บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษา เรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “Mega Clever ฉลาดสุดสุด” ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี” โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี ทั้งที่เปิดรับเป็นประจำและเป็นครั้งคราว จำนวน 400 คน โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) ผู้ศึกษาจะนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

<u>ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง</u>

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งสามารถนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	166	41.5
หญิง	234	58.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศชาย จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 เพศหญิงจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5

ตารางที่ 4.2

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	47	11.8
15-24 ปี	107	26.8
25-34 ปี	146	36.5
35-44 ปี	60	15.0
45-54 ปี	40	10.0
55 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 25-34 ปี มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-24 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 35-44 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 45-54 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่รับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุดเลย คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 4.3

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	32	8.0
มัธยมศึกษา	81	20.3
อาชีวศึกษา / อนุปริญญา	32	8.0
ปริญญาตรี	201	50.3
สูงกว่าปริญญาตรี	54	13.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวนทั้งสิ้น 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า และระดับอาชีวศึกษาหรืออนุปริญญาน้อยที่สุด คือมีจำนวนกลุ่มละ 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 เท่ากัน

ตารางที่ 4.4

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	145	36.3
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	87	21.8
พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	104	26.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	46	11.5
พ่อบ้าน / แม่บ้าน / เกษียณอายุ	4	1.0
อื่น ๆ	14	3.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน / นักศึกษามากที่สุด มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น ลูกจ้างชั่วคราว พนักงานราชการ ทนายความ และช่างเสริมสวย เป็นต้น มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และพ่อบ้าน / แม่บ้าน / เกษียณอายุ มีจำนวนน้อยที่สุด คือมีเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.5

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	90	22.5
5,001-10,000 บาท	92	23.0
10,001-15,000 บาท	82	20.5
15,001-20,000 บาท	49	12.3
20,001-25,000 บาท	48	12.0
25,001 บาท ขึ้นไป	39	9.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน โดยมีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาคือมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ผู้มีรายได้ 10,001-10,500 บาท มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ระยะเวลาการติดตามชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ลักษณะการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด และวันเวลาที่รับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ซึ่งสามารถนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.6
ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ความถี่ในการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชมทุกครั้ง (4 ครั้งต่อเดือน)	26	6.5
ชมบ่อย ๆ (3 ครั้งต่อเดือน)	99	24.8
ชมบ้าง (2 ครั้งต่อเดือน)	175	43.8
ไม่ค่อยได้ชม (1 ครั้งต่อเดือน หรือน้อยกว่านั้น)	100	25.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่ง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 เปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ เปิดรับชม 1 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่านั้น จำนวน 100 คน เปิดรับชม 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมทุกครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 4.7

ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ระยะเวลาในการเปิดรับชม Mega Clever ฉลาดสุดสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งแต่ต้นจนจบ (1 ชั่วโมง)	128	32.0
ประมาณ 45 นาที	95	23.8
ประมาณ 30 นาที	122	30.5
ประมาณ 15 นาที	55	13.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ครั้งละ 1 ชั่วโมง ตั้งแต่ต้นจนจบ คือมีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาเปิดรับชมประมาณ 30 นาที จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 เปิดรับชมประมาณ 45 นาที จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมประมาณ 15 นาที มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

ตารางที่ 4.8

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ระดับการเปิดรับชมรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปิดรับชมรายการระดับต่ำ	90	22.5
เปิดรับชมรายการระดับปานกลาง	162	40.5
เปิดรับชมรายการระดับสูง	76	19.0
เปิดรับชมรายการระดับสูงมาก	72	18.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นถึงระดับการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับชมรายการอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา มีการเปิดรับชมในระดับต่ำ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

ตารางที่ 4.9

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาการติดตามรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ระยะเวลาการติดตามรับชม รายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ปี	74	18.5
6 เดือน	152	38.0
น้อยกว่า 6 เดือน	174	43.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 ติดตามชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด เป็นเวลาน้อยกว่า 6 เดือน รองลงมาคือติดตามชมมาเป็นเวลา 6 เดือน จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และติดตามชมมาเป็นเวลา 1 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

