

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ได้นำเสนอโดยแบ่งเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ และ ความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้จากสื่อมวลชน

ตอนที่ 3 เหตุผลในการตัดสินใจชมภาพยนตร์

ตอนที่ 4 ความเชื่อถือต่อสื่อที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	114	28.1
หญิง	291	71.9
รวม	405	100.0

จากตารางที่ 1 มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 405 ราย เป็นจำนวนตัวอย่างชาย 114 คนคิดเป็นร้อยละ 28.1 และจำนวนตัวอย่างหญิง 291 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15	69	17.0
16	43	10.6
17	45	11.1
18	48	11.9
19	41	10.1
20	29	7.2
21	20	4.9
22	38	9.4
23	22	5.4
24	18	4.4
25	32	7.9
รวม	405	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ส่วนใหญ่อายุ 15 ปี มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รองลงมาคือ อายุ 18 ปี มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และอายุ 17 ปี มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 สำหรับอายุโดยเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้คือ 19 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	2	0.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	15	3.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย	204	50.4
ปวช.,ปวท.	25	6.2
ปวส.,อนุปริญญา	53	13.1
ปริญญาตรี	104	25.7
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.5
รวม	405	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมากที่สุด คือ 204 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรีมีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 สำหรับกลุ่มที่น้อยที่สุดมีจำนวนเท่ากัน 2 กลุ่ม คือ ระดับประถมศึกษาและสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนกลุ่มละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	274	67.7
พนักงานบริษัทเอกชน / ธนาคาร	52	12.8
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	38	9.4
กิจการส่วนตัว / อาชีพอิสระ/ แม่บ้าน / ว่างงาน	41	10.1
รวม	405	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา มีจำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน และพนักงานธนาคาร มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 สำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 และอาชีพกิจการส่วนตัว อาชีพอิสระ แม่บ้านและคนว่างงาน มีจำนวนรวมกัน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
3,000 บาทหรือต่ำกว่า	209	51.6
3,001-6,000 บาท	112	27.7
6,001-10,000 บาท	62	15.3
10,001-15,000 บาท	22	5.4
และ ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป		
รวม	405	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีรายได้ 3,000 บาทต่อเดือนหรือต่ำกว่านั้น มีจำนวน 209 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 3,000 - 6,000 บาทต่อเดือน ซึ่งมีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อมวลชน

สื่อที่เปิดรับ	จำนวน N = 405	ร้อยละ
วิทยุ	343	84.7
โทรทัศน์	318	78.5
นิตยสารทั่วไป	145	35.8
นิตยสารภาพยนตร์	203	50.1
หนังสือพิมพ์	401	99.0

จากตารางที่ 6 พบว่า สื่อที่เสนอข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีจำนวน 401 คน คิดเป็นร้อยละ 99.0 รองลงมาคือเปิดรับสื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารภาพยนตร์ และนิตยสารทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 84.7 78.5 50.1 และ 35.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์

สื่อที่เปิดรับ ร้อยละ (จำนวน)	ระดับความบ่อยครั้งในการเปิดรับ					x	ไม่เปิด รับ	รวม
	มากกว่า สัปดาห์ละ 4 ครั้ง	สัปดาห์ ละ 3-4 ครั้ง	สัปดาห์ ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง	น้อยกว่า เดือนละ 1 ครั้ง			
วิทยุ	24.2 (98)	19.8 (80)	21.7 (88)	11.6 (47)	7.4 (30)	3.08	15.3 (62)	100.0 (405)
โทรทัศน์	30.9 (125)	22.2 (90)	19.5 (79)	4.9 (20)	1.0 (4)	2.99	21.5 (87)	100.0 (405)
นิตยสารทั่วไป	4.2 (17)	4.2 (17)	9.4 (4.2)	13.1 (53)	4.9 (20)	2.78	64.2 (260)	100.0 (405)
นิตยสาร ภาพยนตร์	3.2 (13)	4.2 (17)	15.3 (62)	20.7 (84)	6.7 (27)	2.82	49.9 (202)	100.0 (405)
หนังสือพิมพ์	46.7 (189)	26.7 (108)	20.0 (81)	4.4 (18)	1.2 (5)	2.95	1.0 (4)	100.0 (405)

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 30.9 และ 24.2 ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อต่างๆแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อวิทยุสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับเท่ากับ 3.08 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารภาพยนตร์ และนิตยสารทั่วไป โดยมีค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับเท่ากับ 2.99 2.95 2.82 และ 2.78 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์

ประเภทของการได้รับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ทราบจากเพื่อน/คนใกล้ชิด	335	82.7
ทราบจากบุคคลในครอบครัว/ญาติ	221	54.6
ทราบจากโฆษณาในโรงภาพยนตร์	284	70.1
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	405	100.0

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับทราบข่าวสารจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดมากที่สุด คือ 335 คน คิดเป็นร้อยละ 82.7 รองลงมาคือ ทราบจากโฆษณาในโรงภาพยนตร์หรือป้ายบิลบอร์ด และทราบจากบุคคลในครอบครัวหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 70.1 และ 54.6 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับทราบบ่อยที่สุด / มากที่สุด

ข่าวสารที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
เบื้องหลังภาพยนตร์ใหม่	67	16.5
เรื่องย่อภาพยนตร์ใหม่	53	13.1
คำวิจารณ์การให้คะแนน ภาพยนตร์	27	6.7
ความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง	150	37.7
ข่าวซุบซิบของดารา	61	15.1
การจัดอันดับภาพยนตร์ยอดนิยม และรายงานภาพยนตร์ที่ทำรายได้ อันดับต้นๆ	22	5.4
วัน/เวลาในการฉายภาพยนตร์	24	5.9
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	405	100.0

ตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ในเรื่องของความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ ข่าวเกี่ยวกับเบื้องหลังภาพยนตร์ใหม่ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และข่าวที่ได้รับทราบน้อยที่สุดคือการจัดอันดับภาพยนตร์ยอดนิยม และรายงานภาพยนตร์ที่ทำรายได้เป็นอันดับต้นๆ มีจำนวนเพียง 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อมวลชน จำแนกตามข่าวสารที่ได้รับ

ข่าวสารที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย				
	วิทยุ N=343	โทรทัศน์ N=318	นิตยสารทั่วไป N=145	นิตยสารภาพยนตร์ N=203	หนังสือพิมพ์ N=404
เนื้อหาสาระ	3.24	3.22	1.38	1.98	3.75
ความใหม่ทันสมัย	3.37	3.23	1.34	1.34	3.81
ความน่าเชื่อถือ	3.00	3.05	1.25	1.25	3.44
ปริมาณข่าวสารที่ได้รับ	2.98	3.00	1.26	1.26	3.52
ค่าเฉลี่ยรวม	3.15	3.12	1.31	1.91	3.63


จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากสื่อวิทยุในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านเนื้อหาสาระมากที่สุดคือ 3.37 รองลงมาคือความพึงพอใจในด้านเนื้อหาสาระ ความน่าเชื่อถือ และปริมาณข่าวสารที่ได้รับ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.24 3.00 และ 2.98 ตามลำดับ สำหรับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมเท่ากับ 3.15

สำหรับความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.12 ถ้าหากพิจารณาโดยแยกความพึงพอใจออกเป็นด้านต่างๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านความใหม่ทันสมัยของข่าวสารมากที่สุด คือ 3.23 รองลงมาคือด้านเนื้อหาสาระ มีค่าเฉลี่ย 3.22 ในด้านความน่าเชื่อถือของข่าวสารและด้านปริมาณข่าวสารที่ได้รับมีค่าเฉลี่ย 3.05 และ 3.00 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเนื้อหาสาระของข่าวสารที่ได้รับจากนิตยสารทั่วไปอยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.31 และเมื่อพิจารณาโดยแยกความพึงพอใจออกเป็นด้านต่างๆ จะพบว่า มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำทุกด้าน โดยแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันคือ ด้านเนื้อหาสาระมีค่าเฉลี่ย 1.38 ด้านความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 1.34 ด้านความใหม่ทันสมัยของข่าวสารมีค่าเฉลี่ย 1.25 และด้านปริมาณข่าวสารที่ได้รับมีค่าเฉลี่ย 1.26

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับจากนิตยสาร ภาพยนตร์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.91 เมื่อพิจารณาโดยแยกความพึงพอใจออกเป็นด้านต่างๆ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำทุกด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเนื้อหาสาระ มีค่าเฉลี่ย 1.98 ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 1.95 ความน่าเชื่อถือของข่าวสารมีค่าเฉลี่ย 1.83 และปริมาณข่าวสารที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 1.89

สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.63 และเมื่อพิจารณาแยกความพึงพอใจออกเป็นด้านต่างๆ พบว่ามีถึง 3 ด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ด้านเนื้อหาสาระมีค่าเฉลี่ย 3.75 ด้านความใหม่ทันสมัยของข่าวสารมีค่าเฉลี่ย 3.81 และด้านปริมาณข่าวสารที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนด้านความน่าเชื่อถือของข่าวสารมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ 3.44



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 เหตุผลในการตัดสินใจชมภาพยนตร์

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์

สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย
สื่อมวลชน		
การเปิดรับสื่อโทรทัศน์	405	3.72
การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์	405	3.30
การเปิดรับสื่อนิตยสารภาพยนตร์	405	3.00
การเปิดรับสื่อวิทยุ	405	2.96
การเปิดรับสื่อนิตยสารทั่วไป	405	2.96
สื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล		
ภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์	405	3.83
คำแนะนำของเพื่อนหรือคนใกล้ชิด	405	3.52
คำแนะนำของบุคคลในครอบครัวหรือญาติ	405	3.07
ใบปิดที่หน้าโรงภาพยนตร์	405	3.06
ป้ายโฆษณาบริเวณโรงภาพยนตร์/ที่ชุมชน	405	2.87

จากตาราง พบว่า ในประเภทสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งอยู่ในระดับสูง รองลงมาได้แก่ การตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสารภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ย 3.30 และ 3.00 ตามลำดับ ซึ่งถือว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการเปิดรับสื่อวิทยุและสื่อนิตยสารทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากันและอยู่ในระดับปานกลาง คือ 2.96

สำหรับประเภทสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ การตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังคำแนะนำของเพื่อนหรือคนใกล้ชิด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งจัดอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน

ตอนที่ 4 ความเชื่อถือต่อสื่อที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์

ตารางที่ 1.2 แสดงค่าเฉลี่ยของความเชื่อถือต่อสื่อมวลชน จำแนกตามลักษณะของสื่อที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์

ลักษณะของสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์	วิทยุ	โทรทัศน์	นิตยสารทั่วไป	นิตยสารภาพยนตร์	หนังสือพิมพ์
สื่อมวลชนให้ข้อมูลด้วยความเป็นกลางและสามารถเชื่อถือได้	3.23	3.01	2.96	2.91	2.88
ผู้เขียนหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์จริงๆ	2.69	2.74	2.43	3.81	3.60
คำวิจารณ์จากสื่อมวลชนมีส่วนโน้มน้าวใจให้ไปชมภาพยนตร์	3.54	4.01	2.75	2.47	3.01
การโฆษณาภาพยนตร์ตัวอย่างมีส่วนโน้มน้าวใจให้ท่านไปชมภาพยนตร์	2.85	2.67	2.75	2.67	2.81
สื่อมวลชนวิจารณ์ภาพยนตร์ด้วยความตรงไปตรงมาทุกครั้ง	3.00	2.96	2.57	2.32	3.05
สื่อมวลชนไม่ได้รับผลประโยชน์จากการวิจารณ์ภาพยนตร์	3.41	3.09	3.28	2.88	2.76
คำวิจารณ์ในทางลบของสื่อมวลชนมีผลทำให้ทัศนคติของท่านเปลี่ยนไปในทางลบด้วย	2.78	2.54	2.78	2.79	2.97
ท่านเชื่อในคำวิจารณ์หรือข่าวสารต่างๆที่สื่อมวลชนบอกทุกครั้ง	3.11	2.88	2.74	2.70	2.49
รวม	3.08	2.99	2.78	2.82	2.95

จากตารางที่ 12 พบว่า ในบรรดาสื่อมวลชนทุกแขนงนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อถือสื่อวิทยุมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ ซึ่งให้ความเชื่อถือในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.99 ส่วนสื่อที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อถืออยู่ในอันดับสุดท้าย คือ สื่อนิตยสารทั่วไป โดยมีค่าเฉลี่ย 2.78 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาสื่อแต่ละชนิดโดยแยกออกเป็นลักษณะความเชื่อถือในด้านต่างๆ พบว่ามีสื่อ 2 ประเภทที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อถือในคำวิจารณ์ภาพยนตร์ของผู้ดำเนินรายการว่ามีส่วนโน้มน้าวใจให้ไปชมภาพยนตร์อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.54 และ 4.01 ตามลำดับ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ สำหรับสื่อนิตยสารทั่วไปนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือว่่าสื่อมวลชนไม่ได้รับผลประโยชน์จากการเชียร์ภาพยนตร์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28 ส่วนนิตยสารภาพยนตร์และหนังสือพิมพ์นั้น กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือว่่า ผู้เขียนนั้นเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์จริงๆอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.81 และ 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเชื่อถือต่อสื่อมวลชนที่เสนอข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์

สื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	32	7.9
โทรทัศน์	272	67.2
นิตยสารทั่วไป	14	3.4
นิตยสารภาพยนตร์	46	11.4
หนังสือพิมพ์	41	10.1
รวม	405	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์มากเป็นอันดับหนึ่ง โดยคิดเป็นร้อยละ 67.2 ถัดจากสื่อโทรทัศน์คือสื่อ นิตยสารภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 11.4 สื่อที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อถือรองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อ นิตยสารทั่วไป โดยคิดเป็นร้อยละ 10.1 7.9 และ 3.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

ตารางที่ 14 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์	สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจ	r
สื่อวิทยุ	การวิจารณ์ภาพยนตร์ของนักจัดรายการวิทยุ	.2521*
	โฆษณาทางวิทยุ	.2961*
นิตยสารทั่วไป	การอ่านคอลัมน์ภาพยนตร์ในนิตยสารทั่วไป	.0855
นิตยสารภาพยนตร์	การอ่านคอลัมน์วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารภาพยนตร์	.1289*
	โฆษณาในนิตยสารภาพยนตร์	.0935
หนังสือพิมพ์	การอ่านคอลัมน์ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์	.1087*
	โฆษณาภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์	.1076*
โทรทัศน์	การชมรายการเกี่ยวกับเบื้องหลังภาพยนตร์ การวิจารณ์ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์	.1276*
	โฆษณาภาพยนตร์ตัวอย่างทางโทรทัศน์	.0930

* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 พบว่าการที่กลุ่มตัวอย่างรับฟังการวิจารณ์ภาพยนตร์จากสื่อวิทยุ การชมการวิจารณ์ภาพยนตร์จากสื่อโทรทัศน์ และการอ่านคำวิจารณ์ภาพยนตร์จากนิตยสารภาพยนตร์และหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นโดยเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก แต่มีค่าความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ สำหรับสื่อ นิตยสารทั่วไปไม่พบว่ามีสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์

สำหรับการโฆษณา พบว่า การโฆษณาภาพยนตร์ทางสื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก และมีค่าความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ การโฆษณาภาพยนตร์ในสื่ออื่นๆที่เหลือไม่พบว่ามี ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์

ตารางที่ 15 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ภาพยนตร์ กับความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน

พฤติกรรมการเปิดรับ สื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์	เนื้อหาสาระ	ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร	ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร	ปริมาณข่าวสารที่ได้รับ
	r	r	r	r
วิทยุ	.7330*	.7280*	.7130*	.6979*
โทรทัศน์	.8332*	.8185*	.8069*	.8277*
นิตยสารทั่วไป	.8624*	.8590*	.8530*	.8547*
นิตยสารภาพยนตร์	.8672*	.8626*	.8410*	.8328*
หนังสือพิมพ์	.0969	.2850*	.1232*	.1618*

* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 พบว่า การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารทั่วไป นิตยสารภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับ ภาพยนตร์ที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีความพึงพอใจในทุกด้านคือ เนื้อหา สาระ ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร ความน่าเชื่อถือของข่าวสารและปริมาณข่าวสารที่ได้รับ โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก และมีค่าความสัมพันธ์ในระดับสูงถึงสูงมาก

สำหรับการอ่านหนังสือพิมพ์นั้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับเพียง 3 ด้านคือ ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร ความน่าเชื่อถือของข่าวสารและปริมาณ ข่าวสารที่ได้รับ โดยยกเว้นเรื่องเนื้อหาสาระของข่าวสาร ซึ่งความสัมพันธ์นี้เป็นเชิงบวกและมี ค่าความสัมพันธ์ในระดับต่ำ อาจเรียกได้ว่าการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์แทบจะไม่มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับเลย

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับ การตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

ตารางที่ 16 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับ ภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อมวลชนกับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

การตัดสินใจเลือกชม ภาพยนตร์ของวัยรุ่น	ความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อมวลชน			
	เนื้อหาสาระ	ความใหม่ทันสมัย ของข่าวสาร	ความน่าเชื่อถือ ของข่าวสาร	ปริมาณข่าว สารที่ได้รับ
	r	r	r	r
- การวิจารณ์ภาพยนตร์ของนัก จัดรายการวิทยุ	.3128*	.2417*	.2576*	.2790*
- การอ่านคอลัมน์วิจารณ์ ภาพยนตร์ในนิตยสารทั่วไป	.0641	.0655	.0646	.0637
- การอ่านคอลัมน์วิจารณ์ใน นิตยสารภาพยนตร์	.1477*	.1521*	.1485*	.1552*
- การอ่านคอลัมน์ภาพยนตร์ใน หนังสือพิมพ์	.1852*	.2033*	.1489*	.1745*
- การชมรายการวิจารณ์ ภาพยนตร์ทางโทรทัศน์	.1446*	.1700*	.1653*	.1754*
- การโฆษณาภาพยนตร์ทาง วิทยุ	.3228*	.2999*	.3018*	.2881*
- การโฆษณาในนิตยสาร ภาพยนตร์	.0817	.0817	.0757	.0898
- การโฆษณาภาพยนตร์ทาง โทรทัศน์	.0972	.1199*	.1043*	.1264*
- การโฆษณาภาพยนตร์ใน หนังสือพิมพ์	.1848*	.2181*	.1395*	.2082*

* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 พบว่า ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับคำวิจารณ์จากสื่อวิทยุ นิตยสารภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชม ภาพยนตร์ โดยเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก และส่วนใหญ่มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่วนความพึงพอใจจากการอ่านคำวิจารณ์จากนิตยสารทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กับ การตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

ในด้านการศึกษา พบว่าความพึงพอใจจากการฟังโฆษณาภาพยนตร์ทางสื่อวิทยุ และการอ่านโฆษณาภาพยนตร์จากสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก และมีค่าความสัมพันธ์ในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่าความพึงพอใจจากการชมโฆษณาภาพยนตร์ทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ เพียง 3 ด้าน ได้แก่ด้านความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร และปริมาณข่าวสารที่ได้รับ โดยยกเว้นด้านเนื้อหาสาระของข่าวสารที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับความเชื่อต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อมวลชน

ตารางที่ 17 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความเชื่อต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อมวลชน

ประเภทของสื่อมวลชนที่เปิดรับ	ความเชื่อต่อสื่อมวลชนในด้านต่าง ๆ		
	ความเชื่อต่อในผู้เขียนหรือผู้ดำเนินรายการ	ความเชื่อต่อในความเป็นกลางของสื่อมวลชน	ความเชื่อต่อในเนื้อหาของสื่อมวลชน
วิทยุ	-.0167	.0835	.0330
โทรทัศน์	.0472	.0013	.0151
นิตยสารทั่วไป	.0772	.1156*	.0866
นิตยสารภาพยนตร์	.0970	.0276	-.0714
หนังสือพิมพ์	.0575*	-.0694	.0392

* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 พบว่า การอ่านเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์ในนิตยสารภาพทั่วไปมีความสัมพันธ์กับความเชื่อต่อว่าสื่อมวลชนมีความเป็นกลางและสามารถเชื่อถือได้ โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก และเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับความเชื่อต่อในผู้เขียนคอลัมน์ แต่อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ที่พบนี้มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับที่ต่ำมาก จนอาจกล่าวได้ว่าการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์แทบจะไม่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อต่อในตัวผู้เขียนคอลัมน์ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์เลย ส่วนการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับความเชื่อต่อในด้านต่าง ๆ

สมมติฐานข้อ 5 ความเชื่อถือต่อสื่อที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

ตารางที่ 18 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อถือในคำวิจารณ์ของสื่อมวลชนกับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

การตัดสินใจชมภาพยนตร์จากคำวิจารณ์ของสื่อมวลชน	ความเชื่อถือสื่อมวลชนในด้านต่าง ๆ		
	ความเชื่อถือในผู้เขียนหรือผู้ดำเนินรายการ	ความเชื่อถือในเรื่องความเป็นกลางของสื่อมวลชน	ความเชื่อถือในการโฆษณาของสื่อมวลชน
การวิจารณ์ทางวิทยุ	.0799	.0679	.0059
การวิจารณ์ทางโทรทัศน์	.1036*	.0673	.0607
การวิจารณ์ทางนิตยสารทั่วไป	.1048*	.1356*	-
การวิจารณ์ทางนิตยสารภาพยนตร์	-.0293	-.0060	.0851
การวิจารณ์ทางหนังสือพิมพ์	.1269*	.0361	-.0631

*มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิจัย พบว่า ความเชื่อถือในการวิจารณ์ของผู้ดำเนินรายการทางโทรทัศน์ คำวิจารณ์ของผู้เขียนในนิตยสารทั่วไปและหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก และเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าความเชื่อถือในตัวผู้ดำเนินรายการหรือผู้เขียนแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นเลย

นอกจากนี้ยังพบว่าความเชื่อถือในความเป็นกลางของสื่อ นิตยสารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก อย่างไรก็ตาม ค่าความสัมพันธ์ที่พบนี้อยู่ในระดับต่ำมาก ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าความเชื่อถือในความเป็นกลางของสื่อมวลชน แทบจะไม่มีสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

ตารางที่ 19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อถือในการโฆษณาภาพยนตร์
ของสื่อมวลชนกับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

