

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพมหานคร : เอ็ดดิสัน เพรส โพรดักส์, 2542.
- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศาลาแดง, 2545
- กาญจนา แก้วเทพและกรรณิการ์ เฟื่องปรารักษ์. “การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติจริง”. วารสารนิเทศศาสตร์ 23, 3-4 (2548) : 63.
- กาญจนา ชัยจิตวณิช . การวิเคราะห์แนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับสารในรายการโทรทัศน์สำหรับนักศึกษาช่องแคมปัส แชนแนล สถานี เอเอสทีวี 5 บริษัท ไทยเดย์ ดิจิตอล จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549
- กิดานันท์ มลิทอง. เทคโนโลยีและนวัตกรรม . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543
- กรรณก นิลคำ. ทักษะคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อข้อความสั้น (SMS) ที่ปรากฏในรายการข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และภัสวดี นิตเกษตรสุนทร. พฤติกรรมการสื่อสาร : ปัจจัยเงื่อนไขแห่งพฤติกรรมการสื่อสาร หน่วยที่ 1. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2542.
- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และคณะ. “การพัฒนาหอกระจายข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน”. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2545
- ดารณี พานทอง และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. ทฤษฎีการจูงใจ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.
- ทรงวิทย์ จิตร โสภณ. รองกรรมการผู้จัดการสายการผลิตและสร้างสรรค์ 1 บริษัทมีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) . สัมภาษณ์, 4 มกราคม 2548 ในวิทยานิพนธ์ของนภารัตน์ พฤษ์สุราษฎร์. ทักษะคติและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548

- นภารัตน์ พุกภัยสุราลัย. **ทัศนคติและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. **การมีส่วนร่วม: หลักการพื้นฐาน เทคนิคและกรณีตัวอย่าง**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546
- ปรมะ สตะเวทิน. **การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2541
- ปีทมา กงบุญ. **การเปิดรับ ทัศนคติ และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543
- พสุ ชัยเวฬุ. **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับชมข่าวสารการเมืองทางโทรทัศน์ของนิสิตนักศึกษา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541
- พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์. **การสำรวจทัศนคติ และพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537
- พัชรา เกียรตินันท์วิมล. **การรับชมสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532
- มนัสวินี จันทะเลิศ. **รายงานการศึกษา เรื่องสื่อมวลชนเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้**. กรุงเทพฯ : โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก , 2548.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . **เอกสารการสอนการจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ วิชานิเทศศาสตร์ หน่วยที่ 1 – 7**. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2544.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . **เอกสารสอนความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ วิชา นิเทศศาสตร์หน่วยที่ 9 – 15**. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2547.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . **เอกสารสอนความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ วิชา นิเทศศาสตร์หน่วยที่ 9 – 15**. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2546.
- เย็นจิตรี สติริมงคลสุข. **SMSธุรกิจบนหน้าจอโทรทัศน์**. มติชนรายวัน (29 พฤษภาคม 2547): 20.

- รจนา ไชยนิรันดรกุล. การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อสนองความต้องการ
ข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการ
สื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542
- วัชรีย์ คำศรี. พฤติกรรมการรับสื่อโทรทัศน์ของเด็กในครอบครัวที่มีอาชีพประมง. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543
- วสันต์ อติศัพท์. การผลิตเทปโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและฝึกอบรม . กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
โอเดียนสโตร์, 2533
- ศิเชก บันลือฤทธิ์. เทคโนโลยีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราวิชาการราชภัฏเฉลิมพระ
เกียรติ, 2543
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. รายงานเบื้องต้นการสำรวจเด็กและเยาวชน แหล่งที่มา :
<http://portal.nso.go.th/otherWS-world-context-root/index.jsp> ,1 มกราคม 2545.
- สุชา จันทร์เอม. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2542.
- อารดา เชื้อรามัญ. พฤติกรรมการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านรายการโทรทัศน์ของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547
- อดิชาต นิลปรีสุทธิ์. ผู้ควบคุมการผลิตกลุ่มรายการสด บริษัท แกรมมีเทเลวิชั่น จำกัด. สัมภาษณ์, 11
พฤศจิกายน 2547 ในวิทยานิพนธ์ของนภารัตน์ พุกฤษ์สุราษฎร์ . ทัศนคติและความต้องการ
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2548

ภาษาอังกฤษ

- Atwere, D. and Bates, P. "Interactive TV:a learning platform with potential", [online]
Available from :<http://www.lsda.org.uk/files/pdf/1443.pdf> [25/01/07]
- Choi,H. An Empirical Study on the Adoption of Information Appliances with Focus on
Interactive TV". *Telematics and Informatics* 20(2003): 161-181
- Gawlinki, M. **Interactive Television Production** . Oxford:Focal Press, 2003
- Khadraoui, M. Hirsbruner, B. Meinkohn, F. Courant,M.. "Interactive TV Show based on Avatars"
Systems Communications 14-17 (August 2005):192 - 197

Livingstone, S. "The Challenge of Changing Audiences: Or, What is the Audience Researcher to Do in the Age of the Internet?" (2004): 75-86

McQuail, D. *Mass Communication Theory*. Belmont : International Thompson Publishing, 2005

Media and Culture. "Interactive TV", 23 (September 2006) Available from : http://wiki.media-culture.org.au/index.php/Interactive_TV-Internet_TV

Rogers, E and Floyd, S. **Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach** . New York: A Division of Macmillan , 1971

Shim, S. "Interactive TV: VoD Meets the Internet" (July 2002): 108-109

Yamane, T. **Elementary Sampling Theory**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1967 .

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบวิเคราะห์รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ

แบบวิเคราะห์รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ

1. เกณฑ์การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์การศึกษา (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544)

1. เงื่อนไขทางวิชาการ หมายถึงประเด็นสำคัญของเนื้อหาวิชาที่มีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายลักษณะรวมกัน เช่น ยากแก่การเข้าใจ น่าสนใจ หรือเป็นประโยชน์เป็นกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่เนื้อหาสาระที่ลึกซึ้งต่อไป เป็นหลักการหรือแนวคิดสำคัญ เป็นเรื่องยุ่งยากซับซ้อน เป็นเรื่องนามธรรมสูง ฯลฯ รายการวิทยุโทรทัศน์เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างเสริมความคิดคำนึง จินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และเจตคติที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ข้อเท็จจริง หมายถึง หลักการและทฤษฎีต่าง ๆ ตลอดจนข้อมูลทางกฎหมาย ระเบียบ แนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางวิชาการที่หยิบยกขึ้นมาเป็นแก่นเรื่อง
3. ภูมิหลัง หมายถึง เรื่องราวในอดีตที่อาจแสวงหาได้เพิ่มเติมจากข้อเท็จจริงซึ่งเป็นปัจจุบัน ภูมิหลังทำให้ผู้ชมได้ข้อมูลโบราณคดีหรือเกร็ดความรู้
4. ผลกระทบ หมายถึง สถานการณ์ที่ยกมาเป็นประเด็นนั้น ก่อผลหรือเป็นสาเหตุต่อวิชาการ วิชาชีพ หรือการดำรงชีวิตของผู้เกี่ยวข้องประการใดบ้าง ผลกระทบมีทั้งผลดีและผลเสีย มีทั้งประโยชน์และโทษ เพื่อผู้ชมจะได้รับแนวคิดที่ถูกต้องและสามารถตัดสินใจหรือเลือกทางได้ว่าควรปฏิบัติยึดถือต่อไปอย่างไร
5. เหตุผล หมายถึง การแนะแนวทางให้ผู้ชมคิด หรือแสดงความคิดเห็น หรือมีส่วนร่วมในรายการที่ผลิต นับเป็นทั้งการให้ผู้ชมรู้จักตัดสินใจและได้แสดงความคิดเห็นเป็นข้อมูลย้อนกลับเข้าสู่รายการได้ด้วย
6. ข้อยุติและพัฒนาการในอนาคต หมายถึง แนวคิดใหม่ ๆ ที่ผู้ชมจะได้รับไปอย่างพอใจและสนใจ หรือรู้สึกคุ้มค่าที่สละเวลาชม แนวคิดใหม่ ๆ ที่ได้ไปเป็นข้อยุตินี้จะเป็นตัวนำในการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้ชม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคือการเรียนรู้

รายการโทรทัศน์ช่อง 3,5,7,9 และ 11

เกณฑ์รายการโทรทัศน์การศึกษา

1

2

3

4

5

6

2. เกณฑ์การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์เชิงโต้ตอบ (Interactive television) คือ รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศหรือเผยแพร่ให้กับผู้ชมชมและให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ ไม่ว่าจะเป็นการถามกลับ ตอบกลับ หรือข้อมูลย้อนกลับ (feedback) ในลักษณะอื่นทันที เป็นไปในลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์หรือการโต้ตอบนั่นเอง โดยให้ประชาชนส่งจดหมาย ไปรษณียบัตร ข้อความสั้น อินเทอร์เน็ต โทรสารหรือโทรศัพท์เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ (ประมะ สตะเวทิน,2541)

ชื่อรายการ	ไปรษณีย์		โทรศัพท์บ้าน		โทรศัพท์มือถือ			โทรสาร	อินเทอร์เน็ต		
	จดหมาย	ไปรษณียบัตร	โทหวด	ข้อความ	โทหวด	ข้อความ	ข้อความมัลติมีเดีย		อีเมล	โทหวด	ข้อความสั้น

ภาคผนวก ข รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ 34 รายการ

รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ 33 รายการ

รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ	สถานีโทรทัศน์				
	3	5	7	9	11
1. สนามเด็กเล่น	✓				
2. ผู้หญิงถึงผู้หญิง	✓				
3. เรื่องเล่าเช้านี้	✓				
4. เรื่องเด่นเย็นนี้	✓				
5. เบรียวปาก	✓				
6. กล่องคำ	✓	✓			
7. เทียวละไมไทยแลนด์เวิลด์	✓				
8. อัจฉริยะข้ามคืน	✓				
9. เวทีทอง		✓			
10. กล้าแกลก ยกกำลังสอง		✓			
11. ผจญภัยไร่พรมแดน		✓			
12. ฟ้าเมืองไทย		✓			
13. แฟนพันธุ์แท้		✓			
14. ตลาดสดสนามเป้า		✓			
15. จมูกมด			✓		
16. กระจกหกด้าน			✓		
17. เรื่องจริงผ่านจอ			✓		

รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ	สถานีโทรทัศน์				
	3	5	7	9	11
18. คาดฟ้าท้ายห้อง			✓		
19. พลังคิด			✓		
20. Mega Clever				✓	
21. กบนอกกะลา				✓	
22. ข่าวขัน คนข่าว				✓	
23. เกมทศกัณฐ์จำแลง/เด็ก				✓	
24. ฟุต ฟิต ฟอ ไฟ				✓	
25. เธอถึงเธอ				✓	
26. จันทรชวนคิด				✓	
27. ของดีทั่วไทย				✓	
27. กรองสถานการณ์					✓
28. ไอที อีเลฟเว่น					✓
29. กฎหมายเพื่อประชาชน					✓
30. มุมใหม่ไทยแลนด์					✓
31. ปัญหาชีวิตและสุขภาพ					✓
32. ขามเฝ้าแผ่นดิน					✓
33. หมายเหตุประเทศไทย					✓

รายการที่มีในผังรายการปี 2550 แต่ไม่มีใน ปี 2552

หมายเหตุ รายการโทรทัศน์ในแต่ละสถานีมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งเปลี่ยนชื่อรายการ รูปแบบรายการ รวมถึงการเปลี่ยนรายการ และย้ายสถานี อาจเนื่องด้วยนโยบายการเปลี่ยนแปลงผังรายการของตัวสถานีต่างๆ เอง หรือความต้องการเปลี่ยนแปลงรายการของบริษัทผู้ผลิตรายการเอง แต่เป็นที่น่าเสียดายที่รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิง ได้ตอบหลายรายการที่เขาวงกตขึ้นชอบกลับสูญหายไปจากแต่ละสถานี แต่ถึงอย่างไรก็ตามรูปแบบรายการที่เป็นที่นิยมเหล่านี้สามารถเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิง ได้ตอบผลิตรายการที่มีคุณภาพเหล่านี้ต่อไป

ภาคผนวก ค แบบสอบถามการศึกษาคความนิยมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบของ
สถานีโทรทัศน์โทรทัศน์เสรีของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามการศึกษาความนิยมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบของสถานีโทรทัศน์โทรทัศน์เสรีของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลส่วนบุคคล	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวนข้อ
1. เพศ	เพศ การวิจัยทางจิตวิทยาหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด, ค่านิยมและทัศนคติ	1. เพศ ชาย หญิง	1
2. อายุ	อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนกันหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม	2. อายุ <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 15 ปี <input type="checkbox"/> 2) 15-17 ปี <input type="checkbox"/> 3) 18-21 ปี <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 21 ปี	1
3. ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน ฐานะทางเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน	3. รายได้ต่อเดือน <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 2) 1,001 - 3,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 3) 3,001 - 5,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 4) 5,001- 7,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 5) 7,001- 9,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 6) 9,001- 11,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 7) 11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	1
4. ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา เป็นอีกลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี	4. ระดับการศึกษา <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาศึกษาตอนต้น <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาศึกษาตอนปลาย <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> จบปริญญาตรี	1
5. ความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสาร	ความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสาร ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับรายการมากขึ้น	5. ค่าใช้จ่ายในการใช้เครื่องมือสื่อสาร (โทรศัพท์มือถือ) <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 2) 101-300 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 3) 301 -500 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 4) 501 บาทต่อเดือนขึ้นไป 6. ค่าใช้จ่ายในการใช้เครื่องมือสื่อสาร (โทรศัพท์บ้าน/PCT) <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 2) 101-200 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 3) 201 -300 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 4) 301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	2

พฤติกรรมกร เปิดรับชม	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวน ข้อ																																																																																																												
	<p>การเลือกรับสื่อต่าง ๆ ของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับตามลักษณะดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> เลือกรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เลือกสื่อที่สอดคล้อง กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน เลือกสื่อที่ตนสะดวก พฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนชอบนั่งหรือนอนชมโทรทัศน์ เป็นต้น เลือกสื่อตามความเคย ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็มักจะไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น ลักษณะเฉพาะของสื่อ คุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น โทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพจริงได้ ละเอียด มีความรู้ลึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ เป็นต้น 	<p>ตอนที่ 2 “ความนิยมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ”</p> <p>โปรดให้ข้อมูลในการรับชมบ่อยครั้งที่สุดจนถึงไม่เคยรับชมตามความเป็นจริง โดย</p> <ol style="list-style-type: none"> รับชมบ่อยที่สุด คือ คิดตามรับชมรายการทุกครั้งของการออกอากาศ (เทียบเป็น 100% ที่รับชม) รับชมบ่อย คือ คิดตามรับชมรายการเกือบทุกครั้งของการออกอากาศ (เทียบเป็น 75% ที่รับชม) รับชมปานกลาง คือ คิดตามรับชมรายการเป็นครั้งคราวของการออกอากาศ (เทียบเป็น 50% ที่รับชม) รับชมน้อย คือ คิดตามรับชมรายการนานๆ ครั้งของการออกอากาศ (เทียบเป็น 25% ที่รับชม) รับชมน้อยที่สุด คือ คิดตามรับชมรายการเพียงครั้งหรือสองครั้งของการออกอากาศ (เทียบเป็นน้อยกว่า 25% ที่รับชม) ไม่เคยรับชม คือ ไม่เคยเปิดรับชมรายการ (เทียบเป็น 0% ที่รับชม) <table border="1" data-bbox="884 654 2027 1316"> <thead> <tr> <th>สถานี</th> <th>รายการ</th> <th>5</th> <th>4</th> <th>3</th> <th>2</th> <th>1</th> <th>0</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="7">ช่อง 3</td> <td>สนามเด็กเล่น (ทุกวันพุธ เวลา 16.00-16.25 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>ผู้หญิงถึงผู้หญิง (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.45-10.20 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>เรื่องเล่าเช้านี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.15-08.45 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>เรื่องเด่นเย็นนี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-18.00 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>เปรี้ยวปาก (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.20-08.45 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>กล่องคำ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.30-23.15 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>เที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 06.25-06.50 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td rowspan="6">ช่อง 5</td> <td>อัจฉริยะข้ามคืน (ทุกวันจันทร์ เวลา 22.30-24.00 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>เวทีทอง (ทุกวันเสาร์ เวลา 22.10-23.05 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>กล้าแฉ ยกกำลังสอง (ทุกวันพุธ เวลา 22.10-23.05 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>ผจญภัยไร้พรมแดน (ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 17.05-17.30 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>ฟ้าเมืองไทย (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.10-23.05 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>แฟนพันธุ์แท้ (ทุกวันศุกร์ เวลา 22.10-24.00 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>ตลาดสดสนามเป้า (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 20.15-21.10 น.)</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> </tbody> </table>	สถานี	รายการ	5	4	3	2	1	0	ช่อง 3	สนามเด็กเล่น (ทุกวันพุธ เวลา 16.00-16.25 น.)	ผู้หญิงถึงผู้หญิง (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.45-10.20 น.)	เรื่องเล่าเช้านี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.15-08.45 น.)	เรื่องเด่นเย็นนี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-18.00 น.)	เปรี้ยวปาก (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.20-08.45 น.)	กล่องคำ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.30-23.15 น.)	เที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 06.25-06.50 น.)	ช่อง 5	อัจฉริยะข้ามคืน (ทุกวันจันทร์ เวลา 22.30-24.00 น.)	เวทีทอง (ทุกวันเสาร์ เวลา 22.10-23.05 น.)	กล้าแฉ ยกกำลังสอง (ทุกวันพุธ เวลา 22.10-23.05 น.)	ผจญภัยไร้พรมแดน (ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 17.05-17.30 น.)	ฟ้าเมืองไทย (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.10-23.05 น.)	แฟนพันธุ์แท้ (ทุกวันศุกร์ เวลา 22.10-24.00 น.)	ตลาดสดสนามเป้า (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 20.15-21.10 น.)	1
สถานี	รายการ	5	4	3	2	1	0																																																																																																								
ช่อง 3	สนามเด็กเล่น (ทุกวันพุธ เวลา 16.00-16.25 น.)																																																																																																								
	ผู้หญิงถึงผู้หญิง (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.45-10.20 น.)																																																																																																								
	เรื่องเล่าเช้านี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.15-08.45 น.)																																																																																																								
	เรื่องเด่นเย็นนี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-18.00 น.)																																																																																																								
	เปรี้ยวปาก (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.20-08.45 น.)																																																																																																								
	กล่องคำ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.30-23.15 น.)																																																																																																								
	เที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 06.25-06.50 น.)																																																																																																								
ช่อง 5	อัจฉริยะข้ามคืน (ทุกวันจันทร์ เวลา 22.30-24.00 น.)																																																																																																								
	เวทีทอง (ทุกวันเสาร์ เวลา 22.10-23.05 น.)																																																																																																								
	กล้าแฉ ยกกำลังสอง (ทุกวันพุธ เวลา 22.10-23.05 น.)																																																																																																								
	ผจญภัยไร้พรมแดน (ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 17.05-17.30 น.)																																																																																																								
	ฟ้าเมืองไทย (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.10-23.05 น.)																																																																																																								
	แฟนพันธุ์แท้ (ทุกวันศุกร์ เวลา 22.10-24.00 น.)																																																																																																								
ตลาดสดสนามเป้า (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 20.15-21.10 น.)																																																																																																									