ตารางที่ 4.10

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะ

การเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ลักษณะการเปิดรับชม รายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งใจชมตลอดรายการ	106	26.5
เปลี่ยนช่องสลับไปมากับช่องอื่น	170	42.5
เลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจ	118	29.5
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเปลี่ยนช่องสลับไปมากับช่องอื่น คือมีจำนวนถึง 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ เลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจ มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ตั้งใจชมตลอดรายการ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ส่วนผู้ที่ชมโดยเปิดรายการทิ้งไว้เป็นเพื่อน มีจำนวนน้อยที่สุด คือมีเพียง 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.11

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันและเวลา

ที่เปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

วัน-เวลา ที่รับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันพฤหัสบดี เวลา 20.30-21.30 น.	357	60.6
วันอาทิตย์ เวลา 12.00-13.00 น.	232	39.4
รวม	589	100.0

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในวันพฤหัสบดี เวลา 20.30-21.30 น. คือมีจำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 60.6 ในขณะที่บางส่วนมีการรับชมในวันอาทิตย์ เวลา 12.00-13.00 น. มีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “Mega Clever ฉลาดสุดสุด” ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี” ผู้ศึกษาได้ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด จำนวน 14 ข้อ โดยแบ่งลักษณะการใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านสารสนเทศ ด้านความบันเทิง และด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม ดังนี้

ตารางที่ 4.12
ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

หน่วย : จำนวนคน
(ร้อยละ)

การใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด	การใช้ประโยชน์					$\bar{x}$ (S.D.)	ระดับการใช้ประโยชน์
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ด้านสารสนเทศ							
1.ได้รับการตอบสนองความสนใจของตน	3 (.8)	3 (.8)	140 (35.0)	201 (50.3)	53 (13.3)	3.75 (.72)	สูง
2.ได้รับความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์	4 (1.0)	4 (1.0)	57 (14.3)	213 (53.3)	122 (30.5)	4.11 (.75)	สูง
3.ทำให้ได้ฝึกการวิเคราะห์ตามหลักวิทยาศาสตร์	11 (2.8)	33 (8.3)	122 (30.5)	178 (44.5)	56 (14.0)	3.59 (.92)	สูง
4.สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4 (1.0)	53 (13.3)	202 (50.5)	113 (28.3)	28 (7.0)	3.27 (.81)	ปานกลาง
5.สามารถกระตุ้นให้เกิดจินตนาการที่แปลกใหม่	3 (.8)	32 (8.0)	154 (38.5)	162 (40.5)	49 (12.3)	3.55 (84)	สูง
6.เป็นแรงจูงใจให้เกิดการประดิษฐ์สิ่งต่างๆ	12 (3.0)	92 (23.0)	190 (47.5)	80 (20.0)	26 (6.5)	3.04 (.90)	ปานกลาง

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

หน่วย : จำนวนคน

(ร้อยละ)

การใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด	การใช้ประโยชน์					$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับการใช้ประโยชน์
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
7.ทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้หลักวิทยาศาสตร์ในการดำรงชีวิต	3 (.8)	37 (9.3)	143 (35.8)	179 (44.8)	38 (9.5)	3.53 (.82)	สูง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสารสนเทศ						3.55 (0.60)	สูง
<u>ด้านความบันเทิง</u>							
8. สามารถใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	5 (1.3)	30 (7.5)	158 (39.5)	160 (40.0)	47 (11.8)	3.53 (.84)	สูง
9. สามารถให้รายการเป็นเพื่อนช่วยคลายเหงา	12 (3.0)	31 (7.8)	152 (38.0)	156 (39.0)	49 (12.3)	3.50 (.91)	สูง
10.ทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน	4 (1.0)	27 (6.8)	104 (26.0)	198 (49.5)	67 (16.8)	3.74 (.85)	สูง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านความบันเทิง						3.59 (0.70)	สูง
<u>ด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม</u>							
11.ทำให้สมาชิกในครอบครัวใกล้ชิดกันมากขึ้น	11 (2.8)	61 (15.3)	174 (43.5)	130 (32.5)	24 (6.0)	3.24 (.88)	ปานกลาง
12.สามารถนำเรื่องราวไปสนทนากับผู้อื่น	6 (1.5)	44 (11.0)	144 (36.0)	167 (41.8)	39 (9.8)	3.47 (.87)	สูง
13.เกิดอารมณ์ร่วม (ลุ้น) ไปกับผู้เข้าแข่งขัน	15 (3.8)	59 (14.8)	142 (35.5)	148 (37.0)	36 (9.0)	3.33 (.96)	ปานกลาง
14.ได้มีส่วนร่วม เช่น การโทรศัพท์ไปตอบคำถาม	217 (54.3)	98 (24.5)	46 (11.5)	22 (5.5)	17 (4.3)	1.81 (1.11)	ต่ำ
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม						2.96 (0.66)	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยรวม = 3.39 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในด้านสารสนเทศอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.55