การตัดสินใจชมภาพยนตร์จาก การชมโฆษณาภาพยนตร์ทางสื่อ มวลชนต่าง ๆ	ความเชื่อถือสื่อมวลชนในด้านต่าง ๆ	
	ความเชื่อถือในความเป็น กลางของสื่อมวลชน	ความเชื่อถือในการโฆษณา ของสื่อต่าง ๆ
การโฆษณาทางวิทยุ	.1349*	.1334*
การโฆษณาทางโทรทัศน์	.0673	.0607
การโฆษณาทางนิตยสาร ภาพยนตร์	-.0066	.0851
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	.0305	.0468

* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 19 พบว่าความเชื่อถือในความเป็นกลางและความเชื่อถือในการ
โฆษณาภาพยนตร์ทางสื่อวิทยุ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น โดยมี
ความสัมพันธ์ในเชิงบวก และมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความเชื่อ
ถือทั้งสองด้านแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ ของวัยรุ่นเลย

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อถือในประเภทของสื่อมวลชนกับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

การตัดสินใจชม ภาพยนตร์จากสื่อต่าง ๆ	ความเชื่อถือสื่อมวลชนในด้านต่าง ๆ		
	ความเชื่อถือในผู้เขียน หรือผู้ดำเนินรายการ	ความเชื่อถือในความ เป็นกลางของสื่อมวลชน	ความเชื่อถือในการ โฆษณาของสื่อมวลชน
สื่อวิทยุ	-.0017	.1187*	.0198
สื่อโทรทัศน์	.1364*	.1556*	.0332
สื่อนิตยสารภาพยนตร์	-.0077	.0110	.1107*
สื่อหนังสือพิมพ์	.0978*	.0378	-.0079

*มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 พบว่า ความเชื่อถือในความเป็นกลางของสื่อวิทยุ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น โดยมีค่าความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก นอกจากนี้ยังพบว่า ความเชื่อถือในผู้ดำเนินรายการและความเชื่อถือในความเป็นกลางของสื่อโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ ซึ่งพบว่ามีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ และยังพบว่าความเชื่อถือในผู้เขียนคอลัมน์ภาพยนตร์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น โดยมีค่าความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก และเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งหมายถึงความเชื่อถือที่พบนี้แทบจะไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นเลย

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 6 ลักษณะทางประชากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์จากการฟังคำวิจารณ์ภาพยนตร์ของนักจัดรายการทางวิทยุระหว่างกลุ่มวัยรุ่นเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	X	S.D.	t
ชาย	114	2.98	1.08	-.64
หญิง	291	3.05	0.99	

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการวิจารณ์ภาพยนตร์ของนักจัดรายการวิทยุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์จากการอ่านคอลัมน์วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารทั่วไประหว่างกลุ่มวัยรุ่นเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	X	S.D.	t
ชาย	114	3.00	0.94	0.60
หญิง	291	2.94	0.87	

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์ จากการอ่านคอลัมน์วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารทั่วไปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกภาพยนตร์จากการอ่านคอลัมน์วิจารณ์ในนิตยสารภาพยนตร์

เพศ	จำนวน	X	S.D.	t
ชาย	114	3.13	0.95	0.95
หญิง	291	3.03	0.91	

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านคอลัมน์วิจารณ์ในนิตยสารภาพยนตร์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกภาพยนตร์จากการอ่านคอลัมน์ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์

เพศ	จำนวน	X	S.D.	t
ชาย	114	3.37	0.98	1.86
หญิง	291	3.17	0.92	

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านคอลัมน์ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกภาพยนตร์จากการชมรายการเกี่ยวกับเบื้องหลังภาพยนตร์ การวิจารณ์ภาพยนตร์และข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์

เพศ	จำนวน	X	S.D.	t
ชาย	114	3.73	1.06	-.83
หญิง	291	3.82	0.89	

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมรายการเกี่ยวกับเบื้องหลังภาพยนตร์ การวิจารณ์ภาพยนตร์และข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกภาพยนตร์จาก
โฆษณาในวิทยุ

เพศ	จำนวน	X	S.D.	t
ชาย	114	2.90	1.00	0.29
หญิง	291	2.87	0.93	

จากตารางที่ 26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังโฆษณาในวิทยุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกภาพยนตร์จาก
การอ่านโฆษณาภาพยนตร์ในนิตยสารภาพยนตร์

เพศ	จำนวน	X	S.D.	t
ชาย	114	3.04	1.06	1.16
หญิง	291	2.91	0.87	

จากตารางที่ 27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านโฆษณาภาพยนตร์ในนิตยสารภาพยนตร์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกภาพยนตร์จาก
การชมโฆษณาภาพยนตร์ทางโทรทัศน์

เพศ	จำนวน	X	S.D.	t
ชาย	114	3.74	0.97	1.46
หญิง	291	3.59	0.92	

จากตารางที่ 28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมโฆษณาภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจเลือกภาพยนตร์จากการอ่านโฆษณาภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์

เพศ	จำนวน	X	S.D.	t
ชาย	114	3.61	1.01	.001*
หญิง	291	3.27	0.96	

* ความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์ จากการอ่านโฆษณาภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายจะมีการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านโฆษณาภาพยนตร์ทางหนังสือพิมพ์มากกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 30 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชน

สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์	อายุ
การวิจารณ์ภาพยนตร์ของนักจัดรายการทางวิทยุ	.0187
การอ่านคอลัมน์วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารทั่วไป	-.0049
การอ่านคอลัมน์วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารเกี่ยวกับภาพยนตร์	.0751
การอ่านคอลัมน์ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์	-.0380
การชมรายการเกี่ยวกับเบื้องหลังภาพยนตร์ การวิจารณ์ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์	-.0856
โฆษณาทางวิทยุ	-.1772*
โฆษณาในนิตยสารภาพยนตร์	.0004
โฆษณาทางโทรทัศน์	-.1403*
โฆษณาในหนังสือพิมพ์	-.0918
ใบปิดที่หน้าโรงภาพยนตร์	-.1233*
ป้ายโฆษณาบริเวณโรงภาพยนตร์/ที่ชุมชน	.0533
ภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์	-.1140*
คำแนะนำของเพื่อนหรือคนใกล้ชิด	-.0755
คำแนะนำของบุคคลในครอบครัวหรือญาติ	-.0460

* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังโฆษณาทางวิทยุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบ และเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ หมายถึงยิ่งกลุ่มตัวอย่างอายุน้อย ก็จะตัดสินใจชมภาพยนตร์โดยฟังคำแนะนำของนักจัดรายการวิทยุมากขึ้น

อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบ และเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ หมายถึงยิ่งกลุ่มตัวอย่างอายุน้อย ก็จะตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการได้ดูโฆษณาภาพยนตร์ทางโทรทัศน์มากขึ้น

อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ จากการอ่านใบปิดที่หน้าโรงภาพยนตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบ และเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ หมายถึงยิ่งกลุ่มตัวอย่างอายุน้อย ก็จะตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการได้ดูใบปิดที่หน้าโรงภาพยนตร์มากขึ้น

อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบ และเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ หมายถึงยิ่งกลุ่มตัวอย่างอายุน้อย ก็จะตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการได้ดูโฆษณาภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์มากยิ่งขึ้น



ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3.1 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังการวิจารณ์ภาพยนตร์ของนักจัดรายการทางวิทยุ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	2.50	0.71	0.986
มัธยมต้น	15	2.67	0.97	
มัธยมปลาย	204	3.02	0.95	
ปวช.,ปวท.	25	3.16	1.11	
อนุปริญญา,ปวส.	53	3.23	1.08	
ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	106	3.00	1.10	
รวม	405	3.035	1.02	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	3.02	1.00	0.292
พนักงานบริษัท	52	3.13	1.10	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	2.95	0.98	
กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	3.07	1.03	
รวม	405	3.035	1.019	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.04	0.93	0.529
3,001-6,000 บ.	112	2.98	1.12	
6,001-10,000บ.	62	3.16	1.07	
10,001-15,000และ 15,000บ.ขึ้นไป	22	2.91	1.11	
รวม	405	3.035	1.02	

จากตารางพบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังคำวิจารณ์ของนักจัดรายการทางวิทยุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 32 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านคอลัมน์
วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารทั่วไประหว่างกลุ่มที่มี การศึกษา อาชีพและ
รายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	2.00	0.00	0.629
มัธยมต้น	15	3.00	0.92	
มัธยมปลาย	204	2.99	0.92	
ปวช.,ปวท.	25	2.88	0.83	
อนุปริญญา,ปวส.	53	2.96	0.78	
ปริญญาตรีและสูงกว่า ปริญญาตรี	106	2.91	0.89	
รวม	405	2.96	0.89	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	2.92	0.90	0.619
พนักงานบริษัท	52	3.04	0.68	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	2.95	0.93	
กิจการส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	3.09	0.99	
รวม	405	2.965	0.87	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	2.92	0.91	0.522
3,001-6,000 บ.	112	2.96	0.87	
6,001-10,000บ.	62	3.08	0.83	
10,001-15,000และ 15,000บ.ขึ้นไป	22	2.91	0.97	
รวม	405	2.96	0.89	

จากตารางพบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกัน
มีค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านคอลัมน์วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารทั่ว
ไปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3.3 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านคอลัมน์
วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารภาพยนตร์ระหว่างกลุ่มที่มี การศึกษา อาชีพและ
รายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	3.00	0.00	0.443
มัธยมต้น	15	2.87	0.83	
มัธยมปลาย	204	3.02	0.90	
ปวช.,ปวท.	25	3.04	0.98	
อนุปริญญา,ปวส.	53	3.15	0.93	
ปริญญาตรีและสูงกว่า ปริญญาตรี	106	3.13	0.97	
รวม	405	3.06	0.92	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	2.99	0.93	2.223
พนักงานบริษัท	52	3.23	0.78	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	3.08	1.09	
กิจการส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	3.32	0.79	
รวม	405	3.06	0.92	
รายได้				
3 000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.03	0.96	1.764
3,001-6,000 บ.	112	2.97	0.87	
6,001-10,000บ.	62	3.26	0.79	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	3.27	1.08	
รวม	405	3.06	0.92	

จากตารางพบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ย
ของการตัดสินใจชมภาพยนตร์ จากการอ่านคอลัมน์วิจารณ์ภาพยนตร์ในนิตยสารภาพยนตร์
ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 34 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านคอลัมน์ ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์ระหว่างกลุ่มที่มี การศึกษา อาชีพและรายได้ แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	1.50	0.71	2.469*
มัธยมต้น	15	3.00	0.84	
มัธยมปลาย	204	3.31	0.94	
ปวช.,ปวท.	25	3.32	1.03	
อนุปริญญา,ปวส.	53	3.02	0.91	
ปริญญาตรีและสูงกว่า	106	3.22	0.92	
ปริญญาตรี				
รวม	405	3.23	0.94	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	3.25	0.97	0.178
พนักงานบริษัท	52	3.15	0.72	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	3.18	1.11	
กิจการส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	3.24	0.86	
รวม	405	3.23	0.94	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.28	0.93	0.853
3,001-6,000 บ.	112	3.24	1.01	
6,001-10,000บ.	62	3.13	0.79	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	3.00	1.11	
รวม	405	3.23	0.94	

*มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีการระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านคอลัมน์ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่าไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 35 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมรายการเกี่ยวกับเบื้องหลังภาพยนตร์ การวิจารณ์ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ระหว่างกลุ่มที่มี การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	3.00	2.83	1.152
มัธยมต้น	15	3.67	1.05	
มัธยมปลาย	204	3.84	0.89	
ปวช.,ปวท.	25	3.48	1.08	
อนุปริญญา,ปวส.	53	3.72	0.84	
ปริญญาตรีและสูงกว่า	106	3.85	0.98	
ปริญญาตรี				
รวม	405	3.79	0.94	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	3.87	0.92	2.853
พนักงานบริษัท	52	3.75	0.81	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	3.47	1.20	
กิจการส่วนตัว/อาชีพ	41	3.66	0.94	
อิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน				
รวม	405	3.79		
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.87	0.87	2.032
3,001-6,000 บ.	112	3.78	1.03	
6,001-10,000บ.	62	3.74	0.87	
10,001-15,000และ	22	3.36	1.22	
15,000บ.ขึ้นไป				
รวม	405	3.79	.94	

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมรายการเกี่ยวกับเบื้องหลังภาพยนตร์ การวิจารณ์ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 36 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังโฆษณาทางวิทยุระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	3.00	1.41	1.059
มัธยมต้น	15	2.93	1.16	
มัธยมปลาย	204	2.96	0.89	
ปวช.,ปวท.	25	2.84	0.94	
อนุปริญญา,ปวส.	53	2.90	0.97	
ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	106	2.71	1.02	
รวม	405	2.88	0.95	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	2.99	0.96	6.196*
พนักงานบริษัท	52	2.86	0.89	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	2.39	0.92	
กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	2.58	0.80	
รวม	405	2.88	0.95	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.05	0.91	5.668*
3,001-6,000 บ.	112	2.65	0.96	
6,001-10,000บ.	62	2.87	0.97	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	2.50	0.91	
รวม	405	2.88	0.95	

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพและรายได้แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังโฆษณาภาพยนตร์ทางวิทยุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ผู้ที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังโฆษณาภาพยนตร์ทางวิทยุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านการศึกษาไม่พบว่ามี ความแตกต่างกัน

เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นักศึกษามีการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังโฆษณาภาพยนตร์ทางวิทยุมากกว่าผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นๆไม่พบว่ามีความแตกต่างกัน และในด้านรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ 3,000 บาทต่อเดือนหรือต่ำกว่า มีการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังโฆษณาทางวิทยุมากกว่าผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 3,001-6,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มรายได้อื่นๆมีการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านโฆษณา
ภาพยนตร์ในนิตยสารภาพยนตร์ระหว่างกลุ่มที่มี การศึกษา อาชีพ และ
รายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	3.00	1.41	0.422
มัธยมต้น	15	2.80	1.01	
มัธยมปลาย	204	2.93	0.88	
ปวช.,ปวท.	25	3.16	0.94	
อนุปริญญา,ปวส.	53	3.02	0.95	
ปริญญาตรีและสูงกว่า	106	2.93	0.99	
ปริญญาตรี				
รวม	405	2.95	0.93	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	2.92	0.94	1.468
พนักงานบริษัท	52	3.15	0.85	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	2.79	1.04	
กิจการส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	3.05	0.83	
รวม	405	2.95	0.93	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	2.95	0.93	1.377
3,001-6,000 บ.	112	2.85	0.90	
6,001-10,000บ.	62	3.14	0.86	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	2.91	1.15	
รวม	405	2.95	0.93	

จากตารางที่ 37 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกัน
มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านโฆษณาภาพยนตร์ในนิตยสารภาพยนตร์
ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบรายคู่พบว่า ไม่
มีคู่ใดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 38 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมโฆษณา
ภาพยนตร์ตัวอย่างในโทรทัศน์ระหว่างกลุ่มที่มี การศึกษา อาชีพ และ
รายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	3.50	0.71	2.243*
มัธยมต้น	15	3.67	0.89	
มัธยมปลาย	204	3.78	0.90	
ปวช.,ปวท.	25	3.40	0.96	
อนุปริญญา,ปวส.	53	3.45	0.97	
ปริญญาตรีและสูงกว่า ปริญญาตรี	106	3.50	0.95	
รวม	405	3.64	0.93	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	3.70	0.93	1.719
พนักงานบริษัท	52	3.46	0.94	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	3.60	1.08	
กิจการส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	3.44	0.81	
รวม	405	3.64	0.93	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.76	0.86	3.547*
3,001-6,000 บ.	112	3.52	1.00	
6,001-10,000บ.	62	3.61	0.93	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	3.18	1.14	
รวม	405	3.64	0.93	

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่ากลุ่มวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมโฆษณาภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีรายได้ต่างกัน มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมโฆษณาภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนทางด้านอาชีพนั้นไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านโฆษณา
ภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา อาชีพ และ
รายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	2.00	1.41	1.495
มัธยมต้น	15	3.13	0.83	
มัธยมปลาย	204	3.45	0.99	
ปวช.,ปวท.	25	3.36	0.95	
อนุปริญญา,ปวส.	53	3.32	0.87	
ปริญญาตรีและสูงกว่า ปริญญาตรี	106	3.27	1.04	
รวม	405	3.36	0.98	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	3.42	1.00	2.091
พนักงานบริษัท	52	3.35	0.84	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	3.00	1.04	
กิจการส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	3.34	0.94	
รวม	405	3.36	0.98	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.42	0.93	1.276
3,001-6,000 บ.	112	3.23	1.08	
6,001-10,000บ.	62	3.47	0.86	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	3.23	1.23	
รวม	405	3.36	0.98	

