

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ทั่วไปของลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมีสองด้านให้คิดถึง

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมีสองด้านให้คิดถึง

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ทั่วไปของลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากร

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	137	34.2
หญิง	263	65.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง 263 คน (คิดเป็นร้อยละ 65.8) และเป็นเพศชาย 137 คน (คิดเป็นร้อยละ 34.3)

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	76	19
21-30 ปี	142	35.5
31-40 ปี	84	21
41-50 ปี	50	12.5
50 ปีขึ้นไป	48	12
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 142 คน (คิดเป็นร้อยละ 35.5) รองลงมา ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 84 คน (คิดเป็นร้อยละ 21) ช่วงต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 76 คน (คิดเป็นร้อยละ 19) ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 50 คน (คิดเป็นร้อยละ 12.5) และ น้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 48 คน (คิดเป็นร้อยละ 12)

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	7	1.8
มัธยมศึกษา ปวช.หรือเทียบเท่า	107	26.7
อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	32	8.0
ปริญญาตรี	179	44.7
สูงกว่าปริญญาตรี	75	18.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 179 คน (คิดเป็นร้อยละ 44.7) รองลงมา คือระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช.หรือเทียบเท่า จำนวน 107 คน (คิดเป็นร้อยละ 26.7) ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 75 คน (คิดเป็นร้อยละ 18.8) ระดับ

อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า จำนวน 32 คน (คิดเป็นร้อยละ 8) และน้อยที่สุดคือระดับประถมศึกษา จำนวน 7 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.8)

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	82	20.5
5,001 - 10,000 บาท	26	6.5
10,001 - 20,000 บาท	109	27.2
20,001 - 30,000 บาท	90	22.5
30,001 – 40,000 บาท	39	9.8
40,001 – 50,000 บาท	14	3.5
มากกว่า 50,000 บาท	40	10
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 109 คน (คิดเป็นร้อยละ 27.2) รองลงมา มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 90 คน (คิดเป็นร้อยละ 22.5) มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 82 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.5) มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทจำนวน 40 คน (คิดเป็นร้อยละ 10) มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 39 คน (คิดเป็นร้อยละ 9.8) มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 26 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.5) และน้อยที่สุดคือมีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 14 คน (คิดเป็นร้อยละ 3.5)

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	90	22.5
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	156	39
พนักงานบริษัท / เอกชน	84	21
อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป/ ธุรกิจส่วนตัว	68	17
อื่น ๆ (ผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ)	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 156 (คิดเป็นร้อยละ 39) รองลงมาประกอบอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 90 (คิดเป็นร้อยละ 22.5) ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท / เอกชน จำนวน 84 (คิดเป็นร้อยละ 21) ประกอบอาชีพ อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป/ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 68 (คิดเป็นร้อยละ 17) และน้อยที่สุดประกอบอาชีพอื่น ๆ (ผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ) จำนวน 2 (คิดเป็นร้อยละ 0.5)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ของชุมชนและวงใกล้เคียงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมีสองด้านให้คิดถึง

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้ที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมีสองด้านให้คิดถึง

การรับรู้ที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมีสองด้านให้คิดถึง	จำนวน		รวม
	รับรู้	ไม่รับรู้	
1. ภาพยนตร์โฆษณานี้เป็นของ กฟผ.	390 (97.5)	10 (2.5)	400
2. กฟผ. มีความคำนึงถึงความสมดุลด้านพลังงานไฟฟ้าและด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน	386 (96.5)	14 (3.5)	400
3. เสาระบบส่งไฟฟ้าเป็นของ กฟผ.	361 (90.2)	39 (9.8)	400
4. การบำรุงรักษาระบบส่งไฟฟ้าเป็นงานที่มีความเสี่ยง	375 (93.7)	25 (6.3)	400
5. พนักงานของ กฟผ. มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิค	386 (96.5)	14 (3.5)	400
6. พนักงานของ กฟผ. มีจิตสาธารณะชอบช่วยเหลือสังคม	363 (90.7)	37 (9.3)	400
7. กฟผ. มีกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับชุมชนรอบพื้นที่การดำเนินงานของ กฟผ.	382 (95.5)	18 (4.5)	400