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ด้านสารสนเทศในระดับสูง จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ได้รับการตอบสนองความสนใจของตน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.75 ได้รับความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.11 ทำให้ได้ฝึกการวิเคราะห์ตามหลักวิทยาศาสตร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.59 สามารถกระตุ้นให้เกิดจินตนาการที่แปลกใหม่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 และทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้หลักวิทยาศาสตร์ในการดำรงชีวิต คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ด้านสารสนเทศ ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.27 และ เป็นแรงจูงใจให้เกิดการประดิษฐ์สิ่งต่างๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.04

จากการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในด้านสารสนเทศทั้งหมด 7 ข้อ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในการได้รับความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.11 ส่วนการเป็นแรงจูงใจให้เกิดการประดิษฐ์สิ่งต่างๆ มีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.04

การใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในด้านความบันเทิงนั้น กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.59

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในด้านความบันเทิงในระดับสูงทุกข้อ กล่าวคือ สามารถใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 สามารถให้รายการเป็นเพื่อนช่วยคลายเหงา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 และทำให้รู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74

จากการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในด้านความบันเทิงทั้งหมด 3 ข้อ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในการทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74 ส่วนการให้รายการเป็นเพื่อนช่วยคลายเหงา มีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.96

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม ในระดับสูง 1 ข้อ คือ สามารถนำเรื่องราวไปสนทนากับผู้อื่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.47 ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ ทำให้สมาชิกในครอบครัวใกล้ชิดกันมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.24 และ เกิดอารมณ์ร่วม (ลุ้น) ไปกับผู้เข้าแข่งขัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 และในระดับต่ำ 1 ข้อ คือ ได้มีส่วนร่วม เช่น การโทรศัพท์ไปตอบคำถาม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.81

จากการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม ทั้งหมด 4 ข้อ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในการนำเรื่องราวไปสนทนากับผู้อื่น มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.47 ส่วนการได้มีส่วนร่วม เช่น การโทรศัพท์ไปตอบคำถาม มีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.81

จากค่าเฉลี่ยโดยรวมของการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ทั้งในด้านสารสนเทศ ด้านความบันเทิง และด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม พบว่า การใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ เท่ากับ 3.39

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “Mega Clever ฉลาดสุดสุด” ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี” ผู้ศึกษาได้ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด จำนวน 15 ข้อ โดยแบ่งเป็นความพึงพอใจในด้านต่างๆ 2 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาของรายการ และด้านการนำเสนอรายการ ดังนี้

ตารางที่ 4.13

ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

หน่วย : จำนวนคน

(ร้อยละ)

ความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด	ความพึงพอใจ					$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
<u>ด้านเนื้อหาของรายการ</u>							
1.เป็นรายการที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์	2 (.5)	2 (.5)	46 (11.5)	200 (50.0)	150 (37.5)	4.24 (.71)	สูง
2.เป็นรายการที่ให้ความสนุกสนาน บันเทิง	- -	20 (5.0)	115 (28.8)	205 (51.3)	60 (15.0)	3.76 (.76)	สูง
3.ได้รับความรู้เกี่ยวกับงานวิจัยของประเทศไทย	24 (6.0)	69 (17.3)	168 (42.0)	106 (26.5)	33 (8.3)	3.14 (1.00)	ปานกลาง
4.เรื่องราวที่นำมาเสนอมีความน่าสนใจ	1 (.3)	9 (2.3)	87 (21.8)	222 (55.5)	81 (20.3)	3.93 (.73)	สูง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านเนื้อหาของรายการ						3.77 (0.59)	สูง
<u>ด้านการนำเสนอรายการ</u>							
5.มีการสาธิตการทดลองที่เข้าใจง่าย	1 (.3)	8 (2.0)	82 (20.5)	214 (53.5)	95 (23.8)	3.98 (.74)	สูง
6.การสาธิตการทดลองทำให้จดจำได้ดี	1 (.3)	12 (3.0)	124 (31.0)	198 (49.5)	65 (16.3)	3.78 (.76)	สูง
7.อุปกรณ์ที่ใช้ทดลองมีความทันสมัย	- -	4 (1.0)	107 (26.8)	201 (50.3)	88 (22.0)	3.93 (.72)	สูง
8.ฉากของรายการมีความสวยงาม	3 (.8)	27 (6.8)	215 (53.8)	117 (29.3)	38 (9.5)	3.40 (.78)	ปานกลาง
9.ผู้ดำเนินรายการ แต่งกายเหมาะสม	1 (.3)	13 (3.3)	168 (42.0)	169 (42.3)	49 (12.3)	3.63 (.75)	สูง