พฤติกรรมการณ์ ส่วนร่วม	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามในแบบสอบถาม							จำนวน ข้อ
		รายการ	5	4	3	2	1	0	
									19
		ช่อง 7 จมูกมด (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.30-08.15 น.) กระจกหกด้าน (ทุกวันจันทร์-อังคาร เวลา 16.10-16.30 น.) เรื่องจริงผ่านจอ (ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 22.25-23.25 น.) คาค้าทำยักห้อง (ทุกวันอังคาร เวลา 17.00-17.30 น.) พลั้งคิด (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 07.40-08.15 น.)	
		ช่อง 9 Mega Clever (ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 20.30-21.30 น.) กบนอกกะลา (ทุกวันศุกร์ เวลา 20.30-21.30 น.) ข่าวขึ้น คนข่าว (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.30-22.00 น.) เกมทศกัณฐ์เจ้าแลง/เด็ก(ทุกวันจันทร์-อาทิตย์ เวลา 18.30-19.00 น.) ฟุต ฟิต ฟอ ไฟ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.45-18.00 น.) เรอถึงเธอ (ทุกวันศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น.) ภัยร้ายวัน (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 10.00-11.00 น.) จันทร์ชวนคิด (ทุกวันศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น.) ของดีทั่วไทย (ทุกวันศุกร์ เวลา 16.00-16.30 น.) บ่ายนี้มีคำตอบ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 14.15-15.00 น.)	
		ช่อง11 กรองสถานการณ์ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.00-22.00 น.) ไอที อีเลฟเว่น (ทุกวันเสาร์ เวลา 09.00-10.00 น.) มุมใหม่ไทยแลนด์ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น.) ปัญหาชีวิตและสุขภาพ (ทุกวันเสาร์ เวลา 21.00-22.00 น.) หมายเหตุประเทศไทย (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 11.00-12.00น.) morning talk (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.00-09.00 น.) มสธ. (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 05.00-06.00 น.) รักเมืองไทย (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.00-2.00 น.) พร็อพเพอร์ตี้ ทอล์ค (ทุกวันศุกร์ เวลา 15.00-16.00 น.)	

พฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วม	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวนข้อ																																																																								
	<p>ประมะ สดะเวทิน ได้กล่าวว่า วิธีการสื่อสารกลับหรือการมีส่วนร่วมในรายการของมวลชน ผู้รับสารให้ประสบความสำเร็จวิธีการหนึ่ง คือ ระบบการสื่อสารกลับโดยอาศัยการตลาด (Market – Based Feedback Systems) โดยการสื่อสารกลับด้วยภาษาพูดและภาษาเขียน (Verbal Feedback) ในรูปของการที่รายการโทรทัศน์เชิญชวนให้ประชาชนส่งจดหมาย โหวต ไปรษณียบัตร อินเทอร์เน็ต โทรสาร หรือโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นของตน (ประมะ สดะเวทิน , 2541)</p> <p>การลงคะแนนโหวต (Voting) หมายถึง เครื่องมือทางอินเทอร์เน็ตที่รายการโทรทัศน์อินเทอร์เน็ตให้ผู้รับชมร่วมลงคะแนนตามหัวข้อที่ทางรายการกำหนด เพื่อให้รายการทราบความต้องการและ ความรู้สึกของผู้ชมที่มีต่อรายการ ได้อย่าง ทันทีทันที</p> <p>โทรสาร (Fax) คำย่อของ facsimile การ ถ่ายทอดเนื้อเรื่อง (text) หรือ ภาพ (graphics) ผ่านสายโทรศัพท์ในรูปแบบของดิจิทัล</p>	<p>ตอนที่ 3 “การมีส่วนร่วมในการสื่อสารกับรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ”</p> <p>พฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมในรายการ หมายถึง พฤติกรรมที่ท่านเคยมีส่วนร่วมในการสื่อสารด้วยวิธีส่งจดหมาย ไปรษณียบัตร ข้อความสั้น โหวต ข้อความมัลติมีเดีย อินเทอร์เน็ต โทรสารหรือโทรศัพท์ที่โต้ตอบกับรายการโทรทัศน์ โปรดให้ข้อมูลในการมีส่วนร่วมบ่อยครั้งที่สุดจนถึงไม่เคยมีส่วนร่วมตามความเป็นจริง โดย</p> <p>5 มีส่วนร่วมบ่อยที่สุด คือ มีส่วนร่วมในรายการทุกครั้งของการออกอากาศ (เทียบเป็น 100% ที่รับชม)</p> <p>4 มีส่วนร่วมบ่อย คือ มีส่วนร่วมในรายการเกือบทุกครั้งของการออกอากาศ (เทียบเป็น 75% ที่รับชม)</p> <p>3 มีส่วนร่วมปานกลาง คือ มีส่วนร่วมในรายการเป็นครั้งคราวของการออกอากาศ (เทียบเป็น 50% ที่รับชม)</p> <p>2 มีส่วนร่วมน้อย คือ มีส่วนร่วมในรายการนานๆ ครั้งของการออกอากาศ (เทียบเป็น 25% ที่รับชม)</p> <p>1 มีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ มีส่วนร่วมในรายการเพียงครั้งหรือสองครั้งของการออกอากาศ (เทียบเป็น น้อยกว่า 25% ที่รับชม)</p> <p>0 ไม่เคยมีส่วนร่วม คือ ไม่เคยมีส่วนร่วมในรายการ (เทียบเป็น 0% ที่รับชม)</p> <table border="1" data-bbox="875 910 2011 1342"> <thead> <tr> <th data-bbox="875 910 958 960">สถานี</th> <th data-bbox="958 910 1585 960">รายการ</th> <th data-bbox="1585 910 1653 960">5</th> <th data-bbox="1653 910 1720 960">4</th> <th data-bbox="1720 910 1787 960">3</th> <th data-bbox="1787 910 1854 960">2</th> <th data-bbox="1854 910 1921 960">1</th> <th data-bbox="1921 910 2011 960">0</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="875 960 958 1011">ช่อง 3</td> <td data-bbox="958 960 1585 1011">สนามเด็กเล่น (ทุกวันพุธ เวลา 16.00-16.25 น.)</td> <td data-bbox="1585 960 1653 1011">.....</td> <td data-bbox="1653 960 1720 1011">.....</td> <td data-bbox="1720 960 1787 1011">.....</td> <td data-bbox="1787 960 1854 1011">.....</td> <td data-bbox="1854 960 1921 1011">.....</td> <td data-bbox="1921 960 2011 1011">.....</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="958 1011 1585 1062">ผู้หญิงถึงผู้หญิง (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.45-10.20 น.)</td> <td data-bbox="1585 1011 1653 1062">.....</td> <td data-bbox="1653 1011 1720 1062">.....</td> <td data-bbox="1720 1011 1787 1062">.....</td> <td data-bbox="1787 1011 1854 1062">.....</td> <td data-bbox="1854 1011 1921 1062">.....</td> <td data-bbox="1921 1011 2011 1062">.....</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="958 1062 1585 1113">เรื่องเล่าเช้านี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.15-08.45 น.)</td> <td data-bbox="1585 1062 1653 1113">.....</td> <td data-bbox="1653 1062 1720 1113">.....</td> <td data-bbox="1720 1062 1787 1113">.....</td> <td data-bbox="1787 1062 1854 1113">.....</td> <td data-bbox="1854 1062 1921 1113">.....</td> <td data-bbox="1921 1062 2011 1113">.....</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="958 1113 1585 1164">เรื่องเด่นเย็นนี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-18.00 น.)</td> <td data-bbox="1585 1113 1653 1164">.....</td> <td data-bbox="1653 1113 1720 1164">.....</td> <td data-bbox="1720 1113 1787 1164">.....</td> <td data-bbox="1787 1113 1854 1164">.....</td> <td data-bbox="1854 1113 1921 1164">.....</td> <td data-bbox="1921 1113 2011 1164">.....</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="958 1164 1585 1215">เปรี้ยวปาก (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.20-08.45 น.)</td> <td data-bbox="1585 1164 1653 1215">.....</td> <td data-bbox="1653 1164 1720 1215">.....</td> <td data-bbox="1720 1164 1787 1215">.....</td> <td data-bbox="1787 1164 1854 1215">.....</td> <td data-bbox="1854 1164 1921 1215">.....</td> <td data-bbox="1921 1164 2011 1215">.....</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="958 1215 1585 1265">กล่องคำ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.30-23.15 น.)</td> <td data-bbox="1585 1215 1653 1265">.....</td> <td data-bbox="1653 1215 1720 1265">.....</td> <td data-bbox="1720 1215 1787 1265">.....</td> <td data-bbox="1787 1215 1854 1265">.....</td> <td data-bbox="1854 1215 1921 1265">.....</td> <td data-bbox="1921 1215 2011 1265">.....</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="958 1265 1585 1316">เที่ยวละไมไทยแลนด์วิลล์ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 06.25-06.50 น.)</td> <td data-bbox="1585 1265 1653 1316">.....</td> <td data-bbox="1653 1265 1720 1316">.....</td> <td data-bbox="1720 1265 1787 1316">.....</td> <td data-bbox="1787 1265 1854 1316">.....</td> <td data-bbox="1854 1265 1921 1316">.....</td> <td data-bbox="1921 1265 2011 1316">.....</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="958 1316 1585 1342">อัจฉริยะข้ามคืน (ทุกวันจันทร์ เวลา 22.30-24.00 น.)</td> <td data-bbox="1585 1316 1653 1342">.....</td> <td data-bbox="1653 1316 1720 1342">.....</td> <td data-bbox="1720 1316 1787 1342">.....</td> <td data-bbox="1787 1316 1854 1342">.....</td> <td data-bbox="1854 1316 1921 1342">.....</td> <td data-bbox="1921 1316 2011 1342">.....</td> </tr> </tbody> </table>	สถานี	รายการ	5	4	3	2	1	0	ช่อง 3	สนามเด็กเล่น (ทุกวันพุธ เวลา 16.00-16.25 น.)		ผู้หญิงถึงผู้หญิง (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.45-10.20 น.)		เรื่องเล่าเช้านี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.15-08.45 น.)		เรื่องเด่นเย็นนี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-18.00 น.)		เปรี้ยวปาก (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.20-08.45 น.)		กล่องคำ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.30-23.15 น.)		เที่ยวละไมไทยแลนด์วิลล์ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 06.25-06.50 น.)		อัจฉริยะข้ามคืน (ทุกวันจันทร์ เวลา 22.30-24.00 น.)	1
สถานี	รายการ	5	4	3	2	1	0																																																																				
ช่อง 3	สนามเด็กเล่น (ทุกวันพุธ เวลา 16.00-16.25 น.)																																																																				
	ผู้หญิงถึงผู้หญิง (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.45-10.20 น.)																																																																				
	เรื่องเล่าเช้านี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.15-08.45 น.)																																																																				
	เรื่องเด่นเย็นนี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-18.00 น.)																																																																				
	เปรี้ยวปาก (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.20-08.45 น.)																																																																				
	กล่องคำ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.30-23.15 น.)																																																																				
	เที่ยวละไมไทยแลนด์วิลล์ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 06.25-06.50 น.)																																																																				
	อัจฉริยะข้ามคืน (ทุกวันจันทร์ เวลา 22.30-24.00 น.)																																																																				

พหุกิจกรรมการมี ส่วนร่วม	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามในแบบสอบถาม								จำนวน ข้อ
		สถานี	รายการ	5	4	3	2	1	0	
อินเทอร์เน็ตหรืออีเมล หมายถึงจดหมาย หรือข่าวสารที่ส่งผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถ ประกอบด้วยทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง		ช่อง 5	เวทีทอง (ทุกวันเสาร์ เวลา 22.10-23.05 น.)	
			กล้าแกลก ยกกำลังสอง (ทุกวันพุธ เวลา 22.10-23.05 น.)	
			ผจญภัยไร้พรมแดน (ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 17.05-17.30 น.)	
			ฟ้าเมืองไทย (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.10-23.05 น.)	
			แฟนพันธุ์แท้ (ทุกวันศุกร์ เวลา 22.10-24.00 น.)	
			ตลาดสดสนามเป้า (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 20.15-21.10 น.)	
		ช่อง 7	จมูกมด (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.30-08.15 น.)	
			กระจกหกด้าน (ทุกวันจันทร์-อังคาร เวลา 16.10-16.30 น.)	
			เรื่องจริงผ่านจอ (ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 22.25-23.25 น.)	
			คาดฟ้าท้ายกห้อง (ทุกวันอังคาร เวลา 17.00-17.30 น.)	
			พลั้งคิด (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 07.40-08.15 น.)	
		ช่อง 9	Mega Clever (ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 20.30-21.30 น.)	
			กบนอกกะลา (ทุกวันศุกร์ เวลา 20.30-21.30 น.)	
			ข่าวข้น คนข่าว (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.30-22.00 น.)	
			เกมทศกัณฐ์เจ้าแกลง/เด็ก (ทุกวันจันทร์-อาทิตย์ เวลา 18.30-19.00 น.)	
			ฟุต ฟิต ฟอ ไฟ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.45-18.00 น.)	
			เธอถึงเธอ (ทุกวันศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น.)	
			ภัยรายวัน (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 10.00-11.00 น.)	
จันทร์ชวนคิด (ทุกวันศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น.)			
ของดีทั่วไทย (ทุกวันศุกร์ เวลา 16.00-16.30 น.)				
บ่ายนี้มีคำตอบ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 14.15-15.00 น.)				

พหุกิจกรรมการมี ส่วนร่วม	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามในแบบสอบถาม							จำนวน ข้อ
		สถานี	รายการ	5	4	3	2	1	
		ช่อง 11	กรองสถานการณ์ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.00-22.00 น.) ไอที อีเลฟเว่น (ทุกวันเสาร์ เวลา 09.00-10.00 น.) มุมใหม่ไทยแลนด์ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น.) ปัญหาชีวิตและสุขภาพ (ทุกวันเสาร์ เวลา 21.00-22.00 น.) หมายเหตุประเทศไทย (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 11.00-12.00 น.) morning talk (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.00-09.00 น.) มสธ. (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 05.00-06.00 น.) รักเมืองไทย (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.00-2.00 น.) ฟร็อพเพอร์ตี้ ทอล์ค (ทุกวันศุกร์ เวลา 15.00-16.00 น.)

