

## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง "การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม และมีกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนใน 6 เขตกรุงเทพมหานคร รวม 400 คนโดยทำการเก็บข้อมูลในเดือนตุลาคม- พฤศจิกายน 2540 มีผลการวิจัยซึ่งได้นำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส บุตร อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ประกอบด้วย

- ความบ่อยครั้งที่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในหนึ่งสัปดาห์
- ช่วงเวลาที่เปิดรับบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก
- ประเภทของรายการโทรทัศน์ที่เปิดรับบ่อยครั้ง
- ระยะเวลาที่เปิดรับในแต่ละวัน
- ความบ่อยครั้งที่เปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันรายการต่างๆ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ประกอบด้วย ประเภทของรายการที่พึงพอใจ และเหตุผลที่พึงพอใจต่อรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถแจกแจงได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	146	36.5
หญิง	254	63.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.5 เป็นเพศชายร้อยละ 36.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
16-25 ปี	106	26.5
26-35 ปี	147	36.75
36-45 ปี	82	20.5
46 ปีขึ้นไป	65	16.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด คือร้อยละ 36.75 รองลงมาได้แก่อายุระหว่าง 16-25 ปี 36-45 ปี และ 46 ปีขึ้นไปตามลำดับ

**ตารางที่ 3** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยม	6	1.5
มัธยมศึกษา,ปวท.,ปวช.	67	16.8
อนุปริญญาปวส.	67	16.8
ปริญญาตรี	230	57.5
สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คือ มีจำนวนร้อยละ 57.5 ซึ่งเป็นจำนวนมากเกินกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาและระดับอนุปริญญาจำนวนเท่ากัน คือร้อยละ 16.8 ส่วนในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 7.5 และต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีเพียงร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	210	52.5
แต่งงาน	188	47
หย่า	1	.3
หม้าย	1	.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสโสด คือมีจำนวน ร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ สถานภาพแต่งงาน มีจำนวนร้อยละ 47 ส่วนสถานภาพหย่า และหม้าย นั้นมีเพียงอย่างละ 1 คนคิดเป็นเพียงร้อยละ 0.3 เท่านั้น

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุตร

บุตร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มีบุตร	160	40
ไม่มีบุตร	240	60
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่มีบุตร ร้อยละ 60 และที่มีบุตรแล้ว มี ร้อยละ 40

**ตารางที่ 6** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	80	20
พนักงานบริษัทเอกชน	85	21.3
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	96	24
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	75	18.8
แม่บ้าน	64	16
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ 5 ประเภทนี้ จึง มีกลุ่มตัวอย่างครบทุกอาชีพและมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยมีกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน ร้อยละ 21.3 ทำกิจการส่วนตัวหรือค้าขาย ร้อยละ 18.8, จำนวนนักเรียน นิสิต นักศึกษา ร้อยละ 24 , พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ ร้อยละ 20, และแม่บ้านร้อยละ 16

**ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน**

รายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	2	.5
น้อยกว่า 5,000 บาท	45	11.3
มากกว่า 5,000-10,000 บาท	87	21.8
มากกว่า 10,000-20,000 บาท	132	33.0
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	80	20.0
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	54	13.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 10,000-20,000 บาท คือ จำนวนร้อยละ 33 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 5,000-10,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 21.8 รายได้มากกว่า 20,000-30,000 บาท มีร้อยละ 20 , รายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนร้อยละ 13.5 และ รายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 0.5 เรียงตามลำดับ

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การเปิดรับชมรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ในตอนนี้ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เรื่อง "ความบ่อยครั้งในการเปิดรับรายการโทรทัศน์ในหนึ่งสัปดาห์" "เวลาที่เปิดรับบ่อยครั้งที่สุด 3 อันดับแรก" "ประเภทรายการที่เปิดรับบ่อยครั้ง" "ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ในหนึ่งวัน" และ "ความบ่อยครั้งที่เปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์" ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับรายการโทรทัศน์

ความบ่อยครั้ง/สัปดาห์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	282	70.5
5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	34	8.5
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	49	12.3
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	20	5.0
นานๆครั้ง	15	3.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับรายการโทรทัศน์ทุกวัน คือมีจำนวน ร้อยละ 70.5 กลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการโทรทัศน์รองลงมาคือ เปิดรับชม 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวนร้อยละ 12.3, เปิดรับ 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวนร้อยละ 8.5, กลุ่มที่เปิดรับ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีร้อยละ 5 และกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายการโทรทัศน์นานๆ ครั้งนั้น มีเพียงร้อยละ 3.8

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 9** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่มีการเปิดรับรายการโทรทัศน์มากที่สุด 3 อันดับแรก ในวันจันทร์-วันศุกร์

ช่วงเวลาในวันจันทร์-ศุกร์	ลำดับการเลือกชมรายการโทรทัศน์					
	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. 06.00-08.00 น.	26	6.5	6	1.5	32	8.0
2. 08.00-10.00 น.	13	3.3	5	1.3	11	2.8
3. 10.00-12.00 น.	11	2.8	8	2.0	8	2.0
4. 12.00-14.00 น.	5	1.3	26	6.5	29	7.3
5. 14.00-16.00 น.	4	1.0	11	2.8	6	1.5
6. 16.00-18.00 น.	4	1.0	15	3.8	25	6.3
7. 18.00-20.00 น.	② 138	34.5	① 57	14.3	③ 70	17.5
8. 20.00-22.00 น.	① 149	37.3	① 136	34.0	① 33	8.3
9. 22.00-24.00 น.	③ 44	11.0	② 84	21	① 94	23.5
10. 24.00 เป็นต้นไป	6	1.5	14	3.5	26	6.5
รวม	400	100	400	100	400	100

หมายเหตุ ① ② ③ เป็นการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในแถวหรืออันดับเดียวกัน

จากตารางที่ 9 พบว่า เมื่อแบ่งช่วงเวลาในวันจันทร์ - ศุกร์ออกเป็น 10 ช่วง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมชมรายการโทรทัศน์หลังเวลา 18.00 น. เป็นต้นไป โดยช่วงเวลาที่มิผู้ชมเลือกเป็นอันดับที่ 1 ช่วงที่มากที่สุด คือช่วงเวลา 20.00-22.00 น. มีร้อยละ 37.3 รองลงมาคือเวลา 18.00-20.00 น. ร้อยละ 34.5 และรองที่สามคือ ช่วงเวลา 22.00-24.00 น. ร้อยละ 11

ช่วงเวลาที่มิผู้ชมเลือกชมเป็นอันดับที่สอง ช่วงที่มากที่สุดคือ ช่วงเวลา 20.00-22.00 น. ร้อยละ 34 รองลงมาคือช่วงเวลา 22.00-24.00 น. ร้อยละ 21 และที่สามคือช่วงเวลา 18.00-20.00 น. ร้อยละ 14.3

ช่วงเวลาที่มิผู้ชมเลือกชมเป็นอันดับที่สาม ช่วงที่มากที่สุดคือ ช่วงเวลา 22.00-24.00 น. ร้อยละ 23.5 รองลงมาคือช่วงเวลา 18.00-20.00 น. ร้อยละ 17.5 และที่สามคือช่วงเวลา 20.00-22.00 น. ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่มีการเปิดรับ  
รายการโทรทัศน์มากที่สุด 3 อันดับแรกในวันเสาร์-วันอาทิตย์

ช่วงเวลาวันเสาร์-อาทิตย์	ลำดับการเลือกรายการโทรทัศน์					
	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. 06.00-08.00 น.	6	1.5	1	0.3	3	0.8
2. 08.00-10.00 น.	37	9.3	18	4.5	8	2.0
3. 10.00-12.00 น.	② 91	22.8	20	5.0	46	11.5
4. 12.00-14.00 น.	14	3.5	③ 51	12.8	42	10.5
5. 14.00-16.00 น.	26	6.5	32	8.0	13	3.3
6. 16.00-18.00 น.	13	3.3	40	10.0	24	6.0
7. 18.00-20.00 น.	① 99	24.8	44	11.0	③ 56	14.0
8. 20.00-22.00 น.	③ 89	22.3	① 114	28.5	② 77	19.3
9. 22.00-24.00 น.	21	5.3	④ 60	15.0	① 81	20.3
10. 24.00 เป็นต้นไป	2	.5	4	1.0	20	5.0
รวม	400	100	400	100	400	100

หมายเหตุ ① ② ③ เป็นการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในแถวหรืออันดับเดียวกัน

จากตารางที่ 10 พบว่า เมื่อแบ่งเวลาในวันเสาร์- อาทิตย์ ออกเป็น 10 ช่วง ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกชม คือช่วงเวลาตั้งแต่ 10.00 น. เป็นต้นไป โดยช่วงเวลาที่มิได้ชมเลือกเป็นอันดับที่ 1 ช่วงที่มากที่สุด ได้แก่ช่วง 18.00-20.00 น. ร้อยละ 24.8 รองลงมาคือช่วง 10.00-12.00 น. ร้อยละ 22.8 และที่สามคือ ช่วงเวลา 20.00-22.00 น. ร้อยละ 22.3

ช่วงเวลาที่มิได้ชมเลือกเป็นอันดับที่ 2 ช่วงที่มากที่สุดได้แก่ เวลา 20.00-22.00 น. ร้อยละ 28.5 รองลงมาคือเวลา 22.00-24.00 น. ร้อยละ 15.0 และที่สามคือ เวลา 12.00-14.00 น. ร้อยละ 12.8

ช่วงเวลาที่มิได้ชมเลือกเป็นอันดับที่สาม ช่วงที่มากที่สุด ได้แก่เวลา 22.00-24.00 น. ร้อยละ 20.3 รองลงมาคือช่วงเวลา 20.00-22.00 น. ร้อยละ 19.3 และที่สามคือ เวลา 18.00-20.00 น. ร้อยละ 14



**ตารางที่ 11** แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของความบ่อยครั้งในการรับชมรายการโทรทัศน์ จำแนกตามลักษณะประชากร และจำแนกตามประเภทรายการ ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 11.1** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการรับชมรายการโทรทัศน์ ประเภทต่างๆ จำแนกตามลักษณะประชากร

**ลักษณะประชากร** ค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับรายการโทรทัศน์ (ระดับคะแนน 1-5)

	ข่าว	ละคร	เกมโชว์	ทอล์กโชว์	รายการตลก
<b>เพศ</b>					
ชาย	4.52	2.58	2.45	3.17	2.43
หญิง	3.80	3.47	2.80	3.12	2.56
<b>อายุ</b>					
16-25	3.14	3.67	2.75	3.27	2.69
26-35	3.97	3.16	2.79	3.22	2.90
36-45	4.63	2.81	2.37	2.86	2.15
46ขึ้นไป	4.61	2.68	2.66	3.09	1.82
<b>การศึกษา</b>					
ต่ำกว่ามัธยม	3.67	2.67	2.00	2.33	3.50
มัธยม, ปวท, ปวช	3.95	3.28	2.97	3.15	2.17
อนุปริญญาปวส	4.26	3.19	2.76	3.03	2.22
ปริญญาตรี	4.00	3.09	2.06	3.20	2.52
สูงกว่าปริญญาตรี	4.43	3.27	2.57	3.07	2.47
<b>สถานภาพสมรส</b>					
โสด	3.73	3.39	2.75	3.28	2.77
แต่งงาน	4.42	2.86	2.58	2.97	2.20
<b>บุตร</b>					
มีบุตร	4.45	2.89	2.58	2.97	2.14
ไม่มีบุตร	3.80	3.31	2.73	3.25	2.76

## ตารางที่ 11.1 (ต่อ)

ลักษณะประชากร ค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับรายการโทรทัศน์ (ระดับคะแนน1-5)

ชาย    ละคร    เกมโชว์    ทอล์ก    รายการตลก

โชว์

## อาชีพ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ/

ข้าราชการ

4.23    2.98    2.59    2.92    3.15

พนักงานบริษัทเอกชน

3.79    3.34    2.72    3.21    2.82

นักเรียน นิสิตนักศึกษา

3.29    3.71    2.75    3.38    2.61

ธุรกิจส่วนตัว

4.79    2.61    2.56    3.01    1.83

แม่บ้าน

4.19    3.19    2.85    3.11    2.07

รายได้(บาทต่อเดือน)

ต่ำกว่า 5,000

3.45    3.78    2.79    3.26    2.43

5,000-10,000

3.52    3.37    2.80    3.02    3.12

10,000-20,000

4.05    3.23    2.70    3.22    2.54

20,000-30,000

4.53    2.66    2.70    3.13    2.19

30,000ขึ้นไป

4.75    2.78    2.22    3.00    2.02

หมายเหตุ: จำนวนใน  แสดงจำนวนที่มากที่สุดของลักษณะเดียวกัน

จากตารางที่ 11.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเปิดรับชมรายการข่าวมากกว่ารายการประเภทอื่นๆ ยกเว้นกลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 16-25 ปี และกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000บาท ที่เลือกเปิดรับรายการละคร มากกว่ารายการข่าว กล่าวคือ กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีการเปิดรับข่าวเฉลี่ย3.29 และเปิดรับละครเฉลี่ย 3.71 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 16-25 ปี มีการเปิดรับข่าวเฉลี่ย3.14 และเปิดรับละครเฉลี่ย 3.67 และกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทมีการเปิดรับรายการข่าวเฉลี่ย 3.45 และเปิดรับรายการละครเฉลี่ย 3.75

ตารางที่ 11.2 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งที่มีการเปิดรับรายการโทรทัศน์ จำนวนตามรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ

ความบ่อยครั้งที่ ในระดับคะแนนต่างๆ	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายการโทรทัศน์รายการต่างๆ				
	ข่าว	ละคร	เกมโชว์	ทอล์กโชว์	ตลก
มากที่สุด	42.5	11.8	3.0	5.3	5.3
มาก	28.8	25.3	12.0	31.3	18.8
ปานกลาง	21.3	40.0	48.0	41.0	26.3
น้อย	5.0	10.8	21.8	15.0	20.0
น้อยที่สุด	1.8	11.8	14.3	6.5	28.8
ไม่ตอบ	.8	.3	1.0	1.0	1.0
รวม	100	100	100	100	100
ค่าเฉลี่ยรวม (1-5)	4.03	3.14	2.65	3.11	2.49

หมายเหตุ: จำนวนใน  แสดงจำนวนที่มากที่สุดของระดับคะแนนเดียวกัน

จากตารางที่ 11.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการข่าวมากที่สุด ส่วนรายการละคร เกมโชว์ และรายการทอล์กโชว์ เป็นรายการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับในระดับปานกลาง และ "รายการตลกฯ" เป็นรายการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับในระดับน้อย

สำหรับค่าเฉลี่ยความบ่อยครั้งที่รับชมมากที่สุดเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ผู้ชมส่วนใหญ่ชมรายการข่าวบ่อยที่สุดคือมีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือรายการประเภทละคร มีค่าเฉลี่ย 3.14 รายการทอล์กโชว์ มีค่าเฉลี่ย 3.11 รายการเกมโชว์ มีค่าเฉลี่ย 2.65 และชมรายการตลกที่มีค่าเฉลี่ย 2.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดรับรายการที่  
แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ต่อวัน

การใช้เวลาในการเปิดรับ รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มากกว่า 2 ชั่วโมง/วัน	10	2.5
มากกว่า 1 ชั่วโมง- 2 ชั่วโมง/วัน	78	19.5
มากกว่า 30 นาที- 1 ชั่วโมง/วัน	148	37.0
15 นาที- 30 นาที/วัน	88	22.0
น้อยกว่า 15 นาที/วัน	43	10.8
ไม่ชม/ไม่ชอบรายการนี้	33	8.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 12 พบว่า ในแต่ละวันกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์  
ขันทาง โทรทัศน์มากกว่า 30 นาที - 1 ชั่วโมง ร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ ใช้เวลาเปิดรับ 15 นาที-  
30 นาที ร้อยละ 22.0, ใช้เวลาเปิดรับ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 19.5, ใช้เวลาน้อยกว่า 15 นาที ร้อยละ  
10.8, ไม่ชมหรือไม่ชอบรายการนี้ ร้อยละ 8.3 และใช้เวลาเปิดรับมากกว่า 2 ชั่วโมง ร้อยละ 2.5  
ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ จำแนกตามรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ 15 รายการ และประเภทรายการที่แทรกอารมณ์ขันเป็น 6 ประเภท ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 13.1 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ 15 รายการ

รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์	ร้อยละของความบ่อยครั้งในการเปิดรับ					รวม 100%	Mean รวมเฉลี่ย (1-5)
	ดูทุก ครั้ง	เกือบทุก ปาน ครั้ง	ดูบ้าง กลาง	ไม่ เคย ดู			
1. ฮาเจ็ดดาว	3.3	8.8	14.3	63.3	10.3	100	2.31
2. ก่อนบ่ายคลายเครียด	.8	1.5	7.8	41.8	47.5	100	1.65
3. ทไวไลท์โชว์ช่วงตลก	5.0	13.8	29.0	41.0	11.0	100	2.61
4. เวทีทอง	4.0	13.3	22.8	45.8	14.0	100	2.47
5. ชิงร้อยชิงล้าน	3.3	10.3	18.8	54.8	12.8	100	2.36
6. ส้มหล่น	.3	2.8	—	32.0	64.3	100	1.39
7. หุดกันลั่นเมือง	—	.8	6.3	37.3	54.3	100	1.53
8. ทิวาที่เก้า กำลัง9	2.0	8.5	36.8	32.8	19.3	100	2.41
9. ละเกิดข่าว	15.3	40.3	28.3	13.3	3.0	100	3.52
10. สาระชั้น	4.8	26.5	15.0	20.3	32.5	100	2.50
11. ละครปลื้ม	1.5	5.0	10.5	28.0	54.5	100	1.70
12. สาวใช้ไฮเทค	3.5	12.0	11.0	33.8	39.5	100	2.06
13. ผู้ใหญ่บ้านคำดี	—	1.3	5.3	42.8	50.3	100	1.57
14. บ้านไร่ชายทุ่ง	—	2.0	9.3	46.5	41.8	100	1.71
15. เทียวทั่วไทย	2.8	4.5	30.5	35.8	26.0	100	2.22
ค่าเฉลี่ยรวม							2.12

หมายเหตุ : จำนวนใน  แสดงจำนวนที่มากที่สุดของรายการเดียวกัน

จากตารางที่ 13.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขัน อยู่ในระดับน้อย คือ 2.12 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างชมรายการสะกดข่าวมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.52 รองลงมาคือ รายการทไวไลท์โชว์ช่วงตลก, สาระขัน, เวทีทอง, ทิวาที่ 9 กำลัง 9, ซิงร้อยชิงล้าน, ย่า 7 ดาว, เทียวทั่วไทย, ตะครลาวใช้ไฮเทค,บ้านโรชาขงทุ่ง,ตะครปสี่ม,ก่อนบ่ายคลายเครียด, ผู้ใหญ่บ้านดำดี,พูดกันสนั่นเมือง, และรายการเกมโชว์สี่มหล่น ตามลำดับ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13.2 แสดงค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ จำแนกตามประเภทของรายการที่แทรกอารมณ์ขันเป็น 6 ประเภท

ประเภทรายการที่แทรกอารมณ์ขัน	Mean
1. รายการตลกตลอดรายการ ได้แก่ -ฮาเจ็ดดาว -ก่อนบ่ายคลายเครียด -ทไวไลท์โชว์ช่วงตลก	2.18
2. รายการเกมโชว์ที่แทรกอารมณ์ขันได้แก่ -รายการเวทีทอง -ชิงร้อยชิงล้าน -สัมพันธ์	2.07
3. รายการทอล์กโชว์ที่แทรกอารมณ์ขันได้แก่ -รายการพูดกันสนั่นเมือง -ทีวีวาทีแก้ว	1.95
4. รายการข่าวที่แทรกอารมณ์ขัน ได้แก่ -สะกิดข่าว -สาระขัน	3.00
5. รายการละครที่แทรกอารมณ์ขัน ได้แก่ -ปลื้ม -สาวใช้ไฮเทค	1.88
6. รายการสาระความรู้ที่แทรกอารมณ์ขันได้แก่ -ผู้ใหญ่บ้านดำดี -บ้านไร่ชายทุ่ง -เที่ยวทั่วไทย	1.83
ค่าเฉลี่ยรวมทุกประเภท	2.12

จากตารางที่ 13.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันประเภทข่าวที่มีอารมณ์ขันมากที่สุดคือ 3.00 รองลงมาได้แก่ รายการตลกตลอดรายการ มีค่าเฉลี่ย 2.18 รายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขัน รายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน รายการละครที่มีอารมณ์ขัน และรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน เรียงตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ตารางที่ 14 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความพึงพอใจในระดับต่าง ๆ ต่อรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ประเภทต่างๆ

รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่พึงพอใจในระดับต่างๆ					รวม 100%	Mean รวม (1-5)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
รายการตลกตลอดรายการ	12.5	14.8	48.3	15.8	8.5	100	3.07
รายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน	26.8	35.3	28.3	6.8	3.0	100	3.76
รายการละครที่มีอารมณ์ขัน	4.0	15.8	31.0	29.8	19.0	100	2.56
เกมโชว์ที่มีอารมณ์ขัน	7.8	15.0	40.8	27.0	9.3	100	2.85
ทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน	5.5	24.3	38.8	19.8	11.5	100	2.92
สาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน	2.5	15.0	27.5	27.3	27.0	100	2.38
ค่าเฉลี่ยรวม							2.92

หมายเหตุ: จำนวนใน  แสดงจำนวนที่มากที่สุดของรายการเดียวกัน

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง คือ 2.92 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจรายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน ในระดับคะแนนมากที่สุด เฉลี่ย 3.76 รองลงมาคือรายการตลกตลอดรายการ 3.07, รายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน 2.92, รายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขัน 2.85, รายการละครที่มีอารมณ์ขัน 2.56 และรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน 2.38 เรียงตามลำดับ

สำหรับภาพรวมของความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อรายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน ส่วนรายการประเภทอื่น ๆ นั้นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง



ตารางที่ 15 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ย ของเหตุผลที่พึงพอใจต่อรายการที่แทรกอาหารมัจฉินทางโทรทัศน์

เหตุผลที่พึงพอใจ	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลที่พึงพอใจในระดับต่างๆ					Mean (1-5)	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		รวม 100%
ผ่อนคลายความเครียดได้ดี	23.3	39.0	29.8	5.0	2.3	100	3.77
อยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกจะดู	18.5	35.0	30.3	13.5	2.5	100	3.54
ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	1.8	9.8	33.0	32.3	21.5	100	2.37
ชื่นชอบนักแสดงตลก	2.3	7.5	35.8	25.3	28.3	100	2.30
ทำให้มีข้อมูลคุยกับเพื่อนญาติมิตร	2.5	13.0	38.3	28.8	17.3	100	2.55
มีเวลาสนทนาและอยู่กับครอบครัว	2.5	20.5	33.0	27.0	16.0	100	2.66
หนีความเบื่อหน่าย ไม่มีอะไรทำ/ดู	10.0	23.8	32.5	14.0	19.3	100	2.91
เข้าใจชีวิตตนเองและคนอื่นมากขึ้น	3.5	15.8	30.3	26.8	23.0	100	2.50
ค่าเฉลี่ยรวม							2.80

หมายเหตุ : จำนวนใน  แสดงจำนวนที่มากที่สุดของเหตุผลที่พึงพอใจแต่ละเหตุผล

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรายการที่แทรกอาหารมัจฉินอยู่ในระดับปานกลาง คือเฉลี่ย 2.80 โดยมีเหตุผลสำคัญเรื่องการผ่อนคลายความเครียดได้ดี และอยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกจะดู เป็นเหตุผลหลักที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการชมรายการที่แทรกอาหารมัจฉินทางโทรทัศน์ ส่วนเหตุผลอื่น ๆ นั้น มีความสำคัญต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของเหตุผลที่พึงพอใจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมรายการที่แทรกอาหารมัจฉินทางโทรทัศน์ เพราะการผ่อนคลายความเครียดได้ดีมากที่สุด เฉลี่ย 3.77 รองลงมาคือ อยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกจะดู เฉลี่ย 3.54, หลีกเลี้ยงความเบื่อหน่าย ไม่มีอะไรจะทำ และไม่มีอะไรจะดู เฉลี่ย 2.91 ส่วนสาเหตุที่ทำให้พึงพอใจต่อรายการที่แทรกอาหารมัจฉินน้อยที่สุดคือ การชื่นชอบนักแสดงตลก เฉลี่ย 2.30

**ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมรายการที่แพร่ภาพ ณ ชั้นทางโทรทัศน์**

**ตารางที่ 16. แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมรายการที่แพร่ภาพ ณ ชั้นทางโทรทัศน์**

รับรู้ประโยชน์ด้านต่างๆ	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ประโยชน์ในระดับต่าง ๆ					Mean รวม (1-5)	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ผ่อนคลายความเครียดได้ดี	23.3	43.8	27.0	3.5	2.3	100	3.82
ทำให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4.5	17.0	52.5	19.8	5.8	100	2.95
ใช้ในการสนทนากับเพื่อน	3.8	18.3	40.0	26.3	11.0	100	2.77
ใช้ในการสนทนากับญาติพี่น้อง	2.3	13.8	33.0	31.0	19.3	100	2.48
ทำให้มีข้อคิด คติใช้ในการชีวิตครอบครัว	3.0	8.5	30.0	40.3	17.8	100	2.38
ทำให้มีข้อคิด คติใช้ในการชีวิตการทำงาน	3.3	9.0	29.3	42.0	16.3	100	2.41
สร้างความสนุกสนานบันเทิง	18.3	50.5	26.3	3.0	2.0	100	3.80
ช่วยแก้เหงา	11.8	37.5	35.0	9.3	6.5	100	3.39
ค่าเฉลี่ยรวม							2.99

หมายเหตุ : จำนวนใน  แสดงจำนวนที่มากที่สุดของรายการเดียวกัน

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ประโยชน์จากการชมรายการที่แพร่ภาพ ณ ชั้นทางโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง คือ 2.99 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รับรู้ประโยชน์ด้านผ่อนคลายความเครียดได้ดี สร้างความสนุกสนานบันเทิง และช่วยแก้เหงา ในระดับคะแนนมาก ซึ่งมากกว่ารับรู้ประโยชน์ด้านอื่น ๆ รองลงมาคือ ทำให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ใช้ในการสนทนากับเพื่อนและญาติพี่น้อง ส่วนการรับรู้ประโยชน์เรื่องการทำให้มีข้อคิด คติ ใช้ในชีวิตครอบครัวและการทำงานนั้น มีการรับรู้ในระดับน้อย

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ประโยชน์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ประโยชน์ด้านการผ่อนคลายความเครียดได้ดีสูงที่สุดคือเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างรับรู้ประโยชน์ในเรื่องการสร้างความสนุกสนานบันเทิง เฉลี่ย 3.80 ,ช่วยแก้เหงา เฉลี่ย 3.39, และทำให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 2.95 ตามลำดับ

## ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ต่างกัน

1. การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง สถานภาพโสดและแต่งงาน และมีบุตรกับไม่มีบุตร โดยใช้ t- test

ตารางที่ 17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมี 7 ประเภทรายการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 17.1 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	N	Mean	S.D.	t
ชาย	146	2.3037	.677	2.75**
หญิง	254	2.1129	.661	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 17.1 พบว่า ประชาชนเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ อันได้แก่ รายการฮาเจ็ดดาว รายการก่อนบ่ายคลายเครียด และรายการ ทไวไลท์โชว์ช่วงตลก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยเพศชายมีการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์มากกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 17.2 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

เพศ	N	Mean	S.D.	t
ชาย	146	1.9384	.668	-2.97**
หญิง	254	2.1417	.655	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 17.2 พบว่าประชาชนเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการเวทีทอง รายการชิงร้อยชิงล้าน และรายการ สัมผัส ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยเพศหญิงมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 17.3 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

เพศ	N	Mean	S.D.	t
ชาย	146	1.9247	.730	-.51
หญิง	254	1.9606	.657	

จากตารางที่ 17.3 พบว่า ประชาชนเพศชายและเพศหญิง มีการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการพูดกันสนั่นเมือง รายการทีวีวาที 9 กำลัง 9 ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 17.4 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการข่าวที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

เพศ	N	Mean	S.D.	t
ชาย	146	3.0822	.941	1.38
หญิง	254	2.9469	.948	

จากตารางที่ 17.4 พบว่าประชาชนเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการข่าว ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการสะกิดข่าว และรายการสาระขัน ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 17.5 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการละครที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

เพศ	N	Mean	S.D.	t
ชาย	146	1.5719	.752	-5.73**
หญิง	254	2.0492	.830	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 17.5 พบว่าประชาชนเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการละคร ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่ละครเรื่องปลื้ม และสาวไทยเทค แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยเพศหญิงมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 17.6 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่แทรก  
 อารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

เพศ	N	Mean	S.D.	t
ชาย	146	1.6918	.569	-3.27**
หญิง	254	1.9029	.650	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 17.6 พบว่าประชาชนเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการ  
 สาระความรู้ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี รายการบ้านไร่ชาย  
 หุ้ง และรายการเที่ยวทั่วไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตาม  
 สมมติฐานข้อที่ 1 โดยเพศหญิงมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 17.7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทาง  
 โทรทัศน์รวมทุกรายการ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

เพศ	N	Mean	S.D.	t
ชาย	146	2.0639	.452	-2.08*
หญิง	254	2.1591	.432	

\*p<0.05

จากตารางที่ 17.7 พบว่าประชาชนเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการ  
 ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05  
 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยเพศหญิงมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนโสดกับแต่งงาน ดังที่มีรายการ 7 ประเภทดังนี้

ตารางที่ 18.1 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ ระหว่างคนโสดกับแต่งงาน

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
คนโสด	210	2.2730	.734	3.00**
แต่งงาน	188	2.0762	.573	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 18.1 พบว่าประชาชนคนโสดและแต่งงานมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการฮา 7 ดาว รายการก่อนบ่ายคลายเครียด และรายการทไวไลท์โชว์ช่วงตลก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดย คนโสดมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว

ตารางที่ 18.2 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนโสดกับแต่งงาน

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
คนโสด	210	2.2190	.652	5.26**
แต่งงาน	188	1.8865	.604	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 18.2 พบว่าประชาชนคนโสดและแต่งงานมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการเวทีทอง รายการชิงร้อยชิงล้าน และรายการล้มหลอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดย คนโสดมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว

**ตารางที่ 18.3** แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่แทรก  
อารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนโสดกับแต่งงาน

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
คนโสด	210	1.8000	.651	-4.67**
แต่งงาน	188	2.1117	.679	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 18.3 พบว่าประชาชนคนโสดและแต่งงานมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการ  
ทอล์กโชว์ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการพูดกันด้นนั้นเมือง รายการทีวีวาทิ 9  
กำลัง 9 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดย  
คนที่แต่งงานแล้วมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าคนโสด

**ตารางที่ 18.4** แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการข่าวที่แทรกอารมณ์ขัน  
ทางโทรทัศน์ ระหว่างคนโสดกับแต่งงาน

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
คนโสด	210	2.6286	.795	-8.90**
แต่งงาน	188	3.4096	.939	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 18.4 พบว่าประชาชนคนโสดและแต่งงานมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการ  
ข่าวที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการสะกิดข่าว และรายการสาระชั้น แตกต่าง  
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดย คนที่แต่งงานแล้วมี  
การเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าคนโสด



**ตารางที่ 18.5** แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการละครที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนโสดและแต่งงาน

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
คนโสด	210	1.9167	.899	1.18
แต่งงาน	188	1.8191	.752	

จากตารางที่ 18.5 พบว่าประชาชนคนโสดและแต่งงานมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการละครที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่ละครเรื่องปลื้ม และสาวไทยเทค ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 18.6** แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนโสดกับแต่งงาน

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
คนโสด	210	1.6905	.639	-4.67**
แต่งงาน	188	1.9787	.591	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 18.6 พบว่าประชาชนคนโสดและแต่งงานมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการผู้ใหญ่บ้านคำดี รายการบ้านไร่ชายทุ่ง และรายการเที่ยวทั่วไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดย คนที่แต่งงานแล้วมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าคนโสด

ตารางที่ 18.7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์รวมทุกรายการ ระหว่างคนโสดและแต่งงาน

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
คนโสด	210	2.0825	.482	-1.95
แต่งงาน	188	2.1670	.381	

จากตารางที่ 18.7 พบว่าประชาชนคนโสดและแต่งงานมีค่าเฉลี่ยของของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์รวมทุกรายการ ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ข้อที่ 1

ตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนที่มิบุตร กับไม่มีบุตร ซึ่งมี 7 ประเภทรายการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 19.1 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ ระหว่างคนที่มิบุตร กับไม่มีบุตร

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
มีบุตร	160	2.0292	.565	-3.97**
ไม่มีบุตร	240	2.2847	.718	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 19.1 พบว่าประชาชนคนที่มิบุตรกับคนที่ไม่มีบุตรมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการฮา 7 ดาว รายการก่อนบ่ายคลายเครียด และรายการทไวไลท์โชว์ช่วงตลก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยคนที่ไม่มีบุตรมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าคนที่มิบุตร