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

หน่วย : จำนวนคน

(ร้อยละ)

ความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด	ความพึงพอใจ					$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
10.ผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกที่น่าสนใจ	-	16	157	185	42	3.63	สูง
	-	(4.0)	(39.3)	(46.3)	(10.5)	(.72)	
11.มีการพากย์เสียงภาษาไทยที่ฟังเข้าใจง่าย	-	18	102	214	66	3.82	สูง
	-	(4.5)	(25.5)	(53.5)	(16.5)	(.75)	
12.มีการใช้ภาษาที่เหมาะสม	-	6	118	228	48	3.79	สูง
	-	(1.5)	(29.5)	(57.0)	(12.0)	(.66)	
13.ช่วงเวลาในการออกอากาศมีความ	6	37	146	164	47	3.52	สูง
เหมาะสม (วันพฤหัสเวลา 20.30-21.30 น.)	(1.5)	(9.3)	(36.5)	(41.0)	(11.8)	(.87)	
14.ช่วงเวลาในการออกอากาศซ้ำมีความ	6	29	146	172	47	3.56	สูง
เหมาะสม (วันอาทิตย์เวลา 12.00-13.00 น.)	(1.5)	(7.3)	(36.5)	(43.0)	(11.8)	(.85)	
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการนำเสนอรายการ						3.71	สูง
						(0.46)	
15.ภาพรวมของรูปแบบรายการทั้งรายการ	1	8	86	254	51	3.86	สูง
	(.3)	(2.0)	(21.5)	(63.5)	(12.8)	(.65)	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ในด้านเนื้อหาของรายการอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.77

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ด้านเนื้อหาของรายการในระดับสูง จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เป็นรายการที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.24 เป็นรายการที่ให้ความสนุกสนาน บันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.76 และเรื่องราวที่นำมาเสนอมีความน่าสนใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ด้านเนื้อหาของรายการ ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ คือ ได้รับความรู้เกี่ยวกับงานวิจัยของประเทศไทย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.14

จากความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในด้านเนื้อหาของรายการ ทั้งหมด 4 ข้อ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever

ฉลาดสุดสุด ในการเป็นรายการที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.24 ส่วนการได้รับความรู้เกี่ยวกับงานวิจัยของประเทศไทย มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.14

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ในด้านการนำเสนอรายการอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.71

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ด้านการนำเสนอรายการในระดับสูง จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ มีการสาธิตการทดลองที่เข้าใจง่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 การสาธิตการทดลองทำให้จดจำได้ดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.78 อุปกรณ์ที่ใช้ทดลองมีความทันสมัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 ผู้ดำเนินรายการแต่งกายเหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 ผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกที่น่าสนใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 มีการพากย์เสียงภาษาไทยที่ฟังเข้าใจง่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 มีการใช้ภาษาที่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 ช่วงเวลาในการออกอากาศมีความเหมาะสม (วันพฤหัส เวลา 20.30-21.30 น.) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52 และช่วงเวลาในการออกอากาศซ้ำมีความเหมาะสม (วันอาทิตย์ เวลา 12.00-13.00 น.) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ด้านการนำเสนอรายการในระดับปานกลางจำนวน 1 ข้อ คือ ฉากของรายการมีความสวยงาม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40

จากความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในด้านการนำเสนอรายการ ทั้งหมด 10 ข้อ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในการที่มีการสาธิตการทดลองที่เข้าใจง่าย มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 ส่วนฉากของรายการมีความสวยงาม มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40

ทั้งนี้ จากการสำรวจความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ต่อภาพรวมทั้งหมดของรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับสูง คือมีค่าเฉลี่ย 3.86

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

สำหรับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ผู้ศึกษาได้รวบรวมจากคำถามปลายเปิด พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน มีผู้ที่แสดงความคิดเห็นจำนวน 116 คน และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 284 คน ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการสรุปประเด็น โดยแบ่งเป็น 17 ข้อ ซึ่งสามารถนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.14

ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็น
และข้อเสนอแนะ ที่มีต่อรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>ความคิดเห็น</u>		
1. เป็นรายการที่ให้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ได้เป็นอย่างดี	9	7.8%
2. ทำให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มเติม	6	5.1%
3. เป็นรายการที่ให้ความรู้ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้	5	4.3%
4. เป็นรายการที่สนุกสนาน เพลิดเพลิน	5	4.3%
5. สามารถนำมาใช้ประกอบการศึกษาวิชาวิทยาศาสตร์ได้ดี	2	1.8%
6. ช่วงเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม	1	0.9%
7. การอธิบายเกี่ยวกับการทดลองในบางครั้งเข้าใจยาก	7	6.0%
8. การแปลและภาษา ทำให้ขาดอรรถรสในการชม	3	2.5%
9. เสียงพากย์ไม่น่าสนใจ	2	1.8%
10. เครื่องแต่งกายของพิธีกรหญิงไม่เหมาะสม	1	0.9%
<u>ข้อเสนอแนะ</u>		
11. ควรเลื่อนเวลาออกอากาศให้เร็วขึ้น	15	13.0%
12. ควรเลื่อนเวลาออกอากาศให้ช้าลง	11	9.4%
13. ควรออกอากาศในวันเสาร์-อาทิตย์	12	10.3%
14. ควรเพิ่มวันออกอากาศ	13	11.2%
15. ควรเพิ่มเวลาออกอากาศ	8	7.0%
16. ควรส่งเสริมให้มีรายการประเภทนี้ที่เป็นของคนไทยบ้าง	9	7.8%
17. ควรนำเสนอรายการประเภทนี้ให้มากขึ้น	7	6.0%
รวม	116	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ารายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด เป็นรายการที่ให้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ได้เป็นอย่างดี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ทำให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มเติม มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 เป็นรายการที่ให้ความรู้ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 เป็นรายการที่สนุกสนาน เพลิดเพลิน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 สามารถนำมาประกอบการศึกษาวิชาวิทยาศาสตร์ได้ดี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ช่วงเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

นอกจากนี้ยังมีข้อคิดเห็นอื่นๆ อีก ได้แก่ การอธิบายเกี่ยวกับการทดลองในบางครั้งเข้าใจยาก มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 การแปลและภาษา ทำให้ขาดอรรถรสในการชม มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 เสียงพากย์ไม่น่าสนใจ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และเครื่องแต่งกายของพิธีกรหญิงไม่เหมาะสม มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

สำหรับข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสนอแนะว่าควรเลื่อนเวลาออกอากาศให้เร็วขึ้น มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ควรเลื่อนเวลาออกอากาศให้ช้าลง มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ควรออกอากาศในวันเสาร์-อาทิตย์ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ควรเพิ่มวันออกอากาศ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ควรเพิ่มเวลาออกอากาศ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ควรส่งเสริมให้มีรายการประเภทนี้ที่เป็นของคนไทยบ้าง มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และ ควรนำเสนอรายการประเภทนี้ให้มากขึ้น มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ข้อเสนอแนะดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วนเห็นว่าควรเลื่อนเวลาการออกอากาศให้เร็วขึ้น เพื่อให้เด็กได้รับชมมากขึ้น เพราะเด็กส่วนใหญ่จะต้องเข้านอนตั้งแต่หัวค่ำเพื่อไปโรงเรียนในตอนเช้า แต่กลุ่มตัวอย่างบางส่วนก็เห็นว่าควรเลื่อนเวลาการออกอากาศให้ช้าลง เพราะมักจะกลับถึงบ้านไม่ทันชมรายการ หรือเพื่อไม่ให้ตรงกันกับเวลาการออกอากาศของละครของช่องอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างบางส่วนเสนอแนะว่ารายการควรออกอากาศในวันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อให้เด็กรับชมได้อย่างเต็มที่ กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากต้องการให้ทางสถานีเพิ่มวันและเวลาออกอากาศ เนื่องจากชื่นชอบรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มาก เพราะได้รับทั้งความรู้และความสนุกสนานเพลิดเพลิน กลุ่มตัวอย่างบางส่วนเห็นว่าควรส่งเสริมให้มีรายการประเภทนี้ที่เป็นของคนไทยบ้าง เพราะต้องการชมผลงานวิจัยของคนไทยให้มากขึ้น และเนื้อหาสาระน่าจะเหมาะสมกับสังคมไทยมากกว่า นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบางส่วนยังเห็นว่าควรนำเสนอรายการประเภทนี้ให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นรายการที่ดี มีประโยชน์ต่อผู้ชมมากกว่ารายการที่ให้ความบันเทิงประเภทอื่นๆ เช่น ละคร

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.1 ประชากรที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

โดยมีสมมุติฐานทางสถิติ 1.1

H_0: ประชากรที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ไม่แตกต่างกัน

H_1: ประชากรที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: t-test

ตารางที่ 4.15

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับชม

รายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t-value	Sig.(2-tailed)
ชาย	166	2.48	0.80	1.061	0.289
หญิง	234	2.40	0.82		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test โดยวิธี Independent Sample t-test พบว่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.289 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 แสดงว่า ประชากรที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่าเพศชายมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด สูงกว่าเพศหญิง โดยมีพฤติกรรมการเปิดรับชมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.48 และเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับชมอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 2.40

สมมติฐานย่อย 1.2 ประชากรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

โดยมีสมมุติฐานทางสถิติ 1.2

H_o: ประชากรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ไม่แตกต่างกัน

H_1: ประชากรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: One-way ANOVA

ตารางที่ 4.16

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับชม

รายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F Ratio	Sig.
ต่ำกว่า 15 ปี	47	2.90	0.85	5.435	0.000*
15-24 ปี	107	2.37	0.76		
25-34 ปี	146	2.30	0.74		
35-44 ปี	60	2.45	0.76		
45-54 ปี	40	2.51	1.02		
รวม	400	2.43	0.81		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ f-test โดยวิธี One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_o ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า ประชากรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 2.90 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-34 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด น้อยที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 2.30

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบว่ามีกลุ่มอายุคู่ใดที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมแตกต่างกันบ้าง ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ตามตารางที่ 4.17 ดังนี้

ตารางที่ 4.17

ตารางแสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

อายุ		ต่ำกว่า 15 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี
	ค่าเฉลี่ย	2.90	2.37	2.30	2.45	2.51
ต่ำกว่า 15 ปี	2.90	-	0.53*	0.61*	0.45*	0.39*
	(Sig.)		(0.000)	(0.000)	(0.004)	(0.023)
15-24 ปี	2.37		-	0.08	-0.08	-0.14
	(Sig.)			(0.454)	(0.553)	(0.347)
25-34 ปี	2.30			-	-0.15	-0.21
	(Sig.)				(0.213)	(0.131)
35-44 ปี	2.45				-	-0.06
	(Sig.)					(0.700)
45-54 ปี	2.51					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุเป็นรายคู่แล้ว พบว่ามีคู่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-24 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-34 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 35-44 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 45-54 ปี

สมมติฐานย่อย 1.3 ประชากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

โดยมีสมมุติฐานทางสถิติ 1.3

H_o: ประชากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ไม่แตกต่างกัน

H_1: ประชากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: One-way ANOVA

ตารางที่ 4.18

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับชม
รายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

การศึกษา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F Ratio	Sig.
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	32	3.02	0.89	7.073	0.000*
มัธยมศึกษา	81	2.59	0.80		
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	32	2.19	0.78		
ปริญญาตรี	201	2.37	0.76		
สูงกว่าปริญญาตรี	54	2.23	0.81		
รวม	400	2.43	0.81		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ f-test โดยวิธี One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า ประชากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.02 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษาหรืออนุปริญญา มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด น้อยที่สุด คือมีค่าเฉลี่ย 2.19

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบว่ามีกลุ่มระดับการศึกษาคู่ใดที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมแตกต่างกันบ้าง ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ตามตารางที่ 4.19 ดังนี้

ตารางที่ 4.19

ตารางแสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ระดับการศึกษา		ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา	อาชีวศึกษา / อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย	3.02	2.59	2.19	2.37	2.23
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.02 (Sig.)	-	0.43* (0.010)	0.83* (0.000)	0.64* (0.000)	0.78* (0.000)
มัธยมศึกษา	2.59 (Sig.)		-	0.40* (0.016)	0.21* (0.041)	0.35* (0.011)
อาชีวศึกษา / อนุปริญญา	2.19 (Sig.)			-	-0.19 (0.217)	-0.04 (0.803)
ปริญญาตรี	2.37 (Sig.)				-	0.14 (0.242)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.23					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่แล้ว พบว่ามีคู่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา หรืออนุปริญญา

