

การเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการในการรับชมรายการ  
ทางสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ของผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรี

นางสาวปริศนา ดอกแก้ว

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชา  
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2561

**Exposure to, Satisfaction with and Demand for Television Programs on MONO  
29 Channel of Pakkred District Residents, Nonthaburi Province**

**Miss Prissana Dokkaew**




Independent Study Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements for  
the Degree of Master of Communication Arts  
School of Communication Arts  
Sukhothai Thammathirat Open University  
2018


ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการในการรับชมรายการทาง  
สถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ของผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรี  
ชื่อและนามสกุล นางสาวปริสณา ดอกแก้ว  
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี ชินนาลอง)

  
.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์

**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** การเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการในการรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ของผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

**ผู้ศึกษา** นางสาวปรีศนา ดอกแก้ว **รหัสนักศึกษา** 2591500018 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร **ปีการศึกษา** 2561

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับและความพึงพอใจในการรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ของประชาชนอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี 2) ความต้องการในการรับชมรายการแต่ละประเภทของสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ของประชาชนอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือประชาชนในเขตอำเภอปาก-เกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ เวลาในการรับชมส่วนมากคือช่วงค่ำ โดยใช้เวลาในการรับชม 1-2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่รับชมกับสมาชิกในครอบครัว มีลักษณะการชมคือ ตั้งใจชมโดยมีการเปลี่ยนช่องบ้างแล้วกลับมาชมช่องเดิม กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในการรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ทั้งด้านเนื้อหาและคุณภาพของภาพและเสียงอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ระบุว่า การรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกกระโลงใจ ผ่อนคลาย ความตึงเครียดจากชีวิตประจำวัน 2) สำหรับประเภทของรายการที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการรับชมมากที่สุดได้แก่ ภาพยนตร์ / ซีรีส์ หนังสือนวนิยาย รองลงมาคือรายการประเภทวิทยาศาสตร์สืบสวน และรายการประเภทข่าว

**คำสำคัญ** การเปิดรับ ความพึงพอใจ ความต้องการ สถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29

**Independent Study title:** Exposure to, Satisfaction with and Demand for Television Programs on MONO 29 Channel of Pakkred District Residents, Nonthaburi Province

**Researcher:** Miss Prissana Dokkaew; **ID:** 2591500018;

**Degree:** Master of Communication Arts;

**Independent Study advisor:** Dr. Bussaba Suteethorn, Associate Professor

**Academic year:** 2018

### Abstract

The objectives of this research were to study 1) exposure to and satisfaction with television programs on MONO 29 Channel; residents of Pak Kred District, Nonthaburi Provinces' of and 2) their demand for television programs on MONO 29 Channel.

The research applied survey method, using questionnaire to collect data. The sample population was 400 residents of Pak Kred District, Nonthaburi Province, chosen through multi-stage sampling. Furthermore, data was statistically analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t test and ANOVA.

The results showed that 1) Most of the survey respondents watched MONO 29 channel 3 or 4 times a week, most often at night, for 1-2 hours a time. They usually watched with family members and normally paid attention to the program and changed the channel sometimes but came back to the same channel. The survey showed the respondents' high level of satisfaction with the content and the video and audio quality of MONO 29 channel. The respondents said watching MONO 29 made them feel relaxed and helped them de-stress. 2) The respondents had the greatest demand for action movies and series, followed by science/investigation programs and comedy programs.

**Keywords:** Media Exposure, Satisfaction, Demand, MONO 29

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร. บุญบา สุธีธร อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไข และติดตามการทำสารนิพนธ์ตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี ชินนาทอง ที่สละเวลาร่วมเป็นกรรมการสอบและให้คำแนะนำในการดำเนินการวิจัยจนแล้วเสร็จ

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถาม ให้คำแนะนำ ปรับปรุงแก้ไข และเพิ่มเติมแบบสอบถามให้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

คุณประโยชน์และคุณค่าจากความรู้ที่ได้ในการทำสารนิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขออุทิศเพื่อตอบแทนคุณบิดามารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณ

ปริสณา ดอกแก้ว

เมษายน 2562



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	5
ปัญหาการวิจัย .....	5
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	6
สมมติฐานการวิจัย .....	6
ขอบเขตการวิจัย .....	6
คำนิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	9
ทฤษฎีพฤติกรรมกรการเปิดรับข่าวสาร .....	9
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ .....	13
ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ .....	17
แนวคิดเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ .....	19
แผนการดำเนินธุรกิจของช่องโมโน 29 .....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	24
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	28
ตัวแปรในการวิจัย .....	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	31
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล .....	32
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	33

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	34
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง .....	34
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการเปิดรับชมรายการ โทรทัศน์ช่องโมโน 29.....	37
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ ในการรับชมช่องโมโน 29.....	40
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความต้องการในการรับชม รายการประเภทต่างๆของช่องโมโน29.....	46
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน .....	47
ตอนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	91
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	92
สรุปการวิจัย .....	92
อภิปรายผล .....	95
ข้อเสนอแนะ .....	99
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	104
แบบสอบถาม.....	105
ประวัติผู้ศึกษา.....	111



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 ผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.....	30
ตารางที่ 4.1 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ .....	34
ตารางที่ 4.2 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ .....	35
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา .....	35
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ .....	36
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน .....	36
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับชมรายการของช่อง โม โน 29 ต่อสัปดาห์.....	37
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่อง โม โน 29.....	37
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาในการรับชมรายการของช่อง โม โน 29.....	38
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับช่อง โม โน 29.....	38
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตาม ดูช่อง โม โน 29 กับใคร.....	39
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่อง โม โน 29.....	39
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่อง โม โน 29 ภาพรวม.....	40
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่อง โม โน 29 ของคุณภาพรายการข่าว (ด้านเนื้อหารายการ).....	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.14	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ ในการรับชมช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการข่าว (ด้านลักษณะการนำเสนอ).....	41
ตารางที่ 4.15	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ ในการรับชมช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการข่าว (ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร).....	42
ตารางที่ 4.16	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ ในการรับชมช่องโมโน 29 ด้านคุณภาพรายการข่าว (คุณภาพของภาพ และเสียงในการออกอากาศ).....	43
ตารางที่ 4.17	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ ในการรับชมช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการบันเทิง /ซีรี่ส์ /ภาพยนตร์ (ด้านเนื้อหารายการ).....	43
ตารางที่ 4.18	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ ในการรับชมช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการบันเทิง /ซีรี่ส์ /ภาพยนตร์ (ด้านลักษณะการนำเสนอ).....	44
ตารางที่ 4.19	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ ในการรับชม ช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการบันเทิง /ซีรี่ส์ /ภาพยนตร์ (ด้านการดำเนินรายการ/องค์ประกอบรายการ).....	45
ตารางที่ 4.20	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชม ช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการบันเทิง /ซีรี่ส์ /ภาพยนตร์ ด้านคุณภาพของภาพ และเสียงในการออกอากาศ.....	45
ตารางที่ 4.21	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชม ช่องโมโน 29 ด้านการตอบสนองต่อการรับชม.....	46
ตารางที่ 4.22	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความต้องการประเภท รายการช่องโมโน 29.....	46
ตารางที่ 4.23	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับชมรายการ ของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์ .....	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการ ของช่องโมโน 29.....	48
ตารางที่ 4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเวลาในการรับชมรายการ ของช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง.....	48
ตารางที่ 4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับ ช่องโมโน 29.....	48
ตารางที่ 4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการดูช่อง โม โน 29 กับผู้ใด.....	49
ตารางที่ 4.28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับลักษณะการดูโทรทัศน์ ช่องโมโน 29.....	49
ตารางที่ 4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการรับชมรายการ ของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์.....	50
ตารางที่ 4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการ ของช่องโมโน 29.....	50
ตารางที่ 4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเวลาในการรับชมรายการ ของช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง.....	51
ตารางที่ 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับ ช่องโมโน 29.....	52
ตารางที่ 4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการดูช่อง โม โน 29 กับผู้ใด.....	52
ตารางที่ 4.34 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29.....	53
ตารางที่ 4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับชมรายการ ของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์.....	54
ตารางที่ 4.36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายกา ของช่องโมโน 29.....	55
ตารางที่ 4.37 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเวลาในการรับชม รายการของช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง.....	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.38 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29.....	57
ตารางที่ 4.39 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการดูช่องโมโน 29 กับผู้ใด.....	58
ตารางที่ 4.40 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับลักษณะการดูโทรทัศน์ ช่องโมโน 29.....	59
ตารางที่ 4.41 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน-โน 29 ต่อสัปดาห์.....	60
ตารางที่ 4.42 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน-โน 29.....	61
ตารางที่ 4.43 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง.....	62
ตารางที่ 4.44 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับช่องโมโน 29.....	63
ตารางที่ 4.45 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการดูช่องโมโน 29 กับผู้ใด.....	64
ตารางที่ 4.46 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับลักษณะการดูโทรทัศน์ ช่องโมโน 29.....	65
ตารางที่ 4.47 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์.....	66
ตารางที่ 4.48 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29.....	67
ตารางที่ 4.49 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเวลาในการรับชมรายการของ ช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง.....	68
ตารางที่ 4.50 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่อง โมโน 29 .....	69
ตารางที่ 4.51 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการดูช่องโม โน 29 กับผู้ใด.....	70

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.52 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29.....	71
ตารางที่ 4.53 สรุปสมมติฐานที่ 1 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กันตามลักษณะทางประชากร.....	72
ตารางที่ 4.54 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 จำแนกตามเพศ.....	73
ตารางที่ 4.55 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 จำแนกตามอายุ.....	73
ตารางที่ 4.56 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	75
ตารางที่ 4.57 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 จำแนกตามระดับการศึกษา.....	76
ตารางที่ 4.58 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	77
ตารางที่ 4.59 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 จำแนกตามอาชีพ.....	78
ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 จำแนกตามรายได้.....	80
ตารางที่ 4.61 ผลสรุปสมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างตามลักษณะทางประชากร.....	82
ตารางที่ 4.62 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ จำแนกตามเพศ.....	84
ตารางที่ 4.63 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ จำแนกตามอายุ.....	85
ตารางที่ 4.64 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่าง ๆ ของช่องโมโน 29 ประเภทรายการ โรแมนติก กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	86
ตารางที่ 4.65 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	87
ตารางที่ 4.66 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ จำแนกตามอาชีพ.....	88

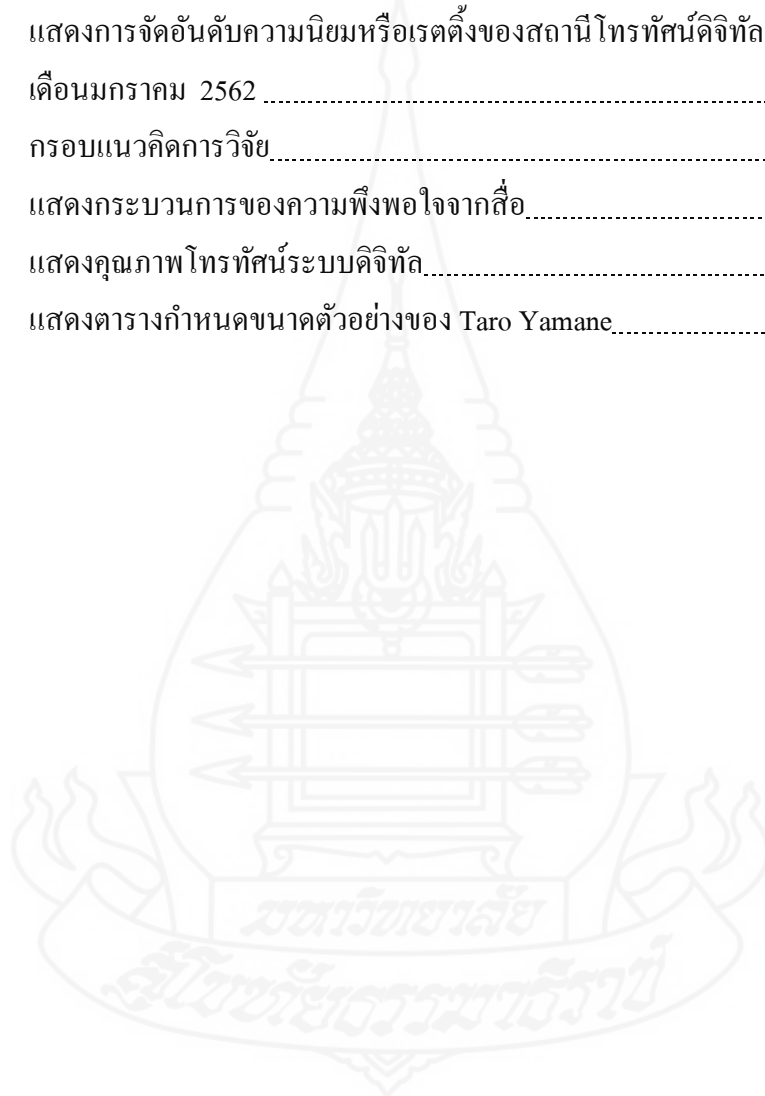
## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.67 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ จำแนกตามรายได้.....	89
ตารางที่ 4.68 สรุปสมมติฐานที่ 3 ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างตามลักษณะทางประชากร.....	90
ตารางที่ 4.69 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	91



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงลำดับเลขช่องรายการประเภทธุรกิจของโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลไทย.....	1
ภาพที่ 1.2 สัญลักษณ์ของสถานีโทรศัพท์ช่องโมโน 29.....	2
ภาพที่ 1.3 แสดงการจัดอันดับความนิยมหรือเรตติ้งของสถานีโทรศัพท์ดิจิทัลประจำสัปดาห์ เดือนมกราคม 2562 .....	4
ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
ภาพที่ 2.1 แสดงกระบวนการของความพึงพอใจจากสื่อ.....	15
ภาพที่ 2.2 แสดงคุณภาพโทรศัพท์ระบบดิจิทัล.....	20
ภาพที่ 3.1 แสดงตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane.....	29



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากนโยบายการเปลี่ยนผ่านระบบการรับ-ส่งสัญญาณ โทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก (Analog) มาเป็นดิจิทัล (Digital) ตามประกาศของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เกิดช่องรายการ โทรทัศน์ถึง 48 ช่อง ในโทรทัศน์ระบบดิจิทัล และเป็นช่องรายการธุรกิจที่มีสัดส่วนเป็นกึ่งหนึ่งของช่องโทรทัศน์ดิจิทัล ทั้งหมด 24 จากเดิมที่มีอยู่เพียง 4 ช่อง เกิดการเพิ่มขึ้นของช่องรายการอย่างก้าวกระโดด

ช่อง ทีวีดิจิทัล											
ช่อง SD			ช่อง HD								
1		ททบ.5	16		ทีเอ็นเอ็น	23		เวิร์กพลาซ่า ทีวี	30		อสมท HD
2		สทท.11	17		ทีเอชวี (ทีวีชุด)	24		ทรู4ยู	31		จีเอ็มเอ็ม วัน HD (นทรม)
3		ไทยพีบีเอส	18		นิว ทีวี (เสฉินเวสต์)	25		จีเอ็มเอ็ม 25 (นทรม)	32		ไทยรัฐ ทีวี HD
4		ไทยพีบีเอส เด็ก	19		สปริงนิวส์	26		นาว ทีวี (นทรม)	33		ช่อง3 HD
13		ช่อง3 แฟมิลี เด็ก	20		ไบรท์ ทีวี	27		ช่อง8 (นทรม)	34		อมรินทร์ ทีวี HD
14		อสมท เด็ก	21		วอยซ์ ทีวี	28		ช่อง3 SD	35		ช่อง7 HD
15		โลกา (ทีวีชุด) เด็ก	22		เนชั่น	29		โมโน ทีวี	36		พีพี ทีวี HD

ภาพที่ 1.1 แสดงลำดับเลขช่องรายการประเภทธุรกิจของโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลไทย

ที่มา: สำนักข่าวอิศรา, (2559)



การเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัลในประเทศไทยก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ชมมากมายทั้งให้ด้านการเปิดประสบการณ์การรับชม ผู้ชมเองได้มีโอกาสเลือกสรรสิ่งใหม่ๆให้กับตนเอง ทำให้สามารถเลือกรับชมช่องต่างๆได้มากกว่าเดิม แต่ในด้านผลประโยชน์การ ณ ปัจจุบัน การขาดทุนสะสมกลับกลายมาเป็นประสบการณ์ร่วมของผู้ประกอบการช่องโทรทัศน์ดิจิทัลเหล่านี้ เพราะต้นทุนของการเข้าสู่การประกอบกิจการด้วยวิธีการประมูล ได้ก่อภาระหนักสำหรับผู้ประกอบการหลายรายที่สายป่านไม่ยาวพอ หรือคาดคิดถึงผลตอบแทนจากโทรทัศน์ดิจิทัล มีเพียงไม่กี่รายที่มีผลประกอบการเป็นบวก กลุ่มที่เจอวิกฤติหนักมากๆ ก็มีวิธีบริหารจัดการแตกต่างกันไป ตั้งแต่ลดพนักงาน ลดค่าใช้จ่าย ขยายหุ้นให้นักลงทุนใหม่เพื่อสร้างสภาพคล่อง ไปจนถึงปิดตัวไปแน่นอนว่าจำนวนช่องที่เพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวทำให้เกิดการแข่งขันชิงบโฆษณาซึ่งเป็นรายได้หลักของสื่อ เพราะน่าจะเป็นจำนวนที่สูงและก้าวกระโดดมากเกิน ไปจากของเดิมที่มีอยู่เพียง 4 ช่องที่พึ่งพิงรายได้จากการโฆษณา

ช่องโมโน29เป็นอีกช่องโทรทัศน์ที่ชนะการประมูลสัญญาณออกอากาศโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ในประเภทช่องวาไรตี้ ภาพคมชัดปกติ (Standard Definition: SD) ผลิตโดยกลุ่มโมโน ซึ่งมีชื่อเสียงมาจากการจัดทำเว็บไซต์เอ็มไทย แต่ยังไม่เคยประกอบธุรกิจด้านโทรทัศน์มาก่อนทำให้ถูกจับตามองจากกลุ่มธุรกิจเดียวกัน เนื้อหาในการนำเสนอประกอบด้วยรายการข่าว 30% และอีก 70% คือรายการบันเทิงภาพยนตร์และละครชุดหรือซีรีส์จากต่างประเทศโดยเป็นเอกลักษณ์เด่นและเป็นจุดแข็งที่สร้างความแตกต่างและสร้างการจดจำแก่ผู้ชมด้วยสโลแกน “หนังดี ซีรีส์ดัง”

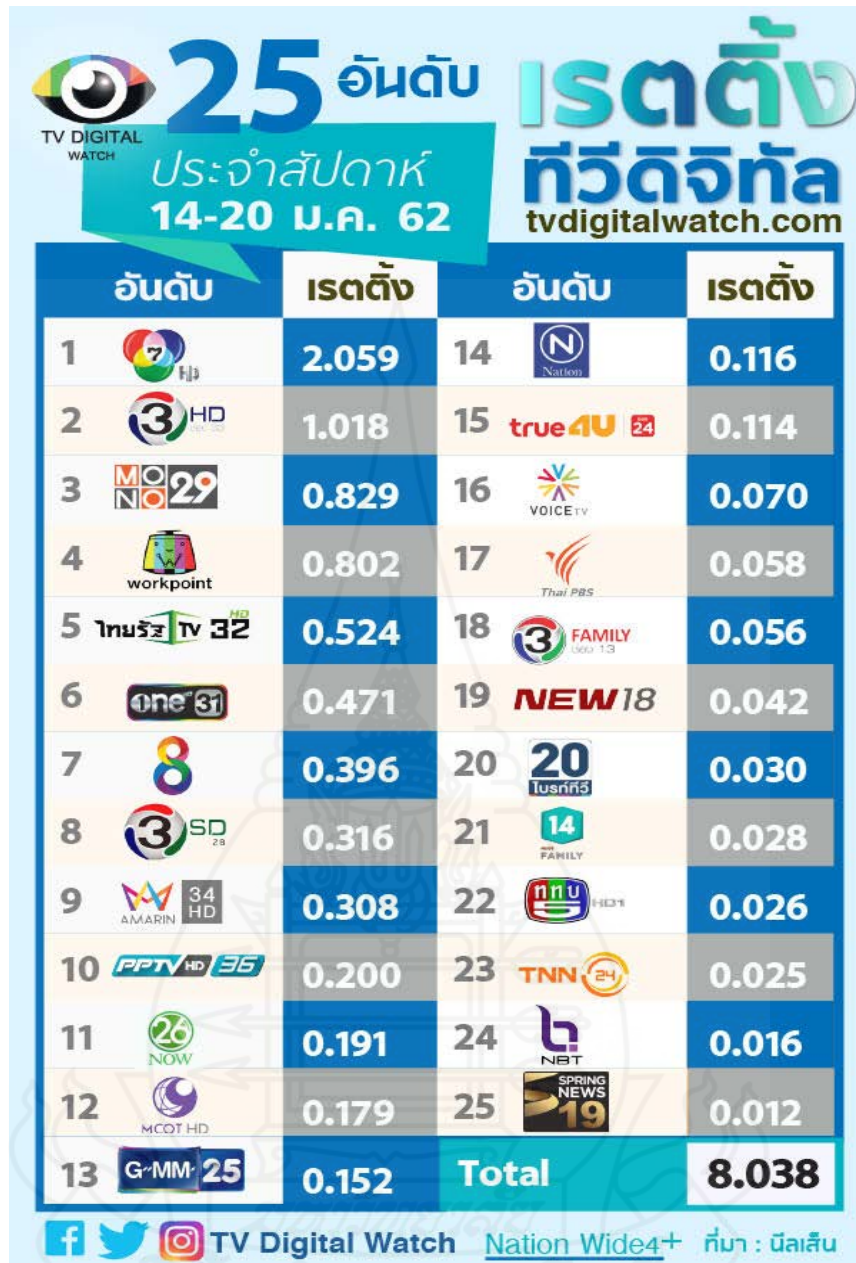


ภาพที่ 1.2 สัญลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29

ที่มา: โมโนกรุ๊ป, (2557)

ปัจจุบันช่องโมโน 29 มีอัตราความนิยมที่เรียกว่าเรตติ้งขึ้นเป็นอันดับที่ 3 จากทั้งหมด 24 ช่อง ของโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลช่องแรกที่มีเรตติ้งเป็นอันดับที่ 3 โดยอันดับที่ 1 และ 2 เป็นช่องรายการที่อยู่ในระบบแอนะล็อกมาก่อน แต่อุตสาหกรรมนี้มีขึ้นมีลงเพราะเรตติ้งขึ้นอยู่กับผู้ชม พฤติกรรมการรับชมของผู้ชม ความพึงพอใจในการรับชมและความต้องการของผู้ชมซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อย่างที่ผู้ประกอบการ โทรทัศน์ทรานส์มัลติมีเดียหลักของสื่อโทรทัศน์คือผู้ชมที่ถูกจัดไว้ในรูปของ เรตติ้งหรือจำนวนคนดูรายการใด รายการหนึ่งหรือช่องรายการใดช่องหนึ่ง ณ เวลานั้นหรือในภาพรวม ส่วนเนื้อหาเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อดึงดูดคนดูให้ได้มากที่สุด เพื่อทางช่องหรือสถานีจะสามารถขายโฆษณาตามอัตราของเรตติ้งให้กับเจ้าของสินค้าและบริการได้





ภาพที่ 1.3 แสดงการจัดอันดับความนิยมหรือเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลประจำสัปดาห์ของเดือนมกราคม 2562

ที่มา: ทีวีดิจิทัล, (2562)

เรตติ้งเป็นกลไกที่สำคัญที่สุดในธุรกิจสื่อโทรทัศน์วัดจากความนิยมจากจำนวนคนดูรายการโทรทัศน์ ถ้ารายการใดคนดูมากรายการนั้นก็จะได้รับการสนับสนุน โฆษณาจากนักลงทุน ซึ่งงบประมาณเป็นรายได้หลักของธุรกิจโทรทัศน์ การที่จะทำให้รายการนั้นๆมีคนดูมากได้ประการสำคัญคือความพึงพอใจของผู้ชมต่อการรับชมเป็นสิ่งสำคัญที่ควรศึกษา

สถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 นับเป็นสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลที่เกิดใหม่แต่ได้รับความนิมอย่างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่เพิ่งเริ่มธุรกิจประเภทเดียวกัน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ทั้งในด้านคุณภาพรายการ ด้านองค์ประกอบการนำเสนอของรายการและด้านการตอบสนองต่อความต้องการในการรับชม เพื่อเป็นกรณีศึกษาสำหรับสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ได้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ ตลอดจนสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 เองจะได้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาสถานีให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับและความพึงพอใจในการรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่องโม-โน 29 ของประชาชนอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี

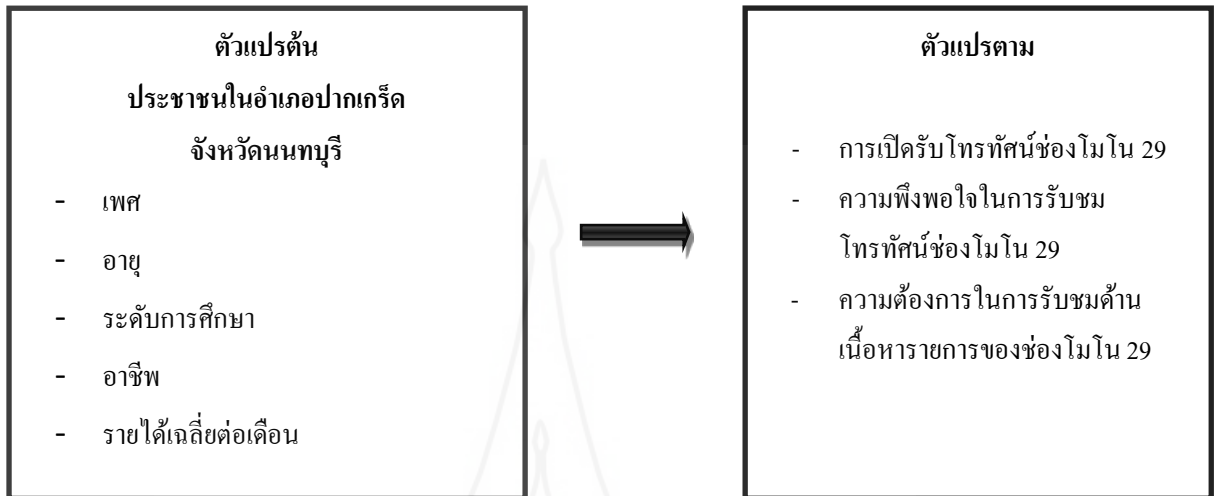
2.2 เพื่อศึกษาความต้องการในการรับชมรายการแต่ละประเภทของสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ของประชาชนอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

## 3. ปัญหาการวิจัย

3.1 ผู้ชมมีการเปิดรับรับชมโทรทัศน์ช่องโมโน 29 อย่างไรและมีความพึงพอใจต่อการรับชมโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มากน้อยเพียงไร

3.2 ผู้ชมมีความต้องการด้านประเภทรายการและเนื้อหาในการนำเสนอของช่องโมโน 29 อย่างไรและชื่นชอบรายการและเนื้อหาประเภทไหนมากที่สุด

#### 4. กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 5. สมมติฐานในการวิจัย

5.1 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร

5.2 ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

5.3 ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

#### 6. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ว่าอิสระ เรื่อง การเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการในการรับชมของผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่มีต่อรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

## 6.1 ขอบเขตด้านประชากร

ศึกษาประชากร ได้แก่ประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นย่านที่กำลังเติบโต เป็นอำเภอที่รองรับการขยายตัวเป็นที่พักอาศัย อุตสาหกรรม ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล ชูเปอร์มาร์เก็ต และหน่วยงานราชการส่วนกลางและมีความหลากหลายทางลักษณะประชากร ความหนาแน่นของประชากรเฉลี่ยต่อพื้นที่เท่ากับ 5,251 คนต่อตารางกิโลเมตร

## 7. คำนิยามศัพท์เฉพาะ

**7.1 การเปิดรับชม** หมายถึง ลักษณะการเปิดรับชมรายการจากสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ประกอบด้วย ความถี่ในการรับชมต่อสัปดาห์, ช่วงเวลาที่เปิดรับชม, ระยะเวลาในการรับชมแต่ละครั้ง, ประเภทสื่อที่ใช้ในการรับชม, รับชมร่วมกับบุคคลใด, และลักษณะพฤติกรรมการชมโทรทัศน์

**7.2 ลักษณะทางประชากร** หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนของประชาชนในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

**7.3 ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความรู้สึกพอใจ ซึ่งชอบในการรับชมช่องโมโน 29 การมีทัศนคติที่ดีในการรับชมช่องโมโน 29 ของประชาชนอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรีประกอบด้วย

**7.3.1 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของรายการ** หมายถึงระดับความรู้สึกที่ผู้ชมได้รับจากการรับชมช่องโมโน 29 ประกอบด้วย ความพึงพอใจในลักษณะการนำเสนอ เนื้อหารายการ การดำเนินรายการ คุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ

**7.3.2 ความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการในการรับชม** หมายถึงระดับความรู้สึกที่ผู้ชมได้รับจากการรับชมช่องโมโน 29 ประกอบด้วย ความพึงพอใจในการตอบสนองด้านความรู้จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ด้านอารมณ์สนุกสนานผ่อนคลาย ด้านสังคม คือการมีเรื่องสนทนากับผู้อื่นได้

**7.4 ความต้องการ** หมายถึง ความต้องการรับชมช่องโมโน29ของประชาชนอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรีในด้านของประเภทรายการต่างๆ ประกอบด้วย รายการข่าว, รายการบันเทิง, เกมส์โชว์, ภาพยนตร์ ซีรีส์ (บู๊แอคชั่น, โรแมนติก, ขำขัน, สยองขวัญ)

## 8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการของสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

8.2 เพื่อพัฒนาการนำเสนอรายการของช่องโมโน 29 ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมสามารถนำมาสู่เรตติ้งที่สูงขึ้น



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการในการรับชมของผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่มีต่อรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
3. ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
4. แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัล
5. แผนการดำเนินธุรกิจของช่องโมโน 29
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยอื่นที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรคแม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยอื่นแต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยอื่นเหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน

ข้อมูลข่าวสารต่างๆ จึงถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของมนุษย์ในการทำกิจกรรมต่างๆ มนุษย์จะมีความต้องการข่าวสารมากขึ้นเมื่อไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจอีกทั้งข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ที่เปิดรับสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ในปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

**1.1 ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร** (กาญจนา แก้วเทพ, 2552, น.63) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารดังนี้

**1.1.1 การแสวงหาข้อมูล** (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้อยคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป



1) การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจ หรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะกำลังดูโทรทัศน์หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะให้ความสนใจใส่ดูเป็นพิเศษ

2) การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

Klapper, J.T (อ้างถึงใน กุลธิดา สินอนันต์, 2553, น. 14) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ชั้นตามลำดับต่อไปนี้

การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่ง เลือกเปิดโทรทัศน์สถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะในความชำนาญการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนจะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้หรือความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วเพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาธรรมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวังแรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจไม่เห็นด้วยหรือเรื่องที่ขัดแย้ง คำนับกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากเพื่อนำไปใช้เป็น

ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้ เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจ

Wilbur Schramm (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541) กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่ได้ (Promise of reward) อยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสาร ดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสาระประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้นอาจมีสาเหตุอื่น ๆ อีกเช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

**1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคล (ปรมะ สตะเวทิน, 2541, น. 122-124) ได้ระบุไว้ดังนี้**

**1.2.1 ความต้องการ (Need)** เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดหนึ่งปัจจัยในกระบวนการเลือกของมนุษย์ มนุษย์มีความต้องการทุกอย่างทั้งความต้องการทางกายและใจ ซึ่งมีทั้งความต้องการระดับสูงและต่ำที่เป็นเกณฑ์กำหนดในการเลือก มนุษย์จะเลือกตอบสนองต่อความต้องการเพื่อให้ได้มาซึ่งข่าวสารที่ต้องการ เพื่อให้เกิดการยอมรับในสังคม เพื่อแสดงรสนิยม และเพื่อความพึงพอใจ เป็นต้น

**1.2.2 ทศนคติและค่านิยม (Attitude and Values)** เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการเลือกใช้สื่อ การคัดเลือกรับข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

**1.2.3 เป้าหมาย (Goal)** มนุษย์ทุกคนมีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การพักผ่อน การทำกิจกรรมต่างๆที่กำหนดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การคัดเลือกรับข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ เพื่อตอบสนองเป้าหมายของแต่ละคน

**1.2.4 ความสามารถ (Capability)** ความสามารถของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมไปถึงภาษา มีอิทธิพลต่อการจะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บข่าวสารนั้นไว้

**1.2.5 การใช้ประโยชน์ (Utility)** บุคคลจะให้ความสนใจ และพยายามที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้

**1.2.6 รูปแบบในการสื่อสาร (Communication Style)** การเป็นผู้รับสารนั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับรูปแบบในการสื่อสารคือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท

**1.2.7 สถานะ (Context)** สถานะในที่นี้คือ บุคคล เวลา สถานที่ที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสารนั้น สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการเลือกของผู้รับสาร

**1.2.8 ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit)** ผู้รับสารแต่ละคนจะพัฒนานิสัย การรับสารจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของตนเอง โดยจะพัฒนาความชอบสื่อ หรือรายการ ชนิดใดชนิดหนึ่ง ดังนั้นบุคคลจึงเลือกใช้สื่อ สนใจ ตีความหมาย และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

นอกจากนั้น ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับ ข่าวสารของบุคคลดังนี้

- 1) ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
- 2) การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
- 3) ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
- 4) การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
- 5) ความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน
- 6) บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้ำหนัก และพฤติกรรมของผู้รับสาร
- 7) อารมณ์สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
- 8) ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

### 1.3 ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อกับลักษณะทางประชากร

การเปิดรับสื่อ ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และรายได้ โดยผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจในการ รับชม โทรทัศน์แตกต่างกันไปด้วย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะ

ทางประชากรศาสตร์เพื่อทำความเข้าใจความเกี่ยวข้องระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อ มีรายละเอียดดังนี้ (อ้างถึงใน นันทสิทธิ์ แก้วทิพนเตร, 2555)

**1.3.1 อายุ** พบว่าในวัยเด็กจะดูโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นๆและจะใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อความบันเทิง เช่น การ์ตูน วัยรุ่นและวัยหนุ่มสาวจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง โดยจะฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์ และเมื่อถึงช่วงอายุ40ปีขึ้นไปปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น

**1.3.2 เพศ** พบว่ามีความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชาย คือเพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายหากดูโทรทัศน์มักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา

**1.3.3 ระดับการศึกษา** พบว่าการศึกษามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรซึ่งเกี่ยวข้องกับการเปิดรับโทรทัศน์ ซึ่งคอนสตันต์และคณะ อธิบายว่าการเลือกเปิดรับโทรทัศน์และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเปิดรับข่าวสารและเรื่องเกี่ยวกับสาธารณสุขและมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านบันเทิงจากสื่อ

**1.3.4 รายได้** พบว่ามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับโทรทัศน์ โดยพบว่าผู้มีรายได้สูงมักเปิดรับสื่อโทรทัศน์และเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง

## 2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลกับผู้รับสารเสมอไป ผู้รับสารต่างหากที่เป็นตัวกำหนดอิทธิพลของข่าวสารถ้าผู้รับข่าวสารไม่แสวงหา ไม่เปิดรับข่าวสารหรือไม่ใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ข่าวสารนั้นก็ไม่มีผลอะไรกับผู้รับสาร ข่าวสารนั้นจะมีอิทธิพลหรือมีผลก็ต่อเมื่อผู้รับสารเปิดรับ หรือใช้ข่าวสารนั้นเพื่อสนองความพึงพอใจของตน เช่น เพื่อเป็นคนทันสมัย เพื่อความรอบรู้หรือเพื่อความบันเทิง โดยผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกป้อนข่าวสาร หรือเฉื่อยชาคอยแต่รับข่าวสาร (Passive Audience) เท่านั้น แต่เป็นผู้มีความกระตือรือร้น (Active Audience) มีบทบาทในการแสวงหา หลีกเลียง หรือทำการเลือกสรรที่จะเปิดรับข่าวสารต่างๆตามความพึงพอใจของตนเอง (พีระ จิระ โสภณ, 2557, น. 82) ทฤษฎีนี้ยังตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า บุคคลจะเลือกใช้สื่อแตกต่างกันเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน การเลือกใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารใดเป็นพฤติกรรมที่ถูกชักจูงใจให้เชื่อว่า สื่อนั้นจะทำหน้าที่ได้ตามที่ผู้ใช้สื่อแต่ละคนต้องการ นอกจากนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้น

จะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวกับความต้องการทุกด้านของมนุษย์แต่อาจมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการข้อมูลข่าวสารบางอย่าง หรือเพื่อชดเชยบางสิ่งที่ขาดหายไปและหาไม่ได้ในขณะนั้น

พฤติกรรมกรรมการรับสารของมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เอง ที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม หรือเมื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาให้ระบบชีวิตของตนเองอยู่ได้อย่างปกติ ดังนั้น ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ นั้นจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อหรือผู้รับสาร แรงจูงใจที่จะเลือกเปิดรับข่าวสาร เช่นเดียวกับผู้ชมรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลก็ต้องการแสวงหาสื่อที่มาช่วยตอบสนองความต้องการของตน โดยอาจเลือกเปิดรับชมจากปัจจัยต่างๆของรายการ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหารายการ รูปแบบรายการ ประเภทของรายการ ผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ เหล่านี้ล้วนมีส่วนในการตัดสินใจ ทั้งยังมีความต้องการใช้สื่อ เพื่อไปเติมเต็มในชีวิต เช่น ต้องการรับรู้ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์หรือเพื่อต้องการมีเรื่องสนทนากับผู้อื่นเป็นต้น อย่างไรก็ตามในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ นั้น ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งจากสื่อก่อน จึงจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นได้

แคทซ์, 1973 (อ้างถึงใน พิระ จิระ โสภณ, 2557) ได้แบ่งกลุ่มความต้องการ ดังนี้

Cognitive Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความรู้ ข่าวสาร ความรู้และความเข้าใจในตัวบุคคลเหตุการณ์หรือสิ่งต่างๆ

Affective Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความพึงพอใจหรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์รวมทั้งในเรื่องของความสวยงามหรือศิลปะต่าง ๆ

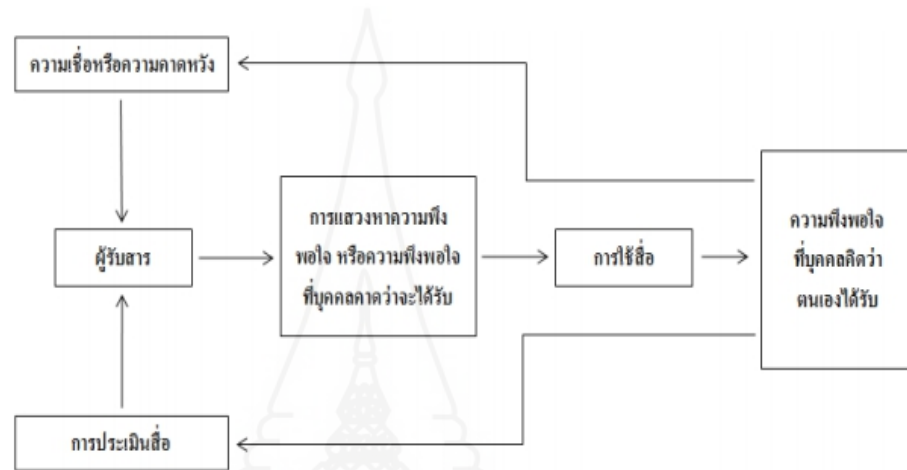
Personal Integrative Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อจะได้รับความเชื่อถือความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ

Social Integrative Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับกับครอบครัวและในสังคม กลุ่มเพื่อน

Escape Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลีกเลี่ยงหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

จากแนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจดังกล่าว ได้มีการศึกษา เพื่อขยายขอบเขตการให้คำอธิบายเกี่ยวกับตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่บุคคลคิดว่าคิดว่าตัวเองได้รับ อีก 2 ตัวแปรคือ ความคาดหวังและความพึงพอใจจากสื่อ โดยให้คำอธิบายเกี่ยวกับทั้ง 2 ตัวแปร ดังต่อไปนี้

2.1 ความคาดหวัง (Expectation) ได้แก่การตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีหน้าที่หรือคุณสมบัติเฉพาะตัว หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อก็คือความเชื่อของบุคคลที่เชื่อว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจแก่ตน และเป็นแรงจูงใจให้บุคคลเปิดรับสื่อ นั้น ปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn, 1985, p.26



ภาพที่ 2.1 แสดงกระบวนการของความพึงพอใจจากสื่อ

ที่มา: อ่างถึงใน พิมพ์ลอย ปัจฉัยโย , (2551) ได้ร่วมกันศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจ และได้สร้างแบบจำลองขึ้นมา เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ตามแนวคิดนี้ เรียกว่า Expectancy Value ซึ่งมีรูปแบบจำลอง ดังนี้

จากภาพจะเห็นได้ว่าการแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อเกิดจากความคาดหวังและการประเมินค่าในตัวสื่อการแสวงหาความพึงพอใจจะนำไปสู่การเปิดรับ การใช้สื่อทำให้เกิดความพึงพอใจที่บุคคลได้รับหรือเชื่อว่าได้รับแล้วส่งผลย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อถือ หรือความคาดหวังเดิมที่มีอยู่ของบุคคลกับคุณสมบัติของสื่อหรือเนื้อหาของสื่อที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ (Gratification Related Attributes) ซึ่งเป็นผลของความต้องการและค่านิยมของแต่ละบุคคลเช่น หากบุคคลประเมินค่าข่าวสารข้อมูลในทางบวกและคาดว่าโทรทัศน์สามารถให้ข่าวสารข้อมูลเช่นนั้นบุคคลจะมีความเคลื่อนไหวเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ดังกล่าวผ่านสื่อโทรทัศน์เป็นต้น บุคคลผู้หนึ่งมีความต้องการตามสภาวะจิตใจและสังคม เช่น ถ้าต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่นในสังคม และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงประเมินสื่อแต่ละ

ประเภทนั้น ว่าน่าจะให้ข่าวสารเขาได้จากนั้นจึงเกิดการแสวงหาความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่า จะได้รับนำไปสู่การเลือกใช้สื่อ โดยการเลือกดูข่าวจากรายการโทรทัศน์ที่น่าเชื่อถือ แบบจำลองการ ใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อความพึงพอใจนั้นได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารจากสื่อมวลชนและการ ใช้สื่อมวลชนโดย ปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อ การเลือกบริโภคสื่อ นั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเองแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ และความต้องการใช้ประโยชน์ จากสื่อมวลชนเพื่อมาสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผล ที่ต่างกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเลือกเปิดรับสารที่กล่าวถึงอิทธิพลต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือก แสวงหาข่าวสารเพื่อมาสนองความต้องการของผู้รับสาร ที่มีพฤติกรรมใช้สื่อ เพื่อบรรลุเป้าหมาย ด้านความพึงพอใจ ซึ่งเป็นจุดประสงค์หลักของการเปิดรับข่าวสาร

**2.2 ความพึงพอใจจากสื่อ (Gratification)** สามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็น ด้วยกัน คือ

**2.2.1 ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought)** เป็นการมอง ในแง่ผลจากความเชื่อหรือความคาดหวังของบุคคล ตลอดจนการประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจ ที่สื่อจะพึงให้ได้อันเป็นแรงจูงใจและผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาประเภทต่างๆ นักทฤษฎีหลายท่านเรียกความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อที่นั้นอีกอย่างหนึ่งว่า ความพึงพอใจ ที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ (Perceived Gratification Obtained)

**2.2.2 ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained)** เป็นการมอง ในแง่ผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งจะย้อนกลับไป สนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงตามความเชื่อมั่นเมื่อกล่าวถึง ความพึงพอใจจากสื่อสามารถสรุปความ หมายความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่ออันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลนั้นเปิดรับชมสื่อ ด้วยเนื้อหาประเภทต่างๆ ซึ่งในประเด็นนี้จะเน้นสาเหตุที่ทำให้บุคคลเปิดรับชมสื่อเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจมาใช้อธิบายแรงจูงใจ ปัจจัยที่มีผลให้บุคคลเลือกรับชมรายการ และยังสามารถ อธิบายถึงพฤติกรรมการรับชมรายการร่วมกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (มนัสนันท์ อภิรมย์จิตร, 2554, น. 23-27) กล่าวได้ว่าผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายในการรับข่าวสาร เกิดขึ้นภายในใจ ก่อนรับข่าวสาร เช่น ความชื่นชอบในรูปแบบรายการ เนื้อหาในการนำเสนอ ความรวดเร็ว ความบันเทิงผ่อนคลาย แล้วเกิดเป็นแรงจูงใจในการรับชมรายการ จนเกิดความพึง พอใจตามมาในที่สุด

ผู้วิจัยนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการความพึงพอใจมาใช้เป็นกรอบ ในการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการในการรับชมของผู้ชมในเขตอำเภอ ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่มีต่อรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29” โดยเมื่อผู้รับสาร

มีจุดมุ่งหมายต่อสิ่งใดในใจผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อและการได้รับประโยชน์และความพึงพอใจตามมานั้นมักจะมีจุดมุ่งหมายจากระสนิยมหรือความชอบส่วนตัว ทั้งในด้านองค์ประกอบต่างๆของรายการอาทิเช่น ประเภทรายการ เนื้อหารายการ การดำเนินรายการ และคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ

### 3. ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาถึงขนาดหรือจำนวนของคนที่อยู่ในแต่ละสังคม ภูมิภาค และระดับโลก รวมทั้งศึกษาถึง โครงสร้าง การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลง โดยทั่วไปของประชากร

องค์ประกอบของประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณลักษณะของประชากรในด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ ที่อยู่อาศัย สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ เชื้อชาติ ภาษาและศาสนา เป็นต้น องค์ประกอบด้านอายุและเพศ เป็นองค์ประกอบหรือคุณลักษณะขั้นพื้นฐานของประชากรที่จัดว่ามีความสำคัญกว่าองค์ประกอบด้านอื่นๆ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การเกิด การตาย และการย้ายถิ่น อันเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านขนาด องค์ประกอบ และการกระจายตัวประชากร โดยองค์ประกอบของประชากรศาสตร์ สามารถแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ได้ดังนี้ (ปรเม สตะเวทิน, 2540, น.113)

**3.1 อายุ** อายุ นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกัน ในความคิดและพฤติกรรมโดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อย มักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ใจร้อนแถมมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มียามาก ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนอายุน้อยเนื่องจากเคยผ่านปัญหาต่างๆตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าลักษณะการใช้สื่อมวลชนของเด็กและวัยรุ่น เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เด็กวัยรุ่นมักนิยมฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์ สำหรับวัยผู้ใหญ่เน้นการเปิดรับโทรทัศน์วิทยุและหนังสือพิมพ์มีมากพอๆกัน แต่พออายุ 40 ปี ขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลงแต่การดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีเวลาว่างมากขึ้น ซึ่งเมื่อมีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆมากกว่าเพื่อความบันเทิง

**3.2 เพศ** จากการวิจัยจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิดค่านิยม และทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของผู้หญิงและผู้ชายไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน และมักจะถูกชักจูงใจ ได้ง่ายกว่าผู้ชาย พฤติกรรม



การเปิดรับสื่อเพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์มากกว่าเพศชายโดยนิยมดูรายการละคร เพศชายจะนิยมดูรายการข่าวและกีฬา และเด็กวัยรุ่นชายจะนิยมดูภาพยนตร์สงครามและจารกรรมที่สุดในขณะที่เด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้ำวหน้ามากที่สุด

**3.3 การศึกษา** การศึกษาวิจัยหลายเรื่องชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจในข่าวสารกว้างขวางแต่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆจะต้องมีเหตุผลสนับสนุน

**3.4 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ** จากการวิจัยพบว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจอาชีพ รายได้เชื้อชาติและภูมิหลังของครอบครัว ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกันพบว่าสังคมอเมริกันผู้ที่มีรายได้สูง มักนิยมเปิดรับสื่อโทรทัศน์และนิยมเนื้อหาที่เป็นข่าวหนักไม่ค่อยสนใจข่าวบันเทิงพบว่าคนที่มีฐานะดีและการศึกษาสูงจะรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด

**3.5 ศาสนา** ศาสนามีส่วนเกี่ยวข้องกับคน และกิจกรรมในชีวิตของคนตลอดชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย ในระยะเริ่มต้นเด็กได้รับอิทธิพลทางศาสนาผ่านทางพ่อแม่โดยการอบรมสั่งสอนและปลูกฝังความคิดของพ่อแม่ ต่อมาก็ได้รับอิทธิพลทางศาสนาผ่านทางโรงเรียน โดยการศึกษาเล่าเรียนตามหลักสูตรและการปฏิบัติในพิธีกรรมต่างๆในการดำเนินชีวิตของตน ศาสนามีอิทธิพลต่อความคิดคนอย่างน้อย 3 ด้าน ได้แก่ 1) อิทธิพลต่อทัศนคติ 2) ด้านศีลธรรม คุณธรรม 3) ความเชื่อทางจรรยาบรรณ จะเห็นได้ว่าคนที่นับถือศาสนาต่างกันจะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป

แนวความคิดนี้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะเป็นตัวกำหนดให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ต่างกัน ความพึงพอใจและความต้องการก็จะแตกต่างกันไปตามลักษณะทางกายภาพ การศึกษา และสถานภาพทางสังคมลักษณะทางประชากรจากที่กล่าวมานี้สรุปได้ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน คือ เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจที่แตกต่างกันไป

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้ศึกษาได้นำลักษณะด้านประชากรมาใช้ในการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของประชาชนในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่มีผลต่อการเปิดรับความพึงพอใจและความต้องการในการรับชมโทรทัศน์ช่อง โม โน 29

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

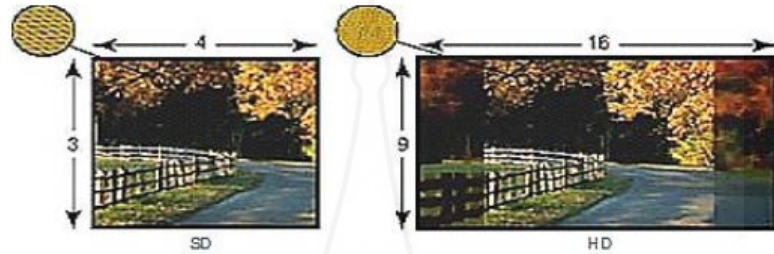
ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาทุกภาคส่วนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมหลากหลายบริบทในสังคมไทยเป็นตัวบ่งชี้ว่า ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีดิจิทัลจะเห็นได้จากการเริ่มกระบวนการเปลี่ยนผ่านจากระบบทีวีแอนะล็อกไปสู่ดิจิทัลทีวี ตลอดจนพฤติกรรมผู้บริโภคเทคโนโลยีสื่อสารของคนในปัจจุบัน และมีการประมาณการว่าภายใน 1-2 ปีสื่อดิจิทัลจะครอบคลุมถึงร้อยละ 80 ของการสื่อสารทั้งหมด เมื่อโทรทัศน์เปลี่ยนไปสู่ระบบดิจิทัลจะส่งผลให้ผู้ชมมีช่องรายการในการรับชมมากขึ้น สามารถครอบคลุมพื้นที่ในการรับสัญญาณและลดการรบกวนของคลื่นความถี่ ส่งผลให้ภาพมีคุณภาพคมชัด และมีเสียงที่ชัดเจนมากขึ้น อีกทั้งยังมีการพัฒนาเนื้อหา รูปแบบให้หลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลทุกชนชั้นในสังคมดิจิทัลทีวี (Digital Broadcasting) เป็นระบบโทรทัศน์ที่มีการรับ และส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล กล่าวคือ มีการเปลี่ยนสัญญาณภาพและสัญญาณเสียงเป็นรหัสสัญญาณโทรทัศน์ ในขณะที่เครื่องรับโทรทัศน์ที่บ้านของผู้รับบริการจะแปลงสัญญาณดิจิทัลที่ส่งมาจากสถานีส่งสัญญาณโทรทัศน์กลับมาเป็นสัญญาณภาพและสัญญาณเสียงเพื่อให้เครื่องรับโทรทัศน์สามารถแสดงผลเป็นภาพและเสียงที่ส่งมาได้ นอกจากนี้ ดิจิทัลทีวียังมีคุณภาพของสัญญาณที่ดีขึ้นภาพจะคมชัดเสมอ อัตราการถูกรบกวนน้อย ไม่มีคลื่นแทรก หรือการสะท้อน รวมไปถึงการรับชมที่ชัดเจนแม้ขณะอยู่ในพาหนะเคลื่อนที่หรือการรับชมผ่านอุปกรณ์สมัยใหม่ เช่น Smart Phone หรือ Smart TV

##### 4.1 ประโยชน์ของดิจิทัลทีวี

กระบวนการเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์จากระบบแอนะล็อกไปสู่โทรทัศน์ดิจิทัล (Digital Television) จะส่งผลทรัพยากรคลื่นความถี่มีจำนวนมากและมีประสิทธิภาพมากขึ้น กล่าวคือ การส่งสัญญาณโทรทัศน์แบบแอนะล็อกในหนึ่งช่องรายการ ต้องใช้ช่วงคลื่นความถี่กว้าง (8MHz) แต่การส่งสัญญาณโทรทัศน์แบบดิจิทัล จะใช้เทคนิคการบีบอัดสัญญาณ (Digital Compression) ทำให้ใน 1 ช่วงคลื่นความถี่เดียวกันสามารถส่งสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลได้ 10-16 ช่องรายการสำหรับมาตรฐานความคมชัดปกติ (Standard Definition, SD) หรือช่องรายการที่มีมาตรฐาน ความคมชัดสูง (High Definition, HD) จำนวน 3-4 ช่องรายการ (ประกายกาวิล ศรีจินดา, 2558)

การปรับเปลี่ยนจากโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกเข้าสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลจะทำให้ประชาชนได้รับชมโทรทัศน์ด้วยคุณภาพสัญญาณที่ดีขึ้นทั้งในระบบ SD และสามารถพัฒนาให้แพร่ภาพได้ในระบบความคมชัดสูง HD การเข้ารหัสสัญญาณดิจิทัลจะทำให้สามารถแก้ไข

สัญญาณรบกวนได้ง่าย ตลอดจนสามารถใช้เทคนิคสมัยใหม่ในการปรับปรุงคุณภาพสัญญาณ นอกจากนี้ผู้รับบริการสามารถรับชมโทรทัศน์ด้วยอัตราส่วนภาพแบบ Widescreen คือ สามารถรับชมภาพได้เต็มจอทีวีตามต้นฉบับ ตามตัวอย่างในภาพ



ภาพที่ 2.2 แสดงคุณภาพโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

การมีจำนวนช่องโทรทัศน์ที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้สามารถให้บริการเนื้อหาที่หลากหลาย เพิ่มทางเลือกให้กับผู้ชม จากเดิมจะมีจำนวนช่องโทรทัศน์เพียง 6 ช่องรายการในระบบแอนะล็อก ก็จะสามารถเพิ่มมากขึ้นเป็น 48 ช่องรายการในระบบดิจิทัล ภายหลังจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลเสร็จสิ้นสมบูรณ์ จะมีบริการโทรทัศน์สาธารณะและโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งสามารถตอบสนองกับชีวิตสังคมสมัยใหม่ที่มีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มากขึ้น โทรทัศน์ระบบดิจิทัลยังสามารถรองรับบริการมัลติมีเดียที่ทันสมัย ส่งผลให้ผู้ชมสามารถรับบริการที่หลากหลาย เช่น บริการเสริมลักษณะโต้ตอบ (Interactive) เช่น VDO on-Demand, โทรทัศน์เคลื่อนที่ (Mobile TV) Smart TV และ Internet TV เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นผู้ชมจะมีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร สะดวกรวดเร็วจากบริการใหม่ ๆ อาทิ Data broadcasting, Emergency warnings ฯลฯ นอกจากนี้ การที่มีช่องรายการใหม่จำนวนมากจะก่อให้เกิดการแข่งขันการสร้างรายการที่มีเนื้อหารายการที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ มีคุณภาพ เกิดการพัฒนาในกิจการโทรทัศน์เพิ่มทักษะ ข้อมูลความรู้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนและสังคม อีกทั้งการปรับเปลี่ยนโทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัล สามารถช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้โดยตรง ในเรื่องของการลงทุนในโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัล การผลิตอุปกรณ์เครื่องรับโทรทัศน์ และการพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น เนื้อหารายการ (Content) และบริการแบบใหม่ ๆ (Interactive Services) เป็นมาตรฐานเดียวกับประเทศอื่น ๆ ส่งผลให้เกิดการยอมรับจากต่างชาติและการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัลที่วิจากต่างประเทศนอกจากนี้ โทรทัศน์ระบบดิจิทัลยังช่วยในการประหยัดพลังงานของประเทศ เนื่องจากเครื่องส่งและเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจะใช้พลังงานไฟฟ้าน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการส่งในระบบ

แอนะล็อกเดิม อีกทั้งยังเป็นการนำเอาทรัพยากรคลื่นความถี่ที่มีอยู่อย่างจำกัดไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นด้วยการปรับเปลี่ยนระบบโทรทัศน์เป็นดิจิทัลทีวีจึงส่งผลต่อผู้ชมในหลายด้าน ดังนี้ (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์, 2557)

**4.1.1 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมดิจิทัลทีวี** ผู้ชมจะมีทางเลือกในการรับชมที่หลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่มีเพียง 6 ช่อง จะเพิ่มเป็น 48 ช่อง (24 ช่องธุรกิจ, 12 ช่องสาธารณะ, 12 ช่องชุมชน) โดยการแข่งขันที่มากขึ้นนี้ ทำให้ผู้ชมสามารถเลือกชมรายการที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างง่ายดาย หากการเปลี่ยนจากระบบแอนะล็อกมาเป็นดิจิทัลทีวีมีความล่าช้า ผู้ชมก็ไม่สามารถที่จะรับชมช่องที่มีสาระประโยชน์ หรือทีวีสาธารณะได้ ทางเลือกของผู้ชมอาจเหลือเพียงแค่ช่องทีวีที่เกิดขึ้นเพื่อธุรกิจ ซึ่งอาจจะมึเนื้อหาที่มีสาระประโยชน์น้อย

**4.1.2 ด้านประโยชน์ต่อผู้ประกอบการช่องทีวี** การเปลี่ยนจากระบบแอนะล็อกมาเป็นดิจิทัลทีวีส่งผลให้มีการประหยัดค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ เนื่องจากช่วงเวลาในระหว่างการเปลี่ยนแปลงจะต้องมีการออกอากาศคู่ขนานไปด้วยกัน ระหว่างระบบแอนะล็อกและระบบดิจิทัล จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น ระบบดิจิทัลทีวียังมีค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าไฟฟ้าต่ำลงอย่างมาก

**4.1.3 ด้านประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ** การเปลี่ยนจากระบบแอนะล็อกมาเป็นดิจิทัลทีวีทำให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลทีวี เกิดการจ้างงานส่งผลต่อการเติบโตของตลาดแรงงานในระยะยาว นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการลงทุนที่เพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง โดยสหภาพยุโรปได้ทำการศึกษาแล้วว่า การเปลี่ยนโทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัลนั้นจะสามารถเพิ่ม Gross- Domestic Product (GDP) ได้ถึง 5% และยังสามารถส่งเสริมและเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเสรีภายใต้กรอบกติกาที่เท่าเทียมกัน โดยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่ สามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดได้ ระบบสัมปทานคลื่นความถี่จะไม่ถูกผูกขาดอีกต่อไป ส่งผลให้ผู้ผลิตรายการมีการแข่งขันกันพัฒนาเนื้อหาและปรับปรุงคุณภาพของรายการ เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้ชมมากขึ้น ผู้ชมก็จะมีทางเลือกในการรับชมเนื้อหาที่หลากหลายตามไปด้วย

## 4.2 ข้อดีของระบบดิจิทัลทีวี

**4.2.1 ระบบ ดิจิทัลมีระบบการบีบอัดสัญญาณ (Digital Compression)** ทำให้สามารถส่งรายการต่อช่องได้มากขึ้น จากเดิม 1 ช่องส่งได้ 1 รายการ แต่ระบบดิจิทัล 1 ช่องจะสามารถส่งได้ถึง 4-6 รายการทางภาคพื้นดิน และ 8-10 รายการทางดาวเทียม

**4.2.2 สามารถให้บริการเสริมอื่น ๆ ได้** (ในกรณีที่กฎหมายอนุญาต)

**4.2.3 สามารถรับชมขณะอยู่ในพาหนะเคลื่อนที่ได้** เช่น รับโทรทัศน์บนรถยนต์ได้

**4.2.4 สามารถให้บริการฟรี (Free to Air)** หรือบริการเก็บค่าสมาชิกได้

**4.2.5 ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อรายการลดลง** (จากเดิม 1 ช่องส่งได้ 1 รายการ)

**4.2.6 ระบบดิจิทัล สามารถพัฒนาให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นได้** เพื่อรองรับเทคโนโลยีในการส่งและรับโทรทัศน์ในอนาคตได้เช่น โทรทัศน์จอกว้าง (WIDE SCREEN) โทรทัศน์ความคมชัดสูง (HDTV) ในขณะที่ระบบอะนาล็อกไม่สามารถพัฒนาประสิทธิภาพได้

#### 4.2.7 ประหยัดพลังงาน

**4.2.8 ดิจิทัลทีวีมีช่องรายการมากกว่าระบบแอนะล็อก** ทำให้เกิดการเติบโตและการแข่งขันทางธุรกิจ ที่ไม่ได้ผูกขาดกับเจ้าหนึ่งเจ้าใดอีกต่อไป

**4.2.9 คุณภาพในการรับชมดีขึ้น** ไม่มีเงา การรบกวนน้อย เพราะถ้าจะรับได้ชัดก็ชัดเลย แต่ถ้าอยู่ในที่รับไม่ชัดก็จะรับไม่ได้

### 4.3 ข้อเสียของระบบดิจิทัลทีวี

**4.3.1 การควบคุมคุณภาพของช่องรายการ** ดิจิทัลทีวีมีช่องรายการจำนวนมาก อาจจะเป็นปัญหาในการควบคุมคุณภาพของช่องรายการได้

**4.3.2 เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตรายการโทรทัศน์** จำนวนช่องที่เพิ่มมากขึ้นหลายเท่าตัว แต่จำนวนผู้ชมโทรทัศน์เท่าเดิมทำให้ผู้ชม มีทางเลือกในการรับชมเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ รวมถึงการลงทุนในดิจิทัลทีวีที่ต้องใช้งบประมาณสูง ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการประมูล ระบบการผลิตรายการ รวมไปถึงระบบการแพร่ภาพ

**4.3.3 จำนวนช่องที่เพิ่มขึ้น แต่จำนวนผู้ชมโทรทัศน์เท่าเดิม** เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ซึ่งเป็นรายได้หลักของโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นระบบแอนะล็อกหรือดิจิทัลทีวี นั่นคือ ค่าโฆษณา

**4.3.4 ปัญหาการเชื่อมต่อสัญญาณดิจิทัลทีวี** ผู้ชมส่วนใหญ่ยังใช้โทรทัศน์รุ่นเก่า ทำให้มีผลต่อการเชื่อมต่อสัญญาณดิจิทัลทีวี โดยสัดส่วนของภาพไม่สามารถเข้ากันกับทีวีรุ่นเก่าได้ ทำให้เสียบรรยากาศในการรับชม

โทรทัศน์ดิจิทัลเป็นการส่งสัญญาณภาพและเสียงในระบบดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งส่งผลให้ผู้ชมได้รับประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น ภาพและเสียงมีคุณภาพสูงขึ้น มีช่องรายการในการรับชมมากจากช่องจำนวน 6 ช่อง เพิ่มขึ้นเป็น 36 ช่องรายการ รวมทั้งยังสร้างประโยชน์ให้กับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย เช่น ประหยัดพลังงานในการส่งสัญญาณลดสภาพกึ่งผูกขาดของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย สร้างมาตรฐานการรับชมในระดับสากลและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนภายในประเทศ

### 4.4 สถานการณ์ดิจิทัลทีวีในปัจจุบัน

ปัจจุบันทีวีดิจิทัลไม่เพียงแต่ต้องเผชิญกับปัจจัยภายนอก ทั้งสถานการณ์แข่งขันจำนวนผู้ชมที่ลดลงจากพฤติกรรมคนที่เปลี่ยนไปให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น ทำให้

Content ในโลกออนไลน์มาแย่งชิงเวลาผู้ชม ส่งผลให้เรตติ้งทุกช่องลดลง ปัจจุบันหลายช่องเริ่มที่จะปรุงแต่งปรับเปลี่ยน Content ต่างๆ เพื่อแย่งชิงเรตติ้งให้มาอยู่ในมือของตัวเองมากที่สุด เพื่อเรียกเม็ดเงินโฆษณาจากแบรนด์สินค้า อีกทั้งปัจจัยภายใน ทั้งเรื่องต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากหลาย ๆ ด้าน ทำให้โจทย์ของการอยู่รอดจึงยากขึ้นอีก

ต้นเหตุของปัญหาการขาดทุนของทีวีดิจิทัลหลักๆ อยู่ที่ การตั้งต้นราคาประมูลที่สูงเกินไปโดยไม่คำนึงถึงเม็ดเงินโฆษณาและสภาพของเศรษฐกิจประเทศ สิ่งที่แตกต่างกันในอดีต คือ จำนวนช่องทีวีที่เพิ่มขึ้นจาก 5-6 ช่องเป็น 20 กว่าช่อง ในขณะที่เม็ดเงินโฆษณาลดลงจากเดิมหรืออย่างมากก็เท่าเดิม ไม่ว่าจะแก้ไขปัญหาวางไรก็ยังคงขาดทุน เพราะต้นทุนที่สูงเกินไป ในอนาคตมีแนวโน้มว่าประชากรจะใช้สื่อทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันอยู่ที่ร้อยละ 70 คนดูทีวีจากโทรทัศน์เหลือแค่ประมาณร้อยละ 30 ในอนาคตระบบ 5G เปิดให้บริการก็ยิ่งทำให้ธุรกิจทีวีดิจิทัลเข้าขั้นวิกฤติ รวมทั้งแรงงานที่ทำงาน ในอุตสาหกรรมสื่อทั้งหลายจะตกงานแบบสะสมจากปัจจุบันถึงอนาคต

## 5. แผนการดำเนินธุรกิจของช่องโมโน 29

ปัจจุบันช่องโมโน 29 ถือเป็นธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัท โมโน และกำลังก้าวสู่ปีที่ 5 แม้จะดำเนินธุรกิจทีวีดิจิทัลมาในช่วงเวลาไม่นานนัก ก็สามารถก้าวขึ้นมาเป็นอันดับ 3 ของช่องฟรีทีวีทั้งหมด ด้วยทิศทางช่องที่ชัดเจนตั้งแต่วันแรกที่ออกอากาศ ในการเป็นช่อง “ฟรีทีวีที่มีหนังดี ซีรีส์ดัง มากที่สุด” นำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพจากทั้งในและต่างประเทศ และวางเป้าหมายด้านเรตติ้งเพื่อขยับสู่อันดับที่ 2 ของช่องที่มีผู้ชมนิยมมากที่สุด รวมถึงมีส่วนแบ่งทางการตลาด 5 - 10 % ของมูลค่ารวมของตลาดโฆษณาผ่านสื่อทีวีในปัจจุบัน จากปี 2561 ทำรายได้รวมราว 2,500 ล้านบาท และในอีก 3 ปีข้างหน้าตั้งเป้าหมายเพิ่มรายได้ถึง 5,000 ล้านบาท ซึ่งในปีต่อๆ ไป กลุ่มบริษัท โมโนมีการเตรียมกลยุทธ์และการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อผลักดันเรตติ้งให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายในระยะยาวของบริษัทคือการเป็นผู้นำตลาดในธุรกิจสื่อและการให้บริการเนื้อหา จึงสร้างแนวคิด “Universe of Entertainment” ให้มีความสำคัญกับเนื้อหาประเภทริช คอนเทนต์ (Rich Content) ที่มีคุณภาพ ทั้ง ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว ผ่านสื่อบันเทิงรูปแบบต่างๆ ซึ่งต้องเพิ่มเงินลงทุนในการสรรหาหนังดี ซีรีส์ดังจากต่างประเทศ รวมถึงการใช้กลยุทธ์การบริหารคอนเทนต์ (Content Leverage) เป็นแนวทางสำคัญ เนื่องจากการจัดการคอนเทนต์ใด ๆ นั้น บริษัทสามารถบริหาร งบการผลิต งบการตลาด และรายได้รวม ตั้งแต่ต้นจนจบทำให้คอนเทนต์สามารถใช้

ประโยชน์ได้หลายช่องทาง ทั้งการฉายในโรงภาพยนตร์ ฉายผ่านช่อง โมโน 29 ผ่านแอปพลิเคชัน Monomax หรือขายลิขสิทธิ์ไปยังต่างประเทศ

สถานีโทรทัศน์โมโน 29 ได้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรทางการค้ากับสตูดิโอใหญ่ระดับโลก (Major Studio) หลายแห่ง ได้แก่ Warner Bros., Walt Disney, Universal, Paramount, Sony, CBS โดยภาพยนตร์และซีรีส์จากสตูดิโอต่างประเทศเหล่านี้ จะเป็นสัดส่วนหลักถึง 70% ของคอนเทนต์ที่ลงช่องทั้งหมด ผู้ชมสามารถรับชมได้ทางฟรีทีวี มีการทำสัญญาซื้อขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ที่พิเศษกว่าที่อื่น ในลักษณะที่เป็น First Premiere หรือการได้ออกอากาศทางโทรทัศน์บนช่องฟรีทีวีเป็นที่แรกบนช่องโมโน 29 ตามเงื่อนไขของลิขสิทธิ์ การสร้างพฤติกรรมให้ผู้ชมติดตามชมช่องโมโน 29 ในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ วันหยุดยาว (นักขัตฤกษ์) ด้วยกลยุทธ์การฉายแบบ Movie Pack เป็นการจัดภาพยนตร์ภาคต่อมาฉายแบบต่อเนื่องทุกวันทุกภาค ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ชมเพิ่มขึ้นอย่างมาก อีกทั้งยังคงพัฒนาซีรีส์ไทยที่เน้นคุณภาพสนองความต้องการของผู้ชมอย่างต่อเนื่อง ส่วนกลุ่มเป้าหมายผู้ชมนั้น มีอายุเฉลี่ย 30 ปี สัดส่วนผู้ชมชายและหญิงใกล้เคียงกัน

นอกจากนี้ บริษัทยังคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้ชม โดยมีการวิเคราะห์ผังรายการ และการคัดเลือกคอนเทนต์ โดยเริ่มมีการใช้ระบบประมวลผลอัตโนมัติตามผลการตอบรับของผู้ชม ทำให้สามารถจัดสรรคอนเทนต์มาลงช่องในแต่ละรอบวันและเวลาได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น บริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน). (2561). รายงานประจำปี 2561. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2562, จากเว็บไซต์ [https://www.mono.co.th/wp-content/uploads/2019/03/MONO\\_AR\\_18\\_TH.pdf](https://www.mono.co.th/wp-content/uploads/2019/03/MONO_AR_18_TH.pdf)

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จตุวดี จิตประพันธ์ (2556) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวเช้ารายการเรื่องเล่าเช้านี้ ช่อง 3 มากที่สุด มีความถี่ในการชมบ่อยมาก (4-5 ครั้ง/สัปดาห์) ใช้เวลาในการรับชมรายการ 30 นาที – 1 ชั่วโมง โดยรับชมเฉพาะเนื้อหาหรือข่าวที่ชื่นชอบ และรับชมที่บ้าน / ที่พัก ส่วนเหตุผลที่เลือกรับชมรายการข่าวเช้าเนื่องจากชอบรูปแบบของรายการในแต่ละช่วง และมีความน่าเชื่อถือ สำหรับข่าวที่ชื่นชอบมากที่สุด คือข่าวอาชญากรรม อีกทั้งยังชอบรูปแบบการนำเสนอข่าวในลักษณะแบบเกาะติดสถานการณ์เสมอตลอดจนชอบผู้ดำเนินรายการหรือผู้ประกาศข่าวที่เล่าข่าวแบบเป็นกันเอง ไม่นำไปสู่ความขัดแย้งในสังคม นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับชมรายการข่าวเช้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเลือกรับชมรายการข่าวเช้า เนื่องจากองค์ประกอบ ด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าวมากที่สุดและเลือก

รับชมรายการข่าวเช้าเนื่องจากองค์ประกอบด้านวิธีการนำเสนอที่น้อยที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบของรายการข่าวเช้าที่ต้องการมากที่สุดคือ รูปแบบการคุยข่าว ควรเข้าใจง่าย และนำเสนอข่าวที่ถูกต้อง กระชับ รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ เพราะการดูข่าวเช้า เพื่อให้รู้ว่าวันนี้มีเหตุการณ์อะไรบ้างที่เกิดขึ้น และจะต้องเตรียมตัวอย่างไร รองลงมาควรนำเสนอข่าวที่หลากหลายทั้งอาชญากรรม บันเทิง เศรษฐกิจ ฯลฯ ที่เป็นเรื่องใกล้ตัว ทำให้นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ได้ รูปแบบการคุยข่าวเช้าไม่ควรที่จะวิเคราะห์เชิงลึก เพราะเวลาเช้าถือเป็นเวลาที่คนส่วนใหญ่ จะเตรียมตัวออกจากบ้านเพื่อไปทำงาน หรือเรียนหนังสือ อีกทั้งควรนำเสนอข่าวให้เป็นกลาง มากกว่าปัจจุบัน แสดงบทบาทหน้าที่อย่างเป็นกลางมีประสิทธิภาพมากกว่าปัจจุบัน