จากตาราง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีค่าเฉลี่ย
ในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านโฆษณาภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 40 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านใบปิด
ที่หน้าโรงภาพยนตร์ภาพยนตร์ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา อาชีพ และ
รายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	3.00	1.41	0.482
มัธยมต้น	15	3.00	1.13	
มัธยมปลาย	204	3.00	1.13	
ปวช.,ปวท.	25	3.16	1.03	
อนุปริญญา,ปวส.	53	3.24	1.05	
ปริญญาตรีและสูงกว่า ปริญญาตรี	106	3.06	0.94	
รวม	405	3.06	1.06	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	3.14	1.08	2.645*
พนักงานบริษัท	52	3.09	0.91	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	2.76	1.05	
กิจการส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	2.76	1.07	
รวม	405	3.06	1.06	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.07	1.06	0.607
3,001-6,000 บ.	112	3.03	1.13	
6,001-10,000บ.	62	3.16	0.96	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	2.82	1.01	
รวม	405	3.06	1.06	

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา และรายได้ต่างกัน มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านใบปิดที่หน้าโรงภาพยนตร์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการดูใบปิดที่หน้าโรงภาพยนตร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

เมื่อทำการทดสอบรายคู่ พบว่าไม่มีคู่ใดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 41 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านป้ายโฆษณาบริเวณโรงภาพยนตร์หรือที่ชุมชนระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	2.50	0.71	0.994
มัธยมต้น	15	2.53	1.12	
มัธยมปลาย	204	2.83	1.08	
ปวช.,ปวท.	25	3.16	0.94	
อนุปริญญา,ปวส.	53	2.98	0.97	
ปริญญาตรีและสูงกว่า	106	2.89	0.89	
ปริญญาตรี				
รวม	405	2.87	1.01	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	2.90	1.04	1.222
พนักงานบริษัท	52	2.96	0.81	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	2.60	1.03	
กิจการส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	2.78	1.01	
รวม	405	2.87	1.01	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	2.89	1.07	0.375
3,001-6,000 บ.	112	2.84	0.98	
6,001-10,000บ.	62	2.92	0.89	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	2.68	0.99	
รวม	405	2.87	1.01	

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการดูป้ายโฆษณาบริเวณโรงภาพยนตร์ ที่ชุมชน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 42 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมภาพยนตร์
ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	2.50	0.71	2.868*
มัธยมต้น	15	3.93	1.22	
มัธยมปลาย	204	3.79	0.99	
ปวช.,ปวท.	25	3.36	1.25	
อนุปริญญา,ปวส.	53	3.77	0.95	
ปริญญาตรีและสูงกว่า ปริญญาตรี	106	4.04	0.91	
รวม	405	3.83	1.01	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	3.95	0.96	5.551*
พนักงานบริษัท	52	3.75	0.99	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	38	3.47	1.13	
กิจการส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	3.41	1.02	
รวม	405	3.83	1.01	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.90	1.00	2.693*
3,001-6,000 บ.	112	3.80	1.01	
6,001-10,000บ.	62	3.81	0.95	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	3.27	1.08	
รวม	405	3.83	1.01	

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 42 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกัน
มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมภาพยนตร์ตัวอย่างแตกต่างกันอย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่าอาชีพนักเรียนนักศึกษามีการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการชมภาพยนตร์ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์มากกว่า ผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัว อาชีพอิสระ รวมทั้งแม่บ้านและผู้ที่ว่างงานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สำหรับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ส่วนการศึกษาและรายได้นั้นเมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่แล้ว ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 43 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากคำแนะนำของเพื่อนหรือคนใกล้ชิดระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	3.52	0.71	3.665*
มัธยมต้น	15	3.40	1.05	
มัธยมปลาย	204	3.46	0.99	
ปวช.,ปวท.	25	3.16	0.85	
อนุปริญญา,ปวส.	53	3.32	0.91	
ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	106	3.82	0.81	
รวม	405	3.52	0.94	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	3.59	0.91	2.135
พนักงานบริษัท	52	3.48	0.98	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	38	3.24	0.97	
กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	3.34	1.04	
รวม	405	3.52	0.94	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.53	0.92	0.792
3,001-6,000 บ.	112	3.42	1.01	
6,001-10,000บ.	62	3.64	0.94	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	3.50	0.86	
รวม	405	3.52	0.94	

* มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากคำแนะนำของเพื่อนหรือคนใกล้ชิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับความแตกต่างในเรื่องรายได้และอาชีพนั้นไม่พบความแตกต่าง

เมื่อทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe ไม่พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.4 ผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากคำแนะนำของบุคคลในครอบครัวหรือญาติระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	f
การศึกษา				
ประถมศึกษา	2	1.50	0.71	1.905
มัธยมต้น	15	3.33	1.05	
มัธยมปลาย	204	3.07	1.09	
ปวช.,ปวท.	25	2.72	1.06	
อนุปริญญา,ปวส.	53	2.98	1.03	
ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	106	3.20	1.11	
รวม	405	3.07	1.09	
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	274	3.10	1.10	0.762
พนักงานบริษัท	52	3.15	1.14	
เอกชน/ธนาคาร				
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	38	2.89	0.98	
กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ/แม่บ้าน/ว่างงาน	41	2.93	1.06	
รวม	405	3.07	1.09	
รายได้				
3,000บ.หรือต่ำกว่า	209	3.16	1.09	2.547
3,001-6,000 บ.	112	3.84	1.09	
6 001-10,000บ.	62	3.21	1.03	
10,001-15,000และ 15,000บ. ขึ้นไป	22	3.04	1.10	
รวม	405	3.07	1.09	

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อาชีพและรายได้ แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากคำแนะนำของบุคคลในครอบครัวหรือญาติไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05