**ภาคผนวก ง ทฤษฎีและแนวคิดในการสร้างแบบสอบถามพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในรายการ
โทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร**

ทฤษฎีและแนวคิดในการสร้างแบบสอบถามพฤติกรรมกรรมมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลส่วนบุคคล	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามการวิจัย	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวนข้อ
1. เพศ	เพศ การวิจัยทางจิตวิทยาหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด, ค่านิยมและทัศนคติ	1. เยาวชนที่มีเพศต่างกันมีลักษณะการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบแตกต่างกัน	1. เพศ ชาย หญิง	1
2. อายุ	อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนกันหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม	2. เยาวชนที่มีอายุต่างกันมีลักษณะการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบแตกต่างกัน	2. อายุ <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 15 ปี <input type="checkbox"/> 2) 15-17 ปี <input type="checkbox"/> 3) 18-21 ปี <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 21 ปี	1
3. ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน ฐานะทางเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน	3. เยาวชนที่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนต่างกันมีลักษณะการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบแตกต่างกัน	3. รายได้ต่อเดือน <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 2) 1,001 - 3,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 3) 3,001 - 5,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 4) 5,001- 7,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 5) 7,001- 9,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 6) 9,001- 11,000 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 7) 11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	1
4. ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา เป็นอีกลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี	4. เยาวชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีลักษณะการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบแตกต่างกัน	4. ระดับการศึกษา <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาศึกษาตอนต้น <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาศึกษาตอนปลาย <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> จบปริญญาตรี	1
5. ความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสาร	ความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสาร ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับรายการมากขึ้น	5. เยาวชนที่มีความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารต่างกันมีลักษณะการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบแตกต่างกัน	5. ค่าใช้จ่ายในการใช้เครื่องมือสื่อสาร (โทรศัพท์มือถือ) <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 2) 101-300 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 3) 301 -500 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 4) 501 บาทต่อเดือนขึ้นไป <input type="checkbox"/> 5) ไม่ได้ใช้ 6. ค่าใช้จ่ายในการใช้เครื่องมือสื่อสาร (โทรศัพท์บ้าน/PCT) <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 400 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 2) 401-500 บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> 3) 501 บาทต่อเดือนขึ้นไป <input type="checkbox"/> 4) ไม่ได้ใช้	2

พฤติกรรม การมีส่วนร่วม	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามการวิจัย	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวน ข้อ
	<p>ประมะ สตะเวทิน ได้กล่าวว่า วิธีการสื่อสารกลับหรือการมีส่วนร่วมในรายการของมวลชนผู้รับสารให้ประสบความสำเร็จวิธีการหนึ่ง คือ ระบบการสื่อสารกลับโดยอาศัยการตลาด (Market-Based Feedback Systems) โดยการสื่อสารกลับด้วยภาษาพูดและภาษาเขียน (Verbal Feedback) ในรูปของการที่รายการโทรทัศน์เชิญชวนให้ประชาชนส่งจดหมาย โหวต ไปรษณียบัตร อินเทอร์เน็ต โทรสาร หรือโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นของตน (ประมะ สตะเวทิน , 2541)</p> <p>การลงคะแนนโหวต (Voting) หมายถึง เครื่องมือทางอินเทอร์เน็ตที่รายการโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตให้ผู้รับชมร่วมลงคะแนนตามหัวข้อที่ทางรายการกำหนด เพื่อให้รายการทราบความต้องการและ ความรู้สึกของผู้ชมที่มีต่อรายการได้ อย่างทันที่</p>	<p>พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการสื่อสารกับรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ</p> <p>1. รายการโทรทัศน์เชิงโต้ตอบช่วยให้เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครมีส่วนร่วมในการจัดรายการและออกแบบเนื้อหารายการหรือไม่</p> <p>2. รายการโทรทัศน์เชิงโต้ตอบช่วยให้เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเข้าใจเนื้อหา รายการมากขึ้น</p> <p>3. รายการโทรทัศน์เชิงโต้ตอบผ่านช่องทางโทรศัพท์มีอิทธิพลต่อการเลียนแบบภาษาหรือไม่</p> <p>4. รายการโทรทัศน์เชิงโต้ตอบช่วยกระตุ้นให้เยาวชนตั้งใจ สนใจ จดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น</p>	<p>พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในรายการ หมายถึง พฤติกรรมที่ท่านเคยมีส่วนร่วมในการสื่อสารด้วยวิธีส่งจดหมาย ไปรษณียบัตร ข้อความสั้น โหวต ข้อความมัลติมีเดีย อินเทอร์เน็ต โทรสารหรือโทรศัพท์โต้ตอบกับรายการโทรทัศน์</p> <p>12. ท่านเคยมีส่วนร่วมในการสื่อสารกับรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบหรือไม่ (ตัวอย่างเช่น การส่ง SMS จดหมาย โทรศัพท์ โหวต)</p> <p><input type="checkbox"/> เคย <input type="checkbox"/> ไม่เคย</p> <p>13. ประเภทของระบบการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารกับรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ (คือส่งภายใน 6 เดือนที่ผ่านมา)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. ไปรษณีย์</p> <p><input type="checkbox"/> 1.1 จดหมาย</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 6 ฉบับ <input type="checkbox"/> 2) 6-12 ฉบับ <input type="checkbox"/> 3) 13-18 ฉบับ <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 18 ฉบับ</p> <p><input type="checkbox"/> 1.2 ไปรษณียบัตร</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 6 ฉบับ <input type="checkbox"/> 2) 6-12 ฉบับ <input type="checkbox"/> 3) 13-18 ฉบับ <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 18 ฉบับ</p> <p><input type="checkbox"/> 2. โทรศัพท์ (โปรดให้ข้อมูลทุกข้อ)</p> <p><input type="checkbox"/> 1) โทรศัพท์บ้าน</p> <p><input type="checkbox"/> สนทนา</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่าเดือนละครั้ง <input type="checkbox"/> 2) เดือนละ 1-3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 3) สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง <input type="checkbox"/> 5) ทุกวัน</p> <p><input type="checkbox"/> 2) PCT</p> <p><input type="checkbox"/> สนทนา</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่าเดือนละครั้ง <input type="checkbox"/> 2) เดือนละ 1-3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 3) สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง <input type="checkbox"/> 5) ทุกวัน</p>	19

พฤติกรรม การมีส่วนร่วม	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามการวิจัย	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวน ข้อ
	<p>โทรสาร (Fax) คำย่อของ facsimile การถ่ายทอดเนื้อเรื่อง (text) หรือ ภาพ (graphics) ผ่านสายโทรศัพท์ในรูปของ ดิจิตอล</p> <p>อินเทอร์เน็ตหรืออีเมล หมายถึง จดหมาย หรือข่าวสารที่ส่งผ่าน อินเทอร์เน็ต สามารถประกอบด้วยทั้ง ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และ เสียง</p>	<p>5. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการยอมรับนวัตกรรมหรือไม่</p>	<p><input type="checkbox"/> 3) โทรศัพท์มือถือ</p> <p><input type="checkbox"/> โหวด</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่าเดือนละครั้ง <input type="checkbox"/> 2) เดือนละ 1-3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 3) สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง <input type="checkbox"/> 5) ทุกวัน</p> <p><input type="checkbox"/> ข้อความ</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่าเดือนละครั้ง <input type="checkbox"/> 2) เดือนละ 1-3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 3) สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง <input type="checkbox"/> 5) ทุกวัน</p> <p><input type="checkbox"/> ข้อความมัลติมีเดีย</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 6 ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) 6-12 ครั้ง <input type="checkbox"/> 3) 13-18 ครั้ง <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 18 ครั้ง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) โทรสาร</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 6 ฉบับ <input type="checkbox"/> 2) 6-12 ฉบับ <input type="checkbox"/> 3) 13-18 ฉบับ <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 18 ฉบับ</p> <p><input type="checkbox"/> 3. อินเทอร์เน็ต</p> <p><input type="checkbox"/> อีเมล</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่าเดือนละครั้ง <input type="checkbox"/> 2) เดือนละ 1-3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 3) สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง <input type="checkbox"/> 5) ทุกวัน</p> <p><input type="checkbox"/> โหวด</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่าเดือนละครั้ง <input type="checkbox"/> 2) เดือนละ 1-3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 3) สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง <input type="checkbox"/> 5) ทุกวัน</p> <p><input type="checkbox"/> ข้อความสั้น</p> <p><input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่าเดือนละครั้ง <input type="checkbox"/> 2) เดือนละ 1-3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 3) สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง <input type="checkbox"/> 5) ทุกวัน</p>	

พฤติกรรม การมีส่วนร่วม	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามการวิจัย	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวน ข้อ
			<p>14. จำนวนของรายการโทรทัศน์การศึกษาที่ท่านเข้ามามีส่วนร่วมในรายการต่อสัปดาห์ คือ</p> <p><input type="checkbox"/> 1) 1 รายการ <input type="checkbox"/> 2) 2-5 รายการ</p> <p><input type="checkbox"/> 3) 6-10 รายการ <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 10 รายการ</p> <p>15. ประเภทของรายการการศึกษาที่เข้าไปมีส่วนร่วม(โปรดใส่หมายเลข 1-5 หน้าประเภทของรายการที่ท่านมีส่วนร่วมมากที่สุด 5 อันดับแรก โดย 1 หมายถึงรายการที่เข้าไปมีส่วนร่วมมากที่สุด 5 หมายถึงรายการที่เข้าไปมีส่วนร่วมน้อยที่สุด)</p> <p>... 1) รายการพูดคุย ... 2) รายการสนทนา ... 3) รายการอภิปราย ... 4) รายการสัมภาษณ์</p> <p>... 5) รายการข่าว ... 6) รายการสาธิต ทดลอง... 7) รายการสารคดี ... 8) รายการละคร</p> <p>... 9) รายการสาระละคร ... 10) รายการเกมโชว์ ... 11) รายการเพลงและดนตรี</p> <p>... 12) รายการนิตยสาร</p> <p>16. รายการการศึกษาที่เคยมีส่วนร่วม</p> <p>หมายเลข 1 หมายถึง รายการที่มีส่วนร่วมบ่อยครั้งมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1</p> <p>หมายเลข 2 หมายถึง รายการที่มีส่วนร่วมบ่อยครั้งมากเป็นอันดับที่ 2</p> <p>หมายเลข 3 หมายถึง รายการที่มีส่วนร่วมบ่อยครั้งเป็นอันดับที่ 3</p>	

ความคิดเห็น และทัศนคติ	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามการวิจัย	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวน ข้อ
			<p>17. ประเภทของการมีส่วนร่วมที่ท่านจะส่งผ่านรายการโทรทัศน์การศึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</p> <p><input type="checkbox"/> 1) เงิน/ของรางวัล <input type="checkbox"/> 2) สนทนา <input type="checkbox"/> 3) แสดงความคิดเห็น <input type="checkbox"/> 4) ให้คะแนน</p> <p><input type="checkbox"/> 5) ตอบคำถาม/เล่นเกม <input type="checkbox"/> 6) สมัครเข้าร่วมรายการ <input type="checkbox"/> 7) ผ่าคำถาม <input type="checkbox"/> 8) ส่งคลิปวิดีโอ</p> <p><input type="checkbox"/> 9) ร้องทุกข์ <input type="checkbox"/> 10) อื่นๆ</p> <p>18. โดยเฉลี่ยแล้วท่านมีความถี่ในการมีส่วนร่วมในรายการประมาณเท่าไร</p> <p><input type="checkbox"/> 1-3 ครั้ง/เดือน <input type="checkbox"/> 1-3 ครั้ง/สัปดาห์ <input type="checkbox"/> 4-7 ครั้ง/สัปดาห์ <input type="checkbox"/> มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์</p> <p>19. อัตราค่าส่ง SMS ผ่านรายการโทรทัศน์ที่ท่านมักใช้ประจำ คือ (ในกรณีที่เคยมีส่วนร่วมผ่าน SMS)</p> <p><input type="checkbox"/> 3 บาท <input type="checkbox"/> 6 บาท <input type="checkbox"/> 9 บาท <input type="checkbox"/> อื่นๆ</p> <p>20. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์ต่อสัปดาห์</p> <p><input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 6 บาทต่อสัปดาห์ <input type="checkbox"/> 6-20 บาทต่อสัปดาห์ <input type="checkbox"/> 21-50 บาทต่อสัปดาห์</p> <p><input type="checkbox"/> 51-100 บาทต่อสัปดาห์ <input type="checkbox"/> 101 บาทต่อสัปดาห์ขึ้นไป</p> <p>21. ผลที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมในรายการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ได้เงินหรือของรางวัลที่ต้องการ <input type="checkbox"/> 2) มีชื่อเสียงในสังคม <input type="checkbox"/> 3) ได้ตอบกับพิธีกร</p> <p><input type="checkbox"/> 4) รู้สึกเป็นเจ้าของรายการ มีส่วนร่วมในรายการ <input type="checkbox"/> 5) รู้สึกมีเพื่อน</p> <p><input type="checkbox"/> 6) แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น <input type="checkbox"/> 7) ร้องทุกข์ <input type="checkbox"/> 8) เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น</p> <p><input type="checkbox"/> 9) ภูมิใจที่มีส่วนร่วมในรายการ <input type="checkbox"/> 10) ตั้งใจ สนใจและจดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น</p> <p><input type="checkbox"/> 11) เสียเวลา <input type="checkbox"/> 12) สิ้นเปลือง <input type="checkbox"/> 13) เขียนแบบภาษา <input type="checkbox"/> 14) อื่นๆ</p> <p>22. ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับการที่ทางรายการโทรทัศน์การศึกษาเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ</p> <p><input type="checkbox"/> เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพราะ ได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความเห็นและมีส่วนร่วมกับทางรายการ</p> <p><input type="checkbox"/> เห็นด้วย เพราะ สามารถติดต่อกับทางรายการได้</p> <p><input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ เพราะ การแสดงความคิดเห็นในรายการมีทั้งมีสาระและไร้สาระ</p> <p><input type="checkbox"/> ไม่เห็นด้วย เพราะ ไม่มีประโยชน์</p> <p><input type="checkbox"/> ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพราะ สิ้นเปลือง ไร้สาระ</p>	

ความคิดเห็น และทัศนคติ	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามการวิจัย	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวน ข้อ																																																																																											
	<p>ปัจจัยด้านทัศนคติของมวลชนผู้รับสาร แบ่งออกได้เป็น 3 ประการ คือ</p> <p>1. ทัศนคติต่อตนเอง (Attitude toward self) หากมวลชนผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง โอกาสที่มวลชนผู้รับสารจะเข้าใจสารของผู้ส่งสารก็มาก ในทางตรงกันข้ามหากมวลชนผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตนเอง โอกาสที่จะเข้าใจสารก็น้อย พฤติกรรมการรับสารก็จะเป็นในอีกลักษณะหนึ่ง</p> <p>2. ทัศนคติต่อสาร (Attitude toward message) หมายความว่า ทำที่ ความรู้สึกนึกคิด รสนิยม ฯลฯ ที่มวลชนผู้รับสารมีต่อสาร หากมวลชนผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อสาร มีความสนใจ มีความชอบเนื้อหาสาระของสาร พฤติกรรมการรับสารก็จะออกมาในรูปของความกระตือรือร้น ในทางตรงกันข้ามหากไม่พอใจในสาร พฤติกรรมการรับสารก็อาจเป็นไป ในรูปของความเบื่อหน่ายไม่สนใจ หรือ ยุติการรับสาร</p>	<p>ทัศนคติที่มีต่อรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ</p> <p>1. ทัศนคติที่มีต่อรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการสื่อสารกับรายการโทรทัศน์ การศึกษาเชิงโต้ตอบหรือไม่</p>	<p>ตอนที่ 4 “ความคิดเห็นและทัศนคติที่มีต่อรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ”</p> <p>23. ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการมีส่วนร่วม ดังต่อไปนี้</p> <p>5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง</p> <p>4 หมายถึง เห็นด้วย</p> <p>3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง (<i>โปรดระบุเหตุผลที่ไม่เห็นด้วยในตารางช่องขวามือ</i>)</p> <p>2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย (<i>โปรดระบุเหตุผลที่ไม่เห็นด้วยในตารางช่องขวามือ</i>)</p> <p>1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด (<i>โปรดระบุเหตุผลที่ไม่เห็นด้วยในตารางช่องขวามือ</i>)</p> <table border="1" data-bbox="1108 577 2060 1316"> <thead> <tr> <th>รูปแบบของสื่อ</th> <th>5</th> <th>4</th> <th>3</th> <th>2</th> <th>1</th> <th>เหตุผลที่ไม่เห็นด้วย (โปรดระบุเฉพาะที่เลือก ตัวเลือก 3, 2 และ 1)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. ปรชนณีย์</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- จดหมาย</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>- ปรชนณีย์บัตร</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>2. โทรศัพท</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- โทรศัพทบ้าน</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- โหวด</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>- ข้อความ</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>- โทรศัพทมือถือ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- โหวด</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>- ข้อความ</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>- ข้อความมัลติมีเดีย</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>- โทรสาร</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>.....</td> </tr> </tbody> </table>	รูปแบบของสื่อ	5	4	3	2	1	เหตุผลที่ไม่เห็นด้วย (โปรดระบุเฉพาะที่เลือก ตัวเลือก 3, 2 และ 1)	1. ปรชนณีย์							- จดหมาย	- ปรชนณีย์บัตร	2. โทรศัพท							- โทรศัพทบ้าน							- โหวด	- ข้อความ	- โทรศัพทมือถือ							- โหวด	- ข้อความ	- ข้อความมัลติมีเดีย	- โทรสาร	
รูปแบบของสื่อ	5	4	3	2	1	เหตุผลที่ไม่เห็นด้วย (โปรดระบุเฉพาะที่เลือก ตัวเลือก 3, 2 และ 1)																																																																																									
1. ปรชนณีย์																																																																																															
- จดหมาย																																																																																									
- ปรชนณีย์บัตร																																																																																									
2. โทรศัพท																																																																																															
- โทรศัพทบ้าน																																																																																															
- โหวด																																																																																									
- ข้อความ																																																																																									
- โทรศัพทมือถือ																																																																																															
- โหวด																																																																																									
- ข้อความ																																																																																									
- ข้อความมัลติมีเดีย																																																																																									
- โทรสาร																																																																																									