**ตารางที่ 19.2** แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนที่มึบุตร กับไม่มีบุตร

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
มีบุตร	160	1.8542	.626	-5.41**
ไม่มีบุตร	240	2.2097	.655	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 19.2 พบว่าประชาชนคนที่มึบุตรกับคนที่ไม่มีบุตร มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการ เกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการเวทีทอง รายการชิงร้อยชิงล้าน และรายการล้มหล่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยคนที่ไม่มีบุตรมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าคนที่มึบุตร

**ตารางที่ 19.3** แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนที่มึบุตร กับไม่มีบุตร

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
มีบุตร	160	1.8542	.626	-5.41**
ไม่มีบุตร	240	2.2097	.655	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 19.3 พบว่าประชาชนคนที่มึบุตรกับคนที่ไม่มีบุตร มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการ ทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการพูดกันด้นนั้นเมือง และรายการทีวีวาที9 กำลัง 9 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยคนที่ไม่มีบุตรมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าคนที่มึบุตร

**ตารางที่ 19.4** แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนที่มึบุตร กับไม่มีบุตร

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
มีบุตร	160	2.1156	.673	4.10**
ไม่มีบุตร	240	1.8354	.668	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 19.4 พบว่าประชาชนคนที่มึบุตรกับคนที่ไม่มีบุตรมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการละครเก็ดข่าว และรายการสาระชั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยคนที่มึบุตรมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าคนที่ไม่มีบุตร

**ตารางที่ 19.5** แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนที่มึบุตร กับไม่มีบุตร

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
มีบุตร	160	3.4156	.939	7.75**
ไม่มีบุตร	240	2.7167	.845	

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 19.5 พบว่าประชาชนคนที่มึบุตรกับคนที่ไม่มีบุตร มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่ ละครเรื่องปลื้ม และ ลาวไชโยเทค แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยคนที่มึบุตรมีการเปิดรับชมรายการประเภทนี้มากกว่าคนที่ไม่มีบุตร

**ตารางที่ 19.6** แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์  
ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างคนที่มึบุตร กับไม่มีบุตร

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
มีบุตร	160	1.8000	.710	-1.54
ไม่มีบุตร	240	1.9250	.905	

จากตารางที่ 19.6 พบว่าประชาชนคนที่มึบุตรกับคนที่ไม่มีบุตรมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่ รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี บ้านไร่ชายทุ่งและรายการเที่ยวทั่วไทย ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

**ตารางที่ 19.7** แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ ระหว่างคนที่มึบุตร กับไม่มีบุตร

สถานภาพ	N	Mean	S.D.	t
มีบุตร	160	2.1421	.373	.69
ไม่มีบุตร	240	2.1125	.482	

จากตารางที่ 19.7 พบว่า พบว่าประชาชนคนที่มึบุตรกับคนที่ไม่มีบุตรมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Oneway Anova) เพื่ออธิบายความแตกต่างของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน

ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน โดยแจกแจงเป็น 7 ประเภทรายการดังนี้

ตารางที่ 20.1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

กลุ่มอายุ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) 16-25 ปี	106	2.2925	.7898	5.2274**	(1)>(4)
(2) 26-35 ปี	147	2.2449	.7004		(2)>(4)
(3) 36-45 ปี	82	2.1463	.5521		
(4) 46 ปีขึ้นไป	65	1.9077	.4270		
รวม	400	2.1825	.6723		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 20.1 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ อันได้แก่ รายการฮาเจ็ด ดาว, ก้อนป่ายคลายเครียด และรายการทไวไลท์โชว์ช่วงตลก ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มอายุ 16-25 ปีมีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาคืออายุ 26-35 ปี ,36-45 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไปตามลำดับและจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มอายุ 16-25 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี มีการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนที่เหลือไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 20.2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

กลุ่มอายุ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) 16-25 ปี	106	2.2579	.6125	20.9175**	(1)>(4)
(2) 26-35 ปี	147	2.2358	.6635		(2)>(4)
(3) 36-45 ปี	82	1.8780	.6426		(3)<(2)
(4) 46 ปีขึ้นไป	65	1.6154	.4973		(3)<(1)
รวม	400	2.0675	.6664		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 20.2 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่ รายการเวทีทอง จึงร้อยจึงล้านและรายการล้มหล่น, ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มอายุ 16-25 ปีมีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาคืออายุ 26-35 ปี ,36-45 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไปตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มอายุ 16-25 ปี และอายุ 26-35 ปี มีการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มอายุ36-45 ปี และกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20.3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

กลุ่มอายุ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) 16-25 ปี	106	1.8349	.6609	10.4641**	(1)<(3)
(2) 26-35 ปี	147	1.7891	.6898		(2)<(3)
(3) 36-45 ปี	82	2.1524	.6652		(4)>(2)
(4) 46 ปีขึ้นไป	65	2.2308	.5801		(4)>(1)
รวม	400	1.9475	.6835		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 20.3 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่ รายการพูดกันสนั่นเมือง รายการทีวีวาที 9 กำลัง 9 ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไปมีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาคืออายุ 36-45 ปี 16-25 ปี และ 26-35 ปีตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับมากกว่ากลุ่มอายุ 16-25 ปี และ 26-35 ปี

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 20.4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

กลุ่มอายุ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) 16-25 ปี	106	2.6321	.7442	47.0703**	(1)<(3)
(2) 26-35 ปี	147	2.6293	.8195		(2)<(3)
(3) 36-45 ปี	82	3.5244	.8920		(4)>(2)
(4) 46 ปีขึ้นไป	65	3.7538	.8203		(4)>(1)
รวม	400	2.9963	.9469		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 20.4 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่ รายการสะกิดข่าว และรายการลาระชั้น ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มอายุ อายุ 46 ปีขึ้นไปมีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาคืออายุ 36-45 ปี 16-25 ปี และ 26-35 ปีตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่ากลุ่มอายุ 36-45 ปีและกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไปมีการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มอายุ 16-25 ปีและกลุ่มอายุ 26-35 ปี

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 20.5** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

กลุ่มอายุ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) 16-25 ปี	106	2.1792	.9441	8.7339**	(1)>(3)
(2) 26-35 ปี	147	1.7381	.8010		(2)<(1)
(3) 36-45 ปี	82	1.6524	.6835		
(4) 46 ปีขึ้นไป	65	1.9692	.7389		
รวม	400	1.8750	.8336		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 20.5 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่ ละครเรื่องปลื้ม และสาวไฮโซเทค ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกันั้นนั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มอายุ 16-25 ปีมีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาคืออายุ 46 ปีขึ้นไป 26-35 ปีและอายุ 36-45 ปี ตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มอายุ 16-25 ปีมีการเปิดรับละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มอายุ 26-35 ปี และ 36-45 ปี ส่วนที่เหลืออื่น ๆ นั้นไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20.6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

กลุ่มอายุ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) 16-25 ปี	106	1.7170	.6470	3.8490**	(1)<(4)
(2) 26-35 ปี	147	1.8050	.6856		
(3) 36-45 ปี	82	1.8293	.5647		
(4) 46 ปีขึ้นไป	65	2.0462	.4855		
รวม	400	1.8258	.6292		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 20.6 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่ รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี บ้านไร่ชายทุ่ง และรายการเที่ยวทั่วไทย ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกันั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาคืออายุ 36-45 ปี 26-35 ปีและอายุ 16-25 ปีตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มอายุ 16-25 ปี ส่วนอื่น ๆ ที่เหลือไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20.7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

กลุ่มอายุ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) 16-25 ปี	106	2.1396	.4824	.9377	-----
(2) 26-35 ปี	147	2.0780	.4755		
(3) 36-45 ปี	82	2.1480	.3869		
(4) 46 ปีขึ้นไป	65	2.1744	.3465		
รวม	400	2.1243	.4416		

จากตารางที่ 20.7 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกันั้น ไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับการทดสอบความแตกต่างรายคู่ ที่ไม่พบความแตกต่างแต่อย่างใด จึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน ซึ่งมี 7 ประเภทรายการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 21.1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) ต่ำกว่ามัธยม	6	2.3333	.6667	4.2175**	
(2) มัธยมศึกษา	67	2.4328	.7807		(2)>(5)
(3) อนุปริญญาปวส.	67	2.1692	.6445		
(4) ปริญญาตรี	230	2.1493	.6508		
(5) สูงกว่าปริญญาตรี	30	1.8778	.4589		
รวม	400	2.1825	.6723		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 21.1 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการฮาเจ็ดดาว ก่อนบ่ายคลายเครียด และรายการทไวไลท์โชว์ช่วงตลก ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกันนั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มระดับมัธยมศึกษา เปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่ามัธยม อนุปริญญา ปริญญาตรี และน้อยที่สุดคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มมัธยมศึกษา มีการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21.2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) ต่ำกว่ามัธยม	6	2.1111	.6555	.8297	-----
(2) มัธยมศึกษา	67	2.1443	.9105		
(3) จบปริญญาตรี	67	1.9851	.6014		
(4) จบปริญญาตรี	230	2.0855	.6096		
(5) สูงกว่าปริญญาตรี	30	1.9333	.5833		
รวม	400	2.0675	.6664		