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

การรับรู้ที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมีสองด้านให้คิดถึง	จำนวน		รวม
	รับรู้	ไม่รับรู้	
8. ประเทศไทยมีความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้ามาก	390 (97.5)	10 (2.5)	400
9. พลังงานไฟฟ้ามีความจำเป็นกับประชาชนทุกคน	393 (98.2)	7 (1.8)	400
10. กฟผ. ดำเนินงานโดยคำนึงถึงความสุขของประชาชน	378 (94.5)	22 (5.5)	400

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณามากที่สุดในประเด็นคำถามต่าง ๆ โดยเรียง 3 อันดับแรกได้ดังนี้ อันดับที่ 1 พลังงานไฟฟ้ามีความจำเป็นกับประชาชนทุกคน (คิดเป็นร้อยละ 98.2) อันดับที่ 2 ภาพยนตร์โฆษณานี้เป็นของ กฟผ. (คิดเป็นร้อยละ 97.5) และ ประเทศไทยมีความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้ามาก (คิดเป็นร้อยละ 97.5) อันดับที่ 3 กฟผ. มีความคำนึงถึงความสมดุลด้านพลังงานไฟฟ้าและด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน (คิดเป็นร้อยละ 96.5) และพนักงานของ กฟผ. มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิค (คิดเป็นร้อยละ 96.5) และมีการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ เสารบบส่งไฟฟ้าเป็นของ กฟผ. (คิดเป็นร้อยละ 90.2)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมีสองด้านให้คิดถึง

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านเนื้อหา

ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านเนื้อหา	ระดับความเห็นด้วย		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เนื้อหาเข้าใจง่าย	4.29	0.562	ระดับมาก
2. เนื้อเรื่องมีความน่าสนใจ	4.24	0.599	ระดับมาก
3. เนื้อเรื่องมีความสร้างสรรค์	4.31	0.586	ระดับมาก
4. เนื้อหาแสดงถึงความน่าเชื่อถือของ กฟผ.	4.24	0.619	ระดับมาก
ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านเนื้อหา	4.26	0.484	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยทางด้านเนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาอยู่ในระดับมาก (คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.26, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.484)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านนักแสดง

ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านนักแสดง	ระดับความเห็นด้วย		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. นักแสดงมีความเหมาะสม	4.24	0.519	ระดับมาก
2. นักแสดงสามารถแสดงได้อย่างสมบทบาท	4.21	0.577	ระดับมาก
3. นักแสดงมีความสามารถถ่ายทอดอารมณ์และความรู้สึก	4.26	0.597	ระดับมาก
4. นักแสดงสามารถถ่ายทอดสาระสำคัญของภาพยนตร์โฆษณา	4.27	0.588	ระดับมาก
ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านนักแสดง	4.24	0.500	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยด้านนักแสดงของภาพยนตร์โฆษณาอยู่ในระดับมาก (คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.24, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.500)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ

ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านการนำเสนอ และเพลงประกอบ	ระดับความเห็นด้วย		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การนำเสนอของภาพยนตร์โฆษณามีความน่าสนใจ	4.27	0.574	ระดับมาก
2. เพลงประกอบมีความเหมาะสม	4.23	0.598	ระดับมาก
3. เพลงประกอบสามารถสร้างอารมณ์ในการรับชม	4.27	0.613	ระดับมาก
4. เพลงประกอบมีส่วนช่วยให้โฆษณามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	4.28	0.602	ระดับมาก
ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านการนำเสนอ และเพลงประกอบ	4.26	0.514	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยด้านการนำเสนอและเพลงประกอบของภาพยนตร์โฆษณาอยู่ในระดับมาก (คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.26, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.514)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านบทบาทบรรยาย

ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านบทบาทบรรยาย	ระดับความเห็นด้วย		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.. บทบรรยายมีความชัดเจนเข้าใจง่าย	4.29	0.571	ระดับมาก
2. ใช้ภาษาที่จดจำได้ง่าย	4.33	0.580	ระดับมาก
3. สามารถจัดวางช่วงของการบรรยายได้อย่างเหมาะสม	4.28	0.592	ระดับมาก
ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านบทบาทบรรยาย	4.29	0.506	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยด้านการบรรยายของภาพยนตร์โฆษณาอยู่ในระดับมาก (คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.29, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.506)

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

2. ลักษณะทางประชากรของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

H_0 : ลักษณะทางประชากรของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อ ภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อ ภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

เพศ	ระดับการรับรู้			t	Sig. (2-tailed)
	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.		
1. ชาย	137	1.93	0.147	-2.150	0.033*
2. หญิง	263	1.96	0.092		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.11 พบว่าความแตกต่างระหว่างเพศชาย และเพศหญิง กับระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวม มีนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.033 ซึ่งมีค่าตัวเลขสูงกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด 0.05 จึงสรุปได้ว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เพศหญิงมีระดับการรับรู้มากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

อายุ	ระดับการรับรู้			F	Sig.
	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.		
1. ต่ำกว่า 20 ปี	76	1.94	0.111	0.886	0.472
2. 21-30 ปี	142	1.96	0.090		
3. 31-40 ปี	84	1.95	0.116		
4. 41-50 ปี	50	1.93	0.131		
5. 50 ปีขึ้นไป	48	1.94	0.160		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.12 พบว่าความแตกต่างระหว่างช่วงอายุ กับระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวม มีค่านัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.472 ซึ่งมีค่าตัวเลขต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด 0.05 จึงสรุปได้ว่าประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ระดับการรับรู้			F	Sig.
	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.		
1. ประถมศึกษา	7	1.98	0.037	0.857	0.490
2. มัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า	107	1.94	0.115		
3. อนุปริญญา ปวศ. หรือเทียบเท่า	32	1.93	0.192		
4. ปริญญาตรี	179	1.96	0.093		
5. สูงกว่าปริญญาตรี	75	1.94	0.125		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.13 พบว่าความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวม มีค่านัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.490 ซึ่งมีค่าตัวเลขต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด 0.05 จึงสรุปได้ว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับการรับรู้			F	Sig.
	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.		
1. ต่ำกว่า 5,000 บาท	82	1.94	0.104	0.460	0.838
2. 5,001 - 10,000 บาท	26	1.96	0.123		
3. 10,001 - 20,000 บาท	109	1.96	0.078		
4. 20,001 - 30,000 บาท	90	1.94	0.152		
5. 30,001 - 40,000 บาท	39	1.94	0.102		
6. 40,001 - 50,000 บาท	14	1.95	0.109		
7. มากกว่า 50,000 บาท	40	1.93	0.136		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.14 พบว่าความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวม มีค่านัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.838 ซึ่งมีค่าตัวเลขต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด 0.05 จึงสรุปได้ว่าประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

อาชีพ	ระดับการรับรู้			F	Sig.
	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.		
1. นักเรียน / นักศึกษา	90	1.94	0.106	1.880	0.113
2. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	156	1.95	0.109		
3. พนักงานบริษัท / เอกชน	84	1.92	0.154		
4. อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป/ ธุรกิจส่วนตัว	68	1.97	0.074		
5. อื่น ๆ	2	2.00	0.000		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.14 พบว่าความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวม มีค่านัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเท่ากับ 0.113 ซึ่งมีค่าตัวเลขต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด 0.05 จึงสรุปได้ว่าประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

H_0 : ลักษณะทางประชากรของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อ ภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อ ภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

ทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณา	เพศ				t	Sig. (2-tailed)
	ชาย (n=137)		หญิง (n=263)			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านเนื้อหา	4.30	0.528	4.25	0.459	0.923	0.357
2. ด้านนักแสดง	4.26	0.518	4.23	0.491	0.653	0.514
3. ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ	4.31	0.534	5.23	0.503	1.511	0.131
4. ด้านบทบรรยาย	4.31	0.520	4.28	0.499	0.490	0.625
รวมทุกด้าน	4.29	0.478	4.24	0.428	1.050	0.294

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.16 พบว่าความแตกต่างระหว่างเพศชาย และเพศหญิง กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา ด้านนักแสดง ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ และด้านบทบรรยาย ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง	F	Sig.
1. ด้านเนื้อหา	1.423	0.226
2. ด้านนักแสดง	1.700	0.149
3. ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ	2.123	0.077
4. ด้านบทบรรยาย	2.329	0.056
รวมทุกด้าน	2.127	0.077

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.16 พบว่าความแตกต่างระหว่างอายุ กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา ด้านนักแสดง ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ และด้านบทบรรยาย ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง	F	Sig.
1. ด้านเนื้อหา	4.912	0.001*
2. ด้านนักแสดง	5.263	0.000*
3. ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ	3.755	0.005*
4. ด้านบทบรรยาย	3.783	0.005*
รวมทุกด้าน	5.542	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.18 พบว่าความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา ด้านนักแสดง ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ และด้านบทบรรยาย แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เนื่องจากทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา ด้านนักแสดง ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ และด้านบทบรรยาย มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference: LSD) รายละเอียดดังแสดงในตาราง 4.19-4.23

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวมทุกด้าน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณา ใน ภาพรวมทุกด้าน	ระดับการศึกษา				
	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. หรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา ปวส. หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ระดับการศึกษา					
1. ประถมศึกษา		0.015*	0.154	0.158	0.407
2. มัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า			0.075	0.001*	0.000*
3. อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า				0.789	0.204
4. ปริญญาตรี					0.115
5. สูงกว่าปริญญาตรี					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่าความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในภาพรวมทุกด้าน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีจำนวน 3 คู่ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มระดับประถมศึกษา มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวมทุกด้าน ต่างกับกลุ่มระดับมัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า และกลุ่มระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวมทุกด้าน ต่างกับกลุ่มระดับมัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์

โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณา ในด้านเนื้อหา	ระดับการศึกษา			
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการศึกษา				
1. ประถมศึกษา		0.022*	0.181	0.203
2. มัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า			0.91	0.001*
3. อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า				0.723
4. ปริญญาตรี				
5. สูงกว่าปริญญาตรี				0.222

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่าความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีจำนวน 3 กลุ่ม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มระดับประถมศึกษา มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา ต่างกับกลุ่มระดับมัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า และกลุ่มระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา ต่างกับกลุ่มระดับมัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านเนื้อหา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านนักแสดง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณา ใน ด้านนักแสดง	ระดับการศึกษา				
	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. หรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา ปวส. หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ระดับการศึกษา					
1. ประถมศึกษา		0.025*	0.113	0.171	0.539
2. มัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า			0.285	0.004*	0.000*
3. อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า				0.486	0.48*
4. ปริญญาตรี					0.38*
5. สูงกว่าปริญญาตรี					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่าความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านนักแสดง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีจำนวน 5 กลุ่ม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มระดับประถมศึกษา มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านนักแสดง ต่างกับกลุ่มระดับมัธยมศึกษา ปวช.หรือเทียบเท่า และกลุ่มระดับปริญญาตรี มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านนักแสดง ต่างกับกลุ่มระดับมัธยมศึกษา ปวช.หรือเทียบเท่า รวมทั้งกลุ่มสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านนักแสดง ต่างกับกลุ่มระดับมัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า และปริญญาตรี ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านนักแสดง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณา ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ	ระดับการศึกษา				
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการศึกษา					
1. ประถมศึกษา		0.026*	0.203	0.164	0.347
2. มัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า			0.093	0.007*	0.001*
3. อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า				0.975	0.450
4. ปริญญาตรี					0.229
5. สูงกว่าปริญญาตรี					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.22 พบว่าความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีจำนวน 3 กลุ่ม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มระดับประถมศึกษา มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ ต่างกับกลุ่มระดับมัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า และกลุ่มระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ ต่างกับกลุ่มระดับมัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านบทบรรยาย โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณา ใน ด้านบทบรรยาย	ระดับการศึกษา				
	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช. หรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา ปวส. หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ระดับการศึกษา					
1. ประถมศึกษา		0.071	0.458	0.380	0.612
2. มัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า			0.049*	0.003*	0.001*
3. อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า				0.880	0.606
4. ปริญญาตรี					0.317
5. สูงกว่าปริญญาตรี					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านบทบรรยาย โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีจำนวน 3 กลุ่ม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มระดับมัธยมศึกษา ปวช. หรือเทียบเท่า มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านบทบรรยาย ต่างกับกลุ่มระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านบทบรรยาย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง	F	Sig.
1. ด้านเนื้อหา	1.100	0.362
2. ด้านนักแสดง	1.832	0.092
3. ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ	1.528	0.167
4. ด้านบทบรรยาย	1.555	0.159
รวมทุกด้าน	1.748	0.109

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่าความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา ด้านนักแสดง ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ และด้านบทบรรยาย ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง	F	Sig.
1. ด้านเนื้อหา	3.181	0.014*
2. ด้านนักแสดง	3.485	0.008*
3. ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ	3.527	0.008*
4. ด้านบทบรรยาย	3.884	0.004*
รวมทุกด้าน	4.111	0.003*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่าความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา ด้านนักแสดง ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ และด้านบทบรรยาย แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เนื่องจากทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา ด้านนักแสดง ด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ และด้านบทบรรยาย มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference: LSD) รายละเอียดดังแสดงในตาราง 4.26-4.30