ความคิดเห็น และทัศนคติ	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามการวิจัย	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวน ข้อ																																			
	<p>3. ทัศนคติต่อผู้ส่งสาร (Attitude toward source) พฤติกรรมการรับสารจะเป็นไปอย่างไร จะทำให้การสื่อสารที่มีประสิทธิผลมากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มวลชนผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร หากมวลชนผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งสาร มีความเชื่อถือเลื่อมใสในความรู้ความสามารถและความจริงใจของผู้ส่งสารมีความชอบ มีความประทับใจในตัวผู้ส่งสาร ก็จะสนใจติดตามการสื่อสารของผู้ส่งสารนั้น</p>		<table border="1" data-bbox="1108 294 2063 671"> <thead> <tr> <th data-bbox="1108 294 1384 455">รูปแบบของสื่อ</th> <th data-bbox="1384 294 1442 455">5</th> <th data-bbox="1442 294 1500 455">4</th> <th data-bbox="1500 294 1559 455">3</th> <th data-bbox="1559 294 1617 455">2</th> <th data-bbox="1617 294 1675 455">1</th> <th data-bbox="1675 294 2063 455">เหตุผลที่ไม่เห็นด้วย (โปรดระบุเฉพาะที่เลือก ตัวเลือก 3,2 และ 1)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1108 455 1384 671">3. อินเทอร์เน็ต</td> <td data-bbox="1384 455 1442 671"></td> <td data-bbox="1442 455 1500 671"></td> <td data-bbox="1500 455 1559 671"></td> <td data-bbox="1559 455 1617 671"></td> <td data-bbox="1617 455 1675 671"></td> <td data-bbox="1675 455 2063 671"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1108 517 1384 557">- อีเมลล์</td> <td data-bbox="1384 517 1442 557">...</td> <td data-bbox="1442 517 1500 557">...</td> <td data-bbox="1500 517 1559 557">...</td> <td data-bbox="1559 517 1617 557">...</td> <td data-bbox="1617 517 1675 557">...</td> <td data-bbox="1675 517 2063 557">.....</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1108 557 1384 597">- โหวต</td> <td data-bbox="1384 557 1442 597">...</td> <td data-bbox="1442 557 1500 597">...</td> <td data-bbox="1500 557 1559 597">...</td> <td data-bbox="1559 557 1617 597">...</td> <td data-bbox="1617 557 1675 597">...</td> <td data-bbox="1675 557 2063 597">.....</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1108 597 1384 671">- ข้อความสั้น</td> <td data-bbox="1384 597 1442 671">...</td> <td data-bbox="1442 597 1500 671">...</td> <td data-bbox="1500 597 1559 671">...</td> <td data-bbox="1559 597 1617 671">...</td> <td data-bbox="1617 597 1675 671">...</td> <td data-bbox="1675 597 2063 671">.....</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="1108 709 2063 1017">24. ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับ <u>จุดประสงค์การมีส่วนร่วม</u> ดังต่อไปนี้</p> <p data-bbox="1227 771 1514 811">5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง</p> <p data-bbox="1227 826 1429 867">4 หมายถึง เห็นด้วย</p> <p data-bbox="1227 867 2063 913">3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง (<u>โปรดระบุเหตุผลที่ไม่เห็นด้วยในตารางช่องขวามือ</u>)</p> <p data-bbox="1227 913 2007 959">2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย (<u>โปรดระบุเหตุผลที่ไม่เห็นด้วยในตารางช่องขวามือ</u>)</p> <p data-bbox="1227 959 2063 1005">1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด (<u>โปรดระบุเหตุผลที่ไม่เห็นด้วยในตารางช่องขวามือ</u>)</p>	รูปแบบของสื่อ	5	4	3	2	1	เหตุผลที่ไม่เห็นด้วย (โปรดระบุเฉพาะที่เลือก ตัวเลือก 3,2 และ 1)	3. อินเทอร์เน็ต							- อีเมลล์	- โหวต	- ข้อความสั้น	
รูปแบบของสื่อ	5	4	3	2	1	เหตุผลที่ไม่เห็นด้วย (โปรดระบุเฉพาะที่เลือก ตัวเลือก 3,2 และ 1)																																	
3. อินเทอร์เน็ต																																							
- อีเมลล์																																	
- โหวต																																	
- ข้อความสั้น																																	

ความคิดเห็น และทัศนคติ	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามการวิจัย	คำถามในแบบสอบถาม						จำนวน ข้อ																																																																						
			<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="1106 294 1460 498">จุดประสงค์การมีส่วนร่วม</th> <th data-bbox="1467 294 1528 498">5</th> <th data-bbox="1535 294 1596 498">4</th> <th data-bbox="1603 294 1664 498">3</th> <th data-bbox="1671 294 1732 498">2</th> <th data-bbox="1739 294 1800 498">1</th> <th data-bbox="1807 294 2082 498">เหตุผลที่ไม่เห็นด้วย (โปรดระบุเฉพาะที่เลือก ตัวเลือก 3,2 และ 1 ทางด้านซ้ายมือ)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1106 503 1460 545">1) ชิงเงิน/ของรางวัล</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>.....</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 549 1460 591">2) สนทนา</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>.....</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 595 1460 637">3) แสดงความคิดเห็น</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>.....</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 642 1460 683">4) ให้คะแนน</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>.....</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 688 1460 729">5) ตอบคำถาม/เล่นเกม</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>.....</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 734 1460 776">6) สมัครเข้าร่วมรายการ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>.....</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 780 1460 822">7) ฝากคำถาม</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>.....</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 826 1460 868">8) ส่งคลิปวิดีโอ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>.....</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 873 1460 914">9) ร้องทุกข์</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>.....</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="1106 996 2013 1037">25. ท่านต้องการให้เยาวชนมีส่วนร่วมในรายการประเภทอะไรบ้าง (ตอบเฉพาะที่เลือกข้อ 26.6 ตัวเลือก 3 และ 4 ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</p> <p data-bbox="1188 1099 2082 1284"> <input type="checkbox"/> 1) รายการพูดคุย <input type="checkbox"/> 2) รายการสนทนา <input type="checkbox"/> 3) รายการอภิปราย <input type="checkbox"/> 4) รายการสัมภาษณ์ <input type="checkbox"/> 5) รายการข่าว <input type="checkbox"/> 6) รายการสาธิต ทดลอง <input type="checkbox"/> 7) รายการสารคดี <input type="checkbox"/> 8) รายการละคร <input type="checkbox"/> 9) รายการสาระละคร <input type="checkbox"/> 10) รายการเกมโชว์ <input type="checkbox"/> 11) รายการเพลงและดนตรี <input type="checkbox"/> 12) รายการนิตยสาร </p>						จุดประสงค์การมีส่วนร่วม	5	4	3	2	1	เหตุผลที่ไม่เห็นด้วย (โปรดระบุเฉพาะที่เลือก ตัวเลือก 3,2 และ 1 ทางด้านซ้ายมือ)	1) ชิงเงิน/ของรางวัล						2) สนทนา						3) แสดงความคิดเห็น						4) ให้คะแนน						5) ตอบคำถาม/เล่นเกม						6) สมัครเข้าร่วมรายการ						7) ฝากคำถาม						8) ส่งคลิปวิดีโอ						9) ร้องทุกข์						
จุดประสงค์การมีส่วนร่วม	5	4	3	2	1	เหตุผลที่ไม่เห็นด้วย (โปรดระบุเฉพาะที่เลือก ตัวเลือก 3,2 และ 1 ทางด้านซ้ายมือ)																																																																									
1) ชิงเงิน/ของรางวัล																																																																														
2) สนทนา																																																																														
3) แสดงความคิดเห็น																																																																														
4) ให้คะแนน																																																																														
5) ตอบคำถาม/เล่นเกม																																																																														
6) สมัครเข้าร่วมรายการ																																																																														
7) ฝากคำถาม																																																																														
8) ส่งคลิปวิดีโอ																																																																														
9) ร้องทุกข์																																																																														

ความคิดเห็น และทัศนคติ	ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	คำถามการวิจัย	คำถามในแบบสอบถาม	จำนวน ข้อ																																																																		
			<p>คำแนะนำ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงหรือใกล้เคียงกับทัศนคติของท่านมากที่สุด</p> <p>5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง</p> <p>4 หมายถึง เห็นด้วย</p> <p>3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง</p> <p>2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย</p> <p>1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด</p> <table border="1" data-bbox="1115 545 2069 1315"> <thead> <tr> <th data-bbox="1115 545 1899 606">ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ</th> <th data-bbox="1899 545 1935 606">5</th> <th data-bbox="1935 545 1971 606">4</th> <th data-bbox="1971 545 2007 606">3</th> <th data-bbox="2007 545 2042 606">2</th> <th data-bbox="2042 545 2069 606">1</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1115 606 1899 699">1. การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้รายการโทรทัศน์ศึกษาน่าสนใจ ชวนติดตามมากขึ้น</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1115 699 1899 760">2. การมีส่วนร่วมในรายการทำให้เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1115 760 1899 853">3. รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบในปัจจุบันเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัดรายการและออกแบบเนื้อหารายการมากขึ้น</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1115 853 1899 914">4. การที่รายการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้ตั้งใจดูรายการมากขึ้น</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1115 914 1899 1007">5. การมีส่วนร่วมในรายการทำให้จดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1115 1007 1899 1099">6. การรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบเกิดการเลียนแบบภาษา</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1115 1099 1899 1161">7. การมีส่วนร่วมทำให้กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1115 1161 1899 1222">8. การมีส่วนร่วมทำให้ได้รับสาระความรู้ที่ต้องการกลับมาทันที</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1115 1222 1899 1284">9. การโหวตเป็นการสิ้นเปลืองโดยไม่ได้สาระ</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1115 1284 1899 1345">10. การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างเขวชนกับรายการค่อนข้างทั่วถึงทุกคน</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ	5	4	3	2	1	1. การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้รายการโทรทัศน์ศึกษาน่าสนใจ ชวนติดตามมากขึ้น						2. การมีส่วนร่วมในรายการทำให้เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น						3. รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบในปัจจุบันเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัดรายการและออกแบบเนื้อหารายการมากขึ้น						4. การที่รายการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้ตั้งใจดูรายการมากขึ้น						5. การมีส่วนร่วมในรายการทำให้จดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น						6. การรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบเกิดการเลียนแบบภาษา						7. การมีส่วนร่วมทำให้กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น						8. การมีส่วนร่วมทำให้ได้รับสาระความรู้ที่ต้องการกลับมาทันที						9. การโหวตเป็นการสิ้นเปลืองโดยไม่ได้สาระ						10. การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างเขวชนกับรายการค่อนข้างทั่วถึงทุกคน						10
ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ	5	4	3	2	1																																																																	
1. การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้รายการโทรทัศน์ศึกษาน่าสนใจ ชวนติดตามมากขึ้น																																																																						
2. การมีส่วนร่วมในรายการทำให้เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น																																																																						
3. รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบในปัจจุบันเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัดรายการและออกแบบเนื้อหารายการมากขึ้น																																																																						
4. การที่รายการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้ตั้งใจดูรายการมากขึ้น																																																																						
5. การมีส่วนร่วมในรายการทำให้จดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น																																																																						
6. การรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบเกิดการเลียนแบบภาษา																																																																						
7. การมีส่วนร่วมทำให้กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น																																																																						
8. การมีส่วนร่วมทำให้ได้รับสาระความรู้ที่ต้องการกลับมาทันที																																																																						
9. การโหวตเป็นการสิ้นเปลืองโดยไม่ได้สาระ																																																																						
10. การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างเขวชนกับรายการค่อนข้างทั่วถึงทุกคน																																																																						

ภาคผนวก จ รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

1. แบบสอบถามการศึกษาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

- | | |
|--|--|
| 1.1 รองศาสตราจารย์ ดร. ปรมะ สตะเวทิน | ภาคประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 1.2 รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ | คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย |
| 1.3 รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี | คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย |
| 1.4 อาจารย์ ดร.สันศักดิ์ ทองรินทร์ | คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 1.5 รองศาสตราจารย์ ประทีน คล้ายนาค | สาขาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 1.6 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรบุญฤทธิ์ ครอบหาเวชศิษฐ์ | ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 1.7 ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิลาศ เกื้อมี | ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 1.8 ผอ.สุนทร พรหมรัตน์พงศ์ | ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีการศึกษา
ETV |
| 1.9 รองศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ สมพงษ์ | ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 1.10 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐภรณ์ หลาวทอง | เลขานุการภาควิชาและจิตวิทยาการศึกษา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |

2. แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 2.1 รองศาสตราจารย์ ดร. ปรมะ สตะเวทิน | ภาคประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2.2 รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ | คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย |

- 2.3 รองศาสตราจารย์ ประทีน คล้ายนาค สาขาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยศิลปากร
- 2.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรบุญฤทธิ์ ควรรหาเวชศิษฐ์ ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- 2.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิลาศ เกื้อมี ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ฉ รายชื่อกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตรายการ

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตรายการ

1. นางสาวปานิสรณ์นันท์ อภิภัทรกิตติ PRODUCER รายการผจญภัยไร้พรมแดน
2. นายอรรถการ พิมพ่วงศ์ Producer รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง
3. นายอภิษฐ์ มาโนชวงศ์
นายอดิสร เชียงทอง กรรมการผู้จัดการบริษัทสาระดี จำกัด
ตำแหน่ง Assistance Producer
4. นายวิบูลย์ ธีรัตนขจร อำนวยการผลิตบริษัท Search Entertainment
5. นายวีระยุทธ พันภาคย์ Production Manager รายการไอทีอีเลฟเว่น
6. นางสาวชนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ โปรดิวเซอร์รายการ 30 ยังแจ๋ว
7. นายนพพล กฤตโตปการ Co-Producer รายการจุมกมด
8. นางสาวศุภฎี สีวังลาศ Creative and Producer รายการเปรี้ยวปาก

ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์

1. วัตถุประสงค์ในการจัดช่องทางการติดต่อระหว่างรายการกับผู้ชม คืออะไร ทำไมถึงเลือกช่องทางนี้
2. ท่านมีวิธีการเลือกการมีส่วนร่วม เข้ามาใช้ในรายการอย่างไรและพิจารณาจากอะไร
3. เทคโนโลยี หรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรายการลักษณะนี้ มีอะไรบ้าง
4. ทางรายการพิจารณาเรื่องมูลค่าหรือต้นทุนของสื่อที่ใช้เพื่อการติดต่อกับผู้ชม หรือไม่อย่างไร
5. หลักเกณฑ์ในการคิดค่าใช้จ่ายเป็นอย่างไร
6. ภาคเอกชนซึ่งถือครองสื่อต่างๆ เช่น บริษัทโทรศัพท์มือถือ บริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตมีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการรูปแบบนี้หรือไม่และมีการแบ่งผลประโยชน์กันอย่างไร
7. ปัจจัยใดสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกช่องทางการสื่อสารได้ตอบของรายการ
8. ท่านมีแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์อย่างไร
9. การมีส่วนร่วมวิธีการใดที่ช่วยสร้างความดึงดูดใจแก่ผู้ชมในการมีส่วนร่วมในรายการได้มากที่สุดทราบได้อย่างไร
10. ช่องทางการสื่อสารช่องทางใดเป็นที่นิยมของเยาวชนมากที่สุด
11. เยาวชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในรายการส่วนมากมีอายุเท่าไร
12. ตัวสารในการมีส่วนร่วมในแต่ละครั้งที่เอามาใช้มีความสำคัญอย่างไร
13. ทางรายการได้นำความคิดเห็นของผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดรายการและออกแบบเนื้อหาของรายการหรือไม่
14. ทางรายการมีวิธีป้องกันภาษาและประเด็นที่เยาวชนสื่อสารได้ติดต่อกับรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงได้ตอบอย่างไร
15. ช่องทางในการสื่อสารกับรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงได้ตอบมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร หรือไม่ อย่างไร
16. เยาวชนจะได้รับอะไรจากการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงได้ตอบ
17. ทางรายการของท่านมีแนวคิดที่จะปรับปรุงหรือเพิ่มการมีส่วนร่วมโดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารกับประชาชนอย่างไร
18. ท่านคาดว่าจะใช้เทคโนโลยีการสื่อสารแบบอื่นๆ เพื่อเพิ่มให้ประชาชนมีส่วนร่วมในรายการหรือไม่ อย่างไร
19. จากเทคโนโลยี(ในข้อ 18) ท่านคิดว่าจะนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาใช้ในการเป็นข้อมูลวางแผน ออกแบบปรับปรุงรายการอย่างไร
20. แนวโน้มรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงได้ตอบในประเทศไทยจะเป็นอย่างไร