จากตารางที่ 21.2 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการเวทีทอง ซิงร้อยชิงล้าน และรายการล้มหลอน ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัันนั้น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ ก็ไม่พบความแตกต่างเช่นเดียวกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21.3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) ต่ำกว่ามัธยม	6	1.0833	.2041	9.7746**	(1)<(3)
(2) มัธยมศึกษา	67	2.0373	.7246		(2)>(1)
(3) อนุปริญญาปวส.	67	2.3060	.6027		(3)>(5)
(4) ปริญญาตรี	230	1.8717	.6524		(4)<(3)
(5) สูงกว่าปริญญาตรี	30	1.7000	.6772		(5)<(3)
รวม	400	1.9475	.6835		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 21.3 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการพูดกันลั่นนั้นเมือง รายการทีวีวาที 9 กำลัง 9 ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกันั้นนั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มระดับอนุปริญญาเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ มัธยมศึกษา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี และน้อยที่สุดคือระดับต่ำกว่ามัธยมตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา มีการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มต่ำกว่ามัธยม ส่วนกลุ่มอนุปริญญา มีการเปิดรับรายการเหล่านี้มากกว่ากลุ่มต่ำกว่ามัธยม กลุ่มปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21.4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) ต่ำกว่ามัธยม	6	2.5000	1.1832	8.4758**	
(2) มัธยมศึกษา	67	3.2463	.8633		(2)>(5)
(3) อนุปริญญาปวส.	67	3.4478	.9460		(3)>(5)
(4) ปริญญาตรี	230	2.8543	.9213		(4)<(3)
(5) สูงกว่าปริญญาตรี	30	2.6167	.8272		
รวม	400	2.9963	.9469		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 21.4 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการข่าวที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการละเก็ดข่าวและสาระชั้น ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกันั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มระดับอนุปริญญา เปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ มัธยมศึกษา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี และน้อยที่สุดคือ ระดับต่ำกว่ามัธยม ตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัศึกษามีการเปิดรับรายการข่าวที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนกลุ่มอนุปริญญา มีการเปิดรับรายการนี้มากกว่ากลุ่มการศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 21.5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) ต่ำกว่ามัธยม	6	2.0000	.6325	3.7117**	
(2) มัธยมศึกษา	67	2.1642	.7755		(2)>(4)
(3) อนุปริญญาปวส.	67	1.9851	.7735		
(4) ปริญญาตรี	230	1.7870	.8425		
(5) สูงกว่าปริญญาตรี	30	1.6333	.8996		
รวม	400	1.8750	.8336		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 21.5 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการละครที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการป๊อปปี้ และสาวใช้ไฮเทค ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกันนั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มระดับมัธยมศึกษา เปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ ต่ำกว่ามัธยม อนุปริญญา ปริญญาตรี และน้อยที่สุดคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับละ จากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีการเปิดรับรายการเหล่านี้มากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21.6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) ต่ำกว่ามัธยม	6	1.2778	.2509	7.8074**	
(2) มัธยมศึกษา	67	2.0448	.6354		(2)>(5)
(3) อนุปริญญาปวส.	67	2.0498	.5868		(3)>(5)
(4) ปริญญาตรี	230	1.7406	.6198		(4)<(2)
(5) สูงกว่าปริญญาตรี	30	1.6000	.5495		(5)<(2)
รวม	400	1.8258	.6292		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 21.6 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการผู้ใหญ่นบ้านคำดี บ้านไร่ชายทุ่ง และรายการเที่ยวทั่วไทย ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกันั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มระดับอนุปริญญา เปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ มัธยมศึกษา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี และน้อยที่สุดคือ ระดับต่ำกว่ามัธยม ตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และอนุปริญญา มีการเปิดรับรายการนี้มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21.7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) ต่ำกว่ามัธยม	6	1.8889	.3468	9.7826**	
(2) มัธยมศึกษา	67	2.3174	.4541		(2)>(5)
(3) อนุปริญญาปวส.	67	2.2726	.3504		(3)>(5)
(4) ปริญญาตรี	230	2.0635	.4399		(4)<(2)
(5) สูงกว่าปริญญาตรี	30	1.8756	.3790		(5)<(3)
รวม	400	2.1243	.4416		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 21.7 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี ระดับต่ำกว่ามัธยม และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มมัธยมศึกษา กับ กลุ่มอนุปริญญา มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์รวมทุกรายการ มากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน ซึ่งมี 7 ประเภทรายการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 22.1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	80	2.3522	.7829	3.0627*	-----
(2) พนักงานบริษัทเอกชน	85	2.1943	.6626		
(3) นักเรียน นิสิต นักศึกษา	96	2.3065	.8413		
(4) กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	75	2.0717	.4995		
(5) แม่บ้าน	64	1.9383	.5394		
รวม	400	2.1825	.6723		

\* $p < 0.05$

จากตารางที่ 22.1 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการ ฮา 7 ดาว, ก๋อนบ้ายคล้ายเครียด และรายการทไวไลท์โชว์ช่วงตลก ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกันนั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ มีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาได้แก่ นักเรียน นิสิต นักศึกษา, พนักงานบริษัทเอกชน, กิจการส่วนตัว หรือค้าขาย และ แม่บ้าน เรียงตามลำดับและจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ ไม่พบว่ามีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 22.2** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	80	2.1006	.7556	10.1350**	
(2) พนักงานบริษัทเอกชน	85	2.2384	.6479		(2)>(5)
(3) นักเรียน นิสิต นักศึกษา	96	2.2258	.6149		(3)>(5)
(4) กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	75	1.7975	.5584		(4)<(3)
(5) แม่บ้าน	64	1.7531	.6768		(4)<(2)
รวม	400	2.0675	.6664		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 22.2 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการเวทีทอง ซึ่งร้อยชิงล้าน และรายการสัมผัส ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกันนั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพนักงานบริษัทเอกชนมีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาได้แก่นักเรียน นิสิต นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ, กิจการส่วนตัวหรือค้าขาย และ แม่บ้าน เรียงตามลำดับและจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่ากันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า พนักงานบริษัทเอกชน และนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีการเปิดรับรายการนี้ มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพกิจการส่วนตัว และกลุ่มแม่บ้าน

**ตารางที่ 22.3** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	80	1.8208	.7474	10.1965**	(1)<(4)
(2) พนักงานบริษัทเอกชน	85	1.8146	.7202		(2)<(4)
(3) นักเรียน นิสิต นักศึกษา	96	1.7581	.6449		(3)<(4)
(4) กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	75	2.2009	.5314		(5)>(1)
(5) แม่บ้าน	64	2.3704	.5113		(5)>(2),(3)
รวม	400	1.9475	.6835		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 22.3 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการพูดกันสนั่นเมือง และรายการทีวีวาที 9 กำลัง 9 ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกันั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยแม่บ้านมีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาได้แก่กิจการส่วนตัวหรือค้าขาย, พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ, พนักงานบริษัทเอกชน, และนักเรียน นิสิต นักศึกษา เรียงตามลำดับและจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มกิจการส่วนตัว และแม่บ้านมีการเปิดรับรายการนี้มากกว่ากลุ่มรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ พนักงานเอกชนและนักเรียน นิสิต นักศึกษา

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 22.4** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	80	2.6887	.8217	34.2744**	(1)<(4)
(2) พนักงานบริษัทเอกชน	85	2.6589	.8354		(2)<(4)
(3) นักเรียน นิสิต นักศึกษา	96	2.6210	.6994		(3)<(4)
(4) กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	75	3.6869	.8426		(5)>(1)
(5) แม่บ้าน	64	3.6111	.8916		(5)>(2),(3)
รวม	400	2.9963	.9469		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 22.4 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการสะกิดข่าว และสาระชั้น ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกันั้น ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกิจการส่วนตัวหรือค้าขายมีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาได้แก่แม่บ้าน, พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ, พนักงานบริษัทเอกชน, และนักเรียน นิสิต นักศึกษา เรียงตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มกิจการส่วนตัว และแม่บ้านมีการเปิดรับรายการนี้มากกว่ากลุ่มรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ พนักงานเอกชนและนักเรียน นิสิต นักศึกษา