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษาหรืออนุปริญญา

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานย่อย 1.4 ประชากรที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

โดยมีสมมุติฐานทางสถิติ 1.4

H_o: ประชากรที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ไม่แตกต่างกัน

H_1: ประชากรที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: One-way ANOVA

ตารางที่ 4.20

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับชม

รายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

อาชีพ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F Ratio	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	145	2.63	0.81	1.212	0.302
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	87	2.37	0.87		
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	104	2.33	0.79		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	46	2.42	0.68		
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ	4	2.56	1.38		
อื่นๆ	14	2.29	0.87		
รวม	400	2.43	0.81		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ f-test โดยวิธี One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า Sig. เท่ากับ 0.302 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 แสดงว่า ประชากรที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.63 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น ลูกจ้างชั่วคราว พนักงานราชการ ทนายความ และช่างเสริมสวย มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.29

สมมติฐานย่อย 1.5 ประชากรที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

โดยมีสมมุติฐานทางสถิติ 1.5

H_o: ประชากรที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ไม่แตกต่างกัน

H_1: ประชากรที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: One-way ANOVA

ตารางที่ 4.21

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการเปิดรับชม
รายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F Ratio	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	90	2.68	0.85	3.185	0.008*
5,001-10,000 บาท	92	2.23	0.79		
10,001-15,000 บาท	82	2.40	0.77		
15,001-20,000 บาท	49	2.45	0.80		
20,001-25,000 บาท	48	2.51	0.82		
25,001 บาทขึ้นไป	39	2.31	0.77		
รวม	400	2.43	0.81		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ผลการทดสอบด้วยสถิติ f-test โดยวิธี One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า Sig.เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_o ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า ประชากรที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 2.68 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด น้อยที่สุด คือมีค่าเฉลี่ย 2.23

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระดับรายได้เป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบว่ามีกลุ่มรายได้ต่อเดือนคู่ใดที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมแตกต่างกันบ้าง ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ตามตารางที่ 4.22 ดังนี้

ตารางที่ 4.22

ตารางแสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

รายได้		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	2.68	2.23	2.40	2.45	2.51	2.31
ต่ำกว่า 5,000 บาท	2.68	-	0.45*	0.28*	0.23	0.17	0.37*
	(Sig.)		(0.000)	(0.025)	(0.109)	(0.244)	(0.017)
5,001-10,000 บาท	2.23		-	-0.17	-0.22	-0.28*	-0.08
	(Sig.)			(0.153)	(0.120)	(0.049)	(0.604)
10,001-15,000 บาท	2.40			-	-0.05	-0.11	0.09
	(Sig.)				(0.748)	(0.459)	(0.544)
15,001-20,000 บาท	2.45				-	-0.06	0.14
	(Sig.)					(0.706)	(0.412)
20,001-25,000 บาท	2.51					-	0.20
	(Sig.)						(0.242)
25,001 บาทขึ้นไป	2.31						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่แล้ว พบว่ามีคู่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท

<u>สมมติฐานที่ 2</u> พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

โดยมีสมมุติฐานทางสถิติ

H_o: พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

H_1: พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ตารางที่ 4.23

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)		
ความสัมพันธ์	การใช้ประโยชน์จากการชม	Sig.(2-tailed)
พฤติกรรมการเปิดรับชม	0.318	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_o ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.318 นั่นคือ ยิ่งผู้ชมมีการเปิดรับรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากเท่าใด ก็จะยิ่งทำให้ผู้ชมมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากขึ้นเท่านั้น

<u>สมมติฐานที่ 3</u> พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

โดยมีสมมุติฐานทางสถิติ

H_o: พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

H_1: พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ตารางที่ 4.24

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร กับความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)		
ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจจากการชม	Sig.(2-tailed)
พฤติกรรมการเปิดรับชม	0.285	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.24 พบว่าค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_o ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.285 นั่นคือ ยิ่งผู้ชมมีการเปิดรับรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากเท่าใด ก็จะยิ่งทำให้ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากขึ้นเท่านั้น