ภาคผนวก ข สรุปกลุ่มตัวอย่างระดับมัธยมศึกษาและปริญญาตรี

สรุปกลุ่มตัวอย่างระดับมัธยมศึกษาและปริญญาตรี

สรุปกลุ่มตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียน	ม.1		ม.2		ม.3		ม.4		ม.5		ม.6		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
โรงเรียนสาธิต จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัยฝ่ายมัธยม	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
โรงเรียนมัธยมประชา นิเวศน์	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	36
โรงเรียนพรตพิทยพยัต	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	36
โรงเรียนมัธยมวัดธาตุ ทอง	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	36
โรงเรียนฐานปัญญา	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	-	-	36
โรงเรียนวัดอินทาราม	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	36
รวม													216

สรุปกลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาตรี

มหาวิทยาลัย	ปี 1		ปี 2		ปี 3		ปี 4		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	4	5	4	5	5	4	5	4	36
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	5	4	4	5	4	5	5	4	36
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง	4	5	5	4	5	4	4	5	36
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	5	4	5	4	4	5	4	5	36
มหาวิทยาลัยสยาม	4	5	4	5	5	4	5	4	36
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	4	5	5	4	5	4	4	5	36
รวม									216

ภาคผนวก ๘ ตาราง Crosstab, T-test และ Anova

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามเพศ

วิธีการมีส่วนร่วม		เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	2-Tailed Prob.
1. ไปรษณีย์	จดหมาย	ชาย	201	3.80	1.054	.426	.671
		หญิง	202	3.76	1.000		
	ไปรษณีย์บัตร	ชาย	201	3.86	1.007	.144	.886
		หญิง	202	3.84	.970		
2. โทรศัพท์บ้าน/พีซีที	โหวด	ชาย	201	4.14	.980	1.048	.295
		หญิง	202	4.04	.930		
	ข้อความ	ชาย	201	4.13	.902	1.046	.296
		หญิง	202	4.03	.916		
โทรศัพท์มือถือ	โหวด	ชาย	201	4.27	.911	.435	.664
		หญิง	202	4.23	.978		
	ข้อความ	ชาย	201	4.32	.859	.967	.334
		หญิง	202	4.23	.920		
	ข้อความมัลติมีเดีย	ชาย	201	4.13	.966	1.765	.078
		หญิง	202	3.95	1.067		
โทรสาร		ชาย	201	3.87	1.110	1.028	.305
		หญิง	202	3.75	1.196		

วิธีการมีส่วนร่วม		เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	2-Tailed Prob.
3. อินเทอร์เน็ต	อีเมลล์	ชาย	201	4.51	.701	1.215	.225
		หญิง	202	4.43	.731		
	โหวต	ชาย	201	4.42	.790	.947	.344
		หญิง	202	4.34	.827		
	ข้อความสั้น	ชาย	201	4.39	.806	.810	.418
		หญิง	202	4.33	.836		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามอายุ

วิธีการมีส่วนร่วม		อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
1. ไปรษณีย์	จดหมาย	ต่ำกว่า 15 ปี	81	3.89	1.072	.661	.577
		15-17 ปี	110	3.75	1.192		
		18-21 ปี	180	3.73	.890		
		มากกว่า 21 ปี	32	3.91	1.027		
		Total	403	3.78	1.026		
	ไปรษณีย์บัตร	ต่ำกว่า 15 ปี	81	3.95	1.150	.416	.741
		15-17 ปี	110	3.85	1.156		
		18-21 ปี	180	3.81	.799		
		มากกว่า 21 ปี	32	3.81	.896		
		Total	403	3.85	.987		
2. โทรศัพท์บ้าน/พีซีที	โหวต	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.09	1.063	.479	.697
		15-17 ปี	110	4.16	1.027		
		18-21 ปี	180	4.03	.871		
		มากกว่า 21 ปี	32	4.16	.884		
		Total	403	4.09	.955		

วิธีการมีส่วนร่วม	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig	
ข้อความ	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.16	.968	.602	.614	
	15-17 ปี	110	4.13	.978			
	18-21 ปี	180	4.02	.855			
	มากกว่า 21 ปี	32	4.09	.818			
	Total	403	4.08	.909			
โทรศัพท์มือถือ	โหวต	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.06	1.218	1.445	.229
		15-17 ปี	110	4.27	.928		
		18-21 ปี	180	4.32	.808		
		มากกว่า 21 ปี	32	4.31	.896		
		Total	403	4.25	.944		
ข้อความ	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.21	1.033	.802	.494	
	15-17 ปี	110	4.23	.925			
	18-21 ปี	180	4.30	.825			
	มากกว่า 21 ปี	32	4.47	.718			
	Total	403	4.28	.890			
ข้อความมัลติมีเดีย	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.02	1.172	.131	.942	
	15-17 ปี	109	4.06	1.091			
	18-21 ปี	180	4.02	.954			
	มากกว่า 21 ปี	32	4.13	.707			
	Total	402	4.04	1.020			

วิธีการมีส่วนร่วม	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig	
โทรสาร	ต่ำกว่า 15 ปี	81	3.84	1.250	.271	.846	
	15-17 ปี	110	3.88	1.232			
	18-21 ปี	180	3.77	1.078			
	มากกว่า 21 ปี	32	3.75	1.078			
	Total	403	3.81	1.154			
3. อินเทอร์เน็ต	อีเมล	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.32	.998	1.621	.184
		15-17 ปี	110	4.55	.615		
		18-21 ปี	180	4.48	.612		
		มากกว่า 21 ปี	32	4.50	.718		
		Total	403	4.47	.716		
	โหวต	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.22	1.072	1.839	.139
		15-17 ปี	110	4.48	.751		
		18-21 ปี	180	4.41	.683		
		มากกว่า 21 ปี	32	4.28	.851		
		Total	403	4.38	.809		
	ข้อความสั้น	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.27	1.000	.415	.742
		15-17 ปี	110	4.40	.815		
		18-21 ปี	180	4.37	.725		
มากกว่า 21 ปี		32	4.38	.871			
Total		403	4.36	.821			

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วิธีการมีส่วนร่วม		รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
1. ไปรษณีย์	จดหมาย	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	3.81	1.204	.335	.918
		1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	3.82	1.109		
		3001-5000 บาทต่อเดือน	85	3.82	.862		
		5001-7000 บาทต่อเดือน	41	3.59	1.024		
		7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	3.76	.923		
		9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	3.70	.794		
		11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	3.80	.676		
		Total	403	3.78	1.026		
	ไปรษณีย์บัตร	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	3.86	1.245	.263	.954
		1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	3.92	1.008		
		3001-5000 บาทต่อเดือน	85	3.81	.852		
		5001-7000 บาทต่อเดือน	41	3.73	.895		
		7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	3.88	.729		
		9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	3.77	.817		
		11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	3.93	.594		
		Total	403	3.85	.987		

วิธีการมีส่วนร่วม	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
2. โทรศัพท์บ้าน/พีซีที่ โหวต	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.16	1.079	1.499	.177
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.20	.880		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.08	.862		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.00	.949		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.15	.857		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	3.87	.973		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	3.53	1.060		
	Total	403	4.09	.955		
ข้อความ	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.16	1.015	1.597	.147
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.23	.786		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	3.96	.851		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.02	.935		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.12	.844		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	3.97	.850		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	3.60	1.183		
	Total	403	4.08	.909		

วิธีการมีส่วนร่วม		รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
โทรศัพท์มือถือ	โทหวด	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.19	1.088	.721	.633
		1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.30	.923		
		3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.29	.843		
		5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.22	.881		
		7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.47	.662		
		9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.13	.973		
		11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.00	1.195		
		Total	403	4.25	.944		
ข้อความ	ข้อความ	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.26	.989	.544	.775
		1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.32	.811		
		3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.22	.918		
		5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.24	.943		
		7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.44	.705		
		9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.33	.711		
		11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.00	1.069		
		Total	403	4.28	.890		

วิธีการมีส่วนร่วม	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig	
โทรศัพท์มือถือ	ข้อความมัลติมีเดีย	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	105	4.03	1.156	.182	.982
		1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.04	1.037		
		3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.08	1.003		
		5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.02	.961		
		7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.03	.904		
		9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.10	.759		
		11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	3.80	1.014		
		Total	402	4.04	1.020		
โทรสาร		ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	3.82	1.278	.390	.885
		1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	3.92	1.112		
		3001-5000 บาทต่อเดือน	85	3.81	1.029		
		5001-7000 บาทต่อเดือน	41	3.83	1.093		
		7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	3.62	1.326		
		9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	3.70	1.149		
		11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	3.67	1.047		
		Total	403	3.81	1.154		

วิธีการมีส่วนร่วม		รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
3. อินเทอร์เน็ต	อีเมล	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.42	.882	.905	.491
		1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.47	.687		
		3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.54	.589		
		5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.39	.703		
		7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.47	.662		
		9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.67	.479		
		11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.27	.799		
		Total	403	4.47	.716		
	โทรทัศน์	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.25	1.024	1.243	.283
		1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.48	.718		
		3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.49	.590		
		5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.24	.916		
		7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.35	.734		
		9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.47	.730		
		11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.27	.594		
		Total	403	4.38	.809		

วิธีการมีส่วนร่วม		รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
3. อินเทอร์เน็ต	ข้อความสั้น	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.30	.917	.855	.528
		1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.34	.905		
		3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.45	.588		
		5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.24	.994		
		7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.35	.812		
		9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.60	.498		
		11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.27	.704		
		Total	403	4.36	.821		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามระดับการศึกษา

วิธีการมีส่วนร่วม		ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
1. ไปรษณีย์	จดหมาย	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	3.85	1.149	.736	.531
		มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	3.78	1.106		
		ปริญญาตรี	199	3.76	.917		
		จบปริญญาตรี	3	3.00	1.000		
		Total	403	3.78	1.026		
	ไปรษณีย์บัตร	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	3.95	1.149	.493	.687
		มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	3.84	1.133		
		ปริญญาตรี	199	3.80	.815		
		จบปริญญาตรี	3	4.00	.000		
		Total	403	3.85	.987		
2. โทรศัพท์บ้าน/พีซีที	โหวต	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.11	1.059	.494	.687
		มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.12	1.008		
		ปริญญาตรี	199	4.06	.877		
		จบปริญญาตรี	3	4.67	.577		
		Total	403	4.09	.955		

วิธีการมีส่วนร่วม		ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
2. โทรศัพท์บ้าน/พีซีที	ข้อความ	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.14	.968	1.145	.331
		มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.14	.960		
		ปริญญาตรี	199	4.01	.853		
		จบปริญญาตรี	3	4.67	.577		
		Total	403	4.08	.909		
โทรศัพท์มือถือ	โหวต	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.13	1.151	.967	.408
		มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.24	.960		
		ปริญญาตรี	199	4.31	.819		
		จบปริญญาตรี	3	4.67	.577		
		Total	403	4.25	.944		
	ข้อความ	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.22	1.002	.777	.507
		มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.21	.942		
		ปริญญาตรี	199	4.33	.804		
		จบปริญญาตรี	3	4.67	.577		
		Total	403	4.28	.890		
ข้อความมัลติมีเดีย	ข้อความมัลติมีเดีย	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	3.96	1.207	.459	.711
		มัธยมศึกษาตอนปลาย	103	4.10	1.062		
		ปริญญาตรี	199	4.06	.889		
		จบปริญญาตรี	3	3.67	1.528		
		Total	402	4.04	1.020		

วิธีการมีส่วนร่วม	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig	
โทรสาร	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	3.86	1.258	.793	.499	
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	3.88	1.193			
	ปริญญาตรี	199	3.76	1.082			
	จบปริญญาตรี	3	3.00	1.000			
	Total	403	3.81	1.154			
3. อินเทอร์เน็ต	อีเมล	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.31	.983	2.272	.080
		มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.55	.573		
		ปริญญาตรี	199	4.50	.619		
		จบปริญญาตรี	3	4.67	.577		
		Total	403	4.47	.716		
	โหวต	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.22	1.073	2.367	.070
		มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.51	.668		
		ปริญญาตรี	199	4.39	.715		
		จบปริญญาตรี	3	4.67	.577		
		Total	403	4.38	.809		
	ข้อความสั้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.22	1.053	1.313	.270
		มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.41	.719		
		ปริญญาตรี	199	4.40	.731		
จบปริญญาตรี		3	4.33	1.155			
Total		403	4.36	.821			

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการมีส่วนร่วมของผู้ชม ในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามค่าโทรศัพท์มือถือ

วิธีการมีส่วนร่วม		ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
1. ไปรษณีย์	จดหมาย	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	3.63	1.308	2.269	.061
		101-300 บาทต่อเดือน	171	3.65	1.037		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	3.85	.867		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	3.91	1.005		
		ไม่ได้ใช้	26	4.19	1.132		
		Total	403	3.78	1.026		
	ไปรษณีย์บัตร	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	3.71	1.341	.918	.453
		101-300 บาทต่อเดือน	171	3.78	1.010		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	3.89	.852		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	3.98	.733		
ไม่ได้ใช้		26	4.04	1.280			
	Total	403	3.85	.987			
2. โทรศัพท์บ้าน/พีซีที	โทหวด	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.23	.942	.401	.808
		101-300 บาทต่อเดือน	171	4.05	.928		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	4.11	.930		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.13	.795		
		ไม่ได้ใช้	26	3.96	1.483		
		Total	403	4.09	.955		

วิธีการมีส่วนร่วม		ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
2. โทรศัพท์บ้าน/พีซีที่	ข้อความ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.00	.939	.339	.851
		101-300 บาทต่อเดือน	171	4.06	.944		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	4.08	.961		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.15	.591		
		ไม่ได้ใช้	26	4.23	.992		
		Total	403	4.08	.909		
โทรศัพท์มือถือ	โทรท	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.29	1.017	1.192	.314
		101-300 บาทต่อเดือน	171	4.20	.931		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	4.29	.923		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.44	.788		
		ไม่ได้ใช้	26	4.00	1.265		
		Total	403	4.25	.944		
	ข้อความ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.26	.950	.924	.450
		101-300 บาทต่อเดือน	171	4.23	.882		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	4.28	.958		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.47	.604		
		ไม่ได้ใช้	26	4.15	1.047		
		Total	403	4.28	.890		

วิธีการมีส่วนร่วม		ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
โทรศัพท์มือถือ	ข้อความมัลติมีเดีย	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.17	1.124	.455	.769
		101-300 บาทต่อเดือน	170	3.99	.982		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	4.02	1.030		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.16	.958		
		ไม่ได้ใช้	26	4.00	1.233		
		Total	402	4.04	1.020		
โทรสาร		ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.09	1.011	.868	.483
		101-300 บาทต่อเดือน	171	3.73	1.148		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	3.83	1.167		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	3.91	1.110		
		ไม่ได้ใช้	26	3.73	1.402		
		Total	403	3.81	1.154		
3. อินเทอร์เน็ต	อีเมล	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.51	.781	.519	.722
		101-300 บาทต่อเดือน	171	4.43	.703		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	4.45	.690		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.58	.629		
		ไม่ได้ใช้	26	4.50	.990		
		Total	403	4.47	.716		

วิธีการมีส่วนร่วม		ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
3. อินเทอร์เน็ต	โทหวด	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.43	.850	2.239	.064
		101-300 บาทต่อเดือน	171	4.36	.795		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	4.34	.735		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.62	.527		
		ไม่ได้ใช้	26	4.08	1.383		
	Total		403	4.38	.809		
	ข้อความสั้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.37	.910	.278	.892
		101-300 บาทต่อเดือน	171	4.35	.821		
		301-500 บาทต่อเดือน	116	4.35	.816		
		501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.45	.715		
ไม่ได้ใช้		26	4.27	.962			
Total		403	4.36	.821			

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที

วิธีการมีส่วนร่วม		ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig	
1. ไปรษณีย์	จดหมาย	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.59	1.300	1.881	.113	
		101-200 บาทต่อเดือน	64	3.53	1.181			
		201-300 บาทต่อเดือน	58	3.84	1.023			
		301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	3.81	.959			
		ไม่ได้ใช้	165	3.89	.890			
		Total	403	3.78	1.026			
	ไปรษณีย์บัตร	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.73	1.208	1.227	.299	
		101-200 บาทต่อเดือน	64	3.64	1.074			
		201-300 บาทต่อเดือน	58	3.95	1.050			
		301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	3.93	.861			
		ไม่ได้ใช้	165	3.89	.911			
		Total	403	3.85	.987			
	2. โทรศัพท์บ้าน/พีซีที	โทรท	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.89	1.083	1.468	.211
			101-200 บาทต่อเดือน	64	4.03	1.038		
201-300 บาทต่อเดือน			58	4.28	.933			
301 บาทต่อเดือนขึ้นไป			72	3.99	.831			
ไม่ได้ใช้			165	4.15	.939			
Total			403	4.09	.955			

วิธีการมีส่วนร่วม		ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
2. โทรศัพท์บ้าน/พีซีที	ข้อความ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.93	1.108	1.208	.307
		101-200 บาทต่อเดือน	64	3.95	1.030		
		201-300 บาทต่อเดือน	58	4.26	.664		
		301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.08	.852		
		ไม่ได้ใช้	165	4.11	.897		
		Total	403	4.08	.909		
โทรศัพท์มือถือ	โหวต	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.07	1.108	1.232	.297
		101-200 บาทต่อเดือน	64	4.23	.921		
		201-300 บาทต่อเดือน	58	4.14	1.050		
		301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.22	.923		
		ไม่ได้ใช้	165	4.36	.870		
		Total	403	4.25	.944		
	ข้อความ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.16	1.098	.825	.510
		101-200 บาทต่อเดือน	64	4.19	.957		
		201-300 บาทต่อเดือน	58	4.43	.652		
		301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.25	.835		
		ไม่ได้ใช้	165	4.30	.899		
		Total	403	4.28	.890		

วิธีการมีส่วนร่วม		ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
โทรศัพท์มือถือ	ข้อความมัลติมีเดีย	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.91	1.158	.826	.509
		101-200 บาทต่อเดือน	64	4.03	.959		
		201-300 บาทต่อเดือน	58	4.24	.924		
		301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	3.97	1.021		
		ไม่ได้ใช้	164	4.04	1.038		
		Total	402	4.04	1.020		
โทรสาร		ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.59	1.282	1.007	.404
		101-200 บาทต่อเดือน	64	3.69	1.153		
		201-300 บาทต่อเดือน	58	3.76	1.204		
		301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	3.85	1.109		
		ไม่ได้ใช้	165	3.92	1.121		
		Total	403	3.81	1.154		
3. อินเทอร์เน็ต	อีเมล	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.41	.844	.688	.600
		101-200 บาทต่อเดือน	64	4.41	.868		
		201-300 บาทต่อเดือน	58	4.43	.861		
		301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.43	.709		
		ไม่ได้ใช้	165	4.54	.547		
		Total	403	4.47	.716		

วิธีการมีส่วนร่วม		ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
3. อินเทอร์เน็ต	โหวต	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.43	.846	1.106	.353
		101-200 บาทต่อเดือน	64	4.36	.982		
		201-300 บาทต่อเดือน	58	4.19	1.083		
		301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.38	.680		
		ไม่ได้ใช้	165	4.44	.647		
		Total	403	4.38	.809		
	ข้อความสั้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.32	.959	.475	.754
		101-200 บาทต่อเดือน	64	4.28	1.133		
		201-300 บาทต่อเดือน	58	4.34	.807		
		301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.32	.709		
		ไม่ได้ใช้	165	4.42	.682		
Total		403	4.36	.821			

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามเพศ

รูปแบบการมีส่วนร่วม	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t	2-Tailed Prob.
1. ชิงเงิน/ของรางวัล	ชาย	201	4.29	.799	1.468	.143
	หญิง	202	4.18	.778		
2. สนทนา	ชาย	201	4.20	.716	2.003	.046*
	หญิง	202	4.05	.780		
3. แสดงความคิดเห็น	ชาย	201	4.39	.761	.095	.925
	หญิง	202	4.38	.697		
4. ให้คะแนน	ชาย	200	4.07	.865	-1.048	.295
	หญิง	202	4.16	.825		
5. ตอบคำถาม/เล่นเกม	ชาย	201	4.28	.815	-.570	.569
	หญิง	202	4.33	.700		
6. สมัครเข้าร่วมรายการ	ชาย	201	4.17	.790	.392	.695
	หญิง	202	4.14	.775		
7. ฝากคำถาม	ชาย	201	4.32	.780	1.137	.256
	หญิง	202	4.23	.821		
8. ส่งคลิปวีดีโอ	ชาย	201	3.94	1.000	1.873	.062
	หญิง	202	3.75	1.013		
9. ร้องทุกข์	ชาย	201	4.41	.862	.262	.794
	หญิง	202	4.39	.810		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามอายุ

รูปแบบการมีส่วนร่วม	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
1. ชิงเงิน/ของรางวัล	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.19	1.050	.138	.937
	15-17 ปี	110	4.25	.744		
	18-21 ปี	180	4.25	.700		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.25	.672		
	Total	403	4.24	.790		
2. สนทนา	ต่ำกว่า 15 ปี	81	3.93	.919	2.541	.056
	15-17 ปี	110	4.16	.761		
	18-21 ปี	180	4.18	.689		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.22	.491		
	Total	403	4.13	.752		
3. แสดงความคิดเห็น	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.16	.955	3.428	.017*
	15-17 ปี	110	4.41	.746		
	18-21 ปี	180	4.47	.602		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.41	.560		
	Total	403	4.38	.729		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
4. ให้คะแนน	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.00	1.151	.748	.524
	15-17 ปี	109	4.16	.852		
	18-21 ปี	180	4.12	.706		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.22	.608		
	Total	402	4.11	.846		
5. ตอบคำถาม/เล่นเกม	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.27	1.084	.804	.492
	15-17 ปี	110	4.39	.755		
	18-21 ปี	180	4.29	.602		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.19	.535		
	Total	403	4.31	.759		
6. สมัครเข้าร่วมรายการ	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.28	.869	1.805	.146
	15-17 ปี	110	4.05	.956		
	18-21 ปี	180	4.14	.632		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.31	.592		
	Total	403	4.16	.782		
7. ฝากคำถาม	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.31	.957	2.663	.048*
	15-17 ปี	110	4.11	.902		
	18-21 ปี	180	4.37	.652		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.19	.693		
	Total	403	4.27	.801		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
8. ส่งคลิปวิดีโอ	ต่ำกว่า 15 ปี	81	3.59	1.202	2.644	.049*
	15-17 ปี	110	3.81	1.113		
	18-21 ปี	180	3.97	.865		
	มากกว่า 21 ปี	32	3.88	.751		
	Total	403	3.84	1.010		
9. ร้องทุกข์	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.31	1.045	2.658	.048*
	15-17 ปี	110	4.25	.999		
	18-21 ปี	180	4.52	.593		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.44	.716		
	Total	403	4.40	.835		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รูปแบบการมีส่วนร่วม	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
1. ชิงเงิน/ของรางวัล	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.22	.995	.193	.979
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.26	.768		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.21	.638		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.20	.679		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.35	.646		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.20	.805		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.27	.704		
	Total	403	4.24	.790		
2. สันทนา	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.10	.904	.881	.509
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.04	.769		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.09	.750		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.17	.587		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.21	.538		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.33	.606		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.33	.488		
	Total	403	4.13	.752		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
3. แสดงความคิดเห็น	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.33	.891	1.116	.352
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.29	.819		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.40	.561		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.37	.581		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.53	.615		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.60	.498		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.53	.640		
	Total	403	4.38	.729		
4. ให้คะแนน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.11	1.008	.556	.765
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	91	4.02	.906		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.15	.779		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.10	.700		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.06	.736		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.30	.596		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.27	.594		
	Total	402	4.11	.846		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
5. ตอบคำถาม/เล่นเกม	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.32	.981	.160	.987
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.33	.800		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.28	.548		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.22	.690		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.32	.638		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.30	.596		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.40	.507		
	Total	403	4.31	.759		
6. สมัครเข้าร่วมรายการ	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.29	.956	.983	.436
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.10	.878		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.18	.676		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.15	.573		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.00	.778		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.03	.183		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.13	.516		
	Total	403	4.16	.782		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
7.ฝากคำถาม	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.24	1.038	1.286	.263
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.14	.820		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.35	.612		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.27	.633		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.26	.618		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.57	.679		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.33	.617		
	Total	403	4.27	.801		
8. ส่งคลิปวีดีโอ	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	3.86	1.175	3.374	.003*
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	3.54	1.143		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.01	.794		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	3.93	.648		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	3.62	1.045		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.33	.606		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	3.87	.834		
	Total	403	3.84	1.010		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
9. ร้องทุกข์	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.39	1.001	1.746	.109
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.21	.967		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.53	.665		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.34	.656		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.41	.743		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.67	.479		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.47	.516		
	Total	403	4.40	.835		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามระดับการศึกษา

รูปแบบการมีส่วนร่วม	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
1. ซิงเงิน/ซองรางวัล	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.20	1.027	.410	.746
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.26	.697		
	ปริญญาตรี	199	4.24	.703		
	จบปริญญาตรี	3	4.67	.577		
	Total	403	4.24	.790		
2. สนทนา	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	3.93	.916	3.211	.023*
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.17	.743		
	ปริญญาตรี	199	4.21	.653		
	จบปริญญาตรี	3	4.00	.000		
	Total	403	4.13	.752		
3. แสดงความคิดเห็น	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.22	.915	3.216	.023*
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.35	.798		
	ปริญญาตรี	199	4.48	.558		
	จบปริญญาตรี	3	4.67	.577		
	Total	403	4.38	.729		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
4. ให้คะแนน	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.05	1.093	.266	.850
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	103	4.13	.860		
	ปริญญาตรี	199	4.14	.689		
	จบปริญญาตรี	3	4.00	1.000		
	Total	402	4.11	.846		
5. ตอบคำถาม/เล่นเกม	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.27	1.026	.522	.667
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.38	.754		
	ปริญญาตรี	199	4.28	.596		
	จบปริญญาตรี	3	4.33	.577		
	Total	403	4.31	.759		
6. สมัครเข้าร่วมรายการ	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.20	.897	.658	.578
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.11	.934		
	ปริญญาตรี	199	4.18	.607		
	จบปริญญาตรี	3	3.67	1.528		
	Total	403	4.16	.782		
7. ฝากคำถาม	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.21	.978	1.501	.214
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.17	.886		
	ปริญญาตรี	199	4.36	.642		
	จบปริญญาตรี	3	4.33	.577		
	Total	403	4.27	.801		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
8. ส่งคลิปวิดีโอ	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	3.62	1.229	2.867	.036*
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	3.80	1.074		
	ปริญญาตรี	199	3.97	.831		
	จบปริญญาตรี	3	3.67	.577		
	Total	403	3.84	1.010		
9. ร้องทุกข์	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.22	1.063	3.303	.020*
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.35	.943		
	ปริญญาตรี	199	4.52	.602		
	จบปริญญาตรี	3	4.00	1.000		
	Total	403	4.40	.835		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามค่าโทรศัพท์มือถือ

รูปแบบการมีส่วนร่วม	ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
1. ชิงเงิน/ของรางวัล	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.29	.957	.524	.718
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.26	.756		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.16	.809		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.31	.635		
	ไม่ได้ใช้	26	4.19	.981		
	Total	403	4.24	.790		
2. สนทนา	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.14	.879	.761	.551
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.06	.717		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.17	.761		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.24	.693		
	ไม่ได้ใช้	26	4.15	.881		
	Total	403	4.13	.752		
3. แสดงความคิดเห็น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.20	.868	2.484	.043*
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.35	.706		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.47	.625		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.55	.603		
	ไม่ได้ใช้	26	4.15	1.156		
	Total	403	4.38	.729		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
4. ให้คะแนน	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.11	.832	1.965	.099
	101-300 บาทต่อเดือน	170	4.03	.873		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.14	.768		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.38	.680		
	ไม่ได้ใช้	26	4.00	1.200		
	Total	402	4.11	.846		
5. ตอบคำถาม/เล่นเกม	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.34	.838	.744	.562
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.29	.795		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.30	.662		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.42	.498		
	ไม่ได้ใช้	26	4.12	1.177		
	Total	403	4.31	.759		
6. สมัครเข้าร่วมรายการ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.11	1.078	.106	.980
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.18	.717		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.16	.672		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.13	.747		
	ไม่ได้ใช้	26	4.12	1.211		
	Total	403	4.16	.782		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
7.ฝากค่าถาม	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.14	.944	2.588	.036*
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.29	.755		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.37	.666		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.31	.717		
	ไม่ได้ใช้	26	3.85	1.347		
	Total	403	4.27	.801		
8. ส่งคลิปวิดีโอ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	3.63	1.352	2.416	.048*
	101-300 บาทต่อเดือน	171	3.78	.987		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.02	.834		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	3.96	.922		
	ไม่ได้ใช้	26	3.50	1.364		
	Total	403	3.84	1.010		
9. ร้องทุกข์	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.14	1.192	2.890	.022*
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.49	.754		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.44	.726		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.38	.707		
	ไม่ได้ใช้	26	4.00	1.265		
	Total	403	4.40	.835		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที

รูปแบบการมีส่วนร่วม	ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
1. ชิงเงิน/ของรางวัล	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.16	.987	.569	.685
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.23	.811		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.28	.790		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.14	.718		
	ไม่ได้ใช้	165	4.28	.756		
	Total	403	4.24	.790		
2. สนทนา	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.05	.939	1.034	.389
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.19	.732		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.00	.749		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.08	.645		
	ไม่ได้ใช้	165	4.19	.748		
	Total	403	4.13	.752		
3. แสดงความคิดเห็น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.18	.947	1.360	.247
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.34	.859		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.38	.671		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.38	.701		
	ไม่ได้ใช้	165	4.46	.630		
	Total	403	4.38	.729		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
4. ให้คะแนน	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.98	1.067	.488	.745
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.17	.865		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.10	.765		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	71	4.18	.703		
	ไม่ได้ใช้	165	4.10	.860		
	Total	402	4.11	.846		
5. ตอบคำถาม/เล่นเกม	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.32	1.073	.171	.953
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.28	.701		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.34	.690		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.25	.783		
	ไม่ได้ใช้	165	4.32	.698		
	Total	403	4.31	.759		
6. สมัครเข้าร่วมรายการ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.05	1.033	3.161	.014*
	101-200 บาทต่อเดือน	64	3.97	.908		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.12	.818		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.07	.793		
	ไม่ได้ใช้	165	4.32	.593		
	Total	403	4.16	.782		

รูปแบบการมีส่วนร่วม	ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
7. ฝากคำถาม	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.23	1.138	2.535	.040*
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.02	.882		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.22	.937		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.35	.609		
	ไม่ได้ใช้	165	4.37	.655		
	Total	403	4.27	.801		
8. ส่งคลิปวิดีโอ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.61	1.185	1.661	.158
	101-200 บาทต่อเดือน	64	3.80	1.143		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	3.69	1.079		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	3.83	.872		
	ไม่ได้ใช้	165	3.98	.924		
	Total	403	3.84	1.010		
9. ร้องทุกข์	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.16	1.077	4.951	.001*
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.25	1.008		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.43	.840		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.19	.833		
	ไม่ได้ใช้	165	4.59	.624		
	Total	403	4.40	.835		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามเพศ

ทัศนคติ	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t	2-Tailed Prob.
การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้รายการโทรทัศน์	ชาย	201	4.42	.703	1.038	.300
การศึกษา น่าสนใจ ชวนคิดตามมากขึ้น	หญิง	202	4.34	.771		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น	ชาย	201	4.19	.746	.270	.787
	หญิง	202	4.17	.795		
รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัดรายการ ออกแบบเนื้อหารายการมากขึ้น	ชาย	201	4.10	.768	-.566	.572
	หญิง	202	4.14	.794		
การที่รายการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้ตั้งใจดูรายการมากขึ้น	ชาย	200	4.09	.778	-1.057	.291
	หญิง	202	4.17	.801		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้จดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น	ชาย	201	4.10	.854	.006	.995
	หญิง	202	4.10	.854		
การรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบเกิดการเลียนแบบภาษาที่ใช้ในการมีส่วนร่วม	ชาย	201	4.01	.894	.698	.486
	หญิง	202	3.95	.815		
การมีส่วนร่วมทำให้กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น	ชาย	201	4.23	.831	-.931	.352
	หญิง	202	4.31	.743		
การมีส่วนร่วมทำให้ได้รับสาระความรู้ที่ต้องการกลับมาทันที	ชาย	200	4.08	.856	.650	.516
	หญิง	202	4.02	.846		
การโหวตเป็นการสิ้นเปลืองโดยไม่ได้สาระ	ชาย	201	3.77	.989	-1.155	.877
	หญิง	202	3.79	1.083		

ทัศนคติ	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t	2-Tailed Prob.
การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างเขาวชนกับรายการ	ชาย	201	3.78	1.027	.754	.451
ค่อนข้างทั่วถึงทุกคน	หญิง	202	3.70	1.052		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามอายุ

ทัศนคติ	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้รายการโทรทัศน์การศึกษา น่าสนใจ ชวนติดตามมากขึ้น	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.32	.864	1.821	.143
	15-17 ปี	110	4.45	.809		
	18-21 ปี	180	4.32	.657		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.59	.499		
	Total	403	4.38	.738		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.21	.932	.276	.843
	15-17 ปี	110	4.23	.853		
	18-21 ปี	180	4.15	.664		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.16	.574		
	Total	403	4.18	.770		
รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัดรายการ ออกแบบเนื้อหารายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.17	.834	.155	.926
	15-17 ปี	110	4.12	.843		
	18-21 ปี	180	4.11	.736		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.09	.689		
	Total	403	4.12	.781		

ทัศนคติ	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การที่รายการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้ตั้งใจดูรายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.02	.880	.726	.537
	15-17 ปี	109	4.19	.811		
	18-21 ปี	180	4.14	.761		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.16	.628		
	Total	402	4.13	.790		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้จดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.12	.954	1.211	.305
	15-17 ปี	110	4.22	.850		
	18-21 ปี	180	4.03	.808		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.03	.897		
	Total	403	4.10	.858		
การรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบเกิดการเลียนแบบภาษาที่ใช้ในการมีส่วนร่วม	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.07	.905	3.337	.019*
	15-17 ปี	110	4.13	.869		
	18-21 ปี	180	3.83	.822		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.06	.759		
	Total	403	3.98	.855		

ทัศนคติ	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การมีส่วนร่วมทำให้กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.25	.956	.466	.706
	15-17 ปี	110	4.35	.806		
	18-21 ปี	180	4.24	.722		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.22	.608		
	Total	403	4.27	.788		
การมีส่วนร่วมทำให้ได้รับสาระความรู้ที่ต้องการกลับมาทันที	ต่ำกว่า 15 ปี	80	4.25	.834	4.745	.003*
	15-17 ปี	110	4.16	.862		
	18-21 ปี	180	3.88	.850		
	มากกว่า 21 ปี	32	4.09	.689		
	Total	402	4.05	.851		
การโหวตเป็นการสิ้นเปลืองโดยไม่ได้สาระ	ต่ำกว่า 15 ปี	81	3.89	1.151	1.824	.142
	15-17 ปี	110	3.91	1.063		
	18-21 ปี	180	3.65	.977		
	มากกว่า 21 ปี	32	3.78	.906		
	Total	403	3.78	1.036		
การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างเยาวชนกับรายการค่อนข้างทั่วถึงทุกคน	ต่ำกว่า 15 ปี	81	4.02	1.024	5.870	.001*
	15-17 ปี	110	3.90	1.031		
	18-21 ปี	180	3.57	1.025		
	มากกว่า 21 ปี	32	3.41	.946		
	Total	403	3.74	1.039		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ทัศนคติ	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้รายการโทรทัศน์การศึกษา น่าสนใจ ชวนติดตามมากขึ้น	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.41	.870	.379	.892
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.42	.759		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.33	.662		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.29	.642		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.32	.768		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.40	.563		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.53	.516		
	Total	403	4.38	.738		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.22	.894	.192	.979
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.22	.823		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.13	.704		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.12	.678		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.21	.641		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.20	.610		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.13	.743		
	Total	403	4.18	.770		

ทัศนคติ	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัดรายการ ออกแบบเนื้อหารายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.15	.954	.446	.848
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.12	.796		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.11	.673		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.02	.724		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.03	.674		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.20	.610		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.33	.617		
	Total	403	4.12	.781		
การที่รายการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้ตั้งใจดูรายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.16	.885	.724	.631
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.14	.779		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.05	.800		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	40	4.13	.686		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.03	.797		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.37	.669		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.13	.516		
	Total	402	4.13	.790		

ทัศนคติ	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้จดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.15	.934	.722	.632
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.16	.829		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.06	.730		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.02	.908		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.03	.870		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	3.90	.923		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.33	.900		
	Total	403	4.10	.858		
การรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบเกิดการ เลียนแบบภาษาที่ใช้ในการมีส่วนร่วม	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.02	.946	3.528	.002*
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.17	.750		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	3.81	.838		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	3.68	.756		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	3.76	.923		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.17	.791		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.40	.632		
	Total	403	3.98	.855		

ทัศนคติ	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การมีส่วนร่วมทำให้กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	4.33	.891	1.432	.201
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.20	.867		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	4.28	.734		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	4.10	.664		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.15	.657		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	4.53	.507		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.47	.743		
	Total	403	4.27	.788		
การมีส่วนร่วมทำให้ได้รับสาระความรู้ที่ต้องการกลับมาทันที	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	105	4.23	.823	2.399	.027*
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	4.14	.897		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	3.96	.865		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	3.76	.830		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	4.03	.758		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	3.80	.847		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	4.00	.655		
	Total	402	4.05	.851		

ทัศนคติ	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การโหวตเป็นการเปลี่ยนแปลงโดยไม่ได้สาระ	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	3.89	1.124	.992	.430
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	3.86	1.054		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	3.68	1.071		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	3.49	.898		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	3.74	.994		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	3.87	.776		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	3.80	.941		
	Total	403	3.78	1.036		
การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างเขวชนกับรายการก่อนข้าง ทั่วถึงทุกคน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	106	3.99	1.100	2.402	.027*
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	92	3.84	.964		
	3001-5000 บาทต่อเดือน	85	3.62	1.058		
	5001-7000 บาทต่อเดือน	41	3.54	.925		
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	34	3.56	1.186		
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	30	3.53	.860		
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	3.33	.900		
	Total	403	3.74	1.039		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติ	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้รายการโทรทัศน์การศึกษา น่าสนใจ ชวนติดตามมากขึ้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.35	.830	.449	.718
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.45	.811		
	ปริญญาตรี	199	4.36	.650		
	จบปริญญาตรี	3	4.33	.577		
	Total	403	4.38	.738		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.24	.899	1.490	.217
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.26	.776		
	ปริญญาตรี	199	4.11	.695		
	จบปริญญาตรี	3	4.67	.577		
	Total	403	4.18	.770		
รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัด รายการ ออกแบบเนื้อหารายการมากขึ้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.18	.829	1.189	.314
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.12	.851		
	ปริญญาตรี	199	4.11	.702		
	จบปริญญาตรี	3	3.33	1.528		
	Total	403	4.12	.781		

ทัศนคติ	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การที่รายการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้ตั้งใจดูรายการมากขึ้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	96	4.02	.870	1.034	.377
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.21	.759		
	ปริญญาตรี	199	4.15	.768		
	จบปริญญาตรี	3	4.00	.000		
	Total	402	4.13	.790		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้จดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.18	.924	1.457	.226
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.19	.837		
	ปริญญาตรี	199	4.01	.835		
	จบปริญญาตรี	3	4.33	.577		
	Total	403	4.10	.858		
การรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบเกิดการเลียนแบบภาษาที่ใช้ในการมีส่วนร่วม	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.08	.886	3.202	.023*
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.13	.848		
	ปริญญาตรี	199	3.85	.827		
	จบปริญญาตรี	3	4.00	1.000		
	Total	403	3.98	.855		
การมีส่วนร่วมทำให้กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.27	.907	.123	.947
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.31	.871		
	ปริญญาตรี	199	4.25	.680		
	จบปริญญาตรี	3	4.33	.577		
	Total	403	4.27	.788		

ทัศนคติ	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การมีส่วนร่วมทำให้ได้รับสาระความรู้ที่ต้องการกลับมาทันที	มัธยมศึกษาตอนต้น	96	4.18	.871	3.046	.029*
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	4.16	.871		
	ปริญญาตรี	199	3.92	.819		
	จบปริญญาตรี	3	4.33	.577		
	Total	402	4.05	.851		
การโหวตเป็นการสิ้นเปลืองโดยไม่ได้สาระ	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	3.95	1.121	1.649	.178
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	3.83	1.083		
	ปริญญาตรี	199	3.67	.963		
	จบปริญญาตรี	3	3.67	.577		
	Total	403	3.78	1.036		
การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างเยาวชนกับรายการค่อนข้างทั่วถึงทุกคน	มัธยมศึกษาตอนต้น	97	4.00	.990	5.779	.001*
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	104	3.89	1.070		
	ปริญญาตรี	199	3.53	1.009		
	จบปริญญาตรี	3	3.33	1.155		
	Total	403	3.74	1.039		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามค่าโทรศัพท์มือถือ

ทัศนคติ	ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้รายการโทรทัศน์การศึกษา น่าสนใจ ชวนติดตามมากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.54	.886	1.930	.105
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.39	.635		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.41	.686		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.35	.645		
	ไม่ได้ใช้	26	4.04	1.311		
	Total	403	4.38	.738		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.23	.843	.806	.522
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.19	.720		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.24	.693		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.13	.795		
	ไม่ได้ใช้	26	3.96	1.183		
	Total	403	4.18	.770		
รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัด รายการ ออกแบบเนื้อหารายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.40	.812	1.891	.111
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.09	.705		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.16	.730		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.07	.790		
	ไม่ได้ใช้	26	3.88	1.243		
	Total	403	4.12	.781		

ทัศนคติ	ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การที่รายการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้ตั้งใจดูรายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	3.97	.785	.742	.564
	101-300 บาทต่อเดือน	170	4.18	.743		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.12	.771		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.16	.788		
	ไม่ได้ใช้	26	4.00	1.131		
	Total	402	4.13	.790		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้จดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.20	.964	.725	.575
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.12	.799		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.09	.850		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.11	.854		
	ไม่ได้ใช้	26	3.85	1.120		
	Total	403	4.10	.858		
การรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบเกิดการเลียนแบบภาษาที่ใช้ในการมีส่วนร่วม	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.09	1.095	.886	.472
	101-300 บาทต่อเดือน	171	3.96	.785		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	3.92	.804		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.15	.705		
	ไม่ได้ใช้	26	3.88	1.336		
	Total	403	3.98	.855		

ทัศนคติ	ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การมีส่วนร่วมทำให้กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.46	.701	2.209	.067
	101-300 บาทต่อเดือน	171	4.31	.738		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	4.25	.733		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.25	.726		
	ไม่ได้ใช้	26	3.88	1.336		
	Total	403	4.27	.788		
การมีส่วนร่วมทำให้ได้รับสาระความรู้ที่ต้องการกลับมาทันที	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.20	.933	1.539	.190
	101-300 บาทต่อเดือน	170	4.13	.766		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	3.91	.834		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	4.00	.903		
	ไม่ได้ใช้	26	4.04	1.148		
	Total	402	4.05	.851		
การโหวตเป็นการเปลี่ยนแปลงโดยไม่ได้สาระ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	3.91	1.121	1.112	.350
	101-300 บาทต่อเดือน	171	3.77	1.092		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	3.65	.962		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	3.95	.826		
	ไม่ได้ใช้	26	3.92	1.230		
	Total	403	3.78	1.036		

ทัศนคติ	ค่าโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างเยาวชนกับรายการค่อนข้างทั่วถึง ทุกคน	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	35	4.20	.994	2.787	.026*
	101-300 บาทต่อเดือน	171	3.65	1.049		
	301-500 บาทต่อเดือน	116	3.63	1.076		
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	55	3.85	.780		
	ไม่ได้ใช้	26	3.92	1.197		
	Total	403	3.74	1.039		

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ จำแนกตามค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที

ทัศนคติ	ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้รายการโทรทัศน์การศึกษา น่าสนใจ ชวนติดตามมากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.30	.795	2.059	.085
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.25	.816		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.31	.799		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.32	.766		
	ไม่ได้ใช้	165	4.50	.640		
	Total	403	4.38	.738		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้เข้าใจเนื้อหารายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.23	.859	.087	.986
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.14	.794		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.19	.847		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.18	.678		
	ไม่ได้ใช้	165	4.19	.754		
	Total	403	4.18	.770		
รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัด รายการ ออกแบบเนื้อหารายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.18	.896	.227	.923
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.06	.814		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.09	.756		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.11	.662		
	ไม่ได้ใช้	165	4.15	.798		
	Total	403	4.12	.781		

ทัศนคติ	ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การที่รายการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมทำให้ตั้งใจดูรายการมากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.09	.936	.794	.529
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.03	.816		
	201-300 บาทต่อเดือน	57	4.12	.758		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.26	.712		
	ไม่ได้ใช้	165	4.13	.782		
	Total	402	4.13	.790		
การมีส่วนร่วมในรายการทำให้จดจำเนื้อหารายการได้มากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.89	1.017	1.021	.396
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.05	.916		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.09	.844		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.18	.738		
	ไม่ได้ใช้	165	4.15	.843		
	Total	403	4.10	.858		
การรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบเกิดการเลียนแบบภาษาที่ใช้ในการมีส่วนร่วม	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.98	.876	.497	.738
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.03	.835		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.00	.795		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.07	.738		
	ไม่ได้ใช้	165	3.92	.927		
	Total	403	3.98	.855		

ทัศนคติ	ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การมีส่วนร่วมทำให้กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	4.50	.629	1.461	.213
	101-200 บาทต่อเดือน	64	4.19	.852		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.26	.762		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.17	.787		
	ไม่ได้ใช้	165	4.29	.804		
	Total	403	4.27	.788		
การมีส่วนร่วมทำให้ได้รับสาระความรู้ที่ต้องการกลับมาทันที	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.98	1.000	.350	.844
	101-200 บาทต่อเดือน	63	4.02	.871		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	4.00	.795		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	4.14	.678		
	ไม่ได้ใช้	165	4.05	.892		
	Total	402	4.05	.851		
การโหวตเป็นการสิ้นเปลืองโดยไม่ได้สาระ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.80	1.025	.464	.762
	101-200 บาทต่อเดือน	64	3.81	.941		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	3.93	1.024		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	3.72	.967		
	ไม่ได้ใช้	165	3.73	1.111		
	Total	403	3.78	1.036		

ทัศนคติ	ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig
การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างเยาวชนกับรายการก่อนข้างทั่วถึง ทุกคน	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	44	3.50	1.248	1.215	.304
	101-200 บาทต่อเดือน	64	3.64	.982		
	201-300 บาทต่อเดือน	58	3.79	1.022		
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	72	3.90	.981		
	ไม่ได้ใช้	165	3.75	1.028		
Total		403	3.74	1.039		

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่าย

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่าย	Value	Sig
รายได้ต่อเดือน	.815	.000*
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	.210	.124
ค่าโทรศัพท์มือถือ	.483	.000*

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อรายได้ต่อเดือน

		รายได้ต่อเดือน						Total	
		ต่ำกว่า	1,000-3000	3001-5000	5001-7000	7,001-9,000	9,001-		11,001 บาท
		1,000 บาท	บาทต่อ	บาทต่อ	บาทต่อ	บาทต่อ	11,000 บาท		ต่อเดือนขึ้นไป
ระดับ	มัธยมศึกษาตอนต้น	57	36	2	2	0	0	0	97
การศึกษา		14.1%	8.9%	.5%	.5%	.0%	.0%	.0%	24.1%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	40	43	15	1	2	0	3	104
		9.9%	10.7%	3.7%	.2%	.5%	.0%	.7%	25.8%
	ปริญญาตรี	9	13	68	38	31	29	11	199
		2.2%	3.2%	16.9%	9.4%	7.7%	7.2%	2.7%	49.4%
	จบปริญญาตรี	0	0	0	0	1	1	1	3
		.0%	.0%	.0%	.0%	.2%	.2%	.2%	.7%
Total		106	92	85	41	34	30	15	403
		26.3%	22.8%	21.1%	10.2%	8.4%	7.4%	3.7%	100.0%

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที

		ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที					Total
		ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	101-200 บาทต่อเดือน	201-300 บาทต่อเดือน	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	ไม่ได้ใช้	
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	16 4.0%	17 4.2%	19 4.7%	14 3.5%	31 7.7%	97 24.1%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	9 2.2%	17 4.2%	18 4.5%	21 5.2%	39 9.7%	104 25.8%
ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	19 4.7%	29 7.2%	20 5.0%	36 8.9%	95 23.6%	199 49.4%
	จบปริญญาตรี	0 .0%	1 .2%	1 .2%	1 .2%	0 .0%	3 .7%
Total		44 10.9%	64 15.9%	58 14.4%	72 17.9%	165 40.9%	403 100.0%