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22.5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	80	1.9151	.8865	2.7622*	
(2) พนักงานบริษัทเอกชน	85	1.8444	.8025		
(3) นักเรียน นิสิต นักศึกษา	96	2.1452	1.0765		(3)>(4)
(4) กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	75	1.7196	.7209		
(5) แม่บ้าน	64	1.9630	.4986		
รวม	400	1.8750	.8336		

\* $p < 0.05$

จากตารางที่ 22.5 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่ละครปลื้ม และสาวใช้ไฮเทค ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่าง ๆ นั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาได้แก่แม่บ้าน, พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ, พนักงานบริษัทเอกชน, และกิจการส่วนตัวหรือค้าขาย เรียงตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า นักเรียน นิสิต นักศึกษา มีการเปิดรับรายการนี้มากกว่ากลุ่มกิจการส่วนตัว

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ตารางที่ 22.6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน**

อาชีพ	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	80	2.0881	.7739	6.4664**	(1)>(3)
(2) พนักงานบริษัทเอกชน	85	1.7638	.6331		(2)<(1)
(3) นักเรียน นิสิต นักศึกษา	96	1.5914	.6197		
(4) กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	75	1.8505	.5461		
(5) แม่บ้าน	64	2.0988	.2745		(5)>(3)
รวม	400	1.8258	.6292		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 22.6 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการผู้ใหญ่นบ้านดำดี บ้านไร่ชายทุ่ง และรายการเที่ยวทั่วไทย ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกันนั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยแม่บ้านมีการเปิดรับสูงสุด รองลงมาได้แก่พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ, กิจการส่วนตัวหรือค้าขาย, พนักงานบริษัทเอกชน, และนักเรียน นิสิต นักศึกษา เรียงตามลำดับและจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และกลุ่มแม่บ้าน มีการเปิดรับรายการนี้ มากกว่ากลุ่มนักเรียน /นิสิต /นักศึกษา และ กลุ่มพนักงานเอกชน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22.7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	N	Mean	S.D.	F
(1) รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	80	2.1648	.5614	.9905
(2) พนักงานบริษัทเอกชน	85	2.0817	.4602	
(3) นักเรียน นิสิต นักศึกษา	96	2.0946	.4733	
(4) กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	75	2.1583	.3381	
(5) แม่บ้าน	64	2.2173	.3447	
รวม	400	2.1243	.4416	

จากตารางที่ 22.7 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกันั้น ไม่แตกต่างกัน และการทดสอบรายคู่ก็ไม่พบความแตกต่างด้วยเช่นเดียวกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 23** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ซึ่งมี 7 รายการดังนี้

**ตารางที่ 23.1** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) น้อยกว่า 5,000 บาท	45	2.3185	.8497	10.8730**	
(2) 5,000-10,000 บาท	87	2.5402	.7730		(2)>(3)
(3) 10,000-20,000บาท	132	2.0227	.5769		
(4) 20,000-30,000บาท	80	2.0667	.4987		(4)<(2)
(5) 30,000 บาทขึ้นไป	54	2.0247	.5134		(5)<(2)
รวม	400	2.1784	.6698		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 23.1 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการยาว 7 ดาว ก่อนบ่ายคลายเครียด และรายการทไวไลท์โชว์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกันั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 5,000-10,000 บาท มีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ น้อยกว่า 5,000 บาท, มากกว่า 20,000-30,000 บาท, 30,000 บาทขึ้นไป และมากกว่า 10,000-20,000 บาท ตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 5,000 - 10,000 บาท มีการเปิดรับรายการนี้มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 10,000-20,000 บาท , 20,000-30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 23.2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน**

รายได้	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) น้อยกว่า 5,000 บาท	45	2.1556	.6839	18.3769**	(1)>(4)
(2) 5,000-10,000 บาท	87	2.4751	.6502		(2)>(4)
(3) 10,000-20,000บาท	132	2.0429	.6031		(3)<(2)
(4) 20,000-30,000บาท	80	1.7292	.5565		(4)<(3)
(5) 30,000 บาทขึ้นไป	54	1.8519	.4917		(5)<(3)
รวม	400	2.0611	.6513		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 23.2 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการเวทีทอง ซึ่งร้อยชิงล้าน และรายการล้มหลอน ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกันั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 5,000-10,000 บาทมีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ น้อยกว่า 5,000 บาท, มากกว่า 10,000-20,000 บาท , 30,000 บาทขึ้นไป และมากกว่า 20,000-30,000 บาท ตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท, 5,000-10,000 บาท และมากกว่า 10,000 -20,000 บาท มีการเปิดรับรายการนี้มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท นอกจากนี้ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 5,000-10,000 บาท ยังเปิดรับมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 10,000-20,000 บาทและ 30,000 บาทขึ้นไปอีกด้วย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23.3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) น้อยกว่า 5,000 บาท	45	1.6222	.6321	3.8104**	
(2) 5,000-10,000 บาท	87	2.0057	.7529		(2)>(1)
(3) 10,000-20,000บาท	132	1.9015	.6638		
(4) 20,000-30,000บาท	80	2.0625	.6078		(4)>(1)
(5) 30,000 บาทขึ้นไป	54	2.0463	.6886		(5)>(1)
รวม	400	1.9447	.6832		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 23.2 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการหุดกันสนั่นเมือง และทีวีวาที 9 กำลัง 9 ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000-30,000 บาท มีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือมากกว่า 5,000-10,000 บาท, มากกว่า 10,000-20,000 บาท และน้อยกว่า 5,000 บาทตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ ตั้งแต่ 5,000-10,000 บาท, 20,000-30,000 บาทและ 30,000 บาทขึ้นไป มีการเปิดรับรายการนี้ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 23.4** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) น้อยกว่า 5,000 บาท	45	2.6333	.6691	10.0544**	(1)<(4)
(2) 5,000-10,000 บาท	87	2.7414	.8136		(2)<(4)
(3) 10,000-20,000บาท	132	2.9205	.9447		(3)<(4)
(4) 20,000-30,000บาท	80	3.4875	.9139		
(5) 30,000 บาทขึ้นไป	54	3.1667	1.1074		
รวม	400	2.9962	.9493		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 23.4 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการสะกิดข่าวและรายการสาระชั้น ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกันั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000-30,000 บาท มีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ มากกว่า 10,000-20,000 บาท, มากกว่า 5,000-10,000 บาท และน้อยกว่า 5,000 บาทตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000-30,000 บาท มีการเปิดรับรายการเหล่านี้มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท, 5,000-10,000 บาทและ 10,000-20,000 บาท ส่วนนอกเหลือจากนั้น ไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 23.5** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) น้อยกว่า 5,000 บาท	45	2.1667	1.0871	3.9587**	(1)>(5)
(2) 5,000-10,000 บาท	87	1.9885	.8317		
(3) 10,000-20,000บาท	132	1.8561	.7630		
(4) 20,000-30,000บาท	80	1.8313	.7670		
(5) 30,000 บาทขึ้นไป	54	1.5556	.7565		
รวม	400	1.8744	.8326		

\*\*p> 0.01

จากตารางที่ 23.5 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการป๊อปปูล่า และลาวไฮไฮเทค ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าเฉลี่ยกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทมีการเปิดรับรายการเหล่านี้มากกว่ากลุ่มรายได้ระดับอื่น ๆ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีการเปิดรับรายการเหล่านี้มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 23.6** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้	N	Mean	S.D.	F	scheffe
(1) น้อยกว่า 5,000 บาท	45	1.5630	.6468	6.5860**	(1)<(2)
(2) 5,000-10,000 บาท	87	2.0728	.7409		(2)>(5)
(3) 10,000-20,000บาท	132	1.7828	.5781		(3)<(2)
(4) 20,000-30,000บาท	80	1.8750	.5770		
(5) 30,000 บาทขึ้นไป	54	1.6852	.4820		
รวม	400	1.8266	.6307		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 23.6 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ อันได้แก่รายการผู้ใหญ่นบ้านดำดี บ้านไร่ชายทุ่ง และเที่ยวทั่วไทย ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกันั้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 5,000-10,000 บาทมีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือมากกว่า 20,000-30,000 บาท, มากกว่า 10,000-20,000 บาท และน้อยกว่า 5,000 บาทตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 5,000-10,000 บาท มีการเปิดรับรายการเหล่านี้มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท , 10,000-20,000 บาท และน้อยกว่า 5,000 บาท