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวมทุกด้าน โดยจำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณา ใน ภาพรวมทุกด้าน	อาชีพ				
	นักเรียน / นักศึกษา	รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท / เอกชน	อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป / ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อื่น ๆ
อาชีพ					
1. นักเรียน / นักศึกษา		0.002*	0.001*	0.450	0.404
2. รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ			0.002*	0.514	0.040*
3. พนักงานบริษัท / เอกชน				0.018*	0.904
4. อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป/ ธุรกิจส่วนตัว					0.508
5. อาชีพอื่น ๆ					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในภาพรวมทุกด้าน โดยจำแนกตามอาชีพ มีจำนวน 5 กลุ่มที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวมทุกด้าน ต่างกับกลุ่มรับราชการ / พนักงาน

รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท / เอกชน และกลุ่มรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวมทุกด้าน ต่างกับกลุ่มพนักงานบริษัท / เอกชน และอาชีพอื่น ๆ ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในภาพรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา โดยจำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณา ในด้านเนื้อหา	อาชีพ				
	นักเรียน / นักศึกษา	รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท / เอกชน	อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป / ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอื่น ๆ
อาชีพ					
1. นักเรียน / นักศึกษา		0.009*	0.015*	0.650	0.066
2. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ			0.868	0.058	0.175
3. พนักงานบริษัท / เอกชน				0.067	0.187
4. อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป/ ธุรกิจส่วนตัว					0.084
5. อาชีพอื่น ๆ					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านเนื้อหา โดยจำแนกตามอาชีพ มีจำนวน 2 กลุ่ม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา ต่างกับกลุ่มรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท / เอกชน ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านเนื้อหา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านนักแสดง โดยจำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณา ใน ด้านนักแสดง	อาชีพ				
	นักเรียน / นักศึกษา	รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท / เอกชน	อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป / ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อื่น ๆ
อาชีพ					
1. นักเรียน / นักศึกษา		0.003*	0.006*	0.571	0.718
2. รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ			0.889	0.033*	0.353
3. พนักงานบริษัท / เอกชน				0.043*	0.342
4. อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป/ ธุรกิจส่วนตัว					0.626
5. อาชีพอื่น ๆ					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.28 พบว่าความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านนักแสดง โดยจำแนกตามอาชีพ มีจำนวน 4 กลุ่มที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านนักแสดง ต่างกับกลุ่มรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท / เอกชน และกลุ่มอาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป/ ธุรกิจส่วนตัว มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านนักแสดง ต่างกับกลุ่มรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท / เอกชน ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านนักแสดง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ โดยจำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณา ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ	อาชีพ				
	นักเรียน / นักศึกษา	รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท / เอกชน	อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป / ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอื่น ๆ
อาชีพ					
1. นักเรียน / นักศึกษา		0.008*	0.001*	0.398	0.272
2. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ			0.266	0.133	0.544
3. พนักงานบริษัท / เอกชน				0.024*	0.695
4. อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป/ ธุรกิจส่วนตัว					0.365
5. อาชีพอื่น ๆ					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.29 พบว่าความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ โดยจำแนกตามอาชีพ มีจำนวน 3 คู่ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ ต่างกับกลุ่มรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท / เอกชน และกลุ่มพนักงานบริษัท / เอกชน มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ ต่างกับกลุ่มอาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป / ธุรกิจส่วนตัว ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านบทบรรยาย โดยจำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณา ใน ด้านบทบรรยาย	อาชีพ				
	นักเรียน / นักศึกษา	รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท / เอกชน	อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป / ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อื่น ๆ
อาชีพ					
1. นักเรียน / นักศึกษา		0.003*	0.001*	0.396	0.764
2. รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ			0.337	0.076	0.801
3. พนักงานบริษัท / เอกชน				0.018*	0.665
4. อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป/ ธุรกิจส่วนตัว					0.913
5. อาชีพอื่น ๆ					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.30 พบว่าความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านบทบรรยาย โดยจำแนกตามอาชีพ มีจำนวน 3 กลุ่มที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านบทบรรยาย ต่างกับกลุ่มรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท / เอกชน และกลุ่มพนักงานบริษัท / เอกชน มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านบทบรรยาย ต่างกับกลุ่มอาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป / ธุรกิจส่วนตัว ส่วนกลุ่มอื่น ๆ มีทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึงในด้านบทบรรยาย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05