ชนาพร พิทยานุรักษ์ (2557) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมรายการละครวิทยุโทรทัศน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่รับชมรายการทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 3 (TV 3) วันละ 3- 5 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 20.30-22.30 น. โดยชมรายการเพียงคนเดียวและชมรายการทุกวัน โดยชอบรายการประเภทตลก ขบขัน และได้นำความรู้พร้อมการจดจำเนื้อหาจากรายการละครวิทยุโทรทัศน์มาวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งมีผลต่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้รับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ เนื่องมาจากชื่นชอบดารานักแสดง ความบันเทิง และผ่อนคลาย ความตึงเครียด ในขณะที่ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านสภาพแวดล้อมมีความสำคัญในระดับปานกลาง เพศ คณะที่ศึกษาและภูมิลำเนาของนักศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมละครวิทยุโทรทัศน์ ส่วนอายุของนักศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมละครวิทยุโทรทัศน์แต่อย่างใด

ชนาเนตร สิทธิโกษีย์ (2558) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อโขนนา ช่อง MONO29 จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อโขนนาช่อง Mono 29 นั้น สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ปัจจัย ได้แก่ การเติบโตของลูกค้า ซึ่งหมายถึงการขยายกิจการ การซื้อต่อกิจการ หรือการควบรวมกิจการ เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าทางการตลาด อีกทั้งยังเป็นการขยายฐานธุรกิจออกไป เพื่อเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้มีจำนวนมากยิ่งขึ้น ปัจจัยต่อมาคือ การขายเสื้อแบบเหมารวม ทั้งนี้ถ้ามองในแง่ของธุรกิจ ถือว่าเป็นผลดีกับทุกฝ่ายเพราะการขายเสื้อแบบเหมารวม นั้น เป็นการขายเสื้อในจำนวนมากให้แก่ผู้ซื้อ ทำให้ผู้ซื้อก็ได้ราคาเสื้อที่ถูกกลงกว่าปกติ ข้อสุดท้าย คือ การเป็นที่ปรึกษาทางด้านการสื่อสารนั้นเนื่องจากความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของผู้บริโภค ในการเสพเสื้อจากช่องทางต่างๆทำให้ผู้วางแผน และผู้ซื้อเสื้อต้องมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข้อมูลใหม่ๆเพื่อนำเสนอลูกค้าตลอดเวลานอกจากนี้ ความพึงพอใจของผู้วางแผนเสื้อโขนนาและผู้ซื้อเสื้อโขนนาที่มีต่อช่อง Mono 29 นั้น สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึง คอนเทนต์ของช่องที่เป็นซีรีส์และภาพยนตร์ ที่ทำให้ช่อง Mono 29 มีจุดยืน



ที่แตกต่างจากช่องทีวีดิจิทัลทั้งหมด นับว่าเป็นทางเลือกใหม่ที่ที่น่าสนใจให้ผู้บริโภคอีกด้วย อีกทั้งในส่วนของการคัดเลือกซีรีส์และภาพยนตร์นั้นเป็นเรื่องที่รู้จัก และได้รับความนิยมนจากผู้รับชม ทำให้เรตติ้งช่องดีขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ในเรื่องของราคาอัตราค่าโฆษณานั้นก็มีความสอดคล้องเหมาะสมกับเรตติ้ง ประกอบกับการให้มูลค่าเพิ่มของสินค้าจึงทำให้ช่อง Mono29 เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจลำดับต้นๆ ของผู้วางสื่อ และผู้ซื้อสื่อ โฆษณา อีกทั้งยังมีเรื่องของการส่งเสริมการขายที่ทางช่องเองมีการจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ให้กับทางลูกค้า รวมไปถึงการทำการประชาสัมพันธ์ช่องทางทางสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และสื่อบิลบอร์ดอีกด้วย

พรชัย แผ่นชัยภูมิ (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับชม และความพึงพอใจรายการ คืบข่าวครบประเด็นของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า (1) ความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมรายการ พบว่า อายุ สถานภาพสมรส รายได้ แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการและระยะเวลาในการรับชมรายการแตกต่างกัน อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ แตกต่างกันมีผลต่อลักษณะการรับชมแตกต่างกัน เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน (2) ความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการรับชมรายการ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจด้านรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ การนำเสนอรายการ ด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน (3) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมรายการกับความพึงพอใจต่อการรับชมรายการ พบว่า ความถี่ในการรับชมรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ด้านเนื้อหารายการ การนำเสนอรายการ และคุณสมบัติผู้ดำเนินรายการ ระยะเวลาในการรับชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ และการนำเสนอรายการ ลักษณะในการรับชมรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านการนำเสนอรายการรูปแบบรายการและการมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านเนื้อหารายการ การนำเสนอรายการและคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ

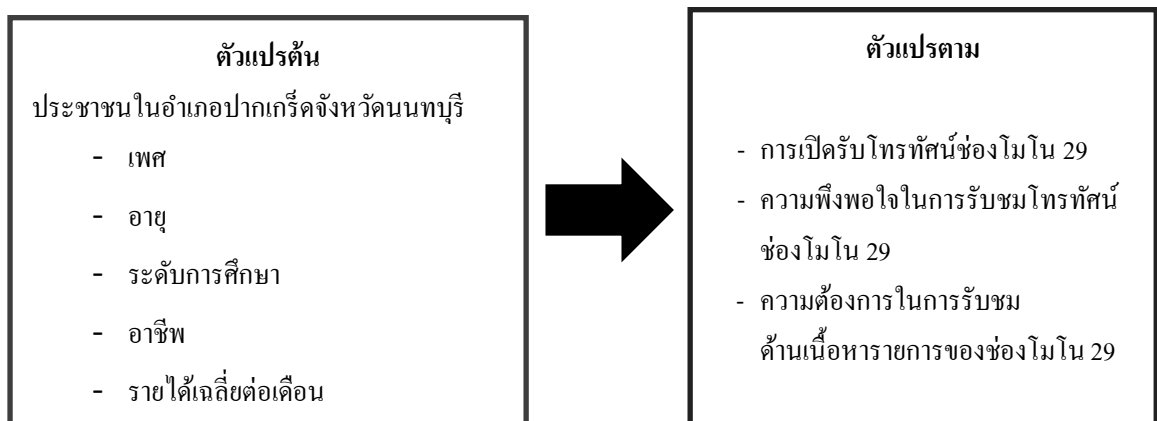
สุนนมาส คำทอง (2560) การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล จากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลประเภทธุรกิจมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดจากข้อกฎหมาย ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้จนกว่าใบอนุญาตจะครบกำหนด 15 ปี อีกทั้งต้องใช้เงินทุนจำนวนมากเพื่อให้ชนะการประมูลและเพียงพอสำหรับเป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะช่วงเริ่มต้นกิจการ อย่างไรก็ตาม จำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นหลังการประมูลส่งผลกระทบต่อสัดส่วนรายได้จากการโฆษณา เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด เพื่อความอยู่รอดผู้ประกอบการต้องหาจุดเด่นที่แตกต่างชัดเจน เนื่องจาก

พฤติกรรมและการเสถียรของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ต้องสร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เน้นเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ หลากหลาย ตรงตามความต้องการของผู้ชมเพื่อดึงดูดผู้ชมรายการ นำรายการออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสม รวมทั้งสร้างการรับรู้จดจำช่องรายการให้มากที่สุด เพื่อเพิ่มระดับความนิยม ซึ่งจะส่งผลให้รายได้ของสถานีโทรทัศน์เพิ่มขึ้น

ศุภวัฒน์ สงวนงาม (2557) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อมูลส่วนบุคคลต่างกันจะเปิดรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ในช่วงและเวลาที่ต่างกัน และมีพฤติกรรมในการรับชมข่าวต่างกัน

อุทุมพร สุขวงกฎ (2557) การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมในการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรายการห้องข่าว 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7” เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการห้องข่าว 7 สี รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมในการเปิดรับชมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรายการห้องข่าว 7 สี จากการศึกษา พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมในการเปิดรับชมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรายการ ห้องข่าว 7 สี ได้แก่ ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างต่างกัน มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการ ห้องข่าว 7 สี แตกต่างกัน ขณะที่ เพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวม ด้านความพึงพอใจต่อเนื้อหา ด้านความพึงพอใจต่อผู้ดำเนินรายการ ด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอ และด้านความพึงพอใจต่อการนำไปใช้ประโยชน์แตกต่างกัน ขณะที่รายได้ของกลุ่มตัวอย่างต่างกันมีความพึงพอใจต่อการนำไปใช้ประโยชน์แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาพฤติกรรมในการเปิดรับชม รายการห้องข่าว 7 สี กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ ห้องข่าว 7 สี ด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านนำไปใช้ประโยชน์ พบว่า พฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการห้องข่าว 7 สี ต่างกันมีความความพึงพอใจแตกต่างกัน

จากการศึกษายานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาถึงแนวทาลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการในการรับชม



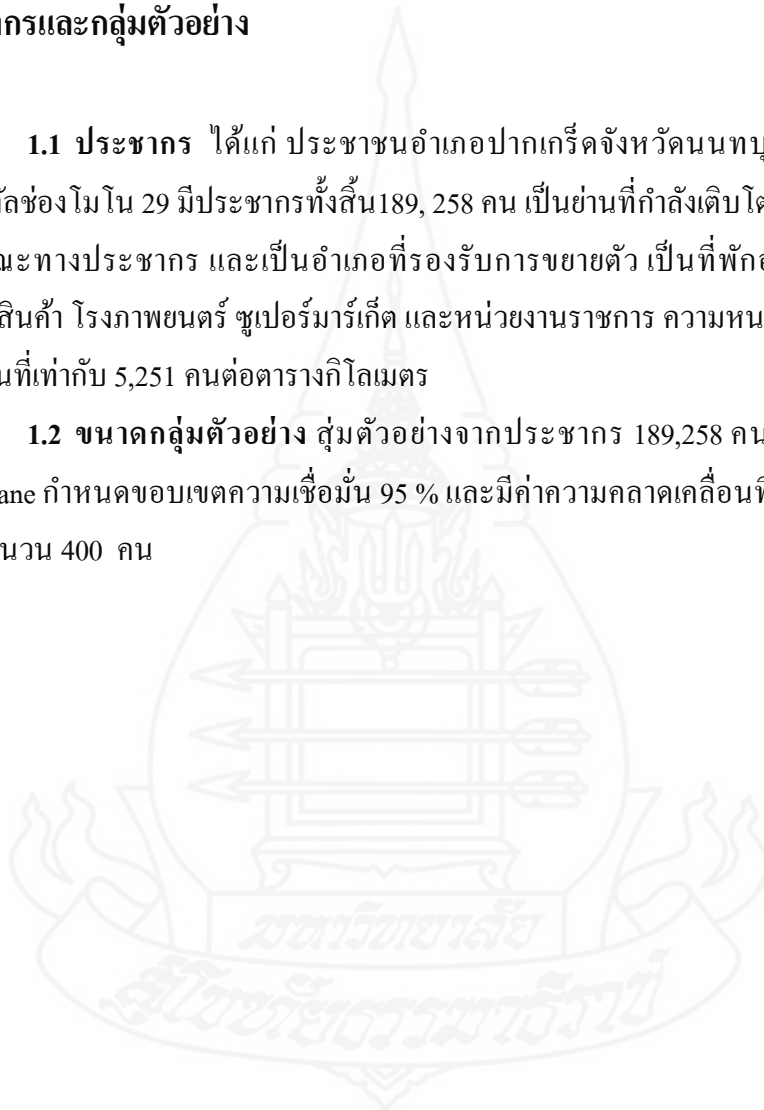
## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ ประชาชนอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรีที่รับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลช่องโมโน 29 มีประชากรทั้งสิ้น 189,258 คน เป็นย่านที่กำลังเติบโต มีความหลากหลายของลักษณะทางประชากร และเป็นอำเภอที่รองรับการขยายตัว เป็นที่พักอาศัย อุตสาหกรรม ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล ชูเปอร์มาร์เก็ต และหน่วยงานราชการ ความหนาแน่นของประชากรเฉลี่ยต่อพื้นที่เท่ากับ 5,251 คนต่อตารางกิโลเมตร

1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างจากประชากร 189,258 คน โดยใช้ตารางของ Taro Yamane กำหนดขอบเขตความเชื่อมั่น 95 % และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน



ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ขนาด ประชากร	ขนาดตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อน					
	±1%	±2%	±3%	±4%	±5%	±10%
500	-	-	-	-	222	83
1,000	-	-	-	385	286	91
1,500	-	-	638	441	361	94
2,000	-	-	718	476	333	95
2,500	-	1,250	769	500	345	96
3,000	-	1,364	811	517	353	97
3,500	-	1,458	843	530	359	97
4,000	-	1,538	870	541	364	98
4,500	-	1,607	891	549	367	98
5,000	-	1,667	909	556	370	98
6,000	-	1,765	938	566	375	98
7,000	-	1,842	959	574	378	99
8,000	-	1,905	976	580	381	99
9,000	-	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
> 100,000	10,000	2,500	1,111	625	400	100

ภาพที่ 3.1 แสดงตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane

ที่มา: ตาราง Taro Yamane (อ้างถึงใน มารยาท โยทองยศ และผศ.ปราณีสวัสดิศรรพ, 2557)

### 1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากร ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลาย

ขั้นตอน

1.3.1 **ขั้นที่ 1 สุ่มตัวอย่างตามพื้นที่** (area sampling) ตำบลต่างๆในอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี สุ่มมาเพียง 5 ตำบลจากจำนวนตำบลในเขตอำเภอปากเกร็ดทั้งสิ้น 12 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลปากเกร็ด ตำบลบางตลาด ตำบลคลองเกลือ ตำบลบางพูด และตำบลบ้านใหม่

1.3.2 **ขั้นที่ 2 สุ่มแบบสัดส่วน** (Quota Sampling) โดยเลือกพื้นที่เก็บในแต่ละตำบล จากแหล่งชุมชนใน 5 ตำบลดังกล่าวอันได้แก่ห้างสรรพสินค้า ศูนย์จัดแสดงสินค้า / ตลาด / วัดตามสัดส่วนประชากรของแต่ละตำบลเพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตำบลตัวอย่าง	ประชากร	จำนวนตัวอย่าง
ปากเกร็ด	36,419	81
บางตลาด	48,169	108
บ้านใหม่	26,392	59
บางพูด	59,230	132
คลองเกลือ	8,697	20
<b>รวม</b>	<b>178,910</b>	<b>400</b>

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาตินนทบุรี, (2553)

ตำบลปากเกร็ดเก็บที่ บิ๊กซีซูเปอร์สโตร์และโฮมโปร	จำนวน	81 คน
ตำบลบางตลาดเก็บที่ห้างเซนทรัลแจ้งวัฒนะ	จำนวน	108 คน
ตำบลบ้านใหม่เก็บที่ตลาดรวมใจ เมืองทองธานี	จำนวน	59 คน
ตำบล บางพูดเก็บที่วัดกุฎี	จำนวน	132 คน
ตำบลคลองเกลือเก็บที่อาสนวิหารแม่พระบังเกิด	จำนวน	20 คน

## 2. ตัวแปรในการวิจัย

ในการค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรต้น และตัวแปรตามดังนี้

2.1 **ตัวแปรต้น** ได้แก่ ลักษณะทางประชากรผู้ที่เปิดรับชมโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับชม ความพึงพอใจในการรับชม ความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆของโทรทัศน์ช่องโมโน 29

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ มีทั้งหมด 5 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมโทรทัศน์ช่องโมโน 29 โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ มีทั้งหมด 6 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับชมโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านคุณภาพของรายการ ด้านการตอบสนองความต้องการในการรับชม โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 31 ข้อ

ตอนที่ 4 คำถามที่เกี่ยวกับความต้องการในการรับชมในด้านประเภทเนื้อหารายการของช่องโมโน 29 อันได้แก่รายการประเภทข่าว รายการบันเทิงวาไรตี้เกมส์โชว์ ภาพยนตร์ซีรีส์ โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 3 ข้อหลัก และ 5 ข้อย่อย

โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินค่าเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิ-เคิร์ต (Likert Scale) ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ / ความต้องการ	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
1.00 - 1.80      น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
1.81 - 2.61      น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
2.62 - 3.42      ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
3.43 - 4.23      มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
4.24 - 5.00      มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาโทรทัศน์ช่องโมโน 29 โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

### 3.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 **ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม** และกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคำถาม

3.1.2 **ศึกษาบททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง** โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยต่างๆ

3.1.3 **กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถาม** ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และ ประโยชน์ของการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้

3.1.4 **สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง**

3.1.5 **แบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้และประสบการณ์พิจารณา ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม** จำนวน 3 คน แล้วนำประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้ปรับแก้ นำไป แก้ไข

3.1.6 **การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม**

ตรวจสอบความเชื่อมั่นในส่วนของแบบสอบถามเชิงประเมินค่าด้วยค่า Cronbach's alpha (ครอนแบคอัลฟา) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ 0.75 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น ได้เป็นที่ยอมรับ

### 3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับ ประกอบกับข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นของผู้ชมผ่านทาง เฟสบุ๊คเพจ Mono29 ประมวลผลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปและนำเสนอด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

## 4. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลในช่วงเดือน มิถุนายน 2561 โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

4.1 แจกแบบสอบถามตามแหล่งชุมชนให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 5 ตำบล จากวิธีการสุ่มตัวอย่างดังที่ได้กล่าวไปข้างต้น ได้แก่ ตำบลปากเกร็ดเก็บที่ บิ๊กซีซูเปอร์สโตร์และโฮมโปร, ตำบลบางตลาดเก็บที่ห้างสรรพสินค้าเซนทรัลแจ้งวัฒนะ, ตำบล บ้านใหม่เก็บที่ตลาดรวมใจ เมืองทองธานี, ตำบลคลองเกลือเก็บที่อาสนวิหารแม่พระบังเกิด, และตำบลบางพูดเก็บที่วัดกุฎี โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบเอง

4.2 ผู้ศึกษาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และเลือกใช้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุด 400 ชุด นำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้วจึงนำแบบสอบถามมาลงรหัสตามวิธีการวิจัยทางสถิติ และดำเนินการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมข้อมูลเพื่อการประมวลผล ดังนี้

ตรวจสอบความครบถ้วนของคำตอบในแบบสอบถามทุกชุด และเรียงลำดับหมายเลข 1-400 ผู้ศึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก การลงรหัสข้อมูลในแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

### ขั้นตอนที่ 2 การประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

สำหรับข้อมูลทางประชากรและพฤติกรรมกรับชมรายการช่องโมโน 29 ประมวลผลโดยการวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และสรุปเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

สำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ และระดับความต้องการด้านประเภทเนื้อหารายการในการรับชมช่องโมโน 29 ประมวลผลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean:  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อด้วยสถิติดังนี้

### สำหรับการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อด้วยสถิติ ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะประชากร ใช้สถิติไคสแคว์

**สมมติฐานข้อที่ 2** ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะประชากร ใช้สถิติการทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

**สมมติฐานข้อที่ 3** ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะประชากร ใช้สถิติการทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบายและการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 2 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29
- ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29
- ตอนที่ 4 ความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่าง ๆ
- ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็นเบื้องต้น

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถิติที่นำมาใช้ได้แก่สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ผลดังกล่าวปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	178	44.5
หญิง	222	55.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.5 เพศชายร้อยละ 44.5

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	47	11.8
19-25 ปี	80	20.0
26-35 ปี	125	31.3
36-45 ปี	84	21.0
46 ปี ขึ้นไป	64	16.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีอายุตั้งแต่ 26- 35 ปี ร้อยละ 31.3 รองลงมา คือ อายุ 36-45 ปี ร้อยละ 21.0 และน้อยที่สุดคือ อายุ ต่ำกว่า 18 ปี เพียงร้อยละ 11.8

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	15	3.8
มัธยมศึกษาต้น	33	8.3
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	71	17.8
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	25	6.3
ปริญญาตรี	221	55.3
สูงกว่าปริญญาตรี	35	8.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ร้อยละ 17.8 และน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษา เพียงร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน /นักศึกษา	84	21.0
ข้าราชการ	58	14.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	6.3
พนักงานบริษัท	129	32.3
ธุรกิจส่วนตัว	48	12.0
ค้าขาย	16	4.0
รับจ้าง/ลูกจ้าง	30	7.5
เกษียณ/ว่างงาน	3	0.8
อื่น ๆ	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 32.3 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 21.0 และน้อยที่สุด คือ เกษียณ/ว่างงาน เพียงร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	68	17.0
10,001 – 20,000 บาท	107	26.8
20,001-30,000 บาท	108	27.0
30,001-40,000 บาท	60	15.0
40,001-50,000 บาท	24	6.0
50,001 บาท ขึ้นไป	33	8.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 27.0 รองลงมา คือ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 26.8 และน้อยที่สุดคือรายได้ 40,001-50,000 บาท เพียงร้อยละ 6.0

## ตอนที่ 2 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ผลดังกล่าวปรากฏในตาราง และคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์

ความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง /สัปดาห์	95	23.8
3-4 ครั้ง /สัปดาห์	128	32.0
5-6 ครั้ง /สัปดาห์	77	19.3
เปิดรับชมทุกวัน	100	25.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมารับชมรายการของช่องโมโน 29 3-4 ครั้ง / สัปดาห์ร้อยละ 32.0 รองลงมา คือ เปิดรับชมทุกวันร้อยละ 25.0 และน้อยที่สุดคือ 5-6 ครั้ง /สัปดาห์เพียงร้อยละ 19.3

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29

ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเช้า (05.00-12.00)	27	6.8
ภาคบ่าย (12.00-18.00)	68	17.0
ภาคค่ำ (18.00-00.00)	283	70.8
ภาคดึก (00.00-05.00)	22	5.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเปิดรับชมช่องโมโน 29 ช่วงเวลาภาคค่ำ (18.00-00.00) ร้อยละ 70.8 รองลงมาคือ ภาคบ่าย (12.00-18.00) ร้อยละ 17.0 และน้อยที่สุดคือ ภาคดึก (00.00-05.00) เพียงร้อยละ 5.5

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29

เวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	59	14.8
1-2 ชั่วโมง	170	42.5
3-4 ชั่วโมง	134	33.5
มากกว่า 4 ชั่วโมง	37	9.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเปิดรับชมช่องโมโน 29 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 33.5 และน้อยที่สุด คือ มากกว่า 4 ชั่วโมง เพียงร้อยละ 9.3

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับช่องโมโน 29

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับช่องโมโน 29	จำนวน	ร้อยละ
Facebook fan page โมโน29	65	16.3
เว็บไซต์	37	9.3
โทรทัศน์	236	59.0
เพื่อน	62	15.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับช่องโมโน 29 ผ่านทางโทรทัศน์ ร้อยละ 59.0 รองลงมา คือ Facebook fan page โมโน 29 ร้อยละ 16.3 และน้อยที่สุด คือ เว็บไซต์เพียงร้อยละ 9.3

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ร่วมชม

ผู้ร่วมชม	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	138	34.5
สมาชิกในครอบครัว	259	64.8
อื่น ๆ	3	0.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากชมช่องโมโน 29 กับสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 64.8 รองลงมา คือ คนเดียว ร้อยละ 34.5 และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ เพียงร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29

ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน29	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจดูไม่เปลี่ยนช่อง	63	15.8
ตั้งใจดูเปลี่ยนช่องบ้างแล้วกลับมาดูช่องเดิม	145	36.3
ดูเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างบางครั้ง	124	31.0
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	56	14.0
ดูตามที่คนอื่นเปิด	12	3.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีลักษณะการดูช่องโมโน 29 คือ ตั้งใจดูเปลี่ยนช่องบ้างแล้วกลับมาดูช่องเดิม ร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ ดูเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างบางครั้ง ร้อยละ 31.0 และน้อยที่สุดคือ ดูตามที่คนอื่นเปิด เพียงร้อยละ 3.0

### ตอนที่ 3 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 สถิติที่นำมาใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลดังกล่าว ปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ภาพรวม

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
<b>ด้านคุณภาพรายการข่าวของช่องโมโน 29</b>			
ด้านเนื้อหารายการ	3.57	0.617	มาก
ด้านลักษณะการนำเสนอ	3.67	0.597	มาก
ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร	3.75	0.732	มาก
ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ	3.86	0.745	มาก
<b>ด้านคุณภาพรายการบันเทิง /ซีรีส์ /ภาพยนตร์</b>			
ด้านเนื้อหารายการ	3.97	0.701	มาก
ด้านลักษณะการนำเสนอ	3.87	0.647	มาก
ด้านการดำเนินรายการ/องค์ประกอบรายการ	3.86	0.677	มาก
ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ	3.94	0.667	มาก
ด้านการตอบสนองต่อการรับชม	3.82	0.621	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.81</b>	<b>0.667</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของคุณภาพรายการข่าว พบว่า ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมาคือ ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร มีค่าเฉลี่ย 3.75 และลำดับสุดท้าย คือ ด้านเนื้อหารายการ มีค่าเฉลี่ยเพียง 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของ คุณภาพรายการบันเทิง /ซีรีส์ /ภาพยนตร์ พบว่า ด้านเนื้อหารายการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 3.97 รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ ร้อยละ 3.94 และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการดำเนินรายการ/องค์ประกอบรายการ เพียงร้อยละ 3.86

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่อง โม โน 29 ของคุณภาพรายการข่าว (ด้านเนื้อหารายการ)

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความพึง พอใจ
<b>คุณภาพรายการข่าวของช่องโมโน29</b>			
<b>ด้านเนื้อหารายการ</b>			
1. การนำเสนอเนื้อหาข่าวมีความสด ทันต่อเหตุการณ์ มีความหลากหลาย ชัดเจน เจาะลึก	3.39	.816	ปานกลาง
2. เนื้อหาข่าวที่นำเสนอเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือ	3.52	.852	มาก
3. เนื้อหาข่าวน่าสนใจและมีความหลากหลายของเนื้อหา	3.69	.877	มาก
4. ลำดับเนื้อหาข่าว ก่อน-หลัง ได้อย่างเหมาะสมและน่าสนใจ	3.67	.808	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.57</b>	<b>.617</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ของกลุ่มตัวอย่างด้านคุณภาพรายการข่าวของช่องโมโน29 ในด้านเนื้อหารายการ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เนื้อหาข่าวน่าสนใจและมีความหลากหลายของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมา คือ ลำดับเนื้อหาข่าว ก่อน-หลัง ได้อย่างเหมาะสมและน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.67 และลำดับสุดท้าย คือ การนำเสนอเนื้อหาข่าวมีความสด ทันต่อเหตุการณ์ มีความหลากหลาย ชัดเจน เจาะลึก มีค่าเฉลี่ยเพียง 3.39

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่อง โม โน 29 ของคุณภาพรายการข่าว (ด้านลักษณะการนำเสนอ)

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความพึง พอใจ
<b>ด้านลักษณะการนำเสนอ</b>			
5. การสัมภาษณ์ผู้ร่วมเหตุการณ์ในข่าวทำให้ข่าวดูน่าสนใจและมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น	3.61	.888	มาก
6. พิธีกรข่าวร่วมหรือแขกรับเชิญมาร่วมพูดคุยในรายการทำให้น่าสนใจมากขึ้น	3.62	.921	มาก
7. การรายงานข่าวนอกสถานที่เช่นการรายงานในจุดเกิดเหตุทำให้รู้สึกตื่นเต้น น่าสนใจ และมีอารมณ์ร่วม	3.68	.873	มาก



ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความพึง พอใจ
8. การรับเรื่องร้องทุกข์ต่าง ๆ จากทางบ้านทำให้รู้สึกสนใจและอยาก ติดตามรายการ	3.57	.904	มาก
9. มีการนำเสนอรายการเข้ากับเหตุการณ์บรรยากาศและสอดคล้อง กับสถานการณ์ปัจจุบัน	3.65	.862	มาก
10. คำบรรยายที่ใช้ประกอบภาพข่าว ช่วยให้ท่านเข้าใจรายละเอียด ของข่าวและน่าติดตาม	3.74	.876	มาก
11. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยสร้างสรรค์ภาพและการนำเสนอ รายการดูน่าสนใจและมีสีสัน	3.82	.829	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.67</b>	<b>.597</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ด้านลักษณะการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยสร้างสรรค์ภาพและการนำเสนอรายการดูน่าสนใจและมีสีสันมีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมา คือ คำบรรยายที่ใช้ประกอบภาพข่าว ช่วยให้เข้าใจรายละเอียดของข่าวและน่าติดตาม มีค่าเฉลี่ย 3.74 และลำดับสุดท้าย คือ การรับเรื่องร้องทุกข์ต่าง ๆ จากทางบ้านทำให้รู้สึกสนใจและอยากติดตามรายการ มีค่าเฉลี่ยเพียง 3.57

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการข่าว (ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร)

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความพึง พอใจ
<b>ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร</b>			
12. ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร มีทักษะการนำเสนอที่ดี แก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.68	.903	มาก
13. ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร ออกเสียงถูกต้อง ชัดเจน มีน้ำเสียงที่ น่าฟัง บุคลิกภาพดี	3.81	.833	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.75</b>	<b>.732</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.15 ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร ออกเสียงถูกต้อง ชัดเจน มีน้ำเสียงที่น่าฟัง บุคลิกภาพดี มีค่าเฉลี่ย 3.81 และผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร มีทักษะการนำเสนอที่ดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ได้มีค่าเฉลี่ย 3.68

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ด้านคุณภาพรายการข่าว (คุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ)

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
<b>ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ</b>			
14. ภาพมีคุณภาพที่คมชัดไม่มีสัญญาณอื่น ๆ ปรากฏ	3.87	.880	มาก
15. เสียงคมชัดไม่มีสัญญาณอื่น ๆ ปรากฏ	3.85	.885	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>	<b>.745</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ภาพมีคุณภาพที่คมชัดไม่มีสัญญาณอื่น ๆ ปรากฏ มีค่าเฉลี่ย 3.87 และเสียงคมชัดไม่มีสัญญาณอื่น ๆ ปรากฏ มีค่าเฉลี่ย 3.85

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการบันเทิง/ซีรีส์/ภาพยนตร์ (ด้านเนื้อหารายการ)

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
<b>รายการบันเทิง/ซีรีส์/ภาพยนตร์ (ด้านเนื้อหารายการ)</b>			
16. เนื้อหาของซีรีส์/ภาพยนตร์ สนุกสนานตรงกับความต้องการของผู้ชมทำให้น่าติดตาม	4.00	.857	มาก
17. ซีรีส์/ภาพยนตร์ ของช่องโมโน 29 มีเนื้อหาที่หลากหลายน่าสนใจทำให้น่าติดตาม	3.97	.869	มาก
18. เลือกซีรีส์/ภาพยนตร์ มาแนะนำเสนอให้น่าสนใจทำให้เกิดการติดตาม	3.93	.902	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.97</b>	<b>.700</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 รายการบันเทิง /ซีรี่ส์/ ภาพยนตร์ ด้านเนื้อหารายการ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เนื้อหาของซีรี่ส์/ภาพยนตร์ สนุกสนานตรงกับความชอบของผู้ชมทำให้น่าติดตาม มีค่าเฉลี่ย 4.0 รองลงมาคือ ซีรี่ส์/ภาพยนตร์ ของช่อง โมโน 29 มีเนื้อหาที่หลากหลายแนวน่าติดตาม มีค่าเฉลี่ย 3.97 และ ลำดับสุดท้ายคือ เลือกซีรี่ส์/ภาพยนตร์ มานำเสนอได้น่าสนใจทำให้เกิดการติดตาม มีค่าเฉลี่ย 3.93

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการบันเทิง/ซีรี่ส์/ภาพยนตร์ (ด้านลักษณะการนำเสนอ)

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พึงพอใจ
<b>ด้านลักษณะการนำเสนอ</b>			
19. การเปิดโอกาสให้ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเล่นเกมตอบคำถามใน รายการทำให้รู้สึกสนุกและอยากมีส่วนร่วมกับทางรายการ	3.78	.881	มาก
20. แจ้งโปรแกรมซีรี่ส์/ภาพยนตร์ตามช่วงเวลาในการออกอากาศทำให้เกิดการติดตาม	3.97	.853	มาก
21. แบ่งช่วงเวลาและประเภทผู้ชมในการออกอากาศได้อย่างเหมาะสม	3.86	.849	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.87</b>	<b>.647</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ด้านลักษณะการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แจ้งโปรแกรมซีรี่ส์/ภาพยนตร์ตามช่วงเวลาในการออกอากาศทำให้เกิดการ มีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมา คือ แบ่งช่วงเวลาและประเภทผู้ชมในการออกอากาศได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.86 และลำดับสุดท้าย คือ การเปิดโอกาสให้ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเล่นเกมตอบคำถาม ในรายการทำให้รู้สึกสนุกและอยากมีส่วนร่วมกับทางรายการมีค่าเฉลี่ย 3.78

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการบันเทิง/ซีรีส์/ภาพยนตร์ (ด้านการดำเนินรายการ/องค์ประกอบรายการ)

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
<b>ด้านการดำเนินรายการ/องค์ประกอบรายการ</b>			
22. มีบทบรรยายภาษาไทย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ชม	3.94	.856	มาก
23. เซนเซอร์ภาพตามกฎในการออกอากาศได้เหมาะสม	3.84	.902	มาก
24. มีการตัดต่อแบ่งช่วงภาพยนตร์/ซีรีส์ ได้น่าติดตาม	3.82	.907	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>	<b>.677</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ด้านการดำเนินรายการ/องค์ประกอบรายการ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีบทบรรยายภาษาไทย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ชมมีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมา คือ เซนเซอร์ภาพตามกฎในการออกอากาศได้เหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 3.84 และลำดับสุดท้าย คือ มีการตัดต่อแบ่งช่วงภาพยนตร์/ซีรีส์ ได้น่าติดตาม มีค่าเฉลี่ยเพียง 3.82

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ของคุณภาพรายการบันเทิง/ซีรีส์/ภาพยนตร์ ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
<b>ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ</b>			
25. เสียงพากย์ไพเราะ เหมาะสมกับตัวละคร สร้างความน่าติดตาม	3.82	.865	มาก
26. คุณภาพของเสียงคมชัด	3.99	.851	มาก
27. คุณภาพของภาพคมชัด	4.01	.869	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>.667</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพของภาพคมชัด มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา คือ คุณภาพของเสียงคมชัด มีค่าเฉลี่ย 3.99 และลำดับสุดท้ายคือ เสียงพากย์ไพเราะ เหมาะสมกับตัวละคร สร้างความน่าติดตาม มีค่าเฉลี่ย 3.82

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจในการรับชมช่อง โม โน 29 ด้านการตอบสนองต่อการรับชม

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
<b>ด้านการตอบสนองต่อการรับชม</b>			
28. ได้รับข้อมูลข่าวสาร ทันต่อเหตุการณ์ และเป็นประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน	3.78	.784	มาก
29. ได้รับความเพลิดเพลินและความบันเทิง	3.84	.933	มาก
30. ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในสังคมโดยการนำเนื้อหาที่น่าสนใจจากช่องโมโน29ไปพูดคุยกับบุคคลอื่นได้	3.77	.861	มาก
31. จรรโลงใจผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตประจำวัน	3.92	.829	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.82</b>	<b>.621</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ด้านการตอบสนองต่อการรับชม มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าจรรโลงใจผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมา คือ ได้รับความเพลิดเพลินและความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.84 และลำดับสุดท้ายคือ ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในสังคมโดยการนำเนื้อหาที่น่าสนใจจากช่องโม โน 29 ไปพูดคุยกับบุคคลอื่นได้ มีค่าเฉลี่ย 3.77

#### ตอนที่ 4 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่าง ๆ ของช่องโมโน 29

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความต้องการประเภทรายการช่องโมโน 29

ประเภทรายการช่องโมโน 29	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความต้องการ
รายการข่าว	3.51	0.823	มาก
รายการบันเทิง เกมส์โชว์	4.03	0.854	มาก
ภาพยนตร์ / ซีรีส์ นู้แอคชั่น	4.07	0.839	มาก
ภาพยนตร์ / ซีรีส์ โรแมนติก	3.79	0.902	มาก
ภาพยนตร์ / ซีรีส์ ขำขัน	4.01	0.864	มาก
ภาพยนตร์ / ซีรีส์ สยองขวัญ	3.46	1.112	มาก
ภาพยนตร์ / ซีรีส์ วิทยาศาสตร์ สืบสวน	4.06	0.874	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.84</b>	<b>0.485</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับความต้องการในการรับชมประเภทรายการช่องโมโน 29 ของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพยนตร์ / ซีรีส์ บู้แอนด์ซัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ ภาพยนตร์ / ซีรีส์ วิทยาศาสตร์ สืบสวน มีค่าเฉลี่ย 4.06 และลำดับสุดท้ายคือ ภาพยนตร์ / ซีรีส์ สยองขวัญ มีค่าเฉลี่ย 3.46

## ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร สถิติที่นำมาใช้ในการทดสอบได้แก่ ค่า Chi Square ( $X^2$ )

$H_0$ : ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29

$H_1$ : ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์

เพศ	ความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	1-2 ครั้ง / สัปดาห์	3-4 ครั้ง / สัปดาห์	5-6 ครั้ง / สัปดาห์	เปิดรับชมทุกวัน		
ชาย	36	65	36	41	178	4.377 (0.223)
	9.0%	16.3%	9.0%	10.3%	44.5%	
หญิง	59	63	41	59	222	
	14.8%	15.8%	10.3%	14.8%	55.5%	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความถี่ในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านเพศที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29

เพศ	ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ภาคเช้า (05.00-12.00)	ภาคบ่าย (12.00-18.00)	ภาคค่ำ (18.00-00.00)	ภาคดึก (00.00-05.00)		
ชาย	9	30	129	10	178	1.510 (0.680)
	2.3%	7.5%	32.3%	2.5%	44.5%	
หญิง	18	38	154	12	222	55.5%
	4.5%	9.5%	38.5%	3.0%	55.5%	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านเพศที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง

เพศ	เวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง	มากกว่า 4 ชั่วโมง		
ชาย	22	73	65	18	178	2.539 (0.468)
	5.5%	18.3%	16.3%	4.5%	44.5%	
หญิง	37	97	69	19	222	55.5%
	9.3%	24.3%	17.3%	4.8%	55.5%	

จากตารางที่ 4.25 พบว่า เวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 แต่ละครั้งไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านเพศที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29

เพศ	ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	Facebook	เว็บไซต์	โทรทัศน์	เพื่อน		
ชาย	28	17	103	30	178	0.534 (0.911)
	7.0%	4.3%	25.8%	7.5%	44.5%	
หญิง	37	20	133	32	222	55.5%
	9.3%	5.0%	33.3%	8.0%	55.5%	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านเพศที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้ร่วมชม

เพศ	ผู้ร่วมชม			Total	$\chi^2$ (Sig.)
	คนเดียว	สมาชิกในครอบครัว	อื่น ๆ		
ชาย	69	107	2	178	3.352 (0.187)
	17.3%	26.8%	.5%	44.5%	
หญิง	69	152	1	222	
	17.3%	38.0%	.3%	55.5%	

จากตารางที่ 4.27 ผู้ร่วมชม ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านเพศที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29

เพศ	ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน29					Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ตั้งใจดูไม่ เปลี่ยนช่อง	ตั้งใจดู เปลี่ยนช่อง บ้างแล้ว กลับมาดู ช่องเดิม	ดูเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้าง บางครั้ง	เปิดทิ้งไว้ เป็นเพื่อน	ดูตามที่คน อื่นเปิด		
ชาย	35	55	59	25	4	178	6.734 (0.151)
	8.8%	13.8%	14.8%	6.3%	1.0%	44.5%	
หญิง	28	90	65	31	8	222	
	7.0%	22.5%	16.3%	7.8%	2.0%	55.5%	

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านเพศที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



ตารางที่ 4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์

อายุ	ความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน29 ต่อสัปดาห์				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	1-2 ครั้ง / สัปดาห์	3-4 ครั้ง / สัปดาห์	5-6 ครั้ง / สัปดาห์	เปิดรับชมทุก วัน		
ต่ำกว่า 18 ปี	13	10	3	21	47	37.869 (0.000*)
	3.3%	2.5%	.8%	5.3%	11.8%	
19-25 ปี	20	30	17	13	80	20.0%
	5.0%	7.5%	4.3%	3.3%		
26-35 ปี	28	53	27	17	125	31.3%
	7.0%	13.3%	6.8%	4.3%		
36-45 ปี	19	16	20	29	84	21.0%
	4.8%	4.0%	5.0%	7.3%		
46 ปี ขึ้นไป	15	19	10	20	64	16.0%
	3.8%	4.8%	2.5%	5.0%		

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอายุที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29

อายุ	ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน29				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ภาคเช้า (05.00-12.00)	ภาคบ่าย (12.00-18.00)	ภาคค่ำ (18.00-00.00)	ภาคดึก (00.00-05.00)		
ต่ำกว่า 18 ปี	1	8	37	1	47	32.912 (0.001*)
	.3%	2.0%	9.3%	.3%	11.8%	
19-25 ปี	3	16	53	8	80	20.0%
	.8%	4.0%	13.3%	2.0%		
26-35 ปี	5	18	95	7	125	31.3%
	1.3%	4.5%	23.8%	1.8%		
36-45 ปี	16	15	49	4	84	21.0%
	4.0%	3.8%	12.3%	1.0%		
46 ปี ขึ้นไป	2	11	49	2	64	16.0%
	.5%	2.8%	12.3%	.5%		

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่อง โม โน 29 มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอายุที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเวลาในการรับชมรายการของช่อง โม โน 29 แต่ละครั้ง

อายุ	เวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง	มากกว่า 4 ชั่วโมง		
ต่ำกว่า 18 ปี	9	20	9	9	47	15.250 (0.228)
	2.3%	5.0%	2.3%	2.3%	11.8%	
19-25 ปี	16	31	27	6	80	20.0%
	4.0%	7.8%	6.8%	1.5%		
26-35 ปี	16	57	43	9	125	31.3%
	4.0%	14.3%	10.8%	2.3%		
36-45 ปี	13	32	31	8	84	21.0%
	3.3%	8.0%	7.8%	2.0%		
46 ปี ขึ้นไป	5	30	24	5	64	16.0%
	1.3%	7.5%	6.0%	1.3%		

จากตารางที่ 4.31 พบว่า เวลาในการรับชมรายการของช่อง โม โน 29 แต่ละครั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอายุที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับช่องโมโน 29

อายุ	ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	Facebook	เว็บไซต์	โทรทัศน์	เพื่อน		
ต่ำกว่า 18 ปี	6	5	28	8	47	11.587
	1.5%	1.3%	7.0%	2.0%	11.8%	(0.479)
19-25 ปี	18	10	42	10	80	
	4.5%	2.5%	10.5%	2.5%	20.0%	
26-35 ปี	24	13	69	19	125	
	6.0%	3.3%	17.3%	4.8%	31.3%	
36-45 ปี	11	6	52	15	84	
	2.8%	1.5%	13.0%	3.8%	21.0%	
46 ปี ขึ้นไป	6	3	45	10	64	
	1.5%	.8%	11.3%	2.5%	16.0%	

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29 ไม่มี ความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอายุที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้ร่วมชม

อายุ	ผู้ร่วมชม			Total	$\chi^2$ (Sig.)
	คนเดียว	สมาชิกใน ครอบครัว	อื่น ๆ		
ต่ำกว่า 18 ปี	10	37	0	47	8.473
	2.5%	9.3%	0.0%	11.8%	(0.389)
19-25 ปี	31	48	1	80	
	7.8%	12.0%	.3%	20.0%	
26-35 ปี	47	76	2	125	
	11.8%	19.0%	.5%	31.3%	
36-45 ปี	30	54	0	84	
	7.5%	13.5%	0.0%	21.0%	
46 ปี ขึ้นไป	20	44	0	64	
	5.0%	11.0%	0.0%	16.0%	

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ร่วมชม ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอายุที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.34 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29

อายุ	ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน29					Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ตั้งใจดูไม่ เปลี่ยนช่อง	ตั้งใจดู เปลี่ยนช่อง บ้างแล้ว กลับมาดู ช่องเดิม	ดูเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้าง บางครั้ง	เปิดทิ้งไว้ เป็นเพื่อน	ดูตามที่คน อื่นเปิด		
ต่ำกว่า 18 ปี	8 2.0%	15 3.8%	14 3.5%	7 1.8%	3 .8%	47 11.8%	23.160 (0.110)
19-25 ปี	12 3.0%	22 5.5%	30 7.5%	14 3.5%	2 .5%	80 20.0%	
26-35 ปี	16 4.0%	45 11.3%	36 9.0%	22 5.5%	6 1.5%	125 31.3%	
36-45 ปี	15 3.8%	30 7.5%	28 7.0%	11 2.8%	0 0.0%	84 21.0%	
46 ปี ขึ้นไป	12 3.0%	33 8.3%	16 4.0%	2 .5%	1 .3%	64 16.0%	

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอายุที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน29 ต่อสัปดาห์				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	1-2ครั้ง / สัปดาห์	3-4 ครั้ง / สัปดาห์	5-6ครั้ง / สัปดาห์	เปิดรับชมทุก วัน		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3 .8%	1 .3%	4 1.0%	7 1.8%	15 3.8%	38.057 (0.001*)
มัธยมศึกษาต้น	6 1.5%	7 1.8%	5 1.3%	15 3.8%	33 8.3%	
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ เทียบเท่า	20 5.0%	19 4.8%	6 1.5%	26 6.5%	71 17.8%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3 .8%	10 2.5%	4 1.0%	8 2.0%	25 6.3%	
ปริญญาตรี	57 14.3%	81 20.3%	48 12.0%	35 8.8%	221 55.3%	
สูงกว่าปริญญาตรี	6 1.5%	10 2.5%	10 2.5%	9 2.3%	35 8.8%	

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ความถี่ในการรับชมรายการของช่อง โม โน 29 ต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29

ระดับการศึกษา	ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน29				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ภาคเช้า (05.00-12.00)	ภาคบ่าย (12.00-18.00)	ภาคค่ำ (18.00-00.00)	ภาคดึก (00.00-05.00)		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	0 0.0%	3 .8%	11 2.8%	1 .3%	15 3.8%	41.212 (0.000)
มัธยมศึกษาต้น	9 2.3%	3 .8%	20 5.0%	1 .3%	33 8.3%	
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	1 .3%	15 3.8%	52 13.0%	3 .8%	71 17.8%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	5 1.3%	4 1.0%	13 3.3%	3 .8%	25 6.3%	
ปริญญาตรี	11 2.8%	39 9.8%	158 39.5%	13 3.3%	221 55.3%	
สูงกว่าปริญญาตรี	1 .3%	4 1.0%	29 7.3%	1 .3%	35 8.8%	

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.37 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง

ระดับการศึกษา	เวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน29 แต่ละครั้ง				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง	มากกว่า 4 ชั่วโมง		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3 .8%	5 1.3%	4 1.0%	3 .8%	15 3.8%	14.293 (0.503)
มัธยมศึกษาต้น	5 1.3%	14 3.5%	11 2.8%	3 .8%	33 8.3%	
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	9 2.3%	26 6.5%	25 6.3%	11 2.8%	71 17.8%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	6 1.5%	8 2.0%	9 2.3%	2 .5%	25 6.3%	
ปริญญาตรี	33 8.3%	96 24.0%	76 19.0%	16 4.0%	221 55.3%	
สูงกว่าปริญญาตรี	3 .8%	21 5.3%	9 2.3%	2 .5%	35 8.8%	

จากตารางที่ 4.37 พบว่า เวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.38 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29

ระดับการศึกษา	ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	Facebook	เว็บไซต์	โทรทัศน์	เพื่อน		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	1 .3%	1 .3%	8 2.0%	5 1.3%	15 3.8%	34.171 (0.003*)
มัธยมศึกษาต้น	1 .3%	2 .5%	27 6.8%	3 .8%	33 8.3%	
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	8 2.0%	2 .5%	47 11.8%	14 3.5%	71 17.8%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	2 .5%	7 1.8%	13 3.3%	3 .8%	25 6.3%	
ปริญญาตรี	44 11.0%	21 5.3%	122 30.5%	34 8.5%	221 55.3%	
สูงกว่าปริญญาตรี	9 2.3%	4 1.0%	19 4.8%	3 .8%	35 8.8%	

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



ตารางที่ 4.39 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผู้ร่วมชม

ระดับการศึกษา	ผู้ร่วมชม			Total	$\chi^2$ (Sig.)
	คนเดียว	สมาชิกในครอบครัว	อื่น ๆ		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3 .8%	12 3.0%	0 0.0%	15 3.8%	14.560 (0.149)
มัธยมศึกษาต้น	6 1.5%	27 6.8%	0 0.0%	33 8.3%	
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	17 4.3%	53 13.3%	1 .3%	71 17.8%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	12 3.0%	13 3.3%	0 0.0%	25 6.3%	
ปริญญาตรี	87 21.8%	132 33.0%	2 .5%	221 55.3%	
สูงกว่าปริญญาตรี	13 3.3%	22 5.5%	0 0.0%	35 8.8%	

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ร่วมชม ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



ตารางที่ 4.40 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29

ระดับการศึกษา	ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน29					Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ตั้งใจดูไม่เปลี่ยนช่อง	ตั้งใจดูเปลี่ยนช่องบ้างแล้วกลับมาดูช่องเดิม	ดูเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างบางครั้ง	เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	ดูตามที่คนอื่นเปิด		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	2 .5%	5 1.3%	5 1.3%	1 .3%	2 .5%	15 3.8%	38.324 (0.008*)
มัธยมศึกษาต้น	8 2.0%	19 4.8%	0 0.0%	5 1.3%	1 .3%	33 8.3%	
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	11 2.8%	21 5.3%	26 6.5%	9 2.3%	4 1.0%	71 17.8%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	5 1.3%	4 1.0%	11 2.8%	5 1.3%	0 0.0%	25 6.3%	
ปริญญาตรี	31 7.8%	78 19.5%	76 19.0%	31 7.8%	5 1.3%	221 55.3%	
สูงกว่าปริญญาตรี	6 1.5%	18 4.5%	6 1.5%	5 1.3%	0 0.0%	35 8.8%	