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ตารางที่ 23.7** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้	N	Mean	S.D.	F	Scheffe
(1) น้อยกว่า 5,000 บาท	45	2.0637	.4822	6.2093**	(1)<(2)
(2) 5,000-10,000 บาท	87	2.3157	.5219		(2)>(3)
(3) 10,000-20,000บาท	132	2.0601	.3877		
(4) 20,000-30,000บาท	80	2.1183	.3767		
(5) 30,000 บาทขึ้นไป	54	2.0148	.3726		(5)<(2)
รวม	400	2.1219	.4388		

\*\*p < 0.01

จากตารางที่ 23.7 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 5,000-10,000 บาทมีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ มากกว่า 20,000-30,000 บาท, น้อยกว่า 5,000 บาทและมากกว่า 10,000-20,000 บาท ตามลำดับ และจากผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 5,000- 10,000 บาท มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท 10,000 -20,000 บาทและ มากกว่า 30,000 บาท

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสรุป ก. เพื่อเปรียบเทียบการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะทางประชากร ( เพศ สถานภาพสมรส และการมีบุตรหรือไม่มี ) กับการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ โดยสรุปจากตารางที่ 17-19 ตามลสมมติฐานข้อที่ 1 ดังนี้

รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์	ความแตกต่างของการเปิดรับระหว่าง		
	เพศ	สถานภาพสมรส	บุตร
1. ฮาเจ็ดดาว	ช. > ญ.	โสด > แต่ง	ไม่มี > มี
2. ก่อนบ่ายคลายเครียด			
3. ทไวไลท์โชว์ ช่วงตลก			
4. เวทีทอง	ญ. > ช.	โสด > แต่ง	ไม่มี > มี
5. ชิงร้อยชิงล้าน			
6. สัมหล่น			
7. พุดกันสนั่นเมือง	ไม่แตกต่าง	แต่ง > โสด	ไม่มี > มี
8. ทิวาวาที่ 9			
9. สะเก็ดข่าว	ไม่แตกต่าง	แต่ง > โสด	มี > ไม่มี
10. สารระชัน			
11. ปลื้ม	ญ. > ช.	ไม่แตกต่าง	มี > ไม่มี
12. สาวใช้ไฮเทค			
13. ผู้ใหญ่บ้านดำดี	ญ. > ช.	แต่ง > โสด	ไม่แตกต่าง
14. บ้านไร่ชายทุ่ง			
15. ทำเที๋ขวไทย			
<b>รวมทุกรายการ</b>	<b>ญ. &gt; ช.</b>	<b>ไม่แตกต่าง</b>	<b>ไม่แตกต่าง</b>

ตารางสรุป น. เพื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของลักษณะทางประชากร(อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ) กับการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ จากตารางที่ 20 - 23 ดังนี้

รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์	การเปิดรับมากที่สุดระหว่าง				
	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้	
1. ย่าเจ็ดดาว	} ตลก	16-25ปี	มัธยม	รกร./รัฐ	5พัน-1หมื่น
2. ก่อนบ่ายคลายเครียด					
3. ทไวไลท์โชว์ ช่วงตลก					
4. เวทีทอง	} เกมโชว์	16-25ปี	ไม่แตกต่าง	ทง.บริษัท	5พัน-1หมื่น
5. ชิงร้อยชิงล้าน					
6. สัมหล่น					
7. ทูตกันสนั่นเมือง	} ทอล์กโชว์	46ปีขึ้นไป	อนุปริญญา	แม่บ้าน	2-3หมื่น
8. ทิวาวาที่ 9					
9. สะเกิดข่าว	} ข่าว	46ปีขึ้นไป	อนุปริญญา	ส่วนตัว	2-3หมื่น
10. สาระขัน					
11. ปลื้ม	} ละคร	16-25ปี	มัธยม	นร., นิลิต	น้อยกว่า 5 พัน
12. สาวใช้ไฮเทค					
13. ผู้ใหญ่บ้านดำดี	} สาระความรู้	46ปีขึ้นไป	อนุปริญญา	แม่บ้าน	5พัน-1หมื่น
14. บ้านไร่รายทุ่ง					
15. ทำเที่ยวไทย					
<b>รวมทุกรายการ</b>		ไม่แตกต่าง	มัธยม	ไม่แตกต่าง	5พัน-1หมื่น

สถาบันอภยปริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สมมุติฐานข้อที่ 2** การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

**ตารางที่ 24** ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ กับการรับรู้ประโยชน์

การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์	ค่าสหสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์
1. รายการตลกทางโทรทัศน์	.4189**
- ฮาเจ็ดดาว	
- ก่อนบ่ายคลายเครียด	
- ทไวไลท์โชว์ ช่วงตลก	
2. รายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขัน	.4580**
- เวทีทอง	
- ชิงร้อยชิงล้าน	
- สัมหล่น	
3. รายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน	.0756
- พุดกันสนั่นเมือง	
- ทิวาที่ 9	
4. รายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน	-.0284
- ตะแคงข่าว	
- สาระขัน	
5. ละครที่มีอารมณ์ขัน	.2024**
- ปลื้ม	
- สาวใช้โยเทค	
6. รายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน	.2248**
- ผู้ใหญ่บ้านคำดี	
- บ้านไร่ชายทุ่ง	
- หัวเที่ยวไทย	
7. รวมทุกรายการ	.3883**

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 24 พบว่า การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ได้แก่รายการตลกทางโทรทัศน์ รายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขัน รายการละครที่มีอารมณ์ขัน และรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสัมพันธ์กันในเชิงบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 อธิบายได้ว่า ประชาชนที่เปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ รายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขัน รายการละครที่มีอารมณ์ขัน และรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน มาก จะมีการรับรู้รายการเหล่านี้มีประโยชน์มาก ในทางตรงข้าม ถ้ามีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันเหล่านี้น้อย ก็จะมีการรับรู้ประโยชน์น้อย แต่อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ของการเปิดรับรายการเหล่านี้ กับการรับรู้ประโยชน์ยังมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ

ส่วนการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน และรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ถ้ามีการเปิดรับชมรายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน หรือรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันมาก ก็จะมีการรับรู้ประโยชน์น้อย และในทางตรงข้ามถ้ามีการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน หรือรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันน้อย ก็จะมีการรับรู้ว่ามีประโยชน์มาก

สำหรับการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์รวมทุกรายการกับการรับรู้ประโยชน์ พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สมมุติฐานข้อที่ 3** การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

**ตารางที่ 25** ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ กับความพึงพอใจจากรายการที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์	ค่าสหสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจ
1. รายการตลกทางโทรทัศน์	.3773**
- ฮาเจ็ดดาว	
- ก่อนบ่ายคลายเครียด	
- ทไวไลท์โชว์ ช่วงตลก	
2. รายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขัน	.4184**
- เวทีทอง	
- สิงร้อยชิงล้าน	
- สัมหล่น	
3. รายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน	.3456**
- ทูตกันสนั่นเมือง	
- ทิววาที 9	
4. รายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน	.2655**
- สะเก็ดข่าว	
- สาระวัน	
5. ละครที่มีอารมณ์ขัน	.2897**
- ปลื้ม	
- สาวใช้ไฮเทค	
6. รายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน	.3321**
- ผู้ใหญ่บ้านคำดี	
- บ้านไร่ชายทุ่ง	
- หัวเที่ยวไทย	
รวมทุกรายการ	.5560**

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 25 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ กับความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 อธิบายได้ว่า ถ้ามีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์มาก ก็จะมี ความพึงพอใจในรายการมาก และถ้ามีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์น้อย ก็จะมี ความพึงพอใจน้อย อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ของการเปิดรับรายการเหล่านี้ กับความพึงพอใจ ก็ยังมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางถึงต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 4** การรับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจจากรายการที่แทรกอารมณ์ทางโทรทัศน์

ตารางที่ 26 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ กับความพึงพอใจจากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์
ความพึงพอใจ	.4424**
เหตุผลที่พึงพอใจ	.7580**

\*\* $p < 0.01$

จากตารางที่ 26 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ประเภทต่างๆ และเหตุผลที่พึงพอใจนั้น มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 อธิบายได้ว่า ถ้าประชาชนมีการรับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์มาก ก็จะมี ความพึงพอใจในรายการเหล่านั้นมาก และมีเหตุผลที่พึงพอใจมาก แต่ถ้าประชาชนมีการรับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์น้อย ก็จะมี ความพึงพอใจต่อรายการเหล่านั้นน้อย และมีเหตุผลที่พึงพอใจในระดับต่ำด้วย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์กับความพึงพอใจนั้นมีอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง