นหญิง
6. รางวัลประเภทรายการเกมโชว์และปิกนิกะบันเทิง
 - 6.1 รายการเกมโชว์ดีเด่น
 - 6.2 รายการปิกนิกะสาระบันเทิงดีเด่น *
7. รางวัลประเภทรายการดนตรี คนตรีปิกนิกะ และมิวสิควิดีโอ
 - 7.1 รางวัลดนตรีปิกนิกะดีเด่น
 - 7.2 รางวัลดนตรีประกอบละครดีเด่น
 - 7.3 รางวัลมิวสิควิดีโอชมเชย
8. รางวัลประเภทผู้พากย์ภาพยนตร์
 - 8.1 ผู้พากย์ภาพยนตร์ดีเด่นชาย
 - 8.2 ผู้พากย์ภาพยนตร์ดีเด่นหญิง
9. รางวัลประเภทละคร
 - 9.1 ละครสร้างสรรค์สังคมดีเด่น
 - 9.2 ละครสะท้อนสังคมดีเด่น
 - 9.3 ละครส่งเสริมสถาบันครอบครัวดีเด่น
 - 9.4 ละครนิทานพื้นบ้านดีเด่น
 - 9.5 เพลงนำละครดีเด่น
 - 9.6 ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ดีเด่น
 - 9.7 ฉากละครดีเด่น
 - 9.8 เครื่องแต่งกายดีเด่น

- 9.9 ผู้กำกับการแสดงดีเด่น
- 9.10 ละครโทรทัศน์ยอดเยี่ยมประจำปี
- 9.11 คาราสันนิบาตสุนทรียะดีเด่นชาย
- 9.12 คาราสันนิบาตสุนทรียะดีเด่นหญิง
- 9.13 คารานำแสดงดีเด่นชาย
- 9.14 คารานำแสดงดีเด่นหญิง

ซึ่งในการตัดสินรางวัลโทรทัศน์ทองคำ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2536 รายการปกิณกะบันเทิงดีเด่น ได้แก่ รายการทไวไลท์โชว์ และในปีเดียวกันนี้รางวัลผู้ดำเนินรายการดีเด่นชาย ได้แก่ คุณ ไครภพ ลิมปพัทธ์ จากรายการทไวไลท์โชว์เช่นกัน

รางวัลเมขลา เป็นรางวัลที่จัดโดยสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทยที่ได้รับเริ่มจัดการประกวดรางวัลผลงานดีเด่นทางโทรทัศน์ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2523 เพื่อส่งเสริมและเป็นกำลังใจให้แก่ผู้ทำงานด้านโทรทัศน์ โดยได้มีการจัดแบ่งประเภทของรางวัลไว้ดังนี้ คือ

1. รางวัลสำหรับสถานี
 - 1.1 สถานีดีเด่นรายงานข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน
 - 1.2 สถานีดีเด่นด้านส่งเสริมการศึกษา
 - 1.3 สถานีดีเด่นส่งเสริมความรู้ทั่วไป
 - 1.4 สถานีดีเด่นด้านส่งเสริมการกีฬา
 - 1.5 สถานีดีเด่นด้านส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
 - 1.6 สถานีดีเด่นด้านส่งเสริมรายการสำหรับเด็กและเยาวชน
2. รางวัลรายการความรู้และสาระดีเด่นด้านต่างๆ
 - 2.1 รายการส่งเสริมความรู้ทั่วไปดีเด่น
 - 2.2 รายการส่งเสริมและอนุรักษ์ความเป็นไทยดีเด่น
 - 2.3 รายการส่งเสริมอาชีพทั่วไปดีเด่น
 - 2.4 รายการส่งเสริมสังคมไทยดีเด่น
 - 2.5 รายการส่งเสริมคุณภาพชีวิตดีเด่น
 - 2.6 รายการส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพ
 - 2.7 รายการส่งเสริมความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมดีเด่น

- 2.8 รายการส่งเสริมความรู้ทั่วไปสำหรับสตรีดีเด่น
- 2.9 รายการสารคดีชุดส่งเสริมความรู้ด้านประวัติศาสตร์ดีเด่น
- 2.10 รายการสารคดีชุดส่งเสริมสิ่งแวดล้อมดีเด่น
3. รางวัลสำหรับรายการข่าว
 - 3.1 รางวัลผู้สื่อข่าวดีเด่น
 - 3.2 รางวัลช่างภาพข่าวดีเด่น
 - 3.3 รางวัลทีมอ่านข่าวดีเด่น
4. รางวัลรายการสำหรับเด็กและเยาวชนดีเด่น
 - 4.1 รายการสำหรับเด็กและเยาวชนดีเด่น
 - 4.2 รายการละครสำหรับเด็กและเยาวชนดีเด่น
5. รางวัลรายการบันเทิงและสาระบันเทิงดีเด่น
 - 5.1 รายการสนทนาบันเทิงดีเด่น
 - 5.2 รายการปกิณกะบันเทิงดีเด่น *
 - 5.3 รายการแข่งขันชิงรางวัลดีเด่น
 - 5.4 รายการบันเทิงส่งเสริมสังคมไทยดีเด่น
 - 5.5 รายการกีฬาปกิณกะดีเด่น
 - 5.6 รายการสาระบันเทิงสำหรับสตรีดีเด่น
6. รางวัลเมขลาสำหรับบุคคล
 - 6.1 รางวัลผู้บรรยายรายการกีฬาดีเด่น
 - 6.2 รางวัลผู้พากย์ภาพยนตร์ชายดีเด่น
 - 6.3 รางวัลผู้พากย์ภาพยนตร์หญิงดีเด่น
 - 6.4 รางวัลผู้ดำเนินรายการชายดีเด่น
 - 6.5 รางวัลผู้ดำเนินรายการหญิงดีเด่น
7. รางวัลเมขลาสำหรับละครสนับสนุนนิยายพื้นบ้านดีเด่น
 - 7.1 รางวัลผู้แสดงประกอบชายละครสนับสนุนนิยายพื้นบ้านดีเด่น
 - 7.2 รางวัลผู้แสดงประกอบหญิงละครสนับสนุนนิยายพื้นบ้านดีเด่น
 - 7.3 รางวัลผู้แสดงนำชายละครสนับสนุนนิยายพื้นบ้านดีเด่น
 - 7.4 รางวัลผู้แสดงนำหญิงละครสนับสนุนนิยายพื้นบ้านดีเด่น
 - 7.5 รางวัลผู้กำกับการแสดงละครสนับสนุนนิยายพื้นบ้านดีเด่น

8. **รางวัลละครดีเด่น**
 - 8.1 รางวัลสนับสนุนนิยายพื้นบ้านดีเด่น
 - 8.2 รางวัลละครชุดจบในคอนดีเด่น
 - 8.3 รางวัลละครชีวิตดีเด่น
 - 8.4 รางวัลละครอิงประวัติศาสตร์
 - 8.5 รางวัลละครแนวสร้างสรรคดีเด่น
9. **รางวัลเมขลานักแสดงและผลิตรายการละคร**
 - 9.1 รางวัลเครื่องแต่งกายดีเด่น
 - 9.2 รางวัลผู้ประพันธ์เพลงนำละครดีเด่น
 - 9.3 รางวัลฉากละครดีเด่น
 - 9.4 รางวัลผู้เขียนบทละครดีเด่น
 - 9.5 รางวัลผู้กำกับรายการละครดีเด่น
 - 9.6 รางวัลผู้แสดงประกอบชายดีเด่น
 - 9.7 รางวัลผู้แสดงประกอบหญิงดีเด่น
 - 9.8 รางวัลผู้กำกับการแสดงละครดีเด่น
 - 9.9 รางวัลผู้แสดงนำฝ่ายชายดีเด่น
 - 9.10 รางวัลผู้แสดงนำฝ่ายหญิงดีเด่น
10. **รางวัลเมขลาพิเศษสำหรับนักแสดงบทต่างๆ**
 - 10.1 รางวัลเมขลาผู้แสดงบทตลกชาย
 - 10.2 รางวัลเมขลาผู้แสดงบทตลกหญิง
 - 10.3 รางวัลเมขลาผู้แสดงบทร้ายชาย
 - 10.4 รางวัลเมขลาผู้แสดงบทร้ายหญิง
 - 10.5 รางวัลเมขลาตัวรุ่งชาย
 - 10.6 รางวัลเมขลาตัวรุ่งหญิง
 - 10.7 รางวัลเมขลานักแสดงรุ่นเยาว์ชาย
 - 10.8 รางวัลเมขลานักแสดงรุ่นเยาว์หญิง
11. **รางวัลเมขลาพิเศษสำหรับรายการและบุคคล**
 - 11.1 รางวัลเมขลาพิเศษรายการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างข้าราชการกับประชาชน
 - 11.2 รางวัลเมขลาพิเศษเสริมสร้างคุณภาพชีวิต

11.3 รางวัลเมขลาผู้สื่อข่าวท้องถิ่น

11.4 รางวัลเมขลาพิเศษนักแสดงผู้บำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม

และในการประกาศผลรางวัลดีเด่นทางโทรทัศน์ครั้งที่ 12 ประจำปี 2535 รายการปกิณ
บันเทิงดีเด่นได้แก่ รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3

D
P
U

ประวัติผู้เขียน

นางสาวศิริพร สิริฤทธิ์ เกิดเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2513 ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ปัจจุบันอาศัยอยู่บ้านเลขที่ 46/622 ซอยพหลโยธิน 52 แขวงคลองถนน เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2536

เข้าทำงานในตำแหน่ง ASSISTANT CREATIVE แผนกการโฆษณา โทรทัศน์ บริษัท R.S. PROMOTION 1992 จำกัด เป็นเวลา 2 ปี ต่อมาได้เข้าทำงานในตำแหน่ง MARKETING EXECUTIVE ของบริษัท ชินวัตรแปซิฟิก โคเรียมาร์เก็ตติ้ง จำกัด เป็นเวลา 2 ปี และต่อมาได้ย้ายมาทำหน้าที่ ACCOUNT EXECUTIVE ของ SC MATCHBOX CO.,LTD. ซึ่งเป็นบริษัท เอเจนซีของกลุ่มชินวัตร