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.41 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 ต่อสัปดาห์

อาชีพ	A1				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	1-2 ครั้ง / สัปดาห์	3-4 ครั้ง / สัปดาห์	5-6 ครั้ง / สัปดาห์	เปิดรับชมทุก วัน		
นักเรียน / นักศึกษา	25 6.3%	19 4.8%	13 3.3%	27 6.8%	84 21.0%	50.410 (0.001*)
ข้าราชการ	16 4.0%	21 5.3%	9 2.3%	12 3.0%	58 14.5%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3 .8%	10 2.5%	11 2.8%	1 .3%	25 6.3%	
พนักงานบริษัท	27 6.8%	54 13.5%	23 5.8%	25 6.3%	129 32.3%	
ธุรกิจส่วนตัว	10 2.5%	13 3.3%	14 3.5%	11 2.8%	48 12.0%	
ค้าขาย	5 1.3%	2 .5%	3 .8%	6 1.5%	16 4.0%	
รับจ้าง/ลูกจ้าง	5 1.3%	7 1.8%	4 1.0%	14 3.5%	30 7.5%	
เกษียณ/ว่างงาน	2 .5%	1 .3%	0 0.0%	0 0.0%	3 .8%	
อื่นๆ	2 .5%	1 .3%	0 0.0%	4 1.0%	7 1.8%	

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ความถี่ในการรับชมรายการของช่อง โมโน 29 ต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอาชีพที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.42 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29

อาชีพ	ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน29				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ภาคเช้า (05.00-12.00)	ภาคบ่าย (12.00-18.00)	ภาคค่ำ (18.00-00.00)	ภาคดึก (00.00-05.00)		
นักเรียน / นักศึกษา	3 .8%	13 3.3%	63 15.8%	5 1.3%	84 21.0%	43.486 (0.009*)
ข้าราชการ	3 .8%	11 2.8%	41 10.3%	3 .8%	58 14.5%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1 .3%	6 1.5%	17 4.3%	1 .3%	25 6.3%	
พนักงานบริษัท	3 .8%	19 4.8%	100 25.0%	7 1.8%	129 32.3%	
ธุรกิจส่วนตัว	6 1.5%	7 1.8%	29 7.3%	6 1.5%	48 12.0%	
ค้าขาย	4 1.0%	1 .3%	11 2.8%	0 0.0%	16 4.0%	
รับจ้าง/ลูกจ้าง	6 1.5%	7 1.8%	17 4.3%	0 0.0%	30 7.5%	
เกษียณ/ว่างงาน	0 0.0%	2 .5%	1 .3%	0 0.0%	3 .8%	
อื่นๆ	1 .3%	2 .5%	4 1.0%	0 0.0%	7 1.8%	

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน29 มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอาชีพที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.43 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29  
แต่ละครั้ง

อาชีพ	เวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน29 แต่ละครั้ง				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง	มากกว่า 4 ชั่วโมง		
นักเรียน /นักศึกษา	16 4.0%	32 8.0%	23 5.8%	13 3.3%	84 21.0%	22.840 (0.529)
ข้าราชการ	10 2.5%	28 7.0%	17 4.3%	3 .8%	58 14.5%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3 .8%	9 2.3%	11 2.8%	2 .5%	25 6.3%	
พนักงานบริษัท	15 3.8%	59 14.8%	47 11.8%	8 2.0%	129 32.3%	
ธุรกิจส่วนตัว	5 1.3%	21 5.3%	17 4.3%	5 1.3%	48 12.0%	
ค้าขาย	4 1.0%	6 1.5%	6 1.5%	0 0.0%	16 4.0%	
รับจ้าง/ลูกจ้าง	5 1.3%	11 2.8%	9 2.3%	5 1.3%	30 7.5%	
เกษียณ/ว่างงาน	1 .3%	2 .5%	0 0.0%	0 0.0%	3 .8%	
อื่นๆ	0 0.0%	2 .5%	4 1.0%	1 .3%	7 1.8%	

จากตารางที่ 4.43 พบว่า เวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 แต่ละครั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอาชีพที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.44 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับช่องโมโน 29

อาชีพ	ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	Facebook	เว็บไซต์	โทรทัศน์	เพื่อน		
นักเรียน / นักศึกษา	16 4.0%	10 2.5%	44 11.0%	14 3.5%	84 21.0%	29.661 (0.196)
ข้าราชการ	11 2.8%	10 2.5%	31 7.8%	6 1.5%	58 14.5%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3 .8%	3 .8%	16 4.0%	3 .8%	25 6.3%	
พนักงานบริษัท	24 6.0%	6 1.5%	79 19.8%	20 5.0%	129 32.3%	
ธุรกิจส่วนตัว	8 2.0%	5 1.3%	24 6.0%	11 2.8%	48 12.0%	
ค้าขาย	0 0.0%	1 .3%	10 2.5%	5 1.3%	16 4.0%	
รับจ้าง/ลูกจ้าง	3 .8%	1 .3%	24 6.0%	2 .5%	30 7.5%	
เกษียณ/ว่างงาน	0 0.0%	0 0.0%	2 .5%	1 .3%	3 .8%	
อื่นๆ	0 0.0%	1 .3%	6 1.5%	0 0.0%	7 1.8%	

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอาชีพที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.45 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้ร่วมชม

อาชีพ	ผู้ร่วมชม			Total	$\chi^2$ (Sig.)
	คนเดียว	สมาชิกใน ครอบครัว	อื่น ๆ		
นักเรียน/นักศึกษา	25 6.3%	58 14.5%	1 .3%	84 21.0%	8.150 (0.944)
ข้าราชการ	23 5.8%	35 8.8%	0 0.0%	58 14.5%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	9 2.3%	16 4.0%	0 0.0%	25 6.3%	
พนักงานบริษัท	51 12.8%	77 19.3%	1 .3%	129 32.3%	
ธุรกิจส่วนตัว	15 3.8%	32 8.0%	1 .3%	48 12.0%	
ค้าขาย	5 1.3%	11 2.8%	0 0.0%	16 4.0%	
รับจ้าง/ลูกจ้าง	8 2.0%	22 5.5%	0 0.0%	30 7.5%	
เกษียณ/ว่างงาน	0 0.0%	3 .8%	0 0.0%	3 .8%	
อื่นๆ	2 .5%	5 1.3%	0 0.0%	7 1.8%	

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ร่วมชมไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านอาชีพที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.46 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29

อาชีพ	ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29					Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ตั้งใจดูไม่ เปลี่ยนช่อง	ตั้งใจดูเปลี่ยน ช่องบ้างแล้ว กลับมาดูช่อง เดิม	ดูเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้าง บางครั้ง	เปิดทิ้งไว้ เป็นเพื่อน	ดูตามที่คน อื่นเปิด		
นักเรียน / นักศึกษา	12 3.0%	23 5.8%	28 7.0%	17 4.3%	4 1.0%	84 21.0%	37.986 (0.215)
ข้าราชการ	14 3.5%	24 6.0%	14 3.5%	5 1.3%	1 .3%	58 14.5%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4 1.0%	8 2.0%	6 1.5%	6 1.5%	1 .3%	25 6.3%	
พนักงาน บริษัท	16 4.0%	49 12.3%	42 10.5%	18 4.5%	4 1.0%	129 32.3%	
ธุรกิจส่วนตัว	9 2.3%	15 3.8%	18 4.5%	5 1.3%	1 .3%	48 12.0%	
ค้าขาย	3 .8%	2 .5%	7 1.8%	3 .8%	1 .3%	16 4.0%	
รับจ้าง/ ลูกจ้าง	2 .5%	18 4.5%	8 2.0%	2 .5%	0 0.0%	30 7.5%	
เกษียณ/ ว่างงาน	0 0.0%	2 .5%	1 .3%	0 0.0%	0 0.0%	3 .8%	
อื่นๆ	3 .8%	4 1.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 1.8%	

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปร  
ด้านอาชีพที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



ตารางที่ 4.47 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความถี่ในการรับชมรายการของช่อง โมโน 29 ต่อสัปดาห์

รายได้ต่อเดือน	ความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน29 ต่อสัปดาห์				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	1-2 ครั้ง / สัปดาห์	3-4 ครั้ง / สัปดาห์	5-6 ครั้ง / สัปดาห์	เปิดรับชมทุก วัน		
น้อยกว่า 10,000บาท	23 5.8%	13 3.3%	8 2.0%	24 6.0%	68 17.0%	27.991 (0.022*)
10,001 – 20,000 บาท	23 5.8%	43 10.8%	14 3.5%	27 6.8%	107 26.8%	
20,001-30,000 บาท	20 5.0%	38 9.5%	27 6.8%	23 5.8%	108 27.0%	
30,001-40,000 บาท	15 3.8%	18 4.5%	17 4.3%	10 2.5%	60 15.0%	
40,001-50,000 บาท	6 1.5%	8 2.0%	6 1.5%	4 1.0%	24 6.0%	
50,001 บาท ขึ้นไป	8 2.0%	8 2.0%	5 1.3%	12 3.0%	33 8.3%	

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ความถี่ในการรับชมรายการของช่อง โม โน 29 ต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านรายได้ต่อเดือนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.48 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน29

รายได้ต่อเดือน	ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน29				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ภาคเช้า (05.00-12.00)	ภาคบ่าย (12.00-18.00)	ภาคค่ำ (18.00-00.00)	ภาคดึก (00.00-05.00)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	3 .8%	9 2.3%	52 13.0%	4 1.0%	68 17.0%	15.495 (0.416)
10,001 – 20,000 บาท	11 2.8%	23 5.8%	68 17.0%	5 1.3%	107 26.8%	
20,001-30,000 บาท	3 .8%	21 5.3%	78 19.5%	6 1.5%	108 27.0%	
30,001-40,000 บาท	4 1.0%	5 1.3%	46 11.5%	5 1.3%	60 15.0%	
40,001-50,000 บาท	3 .8%	5 1.3%	16 4.0%	0 0.0%	24 6.0%	
50,001 บาท ขึ้นไป	3 .8%	5 1.3%	23 5.8%	2 .5%	33 8.3%	

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านรายได้ต่อเดือนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.49 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเวลาในการรับชมรายการของช่อง โม โน 29  
แต่ละครั้ง

รายได้ต่อเดือน	เวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน29 แต่ละครั้ง				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง	มากกว่า 4 ชั่วโมง		
น้อยกว่า 10,000บาท	15 3.8%	23 5.8%	16 4.0%	14 3.5%	68 17.0%	31.664 (0.007*)
10,001 – 20,000 บาท	17 4.3%	43 10.8%	42 10.5%	5 1.3%	107 26.8%	
20,001-30,000 บาท	13 3.3%	48 12.0%	39 9.8%	8 2.0%	108 27.0%	
30,001-40,000 บาท	8 2.0%	31 7.8%	17 4.3%	4 1.0%	60 15.0%	
40,001-50,000 บาท	3 .8%	7 1.8%	13 3.3%	1 .3%	24 6.0%	
50,001 บาท ขึ้นไป	3 .8%	18 4.5%	7 1.8%	5 1.3%	33 8.3%	

จากตารางที่ 4.49 พบว่า เวลาในการรับชมรายการของช่อง โม โน 29 แต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับ  
ตัวแปรด้านรายได้ต่อเดือนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.50 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับช่องโมโน 29

รายได้ต่อเดือน	ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	Facebook	เว็บไซต์	โทรทัศน์	เพื่อน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	10	7	38	13	68	21.489 (0.122)
	2.5%	1.8%	9.5%	3.3%	17.0%	
10,001 – 20,000 บาท	17	5	74	11	107	26.8%
	4.3%	1.3%	18.5%	2.8%	26.8%	
20,001-30,000 บาท	19	15	58	16	108	27.0%
	4.8%	3.8%	14.5%	4.0%	27.0%	
30,001-40,000 บาท	13	7	33	7	60	15.0%
	3.3%	1.8%	8.3%	1.8%	15.0%	
40,001-50,000 บาท	4	2	11	7	24	6.0%
	1.0%	.5%	2.8%	1.8%	6.0%	
50,001 บาท ขึ้นไป	2	1	22	8	33	8.3%
	.5%	.3%	5.5%	2.0%	8.3%	

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน 29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านรายต่อเดือนได้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.51 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับผู้ร่วมชม

รายได้ต่อเดือน	ผู้ร่วมชม			Total	$\chi^2$ (Sig.)
	คนเดียว	สมาชิกในครอบครัว	อื่น ๆ		
น้อยกว่า 10,000บาท	13	55	0	68	17.957 (0.056)
	3.3%	13.8%	0.0%	17.0%	
10,001 – 20,000 บาท	37	69	1	107	26.8%
	9.3%	17.3%	.3%	26.8%	
20,001-30,000 บาท	49	58	1	108	27.0%
	12.3%	14.5%	.3%	27.0%	
30,001-40,000 บาท	23	37	0	60	15.0%
	5.8%	9.3%	0.0%	15.0%	
40,001-50,000 บาท	7	17	0	24	6.0%
	1.8%	4.3%	0.0%	6.0%	
50,001 บาท ขึ้นไป	9	23	1	33	8.3%
	2.3%	5.8%	.3%	8.3%	

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ร่วมชม ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านรายได้ต่อเดือนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



ตารางที่ 4.52 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน29

รายได้ต่อเดือน	ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน29					Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ตั้งใจดูไม่ เปลี่ยนช่อง	ตั้งใจดู เปลี่ยนช่อง บ้างแล้ว กลับมาดู ช่องเดิม	ดูเรื่อยๆ ตั้งใจบ้าง บางครั้ง	เปิดทิ้งไว้ เป็นเพื่อน	ดูตามที่คน อื่นเปิด		
น้อยกว่า	9	21	22	12	4	68	21.329
10,000บาท	2.3%	5.3%	5.5%	3.0%	1.0%	17.0%	(0.378)
10,001 –	15	37	39	12	4	107	
20,000 บาท	3.8%	9.3%	9.8%	3.0%	1.0%	26.8%	
20,001-	18	36	33	20	1	108	
30,000 บาท	4.5%	9.0%	8.3%	5.0%	.3%	27.0%	
30,001-	9	25	18	7	1	60	
40,000 บาท	2.3%	6.3%	4.5%	1.8%	.3%	15.0%	
40,001-	4	8	9	2	1	24	
50,000 บาท	1.0%	2.0%	2.3%	.5%	.3%	6.0%	
50,001 บาท	8	18	3	3	1	33	
ขึ้นไป	2.0%	4.5%	.8%	.8%	.3%	8.3%	

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านรายได้ต่อเดือนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.53 สรุปสมมติฐานที่ 1 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร

คำชี้แจง ผู้วิจัยได้สรุปโดยใส่เครื่องหมาย \* เฉพาะช่องที่การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร					การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29
เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้/เดือน	
-	*	*	*	*	1. ความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 สัปดาห์
-	*	-	*	-	2. ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการช่องโมโน 29
-	-	-	-	*	3. การใช้เวลาในการรับชมช่องโมโน 29 ในแต่ละครั้ง
-	-	*	-	-	4. ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารช่องโมโน 29
-	-	-	-	-	5. ผู้ร่วมชม
-	-	*	-	-	6. ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29

จากตารางที่ 4.53

- 1) ความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน 29/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน
- 2) ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการช่องโมโน 29/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้าน อายุ อาชีพ
- 3) การใช้เวลาในการรับชมช่องโมโน 29 ในแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้านรายได้/เดือน
- 4) ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้าน การศึกษา
- 5) ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้าน การศึกษา

**สมมติฐานที่ 2** ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร สถิติที่ใช้ในการทดสอบได้แก่ การทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

$H_0$ : ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

$H_1$ : ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.54 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ชาย		หญิง		Sig	t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
<b>คุณภาพรายการของช่องโมโน29 (รายการข่าว)</b>						
ด้านเนื้อหารายการ	3.55	0.645	3.58	0.595	0.682	-0.450
ด้านลักษณะการนำเสนอ	3.68	0.608	3.66	0.590	0.562	0.440
ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร	3.77	0.761	3.73	0.710	0.401	0.503
ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ	3.92	0.708	3.80	0.771	0.034*	1.681
<b>รายการบันเทิง/ซีรีส์/ภาพยนตร์</b>						
ด้านเนื้อหารายการ	3.94	0.716	3.99	0.690	0.864	-0.679
ด้านรูปแบบรายการ	3.85	0.632	3.88	0.660	0.491	-0.536
ด้านการดำเนินรายการ/องค์ประกอบรายการ	3.81	0.652	3.90	0.695	0.239	-1.312
ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ	3.96	0.658	3.92	0.676	0.202	0.627
ด้านการตอบสนองต่อการรับชม	3.84	0.638	3.81	0.608	0.905	0.465

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.55 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	อายุ										F	Sig.
	ต่ำกว่า 18 ปี		19-25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46 ปีขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
<b>คุณภาพรายการของช่องโมโน 29 (รายการข่าว)</b>												
ด้านเนื้อหารายการ	3.55	.797	3.57	.578	3.48	.616	3.63	.587	3.67	.547	1.308	.266
ด้านลักษณะการนำเสนอ	3.74	.781	3.57	.568	3.65	.585	3.74	.548	3.69	.561	1.117	.348
ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร	3.67	.861	3.72	.758	3.72	.705	3.79	.721	3.84	.673	.526	.716
ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ	3.77	.890	3.76	.767	3.86	.717	3.87	.765	4.00	.617	1.095	.359



ตารางที่ 4.55 (ต่อ)

ความพึงพอใจในการรับชม ช่องโมโน 29	อายุ										F	Sig.
	ต่ำกว่า 18 ปี		19-25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46 ปีขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
รายการบันเทิง /ซีรีย์ / ภาพยนตร์												
ด้านเนื้อหารายการ	3.91	.847	3.93	.736	4.03	.629	4.06	.714	3.80	.636	1.711	.147
ด้านรูปแบบรายการ	3.96	.797	3.89	.653	3.85	.608	3.98	.649	3.65	.544	2.840	.024*
ด้านการดำเนินรายการ/ องค์ประกอบรายการ	3.87	.647	3.77	.654	3.78	.671	3.92	.651	3.73	.585	.780	.538
ด้านคุณภาพของภาพและ เสียงในการออกอากาศ	3.87	.872	3.87	.655	3.88	.671	3.92	.651	3.73	.585	.924	.450
ด้านการตอบสนองต่อการ รับชม	3.93	.807	3.85	.729	3.91	.625	4.04	.654	3.97	.566	1.816	.125
<b>Total</b>	<b>3.80</b>	<b>.721</b>	<b>3.77</b>	<b>.743</b>	<b>3.79</b>	<b>.458</b>	<b>3.88</b>	<b>.672</b>	<b>3.78</b>	<b>.436</b>	<b>1.346</b>	<b>.330</b>

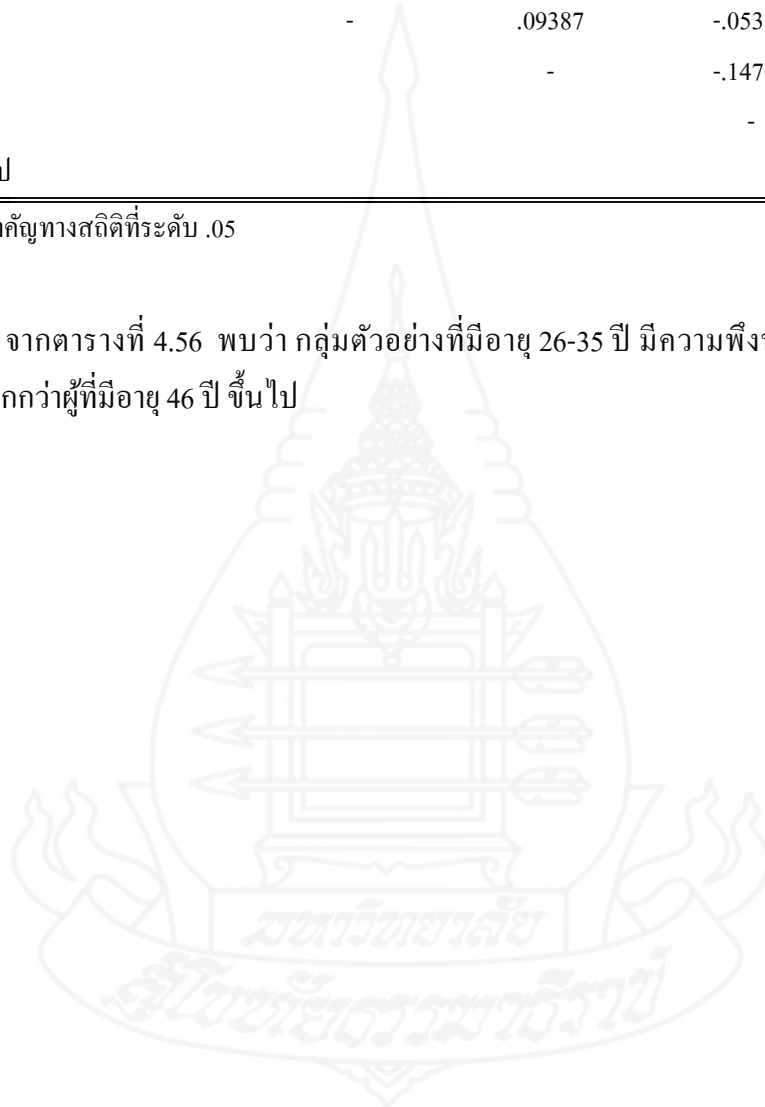
จากตารางที่ 4.55 พบว่า ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง ยกเว้น ด้านรูปแบบรายการของรายการบันเทิง /ซีรีย์ /ภาพยนตร์ ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ ดังตารางที่ 4.56

ตารางที่ 4.56 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการรับชมช่อง โม โน 29 ของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามอายุ

	ต่ำกว่า18ปี	19-25ปี	26-35ปี	36-45ปี	46ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 18 ปี	-	-.01868	.07519	-.07181	-.11868
19-25 ปี		-	.09387	-.05313	-.10000
26-35 ปี			-	-.14700	-.19387*
36-45 ปี				-	-.04688
46 ปี ขึ้นไป					-

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.56 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจในการรับชมช่อง  
โม โน 29 มากกว่าผู้ที่ที่มีอายุ 46 ปี ขึ้นไป



ตารางที่ 4.57 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29	ระดับการศึกษา												F	Sig.
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา		มัธยมศึกษา ตอนต้น		มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือเทียบเท่า		อนุปริญา หรือเทียบเท่า		ปริญาตรี		สูงกว่า ปริญาตรี			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
คุณภาพรายการของช่องโมโน 29 (รายการข่าว)	3.77	.879	3.67	.824	3.64	.702	3.71	.602	3.54	.531	3.33	.552	2.106	.064
ด้านเนื้อหารายการ														
ด้านลักษณะการนำเสนอ	3.79	.820	3.75	.647	3.82	.690	3.68	.460	3.61	.544	3.57	.613	1.776	.117
ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร	4.00	.845	3.71	.761	3.88	.749	3.64	.569	3.74	.714	3.53	.804	1.592	.161
ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ	3.37	1.008	3.94	.726	3.96	.757	3.70	.804	3.86	.729	3.86	.613	1.920	.090
รายการบันเทิง /ซีรีส์ /ภาพยนตร์														
ด้านเนื้อหารายการ	3.78	.833	3.95	.862	4.22	.667	3.85	.562	3.93	.693	3.86	.596	2.472	.032*
ด้านรูปแบบรายการ	3.84	.755	4.05	.708	4.08	.684	3.61	.657	3.83	.619	3.69	.498	3.580	.004*
ด้านการดำเนินรายการ/องค์ประกอบรายการ	3.78	.823	3.81	.791	4.14	.694	3.71	.696	3.82	.629	3.81	.653	2.983	.012*
ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ	3.84	.795	4.00	.717	4.16	.678	3.89	.705	3.89	.641	3.83	.618	2.253	.048*
ด้านการตอบสนองต่อการรับชม	3.70	.803	3.95	.739	3.99	.617	3.87	.531	3.78	.602	3.67	.555	2.035	.0073*
<b>Total</b>	<b>3.76</b>	<b>.840</b>	<b>3.87</b>	<b>.753</b>	<b>3.99</b>	<b>.693</b>	<b>3.74</b>	<b>.621</b>	<b>3.78</b>	<b>.634</b>	<b>3.68</b>	<b>.611</b>	<b>2.303</b>	<b>.059</b>

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 มีความแตกต่างกันตามแปรผันระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ ดังตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือเทียบเท่า	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	-	-.10599	-.22361	.02240	-.01370	.08113
มัธยมศึกษา ตอนต้น		-	-.11763	.12839	.09228	.18712
มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือเทียบเท่า			-	.24601*	.20991*	.30474*
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า				-	-.03610	.05877
ปริญญาตรี					-	.09483
สูงกว่า ปริญญาตรี						-

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.58 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า, ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.59 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ ในการรับชม ช่องโมโน 29	อาชีพ																		F	Sig.
	นักเรียน / นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		ธุรกิจส่วนตัว		ค้าขาย		รับจ้าง/ลูกจ้าง		เกษียณ/ว่างงาน		อื่นๆ			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
คุณภาพรายการ ของช่องโมโน 29 (รายการข่าว) ด้านเนื้อหา รายการ ด้านลักษณะ การนำเสนอ ด้านผู้ดำเนิน รายการ/พิธีกร ด้านคุณภาพของ ภาพและเสียงใน การออกอากาศ	3.55	.687	3.62	.576	3.24	.627	3.58	.569	3.49	.622	3.73	.655	3.78	.594	3.42	.520	3.57	.657	1.683	.101
รายการบันเทิง/ ซีรีส์/ภาพยนตร์ ด้านเนื้อหา รายการ	3.87	.773	3.93	.649	3.88	.652	4.08	.637	3.83	.750	3.79	.687	4.18	.782	3.67	.577	4.24	.600	1.607	.121

ตารางที่ 4.59 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ในการรับชม ช่องโมโน 29	อาชีพ																		F	Sig.
	นักเรียน / นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		ธุรกิจส่วนตัว		ค้าขาย		รับจ้าง/ลูกจ้าง		เกษียณ/ว่างงาน		อื่นๆ			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านรูปแบบ รายการ	3.86	.745	3.76	.578	3.91	.663	3.94	.589	3.76	.681	3.60	.459	4.02	.689	3.67	.333	4.10	.810	1.244	.272
ด้านการดำเนิน รายการ/ องค์ประกอบ รายการ	3.84	.794	3.71	.664	4.00	.624	3.94	.655	3.74	.620	3.71	.453	4.06	.638	3.67	.577	4.14	.604	1.504	.154
ด้านคุณภาพ ของภาพและ เสียงในการ ออกอากาศ	3.89	.768	3.87	.675	3.79	.592	4.02	.642	3.83	.619	3.90	.593	4.16	.636	3.56	.509	4.24	.418	1.418	.187
ด้านการ ตอบสนองต่อ การรับชม	3.72	.717	3.75	.650	3.73	.637	3.88	.539	3.73	.549	3.77	.668	4.18	.609	3.92	.382	4.11	.518	2.255	.023
<b>Total</b>	<b>3.76</b>	<b>.761</b>	<b>3.76</b>	<b>.651</b>	<b>3.73</b>	<b>.639</b>	<b>3.87</b>	<b>.616</b>	<b>3.71</b>	<b>.651</b>	<b>3.72</b>	<b>.629</b>	<b>4.00</b>	<b>.658</b>	<b>3.64</b>	<b>.451</b>	<b>4.04</b>	<b>.651</b>	<b>1.356</b>	<b>.298</b>

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจในการรับชม ช่องโมโน 29	รายได้												F	Sig.
	น้อยกว่า 10,000บาท		10,001 – 20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้น ไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
<b>คุณภาพรายการของช่องโมโน29</b>														
<b>(รายการข่าว)</b>														
ด้านเนื้อหารายการ	3.59	.715	3.65	.635	3.51	.614	3.54	.526	3.49	.407	3.55	.643	.697	.626
ด้านลักษณะการนำเสนอ	3.70	.709	3.71	.591	3.63	.553	3.64	.532	3.61	.435	3.67	.734	.328	.896
ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร	3.75	.799	3.83	.717	3.65	.671	3.79	.666	3.75	.860	3.71	.857	.707	.619
ด้านคุณภาพของภาพและเสียงใน การออกอากาศ	3.86	.850	3.91	.703	3.79	.733	3.78	.761	3.75	.821	4.08	.574	1.065	.379
<b>รายการบันเทิง /ซีรีส์ /ภาพยนตร์</b>														
ด้านเนื้อหารายการ	4.00	.797	4.07	.686	3.91	.694	3.86	.695	3.82	.702	4.04	.539	1.191	.313
ด้านรูปแบบรายการ	3.95	.745	3.93	.655	3.85	.627	3.86	.590	3.75	.624	3.63	.551	1.564	.169

ตารางที่ 4.60 (ต่อ)

ความพึงพอใจในการรับชม ช่องโมโน 29	รายได้												F	Sig.
	น้อยกว่า 10,000บาท		10,001 – 20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้น ไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านการดำเนินรายการ/ องค์ประกอบรายการ	3.94	.821	3.96	.670	3.79	.639	3.79	.670	3.67	.565	3.90	.543	1.404	.222
ด้านคุณภาพของภาพและเสียงใน การออกอากาศ	4.01	.784	4.02	.677	3.82	.652	3.88	.634	3.89	.517	4.06	.537	1.531	.179
ด้านการตอบสนองต่อการรับชม	3.83	.721	3.88	.618	3.80	.627	3.80	.565	3.61	.460	3.91	.589	.902	.479
<b>Total</b>	<b>3.85</b>	<b>.771</b>	<b>3.89</b>	<b>.653</b>	<b>3.75</b>	<b>.646</b>	<b>3.77</b>	<b>.627</b>	<b>3.70</b>	<b>.599</b>	<b>3.84</b>	<b>.619</b>	<b>1.043</b>	<b>.431</b>

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 4.61 สรุปสมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตาม  
ลักษณะทางประชากร

**คำชี้แจง** ผู้วิจัยได้สรุปโดยใช้เครื่องหมาย \* เฉพาะช่อง ที่ความพึงพอใจในการรับชม รายการช่อง  
โมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร					ความพึงพอใจใน การรับชมช่องโมโน 29
เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	
-	-	-	-	-	<b>คุณภาพรายการของ ช่องโมโน 29 (รายการข่าว)</b>
-	-	-	-	-	ด้านเนื้อหารายการ
-	-	-	-	-	ด้านลักษณะการ นำเสนอ
-	-	-	-	-	ด้านลักษณะการ นำเสนอ
-	-	-	-	-	ด้านคุณภาพของ ภาพและเสียงในการ ออกอากาศ
-	-	*ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจในการ รับชมช่องโมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีระดับ การศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า, ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี	-	-	<b>รายการบันเทิง / ซี-รี่ส์ / ภาพยนตร์</b> ด้านเนื้อหารายการ
-	* ผู้ที่มีอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจใน การรับชมช่องโม โน 29 มากกว่าผู้ที่ มีอายุ 46 ปีขึ้นไป	*ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจในการ รับชมช่องโมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีระดับ การศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า, ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี	-	-	ด้านรูปแบบรายการ

ตารางที่ 4.61 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร					ความพึงพอใจใน
เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	การรับชม ช่องโมโน 29
-	-	*ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจในการ รับชมช่อง โมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีระดับ การศึกษานูปรริญญาหรือเทียบเท่า , ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี	-	-	ด้านการดำเนิน รายการ/ องค์ประกอบ รายการ
-	-	*ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจในการ รับชมช่อง โมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีระดับ การศึกษานูปรริญญาหรือเทียบเท่า , ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี	-	-	ด้านคุณภาพของ ภาพและเสียงใน การออกอากาศ
-	-	*ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจในการ รับชมช่อง โมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีระดับ การศึกษานูปรริญญาหรือเทียบเท่า , ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี	-	-	ด้านการตอบสนอง ต่อการรับชม

จากตารางที่ 4.61 สรุปสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความแตกต่างด้านเพศ มีผลต่อความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ในด้านรูปแบบรายการของ รายการบันเทิง /ซีรี่ส์ /ภาพยนตร์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีอายุ 46 ปี ขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโนมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษานูปรริญญาหรือเทียบเท่า, ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

**สมมติฐานที่ 3** ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบได้แก่การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

$H_0$  : ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

$H_1$  : ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.62 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

ประเภทรายการช่องโมโน 29	ชาย		หญิง		Sig	t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
รายการข่าว	3.44	.823	3.56	.820	.857	-1.456
รายการบันเทิง เกมส์โชว์	3.98	.902	4.07	.813	.140	-1.037
<b>ภาพยนตร์ / ซีรีส์</b>						
บู๊แอคชั่น	4.26	.776	3.91	.857	.286	4.330
โรแมนติก	3.60	.982	3.94	.802	.000*	-3.815
ขำขัน	3.91	.904	4.08	.825	.402	-1.954
สยองขวัญ	3.43	1.114	3.48	1.112	.834	-.441
วิทยาศาสตร์ สืบสวน	4.12	.906	4.00	.846	.291	1.397
<b>Total</b>	<b>3.82</b>	<b>.915</b>	<b>3.86</b>	<b>.868</b>	<b>.401</b>	<b>-.425</b>

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่าง ๆ ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.63 การวิเคราะห์ความสัมพัทธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่าง ๆ จำแนกตามอายุ

ประเภทรายการช่องโมโน 29	อายุ										F	Sig.
	ต่ำกว่า 18 ปี		19-25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46 ปี ขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
รายการข่าว	3.60	.948	3.34	.871	3.48	.839	3.51	.703	3.69	.753	1.805	.127
รายการบันเทิง เกมส์โชว์	4.17	.868	4.18	.897	4.02	.828	3.98	.806	3.81	.871	2.038	.088
ภาพยนตร์ / ซีรี่ส์												
บู๊แอคชั่น	3.91	1.018	4.19	.797	4.13	.793	4.01	.799	3.98	.882	1.211	.306
โรแมนติก	4.06	.818	3.86	.868	3.73	.937	3.87	.875	3.52	.908	3.066	.017*
ข่าว	4.00	.860	4.19	.813	3.95	.831	4.00	.931	3.89	.893	1.295	.271
สยองขวัญ	3.51	1.196	3.34	1.190	3.49	1.112	3.44	1.123	3.55	.942	.389	.817
วิทยาศาสตร์ สืบสวน	4.06	.818	4.01	.921	4.03	.822	4.12	.827	4.06	1.022	.183	.947
<b>Total</b>	3.90	.932	3.87	.894	3.83	.880	3.85	.866	3.79	.896	1.420	.368

จากตารางที่ 4.63 ความต้องการรับชมรายการประเภทต่างๆ ของช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง ยกเว้นประเภทรายการโรแมนติก ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเซฟเฟ ดังตารางที่ 4.64

ตารางที่ 4.64 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความต้องการรับชมรายการประเภทต่างๆ ของช่องโมโน 29 ประเภทรายการโรแมนติก กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

	ต่ำกว่า18ปี	19-25ปี	26-35ปี	36-45ปี	46ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 18 ปี	-	.201	.336*	.195	.548*
19-25 ปี		-	.134	-.007	.347*
26-35 ปี			-	-.141	.212
36-45 ปี				-	.353*
46 ปี ขึ้นไป					-

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี มีความต้องการรับชมรายการประเภทโรแมนติก มากกว่าผู้ที่มีอายุ 26-35 ปี และ 46 ปี ขึ้นไป ผู้ที่มีอายุ 19-25 ปี มีความต้องการรับชมรายการประเภทโรแมนติก มากกว่าผู้ที่มีอายุ 46 ปี ขึ้นไป ผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี ความต้องการรับชมรายการประเภทโรแมนติกมากกว่าผู้ที่มีอายุ 46 ปี ขึ้นไป

ตารางที่ 4.65 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทรายการช่องโมโน 29	อายุ												F	Sig.
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา		มัธยมศึกษา ตอนต้น		มัธยมศึกษา ตอนปลายหรือ เทียบเท่า		อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า		ปริญญาตรี		ต่ำกว่า ปริญญาตรี			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
รายการข่าว	3.60	.632	3.64	.822	3.59	.871	3.60	1.000	3.43	.809	3.57	.739	.845	.518
รายการบันเทิง เกมส์โชว์ ภาพยนตร์ / ซีรีส์	4.07	.704	4.18	.808	4.20	.872	3.80	1.000	3.99	.869	3.91	.658	1.348	.243
บู๊แอคชั่น	4.00	.926	4.03	.883	4.08	.952	4.20	.707	4.07	.803	4.00	.874	.206	.960
โรแมนติก	3.73	.799	3.79	.781	3.93	.976	3.56	1.044	3.81	.872	3.54	.950	1.240	.290
จำขัน	3.93	.884	3.94	.788	4.03	.941	3.84	.800	4.08	.833	3.69	.963	1.563	.169
สยองขวัญ	3.27	1.033	3.55	.794	3.54	1.263	3.04	.978	3.47	1.118	3.54	1.120	.950	.448
วิทยาศาสตร์ สืบสวน	3.73	1.033	4.06	.899	4.06	.843	3.88	.971	4.05	.852	4.37	.877	1.541	.176
<b>Total</b>	3.76	.859	3.88	.825	3.92	.956	3.70	.928	3.84	.879	3.80	.883	1.099	.400

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ความต้องการรับชมรายการประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.66 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ

ประเภทรายการ ช่องโมโน 29	อาชีพ																		F	Sig.
	นักเรียน / นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		ค้าขาย		รับจ้าง/ ลูกจ้าง		เกษียณ/ ว่างงาน		อื่นๆ			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
รายการข่าว	3.50	.912	3.62	.791	3.64	.757	3.45	.847	3.33	.753	3.75	.577	3.57	.817	3.67	.577	3.43	.787	.779	.621
รายการบันเทิง เกมส์โชว์ ภาพยนตร์ / ซีรีส์	4.14	.880	3.88	.880	4.28	.614	4.08	.825	3.83	.930	3.94	.929	3.97	.850	4.00	1.000	3.86	.690	1.129	.342
บู๊แอคชั่น	4.04	.924	4.09	.756	4.08	.812	4.16	.805	3.79	.771	3.88	.957	4.20	.925	4.33	1.155	4.29	.756	1.141	.335
โรแมนติก	3.98	.850	3.76	.961	3.92	.812	3.75	.884	3.77	.857	3.44	.964	3.67	.994	4.00	1.000	3.43	1.272	1.092	.368
จำขัน	4.00	.878	3.93	.896	4.16	.943	4.03	.829	4.00	.799	4.06	.854	4.03	.890	4.00	1.000	3.43	1.272	.566	.806
สยองขวัญ	3.49	1.177	3.72	.933	3.60	1.080	3.33	1.180	3.44	1.029	3.50	.966	3.30	1.088	3.33	1.528	3.71	1.380	.831	.575
วิทยาศาสตร์ สืบสวน	4.00	.878	4.21	.789	4.00	.764	4.12	.810	4.13	.937	3.38	1.025	4.03	.928	3.67	1.155	3.71	1.380	1.864	.064
<b>Total</b>	<b>3.88</b>	<b>.928</b>	<b>3.89</b>	<b>.858</b>	<b>3.95</b>	<b>.826</b>	<b>3.88</b>	<b>.882</b>	<b>3.76</b>	<b>.868</b>	<b>3.71</b>	<b>.896</b>	<b>3.85</b>	<b>.927</b>	<b>3.86</b>	<b>1.059</b>	<b>3.69</b>	<b>1.077</b>	<b>1.057</b>	<b>.444</b>

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่าง ๆ ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.67 การวิเคราะห์ความสัมพัทธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่าง ๆ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเภทรายการช่องโมโน 29	รายได้												F	Sig.
	น้อยกว่า 10,000บาท		10,001 – 20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้น ไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
รายการข่าว	3.49	.855	3.56	.791	3.44	.900	3.48	.770	3.54	.658	3.58	.830	.287	.920
รายการบันเทิง เกมส์โชว์ ภาพยนตร์ / ซีรี่ส์	4.24	.831	4.06	.867	3.99	.848	3.83	.942	4.17	.637	3.88	.781	1.838	.104
บู๊แอคชั่น	4.07	1.012	4.07	.773	4.16	.799	3.95	.790	3.92	.881	4.06	.864	.638	.671
โรแมนติก	3.94	.862	3.82	.888	3.77	.933	3.73	.954	3.92	.654	3.45	.938	1.487	.193
จำขัน	4.03	.846	4.06	.845	4.03	.826	3.95	.910	3.96	.908	3.85	1.004	.377	.865
สยองขวัญ	3.41	1.149	3.48	1.136	3.50	1.132	3.38	1.091	3.92	.929	3.18	1.014	1.344	.245
วิทยาศาสตร์ สืบสวน	4.06	.862	4.02	.890	3.94	.841	4.20	.860	4.33	.816	4.06	.998	1.203	.307
<b>Total</b>	3.86	.917	3.87	.884	3.83	.897	3.79	.900	3.97	.783	3.72	.918	1.025	.472

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกับตัวแปรด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง



ตารางที่ 4.68 สรุปสมมติฐานที่ 3 ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างตามลักษณะทางประชากร

คำชี้แจง ผู้วิจัยได้สรุปโดยใส่เครื่องหมาย \* เฉพาะช่อง ที่ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

เพศ	อายุ	ลักษณะทางประชากร			ประเภทรายการ ช่องโมโน 29
		ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้ ต่อเดือน	
					รายการข่าว
					รายการบันเทิง
					เกมส์โชว์
					ภาพยนตร์ / ซีรีส์
					บู๊แอคชั่น
					โรแมนติก
					ข้ามัน
					สยองขวัญ
					วิทยาศาสตร์
					สืบสวน

\* กลุ่มตัวอย่างอายุ46ปีขึ้นไปมีความต้องการในการรับชมรายการประเภทโรแมนติก น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างวัยอื่น

จากตารางที่ 4.68 สรุปสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความแตกต่างด้านอายุมีผลต่อความต้องการในการรับชมรายการของช่องโมโน 29 ประเภทโรแมนติก กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ46ปีขึ้นไปมีความต้องการในการรับชมรายการประเภทโรแมนติก น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างวัยอื่น

## ตอนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

### ตารางที่ 4.69 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 : การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร	การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
สมมติฐานที่ 2 : ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร	ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรในด้าน อายุและระดับการศึกษา
สมมติฐานที่ 3 : ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร	ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรในด้านอายุ

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับและความพึงพอใจในการรับชมโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ของประชาชนอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษาความต้องการในการรับชมรายการแต่ละประเภทของช่องโมโน 29 ของประชาชนอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือประชาชนในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ประมวลผลข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปผลการวิจัยอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัยและอภิปราย

สรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26- 35 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

##### 1.1 การเปิดรับและความพึงพอใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29

โดยภาพรวมพบว่า การเปิดรับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการของช่องโมโน 29 3-4 ครั้ง /สัปดาห์ รับชมช่วงเวลาภาคค่ำ(18.00-00.00) รับชมครั้งละ 1-2 ชั่วโมง เปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับช่อง โม โน 29 ผ่านทางโทรทัศน์ รับชมกับสมาชิกในครอบครัว มีลักษณะการชม คือ ตั้งใจดูเปลี่ยนช่องบ้างแล้วกลับมาดูช่องเดิม

ระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหารายการ ของรายการบันเทิง /ซีรีส์ /ภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศของ

รายการบันเทิง /ซีรี่ส์/ภาพยนตร์ และลำดับสุดท้ายคือ คุณภาพรายการข่าวของช่องโมโน 29 ด้านเนื้อหารายการ

ระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 คุณภาพรายการข่าวของช่องโมโน 29 ด้านเนื้อหารายการข่าว มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เนื้อหาข่าวที่น่าสนใจและมีความหลากหลายของเนื้อหา รองลงมาคือ ลำดับเนื้อหาข่าว ก่อน-หลัง ได้อย่างเหมาะสมและน่าสนใจ และลำดับสุดท้าย คือ การนำเสนอเนื้อหาข่าวมีความสด ทันต่อเหตุการณ์ มีความหลากหลาย ชัดเจน เจาะลึก

ด้านลักษณะการนำเสนอรายการข่าว มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยสร้างสรรค์ภาพและการนำเสนอรายการที่น่าสนใจและมีสีสัน รองลงมาคือ คำบรรยายที่ใช้ประกอบภาพข่าว ช่วยให้ท่านเข้าใจรายละเอียดของข่าวและน่าติดตาม และลำดับสุดท้าย คือ การรับเรื่องร้องทุกข์ต่างๆจากทางบ้านทำให้รู้สึกสนใจและอยากติดตามรายการ

ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร รายการข่าว มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร ออกเสียงถูกต้อง ชัดเจน มีน้ำเสียงที่น่าฟัง บุคลิกภาพ และ ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร มีทักษะการนำเสนอที่ดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศรายการข่าว มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ภาพมีคุณภาพที่คมชัดไม่มีสัญญาณอื่นๆ และเสียงคมชัดไม่มีสัญญาณอื่นๆรบกวน

ระดับความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 รายการบันเทิง /ซีรี่ส์/ภาพยนตร์ ด้านเนื้อหารายการ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เนื้อหาของซีรี่ส์/ภาพยนตร์ สนุกสนานตรงกับความชอบของผู้ชมทำให้น่าติดตาม รองลงมาคือ ซีรี่ส์/ภาพยนตร์ ของช่องโมโน 29 มีเนื้อหาที่หลากหลายน่าติดตาม และลำดับสุดท้ายคือ เลือกซีรี่ส์/ภาพยนตร์ มาแนะนำได้น่าสนใจทำให้เกิดการติดตาม

ด้านรูปแบบรายการบันเทิง /ซีรี่ส์/ภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แจ่มโปรแกรมซีรี่ส์/ภาพยนตร์ตามช่วงเวลาในการออกอากาศทำให้เกิดการติดตาม รองลงมาคือ แบ่งช่วงเวลาและประเภทผู้ชมในการออกอากาศได้อย่างเหมาะสม และลำดับสุดท้ายคือ การเปิดโอกาสให้ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเล่นเกมตอบคำถามในรายการ ทำให้รู้สึกสนุกและอยากมีส่วนร่วมกับทางรายการ

ด้านการดำเนินรายการ/องค์ประกอบรายการบันเทิง /ซีรี่ส์/ภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีบทบรรยายภาษาไทยเพื่ออำนวยความสะดวก

สะดวกให้กับผู้ชม รองลงมาคือ เช่นเซอร์ภาพตามกฎในการออกอากาศได้เหมาะสมและลำดับสุดท้ายคือ มีการตัดต่อแบ่งช่วงภาพยนตร์/ซีรีส์ ได้น่าติดตาม

ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศรายการบันเทิง /ซีรีส์ /ภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพของภาพคมชัด รองลงมาคือ คุณภาพของเสียงคมชัด และลำดับสุดท้ายคือ เสียงพากย์ไพเราะ เหมาะสมกับตัวละคร สร้างความน่าติดตาม

ด้านการตอบสนองต่อการรับชม มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าจรรโลงใจผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตประจำวัน รองลงมา คือ ได้รับความเพลิดเพลินและความบันเทิง และลำดับสุดท้ายคือ ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในสังคมโดยการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจจากช่องโมโน29ไปพูดคุยกับบุคคลอื่นได้

## 1.2 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระดับความต้องการในการรับชมประเภทรายการช่องโมโน 29 ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาพยนตร์/ซีรีส์ บู๊แอคชั่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ภาพยนตร์/ซีรีส์ วิทยาศาสตร์ สืบสวน และลำดับสุดท้าย คือ ภาพยนตร์ /ซีรีส์ สยองขวัญ

## 1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**1.3.1 สมมติฐานที่1 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร** เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

- 1) ความถี่ในการรับชม มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน
- 2) ช่วงเวลาที่เปิดรับชม มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้านอายุ อาชีพ
- 3) การใช้เวลาในการรับชม มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้านรายได้/เดือน
- 4) ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้าน การศึกษา
- 5) ผู้ร่วมรับชมไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร
- 6) ลักษณะการดูโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรในด้าน การศึกษา

**1.3.2 สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร** เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า

- 1) ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านเพศและอายุของกลุ่มตัวอย่าง ยกเว้นด้านรูปแบบรายการของรายการบันเทิง/ซีรีส์/ภาพยนตร์ ผู้ซึ่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีอายุ 46 ปี ขึ้นไป
- 2) ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามตัวแปรด้านระดับการศึกษา ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา, ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี
- 3) ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านอาชีพและรายได้

**1.3.3 สมมติฐานที่ 3 ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร** เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า

- 1) ความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ ของช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง
- 2) ความต้องการในการรับชมรายการ ประเภทรายการ โรแมนติกแตกต่างกันตามตัวแปรด้านอายุ โดยพบว่า ผู้ที่มีอายุ 46 ปี ขึ้นไป มีความต้องการในการรับชมรายการประเภท โรแมนติก น้อยกว่าช่วงวัยอื่นๆ
- 3) ความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ ของช่องโมโน 29 ไม่แตกต่างกันตามตัวแปรด้านระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

## 2. อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการในการรับชมของผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่มีต่อรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญที่พบสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

### 2.1 การเปิดรับและความพึงพอใจในการรับชมโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ของประชาชนอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี

ไม่ว่าสื่อใหม่จะเข้ามามีอิทธิพลกับชีวิตประจำวันของผู้คนมากน้อยเพียงใด แต่สื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ก็ยังมีบทบาทสำคัญต่อการเปิดรับข่าวสารเห็นได้จากผลการวิจัยที่พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับช่องโมโน 29 จะพบว่าเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับช่องโมโน 29 ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด การเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับในช่วงเวลา 18.00-00.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับการวางผังกลยุทธ์ ของช่องโมโน 29 โดยช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลา Prime Time คือช่วงเวลาที่ดีที่สุดของวัน เป็นช่วงที่มีอัตราค่าโฆษณาสูงที่สุด กลุ่มตัวอย่างรับชมช่วงเวลานี้มากที่สุด เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเสร็จภารกิจจากนอกบ้าน ไม่ว่าจะเป็นการเรียนหรือการทำงาน จะใช้เวลาช่วงนี้ในการพักผ่อนด้วยการเปิดรับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าว ช่องโมโน 29 จัดเป็นช่วงหนังดีซีรีส์ดี (Premium Blockbuster) ที่จะนำเสนอภาพยนตร์และซีรีส์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักระดับสากล

ความพึงพอใจในการรับชมของกลุ่มตัวอย่างจากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในด้านบันเทิง/ซีรีส์/ภาพยนตร์ ของช่องโมโน 29 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านคุณภาพรายการบันเทิง/ซีรีส์/ภาพยนตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในด้านเนื้อหา รายการบันเทิง/ซีรีส์/ภาพยนตร์ สนุกสนาน ตรงกับความชอบของผู้ชมเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการความพึงพอใจ ที่บุคคลจะเลือกเปิดรับตามความสนใจของตน เลือกรับตามความชอบส่วนตัวและยังพบอีกว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเนื้อหา ซีรีส์ภาพยนตร์ที่มีความหลากหลายแนว น่าติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การบริหารของช่องโมโน 29 ที่จะวางตำแหน่งและภาพลักษณ์ตามสโลแกนของช่อง คือเป็นช่องที่มีหนังดี ซีรีส์ดีมากที่สุด ด้วยการทุ่มงบประมาณการจัดซื้อซีรีส์ ภาพยนตร์จากต่างประเทศ และในด้านการตอบสนองต่อการรับชมนั้น จากผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 เพื่อจรรโลงใจผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตประจำวันมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนาพร พิทยาบุรณ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมรายการละครวิทยุโทรทัศน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้รับชมรายการวิทยุโทรทัศน์เนื่องมาจากความบันเทิงและความผ่อนคลายความตึงเครียด

**2.2 ความต้องการในการรับชมรายการในแต่ละประเภทของช่องโมโน 29 ของประชาชนอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี** พบว่า ภาพยนตร์ ซีรีส์ ประเภทบู๊แอคชั่นเป็นประเภทที่กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชมมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายหลักของช่องที่เน้นภาพยนตร์ ซีรีส์ ประเภทบู๊แอคชั่นเป็นเนื้อหาหลัก จากบทสัมภาษณ์ของ นายณวัฒน์ ประสพเนตร ประธานเจ้าหน้าที่การตลาด บริษัทโมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) และกรรมการผู้จัดการ บริษัทโมโน บรอดคาสท์ จำกัด ผู้บริหารที่รับผิดชอบช่องโมโน 29 ได้เคยให้สัมภาษณ์กับประชาชาติธุรกิจออนไลน์

ว่าเนื่องจากการแข่งขันคอนเทนต์ละครที่มีค่อนข้างสูง และมีเจ้าตลาดที่แข็งแกร่ง ส่วนใหญ่เน้นละครรัก โรแมนติก ดังนั้น แนวละครของโมโน 29 จึงต้องหนีไปจากตลาด โดยเน้นละครบู๊แอ็กชั่นเป็นหลัก ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2558). โมโน29 ทุ่ม400ล.รับศึกที่วิถีจิตต์ เพิ่ม ละคร-หนังไทย ดึงคนดูจว.ตั้งเป้าขึ้นท็อป4. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2562,

จากเว็บไซต์ [https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1427703221](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1427703221)  
จากบทสัมภาษณ์นี้ทำให้เห็นว่าช่องโมโน 29 กำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือการมีจุดยืนในการนำเสนอเนื้อหาที่ชัดเจน

## 2.3 สมมติฐาน

### 2.3.1 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร

การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร ด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ แต่ไม่สัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรด้านเพศ เป็นไปตามแนวคิดที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับลักษณะทางประชากรที่กล่าวว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจในการรับชมโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน และพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความสัมพันธ์ในการเปิดรับชมรายการของช่องโมโน 29 มากที่สุด ทั้งในด้าน ความถี่ในการรับชมรายการ ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการ ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และลักษณะการดูโทรทัศน์

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยทางด้านประชากร โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาต่างกันนั้นทำให้สะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ความสามารถในการเลือกสาระของการชมรายการโทรทัศน์ได้แตกต่างกันสอดคล้องกับการวิจัยของ อุทุมพร สุขวงกฎ (2551) เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรายการ ห้องข่าว 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรายการ ห้องข่าว 7 สี คือ ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ห้องข่าว 7 สี แตกต่างกัน เช่นเดียวกับ จตุวัติ จิตประพันธ์ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ การศึกษา และรายได้ต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าแตกต่างกัน ระดับการศึกษานับเป็นตัวแปรสำคัญแสดงให้เห็นถึงการมีแนวคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์



**2.3.2 ความพึงพอใจในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร** เป็นไปตามแนวคิดที่กล่าวถึงความพึงพอใจในการรับชมแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร ที่กล่าวว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคม

โดยพบว่าความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรในด้านอายุโดยเฉพาะ ในด้านรูปแบบรายการของรายการบันเทิง /ซีรีส์/ภาพยนตร์ โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35ปี มีความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีอายุ 46ปีขึ้นไป สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของ นายนวนินทร์ ประสพเนตร ประธานเจ้าหน้าที่การตลาด บริษัท โมโน เทคโนโลยี่ จำกัด (มหาชน) และกรรมการผู้จัดการ บริษัท โมโนบรอดคาสท์ จำกัด ผู้บริหารทีวี่ดิจิตอลช่องโมโน 29 ได้เคยให้สัมภาษณ์กับไทยรัฐออนไลน์ ได้กล่าวถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้ชมมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่30ปี ไทยรัฐออนไลน์. (2558). *กลยุทธ์ 'แหกโศ' ของ "โมโน 29" แตกต่างอย่างชัดเจน 1 ใน 3 ช่องฮิตดิจิตอล*. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2562, จากเว็บไซต์ <https://www.thairath.co.th/content/493239>

ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 แตกต่างตามลักษณะประชากรในด้านระดับการศึกษาโดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามีความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ,ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้ระดับการศึกษา เป็นลักษณะสำคัญที่มีอิทธิพลต่อบุคคล โดยคนที่ได้รับการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมจะมีความรู้สึกรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกัน (พรชัย แผ่นชัยภูมิ, 2558, น.22 )

**2.3.3 สมมติฐานที่3 ความต้องการในการรับชมรายการช่องโมโน 29 แตกต่างตามลักษณะทางประชากร** จากการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีอายุ46ปีขึ้นไป มีความต้องการในการรับชมรายการประเภทโรแมนติก น้อยกว่าช่วงวัยอื่นๆ สอดคล้องกับทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อย มักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ใจร้อน และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีความอายุมาก ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนอายุน้อย เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่พออายุ40ปีขึ้นไป มักจะใช้สื่อมวลชน เพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆมากกว่าเพื่อความบันเทิง

### 3. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการในการรับชมของผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่มีต่อรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

1) ควรปรับปรุงคุณภาพรายการข่าว ด้านความสด ทันต่อเหตุการณ์และความหลากหลายชัดเจน เจาะลึกให้มากขึ้น เนื่องจากผู้ชมยังเห็นว่าคุณภาพในด้านนี้ยังอยู่ในระดับปานกลาง

2) แม้ปัจจุบันช่อง โมโน 29 จะมีกลุ่มเป้าหมายเฉลี่ยอยู่ที่กลุ่มอายุ 30 ปี และสามารถตอบสนองต่อการรับชมของกลุ่มนี้ได้ในระดับดีแล้วก็ตาม แต่สังคมไทยกำลังเปลี่ยนผ่านจากสังคมสูงวัยเป็นสังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์ โดยไทยมีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ขณะที่ประชากรในวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน เพื่อให้ทันต่อสภาพการณ์สังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อช่อง โมโน 29 คือ ควรจะมีช่วงรายการสำหรับผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป อาจแนะนำเสนอในช่วงเวลาเช้าซึ่งเป็นเวลาที่เหมาะกับกิจวัตรประจำวันของผู้สูงอายุ และการที่มีกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นนั้นก็ควรจะนำมา ซึ่งการขยเวลาโฆษณาสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น

#### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การค้นพบผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาการเปิดรับความพึงพอใจและความต้องการในการรับชมของผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่มีต่อรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

3.2.1 การวิจัยครั้งนี้ข้อมูลที่ได้เป็นเพียงข้อมูลเชิงปริมาณ หากต้องการได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์กลุ่ม เพราะข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งอาศัยการตีความวิเคราะห์ ผลการวิจัยชัดเจน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เท่านั้น หากต้องการได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กว้างมากยิ่งขึ้นควรทำการวิจัยกับกลุ่มผู้ชมในเขตอื่นๆ เช่น กรุงเทพมหานคร ปทุมธานี สมุทรปราการ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เกิดความหลากหลายในข้อมูลและนำข้อมูลนั้นมาทำการศึกษาต่อไป



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเอ็ดสัน เพรสโพรดักส์ จำกัด.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.
- กุลธิดา สินอนันต์. (2553). *การเปิดรับการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจซื้อกาแฟลดน้ำหนัก เนเจอร์กิฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาเนเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพฯ.
- จตุวัติ จิตประพันธ์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาเนเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.
- ชนาพร พิทยาบูรณ์. (2557) *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมรายการละครวิทยุโทรทัศน์ของนักศึกษาวารสารมหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 33(1), 109-121.
- ชนานนทร สิทธิโกษีย์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสื่อโฆษณาของ MONO29. (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ทีวีดิจิตอล. (2562). *พีทีทีวีเอ็นอันดับ 10 ต่อเนื่อง 2 สัปดาห์ติด ในเดือนม.ค.62. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2562 จาก <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-week-14-20jan2562/>*
- เทศบาลนครปากเกร็ด. (2559). *สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของเทศบาลนครปากเกร็ด. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2561 จาก <http://www.pakkretcity.go.th/index.php/home/2017-07-24-13-55-02.html>*
- ไทยรัฐออนไลน์. (2558). *กลยุทธ์ 'แหกโศ' ของ 'โมโน 29' แตกต่างอย่างชัดเจน 1 ใน 3 ช่องฮิ ดิจิตอล. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2562, จากเว็บไซต์ <https://www.thairath.co.th/content/493239>*
- นนทสิทธิ์ แก้วทิพยเนตร. (2555). *พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเนเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

- บริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน). (2561). รายงานประจำปี2561. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2562, จากเว็บไซต์ [https://www.mono.co.th/wp-content/uploads/2019/03/MONO\\_AR\\_18\\_TH.pdf](https://www.mono.co.th/wp-content/uploads/2019/03/MONO_AR_18_TH.pdf)
- ประมะ สตะเวทิน. (2541). การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ประมะ สตะเวทิน และคณะ. (2546). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15 = *Principles and theories of communication*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประมะ สตะเวทิน. (2540). หลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ประกายกาวิล ศรีจินดา, (2558). การสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ ดิจิตอลระยะเริ่มต้นในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2561 จาก [http://www.elfms.ssu.ac.th/prakaikavin\\_sr/file.php/1/\\_2558.pdf](http://www.elfms.ssu.ac.th/prakaikavin_sr/file.php/1/_2558.pdf)
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2558). โมโน29 ทุ่ม400ล.รับศึกทีวีดิจิทัล เพิ่ม ละคร-หนังไทย ดึงคนดูตจว.ตั้งเป้าขึ้นท้อป4. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2562, จากเว็บไซต์ [https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1427703221](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1427703221)
- พรชัย แผ่นชัยภูมิ. (2558). พฤติกรรมการรับชม และความพึงพอใจรายการคืบข่าวครบประเด็นของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- พิมพ์ลอย บัณฑิตโย. (2551). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจในรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พีระ จิระโสภณ. (2557). ปรังษยานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พีระ จิระโสภณ. ทฤษฎีการสื่อสาร ใน เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 11. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2547.
- มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร. (2554). ปัจจัยที่มีผลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- มารยาท โยทองยศ และผศ.ปราณีสวัสดิศรพรพ. (2557). การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2561 จาก <http://www.fsh.mi.th/km/wp-content/uploads/2014/04/resch.pdf>

โมนิกรู๊ป. (2557). *เกี่ยวกับโมนิ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2561

จาก <https://www.mono.co.th/th/เกี่ยวกับโมนิ/>

ศุขหทัย ปิโยบล. (2556). *การรับรู้และทัศนคติของผู้ชมรายการกึ่งคู่สงครามเพลงเงินล้าน*.

(ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สุมนมาศ คำทอง. (2560). *การวิเคราะห์ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล*. 1-22.

file:///C:/Users/KlanG-NB/Downloads/115727-Article%20Text-297650-1-10-20180316.pdf

ศุภวัฒน์ สงวนงาม. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของ*

*สถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ*

*มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยเนชั่น, กรุงเทพฯ.

ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. (2557). *โทรทัศน์ดิจิทัล: ประโยชน์ต่อผู้ชม อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย*

*และผลกระทบต่อสังคม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 จาก

[https://journal.pim.ac.th/uploads/content/2014/12/o\\_1984rdsj91dls1hhc1h7v1n201ckd1h.pdf](https://journal.pim.ac.th/uploads/content/2014/12/o_1984rdsj91dls1hhc1h7v1n201ckd1h.pdf)

สำนักข่าวอิสรา. (2559). *กสทช.ชี้ผู้ประกอบการทีวีรายเดิมไม่ได้มีรายได้ลดลง*. สืบค้นเมื่อวันที่ 11

มิถุนายน 2561 จาก [https://www.isranews.org/isranews-short-news/47855-](https://www.isranews.org/isranews-short-news/47855-digital_478551.html)

[digital\\_478551.html](https://www.isranews.org/isranews-short-news/47855-digital_478551.html)

สำนักงานสถิติแห่งชาตินนทบุรี. 2553. (ระบบออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2561 แหล่งที่มา

<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/districtList/S010107/th/4.htm>

อุทุมพร สุขวงกฎ. (2551). *พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรายการ ห้องข่าว 7 สี*

*ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต

*ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

ภาคผนวก



**แบบสอบถาม การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตอำเภอปากเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรีที่มีต่อรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องโมโน 29**

**คำชี้แจง** แบบสอบถามชุดนี้จัดทำโดย นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการสำรวจ การเปิดรับ/ความพึงพอใจ/ความต้องการ ในการรับชมโทรทัศน์ช่องโมโน29 เพื่อพัฒนาการนำเสนอรายการของช่องโมโน 29 ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม

กรุณาทำเครื่องหมาย/ ในช่องว่าง  ตรงกับความเห็นของท่าน  
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  ต่ำกว่า18ปี  26-35 ปี  
 19-25 ปี  46 ปี ขึ้นไป  
 36-45 ปี
3. ระดับการศึกษา  ต่ำกว่ามัธยมศึกษา  มัธยมศึกษาต้น  
 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า  อนุปริญญาหรือเทียบเท่า  
 ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี
- 4.อาชีพ  นักเรียน /นักศึกษา  ข้าราชการ  พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 พนักงานบริษัท  ธุรกิจส่วนตัว  ค้าขาย  
 รับจ้าง/ลูกจ้าง  เกษียณ/ว่างงาน  อื่นๆ
- 5.รายได้/เดือน  น้อยกว่า 10,000บาท  10,001 – 20,000 บาท  20,001-30,000 บาท  
 30,001-40,000 บาท  40,001-50,000 บาท  50,000 บาท ขึ้นไป



## ตอนที่ 2 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29

กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องว่าง  ตรงกับความเห็นของท่าน

### 1. ความถี่ในการรับชมรายการของช่องโมโน29 ต่อสัปดาห์

- 1-2 ครั้ง / สัปดาห์       3-4 ครั้ง / สัปดาห์       5-6 ครั้ง / สัปดาห์  
 เปิดรับชมทุกวัน

### 2. ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการของช่องโมโน29

- ภาคเช้า (05.00-12.00)       ภาคบ่าย (12.00-18.00)       ภาคค่ำ (18.00-00.00)  
 ภาคดึก (00.00-05.00)

### 3. ท่านใช้เวลาในการรับชมรายการของช่องโมโน29 แต่ละครั้ง นานแค่ไหน

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง       1-2 ชั่วโมง       3-4 ชั่วโมง  
 มากกว่า 4 ชั่วโมง

### 4. ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ช่องโมโน29 ผ่านสื่อใด

- Facebook       เว็บไซต์       โทรทัศน์  
 เพื่อน       สมาชิกในครอบครัว

### 5. ท่านดูช่องโมโน29 กับผู้ใด

- คนเดียว       สมาชิกในครอบครัว       อื่นๆ

### 6. ลักษณะการดูโทรทัศน์ช่องโมโน29 ของท่าน

- ตั้งใจดูไม่เปลี่ยนช่อง       ตั้งใจเปลี่ยนช่องบ้างแล้วกลับมาดูช่องเดิม  
 ดูเรื่อยๆตั้งใจบ้างบางครั้ง       เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน  
 ดูตามที่คนอื่นเปิด

### ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29

ตอนที่ 3 โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องทางขวามือ ตามความคิดเห็นของท่านที่มีต่อเกณฑ์ความพึงพอใจในการรับชมช่องโมโน 29 ในแต่ละข้อตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด โดยมีน้ำหนักคะแนนดังนี้  
ระดับความพึงพอใจ

ระดับคะแนน 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง พึงพอใจมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ ในการรับชมช่องโมโน29				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านคุณภาพรายการของช่องโมโน29</b>					
- รายการข่าว					
<u>ด้านเนื้อหารายการ</u>					
1. การนำเสนอเนื้อหาข่าวมีความสด ทันต่อเหตุการณ์ มีความหลากหลาย ชัดเจน เจาะลึก					
2. เนื้อหาข่าวที่นำเสนอเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือ					
3. เนื้อหาข่าวน่าสนใจและมีความหลากหลายของเนื้อหา					
4. ลำดับเนื้อหาข่าว ก่อน-หลัง ได้อย่างเหมาะสมและน่าสนใจ					
<u>ด้านลักษณะการนำเสนอ</u>					
5. การสัมภาษณ์ผู้ร่วมเหตุการณ์ในข่าวทำให้ข่าวดูน่าสนใจ และมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น					
6. พิธีกรข่าวร่วมหรือแขกรับเชิญมาร่วมพูดคุยในรายการทำให้ดูน่าสนใจมากขึ้น					
7. การรายงานข่าวนอกสถานที่เช่นการรายงานในจุดเกิดเหตุ ทำให้รู้สึกตื่นเต้น น่าสนใจ และมีอารมณ์ร่วม					

ประเด็นความคิดเห็น (ต่อ)	ระดับความพึงพอใจ ในการรับชมช่องโมโน29				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
8. การรับเรื่องร้องทุกข์ต่างๆจากทางบ้านทำให้รู้สึกสนใจและอยากติดตามรายการ					
9. มีการนำเสนอรายการเข้ากับเหตุการณ์บรรยากาศและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน					
10. คำบรรยายที่ใช้ประกอบภาพข่าว ช่วยให้ท่านเข้าใจรายละเอียดของข่าวและน่าติดตาม					
11. ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยสร้างสรรคภาพและการนำเสนอรายการดูน่าสนใจและมีสีสัน					
<u>ด้านผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร</u>					
12. ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร มีทักษะการนำเสนอที่ดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้					
13. ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร ออกเสียงถูกต้อง ชัดเจน มีน้ำเสียงที่น่าฟัง บุคลิกภาพดี					
<u>ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ</u>					
14. ภาพมีคุณภาพที่คมชัดไม่มีสัญญาณอื่นๆรบกวน					
15. เสียงคมชัด ไม่มีสัญญาณอื่นๆรบกวน					
- รายการบันเทิง /ซีรีส์ /ภาพยนตร์					
<u>ด้านเนื้อหารายการ</u>					
16. เนื้อหาของซีรีส์/ภาพยนตร์ สนุกสนานตรงกับความชอบของผู้ชมทำให้น่าติดตาม					
17. ซีรีส์/ภาพยนตร์ ของช่องโมโน29 มีเนื้อหาที่หลากหลายแนวน่าติดตาม					
18. เลือกซีรีส์/ภาพยนตร์ มานำเสนอได้น่าสนใจทำให้เกิดการติดตาม					
<u>ด้านรูปแบบรายการ</u>					
19. การเปิดโอกาสให้ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเล่นเกมตอบคำถามในรายการทำให้รู้สึกสนุกและอยากมีส่วนร่วมกับทางรายการ					

ประเด็นความคิดเห็น (ต่อ)	ระดับความพึงพอใจ ในการรับชมช่องโมโน29				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
20. แจ้งโปรแกรมซีรีส์/ภาพยนตร์ตามช่วงเวลาในการออกอากาศทำให้เกิดการติดตาม					
21. แบ่งช่วงเวลาและประเภทผู้ชมในการออกอากาศได้อย่างเหมาะสม					
<b>ด้านการดำเนินรายการ/องค์ประกอบรายการ</b>					
22. มีบทบรรยายภาษาไทย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ชม					
23. เซนเซอร์ภาพตามกฎในการออกอากาศได้เหมาะสม					
24. มีการตัดต่อแบ่งช่วงภาพยนตร์/ซีรีส์ ได้น่าติดตาม					
<b>ด้านคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศ</b>					
25. เสียงพากย์ไทยเรา เหมาะสมกับตัวละคร สร้างความน่าติดตาม					
26. คุณภาพของเสียงคมชัด					
27. คุณภาพของภาพคมชัด					

### ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ช่องโมโน 29

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ ในการรับชมช่องโมโน29				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านการตอบสนองต่อการรับชม</b>					
28. ได้รับข้อมูลข่าวสาร ทันต่อเหตุการณ์ และเป็นประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน					
29. ได้รับความเพลิดเพลินและความบันเทิง					
30. ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในสังคม โดยการนำเนื้อหาที่นำเสนอจากช่อง โม โน 29 ไปพูดคุยกับบุคคลอื่นได้					
31. จรรโลงใจผ่อนคลายความเครียดจากชีวิตประจำวัน					

ตอนที่ 4 ความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความต้องการในการรับชมรายการประเภทต่างๆ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ประเภทรายการช่องโมโน 29</b>					
1. รายการข่าว					
2. รายการบันเทิง เกมส์โชว์					
3. ภาพยนตร์ / ซีรีส์ ประกอบด้วย					
3.1 นู้แอคชั่น					
3.2 โรแมนติก					
3.3 ขำขัน					
3.4 สยองขวัญ					
3.5 วิทยาศาสตร์ สืบสวน					

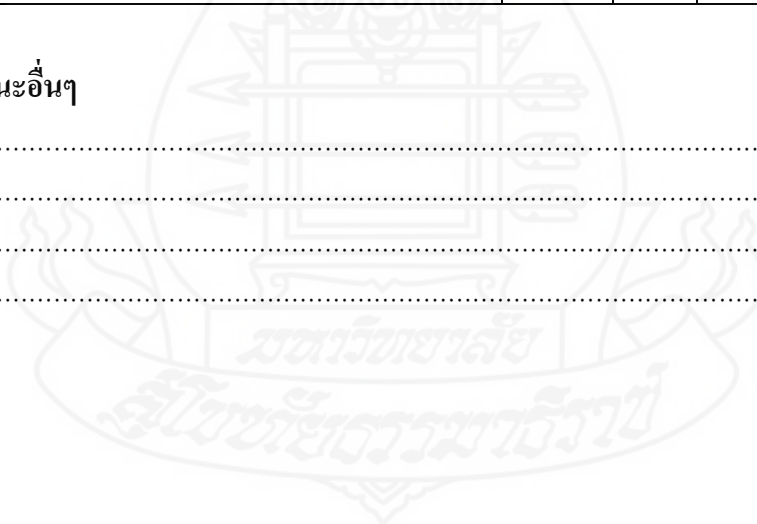
ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....



## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อสกุล	นางสาวปริสณา ดอกแก้ว
วัน เดือน ปีเกิด	25 กรกฎาคม 2534
สถานที่เกิด	เขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ พ.ศ. 2557
สถานที่ทำงาน	บริษัทโมโน บรอดคาซท์ จำกัด
ตำแหน่ง	Archive Library Officer

