บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความคิดเห็นของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนมัธยมสังกัดกรมสามัญศึกษา จำนวน 400 ตัวอย่าง แล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS/PC Version 11.0 ผลการศึกษาวิจัยประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ทั่วไป

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นจากการรับชมรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่อรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)

ส่วนที่ 1
ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จะศึกษาเกี่ยวกับเพศ อายุ รายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแจกแจงรายละเอียดเป็นตารางที่ 4.1 – 4.3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	208	52
หญิง	192	48
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 52.0 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.0

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
16	112	28.0
17	137	34.0
18	151	38.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 18 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมามีอายุ 17 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.0 และมีอายุ 16 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.0

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ

รายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
3,001 – 4,000 บาท	101	25.25
4,001 บาท – 5,000 บาท	198	49.5
5,001 บาท – 6,000 บาท	69	17.25
มากกว่า 6,001 บาทขึ้นไป	32	8.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ 4,001 – 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมามีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ 3,001 – 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.25 ถัดมามีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ 5,001 บาท – 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.25 และมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณมากกว่า 6,000 บาทขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.0

ส่วนที่ 2
พฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ทั่วไป

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย 5 หัวข้อ ได้แก่ 1. ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละสัปดาห์ 2. ระยะเวลาเฉลี่ยต่อวันในการชมรายการโทรทัศน์ 3. ช่องสถานีโทรทัศน์ที่รับชมมากที่สุด 4. ช่วงเวลาที่รับชมรายการโทรทัศน์มากที่สุดในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์ และ 5. ช่วงเวลาที่รับชมรายการโทรทัศน์มากที่สุดในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ ได้นำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละตามตารางที่ 4.4 – 4.5 ดังนี้

ตารางที่ 4.4
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละสัปดาห์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	187	46.8
5 – 6 วันต่อสัปดาห์	140	35.0
3 – 4 วันต่อสัปดาห์	41	10.2
1 – 2 วันต่อสัปดาห์	32	8.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในแต่ละสัปดาห์เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทุกวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ 5 – 6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 35.0 ถัดมาเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ 3 – 4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 10.2 และเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.0

ตารางที่ 4.5
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยต่อวันในการชมรายการโทรทัศน์

ระยะเวลาเฉลี่ยต่อวันในการชมรายการโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 6 ชั่วโมง	23	5.75
ประมาณ 4 – 6 ชั่วโมง	148	37.0
ประมาณ 1 – 3 ชั่วโมง	200	50.0
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	29	7.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยต่อวันในการชมรายการโทรทัศน์ ทั่วไปประมาณ 1 – 3 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50. รองลงมามีระยะเวลาเฉลี่ยต่อวันในการดูโทรทัศน์ ประมาณ 4 – 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 37.0 ถัดมามีระยะเวลาเฉลี่ยต่อวันในการดูโทรทัศน์น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 7.25 และมีระยะเวลาเฉลี่ยต่อวันในการดูโทรทัศน์ มากกว่า 6 ชั่วโมง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.75

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องสถานีโทรทัศน์ที่รับชมมากที่สุด

ช่องสถานีโทรทัศน์ที่รับชมมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	125	31.25
ช่อง 5	34	8.5
ช่อง 7	70	17.5
ช่อง Modernnine TV	87	21.75
ช่อง NBT	42	10.5
ช่อง Thai PBS	23	5.75
อื่นๆ	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมช่อง 3 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมารับชมช่อง Modern nine TV (ช่อง 9 อสมท.) คิดเป็นร้อยละ 21.75 ถัดมารับชมช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 17.5 ถัดมารับชมช่อง NBT คิดเป็นร้อยละ 10.5 ถัดมารับชมช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 8.5 และรับชมช่อง Thai PBS ใกล้เคียงกับรับชมช่องอื่น ๆ (TRUE Vision หรือ UBC) คิดเป็นร้อยละ 5.75 และร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่รับชม
รายการโทรทัศน์มากที่สุดในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์

ช่วงเวลาที่รับชมรายการโทรทัศน์มากที่สุดในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์	จำนวน	ร้อยละ
06.01 – 08.00 น.	19	4.75
08.01 – 10.00 น.	16	4.0
10.01 – 12.00 น.	13	3.5
12.01 – 14.00 น.	15	3.75
14.01 – 16.00 น.	11	2.75
16.01 – 18.00 น.	28	7.0
18.01 – 20.00 น.	148	37.0
20.01 – 22.00 น.	102	25.5
22.01 – 24.00 น.	33	8.0
หลัง 24.00 น.เป็นต้นไป	15	3.75
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการในช่วง18.01 – 20.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาเปิดรับชมในช่วง 20.01 – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 25.5 ถัดมาเปิดรับชมในช่วง 22.01 – 24.00 น. ใกล้เคียงกับช่วง 16.01 – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.0 และร้อยละ 7.0 ตามลำดับ ถัดมาเปิดรับชมในช่วง 06.01 – 08.00 น. คิดเป็นร้อยละ 4.75 ช่วง 08.01 – 10.00 น. คิดเป็นร้อยละ 4.0 ช่วง 12.01 – 14.00 น. เท่ากับช่วงหลัง 24.00 น.เป็นต้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.75 ช่วง 10.01 – 12.00 น. ใกล้เคียงกับช่วง 14.01 – 16.00 น. คิดเป็น ร้อยละ 3.5 และร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่รับชม
รายการโทรทัศน์มากที่สุดในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์

ช่วงเวลาที่รับชมรายการโทรทัศน์มากที่สุดในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์	จำนวน	ร้อยละ
06.01 – 08.00 น.	14	3.5
08.01 – 10.00 น.	27	6.75
10.01 – 12.00 น.	32	8.0
12.01 – 14.00 น.	29	7.25
14.01 – 16.00 น.	21	5.25
16.01 – 18.00 น.	19	4.75
18.01 – 20.00 น.	76	19.0
20.01 – 22.00 น.	114	28.5
22.01 – 24.00 น.	52	13.0
หลัง 24.00 น.เป็นต้นไป	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการในช่วง20.01 – 22.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาเปิดรับชมในช่วง 18.01 – 20.00 น.คิดเป็นร้อยละ 19.0 ถัดมาเปิดรับชมในช่วง 22.01 – 24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 13.0 ช่วง 10.01 – 12.00 น. ใกล้เคียงกับช่วง 12.01 14.00 น. และ 08.01 – 10.00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.0 ร้อยละ 7.25 และร้อยละ 6.75 ตามลำดับ ถัดมาเปิดรับในช่วง 14.01 – 16.00 น. ใกล้เคียงกับช่วง 16.01 – 18.00 น. และช่วงหลัง 24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 5.25 ร้อยละ 4.75 ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ และ ช่วง 06.01 – 08.00 น. มีการเปิดรับชมน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.5

ส่วนที่ 3
พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และ รายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก) ซึ่งประกอบด้วย 4 หัวข้อ ได้แก่ 1. ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการในแต่ละเดือน 2. รายการที่ชอบชมมากที่สุด 3. ลักษณะการรับชมรายการ และ 4. สาเหตุที่เลือกรับชม ได้นำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ตามตารางที่ 4.9 – 4.12 ดังนี้

ตารางที่ 4.9
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งใน การเปิดรับชมรายการในแต่ละเดือน

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการในแต่ละเดือน	จำนวน	ร้อยละ
4 ครั้ง/เดือน	49	12.25
3 ครั้ง/เดือน	121	30.25
2 ครั้ง/เดือน	152	38.0
1 ครั้ง/เดือน	78	19.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในแต่ละเดือนเปิดรับชมรายการ 2 ครั้ง/เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาเปิดรับชมรายการ 3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 30.25 ถัดมาเปิดรับชมรายการ 1 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และเปิดรับชม 4 ครั้ง/เดือน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายการที่ชอบชมมากที่สุด

รายการที่ชอบชมมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
รายการ IE Metropolis	106	26.5
รายการ iT eleven	82	20.5
รายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)	212	53.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบชมรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาชอบชมรายการ IE Metropolis คิดเป็นร้อยละ 26.5 และชอบชมรายการ iT eleven น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.5

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการรับชมรายการ

ลักษณะการรับชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ชมตลอดไม่เปลี่ยนไปช่องอื่น	41	10
ชมเฉพาะช่วงที่ชอบ	182	45.5
ชมสลับไปมากับช่องอื่น เมื่อมีโฆษณา	108	27
ชมไปพร้อมๆ กับทำกิจกรรมอย่างอื่นไปด้วย	69	17.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการเฉพาะช่วงที่ชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาชมสลับไปมากับช่องอื่น เมื่อมีโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 27.0 ถัดมาชมไปพร้อม ๆ กับทำกิจกรรมอย่างอื่นไปด้วย คิดเป็นร้อยละ 17.5 และ ชมตลอดไม่เปลี่ยนไปช่องอื่น คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.12

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่เลือกรับชม

สาเหตุที่เลือกรับชม	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับชมเอง	197	49
เพื่อนแนะนำให้ชม	129	32
คนในครอบครัวแนะนำให้ชม	74	19
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.0รองลงมาเพื่อนแนะนำให้ชม คิดเป็นร้อยละ 32.0 และรับชมเพราะคนในครอบครัวแนะนำให้ชม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19

ส่วนที่ 4

ความคิดเห็นจากการรับชมรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของความคิดเห็นจากการรับชมรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก) ซึ่งประกอบด้วย 2 หัวข้อ ได้แก่ ระดับความคิดเห็นจากการรับชมรายการ และรายการที่สามารถนำสิ่งที่ได้จากการชมไปใช้ประโยชน์มากที่สุด ได้นำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามตารางที่ 4.13 – 4.14 ดังนี้

ตารางที่ 4.13

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นจากการรับชมรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)

ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น					ค่าระดับความคิดเห็น
			มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	
1. สามารถนำความรู้ไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนหรือคนใกล้ชิด	3.31	.803	24 (6.0)	130 (32.5)	200 (50.0)	38 (9.5)	8 (2.0)	ปานกลาง
2. ทำให้เกิดความบันเทิงและความเพลิดเพลิน เช่น ในช่วงรายการที่นำเสนอด้านการท่องเที่ยว ภาพยนตร์ หรือมิวสิควิดีโอเพลง เป็นต้น	3.75	.566	16 (4.0)	274 (68.5)	104 (26.0)	4 (1.0)	2 (0.5)	มาก
3. ช่วยตอบสนองความสนใจของตนเองในด้านต่าง ๆที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ใช้พกพา (โทรศัพท์มือถือ กล้องดิจิตอล PDA ฯลฯ) คอมพิวเตอร์ ซอฟแวร์เกมส์ เป็นต้น	3.78	.645	40 (10.0)	246 (61.5)	98 (24.5)	16 (4.0)	0 (0.0)	มาก
4. ทำให้ทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวในแวดวงเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น งานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ งานแถลงข่าว เป็นต้น	3.70	.675	32 (8.0)	232 (58.0)	118 (29.5)	18 (4.5)	0 (0.0)	มาก

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น					ค่าระดับความคิดเห็น
			มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	
5. ได้รับความรู้ทางด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ เช่น ยาสีฟันอุดฟันผุ เครื่องอัลตร้าซาวน์ 4 มิติ หุ่นยนต์นิติเวชใต้น้ำ การเพาะเลี้ยงกระเพาะปัสสาวะ เครื่องสำรวจสิ่งกีดขวางสำหรับผู้พิการทางสายตา เป็นต้น	4.10	.829	146 (36.5)	158 (39.5)	84 (21.0)	12 (3.0)	0 (0.0)	มาก
6. สามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.46	.800	34 (8.5)	156 (39.0)	174 (43.5)	32 (8.0)	4 (1.0)	มาก
7. ทำให้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน ปลอดภัยจากอันตรายที่แอบแฝงมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ที่มีภาพอนาจารไม่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน อันตรายจากการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี เป็นต้น	3.65	.755	48 (12.0)	182 (45.5)	150 (37.5)	20 (5.0)	0 (0.0)	มาก

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น					ค่าระดับความคิดเห็น
			มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	
8. สามารถนำความรู้ที่ได้จากการชมรายการไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาในชั้นเรียน เช่น เป็นข้อมูลประกอบการทำรายงาน	3.81	.765	56 (14.0)	238 (59.5)	84 (21.0)	18 (4.5)	4 (1.0)	มาก
9. ทำให้ทราบถึงความก้าวหน้าของอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยทั่วทุกมุมโลก เช่น คีย์บอร์ดนิ้วมือ เครื่องตรวจพาสปอร์ต เครื่องบินเสมือนจริง หุ่นยนต์คู่ซ้อมชกมวย เครื่องวัดความโกรธ เป็นต้น	3.91	.630	48 (12.0)	278 (69.5)	64 (16.0)	8 (2.0)	2 (0.5)	มาก
รวม	3.71	.480						มาก

คำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

หมายเหตุ : การให้คะแนนเป็นแบบ Likert Scale น้อยที่สุด = 1 คะแนน ไปจนถึงมากที่สุด = 5 คะแนน

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความคิดเห็นจากการรับชมรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก) โดยภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของ

ความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .480 โดยพิจารณาระดับความคิดเห็นในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้ทางด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ เช่น ยาสีฟันอุดฟันผุ เครื่องอัลตร้าซาวน์ 4 มิติ หุ่นยนต์นิติเวชใต้น้ำ การเพาะเลี้ยงกระเพาะปัสสาวะ เครื่องสำรวจสิ่งกีดขวางสำหรับผู้พิการทางสายตาเป็นต้น มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาเห็นว่าทำให้ทราบถึงความก้าวหน้าของอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยทั่วทุกมุมโลก เช่น คีย์บอร์ดนิ้วมือ เครื่องตรวจพาสปอร์ต เครื่องบินเสมือนจริง หุ่นยนต์คู่ซ้อมชกมวย เครื่องวัดความโกรธ เป็นต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ถัดมาสามารถนำความรู้ที่ได้จากการชมรายการไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาในชั้นเรียน เช่น เป็นข้อมูลประกอบการทำรายงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ถัดมาเห็นว่าช่วยตอบสนองความสนใจของตนเอง ในด้านต่าง ๆที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ใช้พกพา(โทรศัพท์มือถือ กล้องดิจิตอล PDAฯลฯ) คอมพิวเตอร์ ซอฟแวร์เกมส์ เป็นต้น ใกล้เคียงกับเห็นว่าทำให้เกิดความบันเทิงและความเพลิดเพลิน เช่น ในช่วงรายการที่นำเสนอด้านการท่องเที่ยว ภาพยนตร์ หรือมิวสิควิดีโอเพลง เป็นต้น และทำให้ทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวในแวดวงเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น งานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ งานแถลงข่าว เป็นต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ค่าเฉลี่ย 3.75 และค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ ทำให้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน ปลอดภัยจากอันตรายที่แอบแฝงมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ที่มีภาพอนาจารไม่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน อันตรายจากการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี เป็นต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 สามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และเห็นว่าสามารถนำความรู้ไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนหรือคนใกล้ชิด น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

ตารางที่ 4.14
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายการที่สามารถนำสิ่งที่ได้จากการชมไปใช้ประโยชน์มากที่สุด

รายการที่สามารถนำสิ่งที่ได้จากการชมไปใช้ประโยชน์มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
รายการ IE Metropolis	60	15.0
รายการ iT eleven	34	8.5
รายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)	306	76.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า รายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก) เป็นรายการที่สามารถนำสิ่งที่ได้จากการชมไปใช้ประโยชน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาเห็นว่าคือรายการ IE Metropolis คิดเป็นร้อยละ 15.0 และเห็นว่ารายการ iT eleven สามารถนำสิ่งที่ได้จากการชมไปใช้ประโยชน์ได้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.5

ส่วนที่ 5
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)

ในส่วนของข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก) จะนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละตามตารางที่ 4.15 ดังนี้

ตารางที่ 4.15

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่อรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)

ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่อรายการ IE Metropolis รายการ iT eleven และรายการ Beyond tomorrow (ฉลาดล้ำโลก)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	365	91.2
ตอบ	35	8.8
รวม	400	100.0
ถ้าตอบให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ		
- เป็นรายการที่ดี มีประโยชน์ สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	16	45.7
- อยากให้เพิ่มเวลาในการออกอากาศให้มากขึ้นและเปลี่ยนเวลาออกอากาศ เนื่องจากเวลาในการออกอากาศช่วงเช้าเกินไปทำให้ไม่ได้รับชม	7	20.0
- อยากให้นำเสนอเนื้อหาให้มีความน่าสนใจมากขึ้น	6	17.1
- อยากให้มีการโฆษณาวัน – เวลาในการออกอากาศให้มากกว่านี้	4	11.4
- อยากให้ลดการโฆษณาระหว่างรายการลง	2	5.8
รวม	35	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งไม่ตอบ คิดเป็นร้อยละ 91.2 และตอบคิดเป็นร้อยละ 8.8 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ตอบเห็นว่าเป็นรายการที่ดี มีประโยชน์ สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาอยากให้เพิ่มเวลาในการออกอากาศให้มากขึ้น และเปลี่ยนเวลาออกอากาศ เนื่องจากเวลาในการออกอากาศช่วงเช้าเกินไปทำให้ไม่ได้รับชม คิดเป็นร้อยละ 20.0 ถัดมาอยากให้นำเสนอเนื้อหาให้มีความน่าสนใจมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 17.1 อยากให้มีการโฆษณาวัน – เวลาในการออกอากาศให้มากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 11.4 และอยากให้ลดการโฆษณาระหว่างรายการลง คิดเป็นร้อยละ 5.8