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อค่าโทรศัพท์มือถือ

		ค่าโทรศัพท์มือถือ					Total
		ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	101-300 บาท ต่อเดือน	301-500 บาท ต่อเดือน	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	ไม่ได้ใช้	
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	18 4.5%	46 11.4%	13 3.2%	6 1.5%	14 3.5%	97 24.1%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	11 2.7%	55 13.6%	23 5.7%	4 1.0%	11 2.7%	104 25.8%
ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	6 1.5%	70 17.4%	79 19.6%	43 10.7%	1 .2%	199 49.4%
	จบปริญญาตรี	0 .0%	0 .0%	1 .2%	2 .5%	0 .0%	3 .7%
Total		35 8.7%	171 42.4%	116 28.8%	55 13.6%	26 6.5%	403 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ

พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ	ข้อมูลส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		รายได้ต่อเดือน		ระดับการศึกษา		ค่าโทรศัพท์มือถือ		ค่าโทรศัพท์บ้าน/PCT	
	Value	Sig	Value	Sig	Value	Sig	Value	Sig	Value	Sig	Value	Sig
<u>ไปรษณีย์</u>												
จดหมาย	.138	.435	.133	.122	.155	.067	.180	.591	-.109	.138	-.148	.110
ไปรษณีย์บัตร	.055	.875	.186	.028	.096	.318	.151	.919	-.071	.358	-.039	.695
<u>โทรศัพท์บ้าน/PCT</u>												
โหวด	.236	.157	.003	.972	.052	.492	.270	.733	.105	.199	-.021	.772
ข้อความ	.182	.533	-.185	.046*	-.116	.180	.199	.509	.055	.563	.087	.358
<u>โทรศัพท์มือถือ</u>												
โหวด	.132	.317	.107	.047*	.134	.006*	.259	.106	.101	.057	.028	.571
ข้อความ	.132	.317	.030	.581	.020	.680	.250	.124	.093	.070	.087	.087
ข้อความมัลติมีเดีย	.300	.030*	-.175	.096	-.074	.441	.253	.546	.146	.196	-.035	.711
<u>โทรสาร</u>												
โทรสาร	.300	.030*	-.056	.586	.154	.139	.290	.871	.052	.592	-.036	.712

พฤติกรรมการมีส่วนร่วม ร่วมในรายการโทรทัศน์ การศึกษาเชิงโต้ตอบ	ข้อมูลส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		รายได้ต่อเดือน		ระดับการศึกษา		ค่าโทรศัพท์มือถือ		ค่าโทรศัพท์บ้าน/ PCT	
	Value	Sig	Value	Sig	Value	Sig	Value	Sig	Value	Sig	Value	Sig
<u>อินเทอร์เน็ต</u>												
อีเมล	.148	.405	-.034	.590	.018	.772	.175	.932	.108	.089	.050	.384
โหวต	.148	.405	-.046	.515	-.004	.958	.333	.173	.140	.062	.012	.849
ข้อความสั้น	.148	.405	.034	.667	-.015	.841	.256	.817	.083	.337	.050	.529
จำนวนรายการที่มีส่วน ร่วม	.093	.323	-.098	.024*	-.062	.143	.310	.000*	-.096	.035*	-.063	.145

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งจดหมาย

	จดหมาย				Total
	น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
เพศ ชาย	46	6	0	0	52
	52.9%	6.9%	0.0%	0.0%	59.8%
หญิง	31	3	1	0	35
	35.6%	3.4%	1.1%	0.0%	40.2%
Total	77	9	1	0	87
	88.5%	10.3%	1.1%	0.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งไปรษณียบัตร

	ไปรษณียบัตร				Total
	น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
เพศ ชาย	41	3	2	0	46
	46.6%	3.4%	2.3%	0.0%	52.3%
หญิง	38	3	1	0	42
	43.2%	3.4%	1.1%	0.0%	47.7%
Total	79	6	3	0	88
	89.8%	6.8%	3.4%	0.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์บ้าน หรือPCT โหวต

	โทรศัพท์บ้าน/PCT_โหวต					Total
	น้อยกว่าเดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
เพศ ชาย	38	13	1	7	6	65
	31.9%	10.9%	.8%	5.9%	5.0%	54.6%
หญิง	27	19	3	3	2	54
	22.7%	16.0%	2.5%	2.5%	1.7%	45.4%
Total	65	32	4	10	8	119
	54.6%	26.9%	3.4%	8.4%	6.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์บ้าน หรือPCT ส่งข้อความ

	โทรศัพท์บ้าน/PCT_ข้อความ					Total
	น้อยกว่าเดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
เพศ ชาย	22	18	2	5	4	51
	23.2%	18.9%	2.1%	5.3%	4.2%	53.7%
หญิง	22	16	3	1	2	44
	23.2%	16.8%	3.2%	1.1%	2.1%	46.3%
Total	44	34	5	6	6	95
	46.3%	35.8%	5.3%	6.3%	6.3%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือในการโหวต

	โทรศัพท์มือถือ_โหวต					Total
	น้อยกว่าเดือน	เดือนละ	สัปดาห์ละ	สัปดาห์ละ	ทุกวัน	
	ละครึ่ง	1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง		
เพศ ชาย	63 23.1%	50 18.3%	11 4.0%	10 3.7%	7 2.6%	141 51.6%
หญิง	54 19.8%	53 19.4%	16 5.9%	7 2.6%	2 .7%	132 48.4%
Total	117 42.9%	103 37.7%	27 9.9%	17 6.2%	9 3.3%	273 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือส่งข้อความ

	โทรศัพท์มือถือ_ข้อความ					Total
	น้อยกว่าเดือน	เดือนละ	สัปดาห์ละ	สัปดาห์ละ	ทุกวัน	
	ละครึ่ง	1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง		
เพศ ชาย	69 24.2%	57 20.0%	12 4.2%	4 1.4%	7 2.5%	149 52.3%
หญิง	64 22.5%	44 15.4%	14 4.9%	8 2.8%	6 2.1%	136 47.7%
Total	133 46.7%	101 35.4%	26 9.1%	12 4.2%	13 4.6%	285 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือในการส่งข้อความมัลติมีเดีย

	โทรศัพท์มือถือ_ข้อความมัลติมีเดีย				Total
	น้อยกว่า 6 ครั้ง	6-12 ครั้ง	13-18 ครั้ง	มากกว่า 18 ครั้ง	
เพศ ชาย	33	13	0	0	46
	42.3%	16.7%	.0%	.0%	59.0%
หญิง	29	2	1	0	32
	37.2%	2.6%	1.3%	.0%	41.0%
Total	62	15	1	0	78
	79.5%	19.2%	1.3%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรสาร

	โทรสาร				Total
	น้อยกว่า	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า	
	6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	ฉบับ	18 ฉบับ	
เพศ ชาย	27	4	1	2	34
	50.0%	7.4%	1.9%	3.7%	63.0%
หญิง	19	0	1	0	20
	35.2%	.0%	1.9%	.0%	37.0%
Total	46	4	2	2	54
	85.2%	7.4%	3.7%	3.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งอีเมลล์

	อีเมลล์					Total
	น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
เพศ ชาย	22	34	14	12	20	102
	12.0%	18.5%	7.6%	6.5%	10.9%	55.4%
หญิง	20	28	16	10	8	82
	10.9%	15.2%	8.7%	5.4%	4.3%	44.6%
Total	42	62	30	22	28	184
	22.8%	33.7%	16.3%	12.0%	15.2%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการโหวตผ่านอินเทอร์เน็ต

	โหวต					Total
	น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
เพศ ชาย	29	35	6	10	3	83
	19.6%	23.6%	4.1%	6.8%	2.0%	56.1%
หญิง	23	24	8	7	3	65
	15.5%	16.2%	5.4%	4.7%	2.0%	43.9%
Total	52	59	14	17	6	148
	35.1%	39.9%	9.5%	11.5%	4.1%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งข้อความสั้นผ่านอินเทอร์เน็ต

	ข้อความสั้น					Total
	น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
เพศ ชาย	28 24.1%	25 21.6%	6 5.2%	7 6.0%	5 4.3%	71 61.2%
หญิง	16 13.8%	17 14.7%	7 6.0%	2 1.7%	3 2.6%	45 38.8%
Total	44 37.9%	42 36.2%	13 11.2%	9 7.8%	8 6.9%	116 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับจำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม

	จำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม				Total
	1 รายการ	2-5 รายการ	6-10 รายการ	มากกว่า 10 รายการ	
เพศ ชาย	74 18.4%	102 25.4%	13 3.2%	12 3.0%	201 50.0%
หญิง	88 21.9%	90 22.4%	8 2.0%	15 3.7%	201 50.0%
Total	162 40.3%	192 47.8%	21 5.2%	27 6.7%	402 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งจดหมาย

อายุ	จดหมาย				Total
	น้อยกว่า		มากกว่า		
	6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	18 ฉบับ	
ต่ำกว่า 15 ปี	24 27.6%	1 1.1%	0 .0%	0 .0%	25 28.7%
15-17 ปี	19 21.8%	2 2.3%	0 .0%	0 .0%	21 24.1%
18-21 ปี	24 27.6%	5 5.7%	1 1.1%	0 .0%	30 34.5%
มากกว่า 21 ปี	10 11.5%	1 1.1%	0 .0%	0 .0%	11 12.6%
Total	77 88.5%	9 10.3%	1 1.1%	0 .0%	87 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งไปรษณียบัตร

	ไปรษณียบัตร				Total
	น้อยกว่า			มากกว่า	
	6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	18 ฉบับ	
อายุ ต่ำกว่า 15 ปี	18	0	0	0	18
	20.5%	.0%	.0%	.0%	20.5%
15-17 ปี	28	2	0	0	30
	31.8%	2.3%	.0%	.0%	34.1%
18-21 ปี	23	4	2	0	29
	26.1%	4.5%	2.3%	.0%	33.0%
มากกว่า 21 ปี	10	0	1	0	11
	11.4%	.0%	1.1%	.0%	12.5%
Total	79	6	3	0	88
	89.8%	6.8%	3.4%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการโทรศัพท์บ้าน หรือPCT ในกรโหวต

อายุ		โทรศัพท์บ้าน/PCT_โหวต					Total
		น้อยกว่าเดือน ละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ต่ำกว่า 15 ปี		18	10	2	1	1	32
		15.1%	8.4%	1.7%	.8%	.8%	26.9%
15-17 ปี		15	8	1	4	3	31
		12.6%	6.7%	.8%	3.4%	2.5%	26.1%
18-21 ปี		25	12	1	3	3	44
		21.0%	10.1%	.8%	2.5%	2.5%	37.0%
มากกว่า 21 ปี		7	2	0	2	1	12
		5.9%	1.7%	.0%	1.7%	.8%	10.1%
Total		65	32	4	10	8	119
		54.6%	26.9%	3.4%	8.4%	6.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมที่มีส่วนร่วมในการโทรศัพท์บ้าน หรือPCT ในการส่งข้อความ

		โทรศัพท์บ้าน/PCT_ข้อความ					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	8 8.4%	8 8.4%	2 2.1%	2 2.1%	4 4.2%	24 25.3%
	15-17 ปี	10 10.5%	10 10.5%	1 1.1%	3 3.2%	0 .0%	24 25.3%
	18-21 ปี	20 21.1%	12 12.6%	2 2.1%	0 .0%	1 1.1%	35 36.8%
	มากกว่า 21 ปี	6 6.3%	4 4.2%	0 .0%	1 1.1%	1 1.1%	12 12.6%
Total		44 46.3%	34 35.8%	5 5.3%	6 6.3%	6 6.3%	95 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือในการโหวต

		โทรศัพท์มือถือ_โหวต					Total
		น้อยกว่า เดือนละครึ่ง	เดือนละ 1-3 ครึ่ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	24	15	4	0	3	46
		8.8%	5.5%	1.5%	.0%	1.1%	16.8%
	15-17 ปี	30	23	5	6	1	65
		11.0%	8.4%	1.8%	2.2%	.4%	23.8%
	18-21 ปี	55	55	14	8	3	135
		20.1%	20.1%	5.1%	2.9%	1.1%	49.5%
	มากกว่า 21 ปี	8	10	4	3	2	27
		2.9%	3.7%	1.5%	1.1%	.7%	9.9%
Total		117	103	27	17	9	273
		42.9%	37.7%	9.9%	6.2%	3.3%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือในการส่งข้อความ

		โทรศัพท์มือถือ_ข้อความ					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	25	19	5	2	7	58
		8.8%	6.7%	1.8%	.7%	2.5%	20.4%
	15-17 ปี	43	20	8	3	2	76
		15.1%	7.0%	2.8%	1.1%	.7%	26.7%
	18-21 ปี	56	52	8	4	3	123
		19.6%	18.2%	2.8%	1.4%	1.1%	43.2%
	มากกว่า 21 ปี	9	10	5	3	1	28
		3.2%	3.5%	1.8%	1.1%	.4%	9.8%
Total		133	101	26	12	13	285
		46.7%	35.4%	9.1%	4.2%	4.6%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือในการส่งข้อความมัลติมีเดีย

		โทรศัพท์มือถือ_ข้อความมัลติมีเดีย				Total
		น้อยกว่า 6 ครั้ง	6-12 ครั้ง	13-18 ครั้ง	มากกว่า 18 ครั้ง	
อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	11	5	0	0	16
		14.1%	6.4%	.0%	.0%	20.5%
	15-17 ปี	16	6	0	0	22
		20.5%	7.7%	.0%	.0%	28.2%
	18-21 ปี	26	4	0	0	30
		33.3%	5.1%	.0%	.0%	38.5%
	มากกว่า 21 ปี	9	0	1	0	10
		11.5%	.0%	1.3%	.0%	12.8%
Total		62	15	1	0	78
		79.5%	19.2%	1.3%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งโทรสาร

อายุ		โทรสาร				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	10	0	0	1	11
		18.5%	.0%	.0%	1.9%	20.4%
	15-17 ปี	11	2	1	0	14
		20.4%	3.7%	1.9%	.0%	25.9%
	18-21 ปี	16	2	1	1	20
		29.6%	3.7%	1.9%	1.9%	37.0%
	มากกว่า 21 ปี	9	0	0	0	9
		16.7%	.0%	.0%	.0%	16.7%
Total		46	4	2	2	54
		85.2%	7.4%	3.7%	3.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งอีเมล

		อีเมล					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	8	11	5	2	4	30
		4.3%	6.0%	2.7%	1.1%	2.2%	16.3%
	15-17 ปี	9	13	8	12	9	51
		4.9%	7.1%	4.3%	6.5%	4.9%	27.7%
	18-21 ปี	21	32	15	5	12	85
		11.4%	17.4%	8.2%	2.7%	6.5%	46.2%
	มากกว่า 21 ปี	4	6	2	3	3	18
		2.2%	3.3%	1.1%	1.6%	1.6%	9.8%
Total		42	62	30	22	28	184
		22.8%	33.7%	16.3%	12.0%	15.2%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการ โหวตผ่านอินเทอร์เน็ต

อายุ		โหวต					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ต่ำกว่า 15 ปี		7	9	2	2	1	21
		4.7%	6.1%	1.4%	1.4%	.7%	14.2%
15-17 ปี		14	13	8	5	2	42
		9.5%	8.8%	5.4%	3.4%	1.4%	28.4%
18-21 ปี		25	30	3	8	2	68
		16.9%	20.3%	2.0%	5.4%	1.4%	45.9%
มากกว่า 21 ปี		6	7	1	2	1	17
		4.1%	4.7%	.7%	1.4%	.7%	11.5%
Total		52	59	14	17	6	148
		35.1%	39.9%	9.5%	11.5%	4.1%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งข้อความสั้นผ่านอินเทอร์เน็ต

		ข้อความสั้น					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	6 5.2%	12 10.3%	3 2.6%	0 .0%	2 1.7%	23 19.8%
	15-17 ปี	16 13.8%	9 7.8%	4 3.4%	1 .9%	2 1.7%	32 27.6%
	18-21 ปี	17 14.7%	17 14.7%	6 5.2%	5 4.3%	3 2.6%	48 41.4%
	มากกว่า 21 ปี	5 4.3%	4 3.4%	0 .0%	3 2.6%	1 .9%	13 11.2%
Total		44 37.9%	42 36.2%	13 11.2%	9 7.8%	8 6.9%	116 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับจำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม

		จำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม				Total
		1 รายการ	2-5 รายการ	6-10 รายการ	มากกว่า 10 รายการ	
อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	33	34	5	9	81
		8.2%	8.5%	1.2%	2.2%	20.1%
	15-17 ปี	39	44	11	16	110
		9.7%	10.9%	2.7%	4.0%	27.4%
	18-21 ปี	79	93	5	2	179
		19.7%	23.1%	1.2%	.5%	44.5%
	มากกว่า 21 ปี	11	21	0	0	32
		2.7%	5.2%	.0%	.0%	8.0%
Total		162	192	21	27	402
		40.3%	47.8%	5.2%	6.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งจดหมาย

		จดหมาย				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	27	1	0	0	28
		31.0%	1.1%	.0%	.0%	32.2%
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	17	1	0	0	18
		19.5%	1.1%	.0%	.0%	20.7%
	3001-5000 บาทต่อเดือน	8	2	1	0	11
		9.2%	2.3%	1.1%	.0%	12.6%
	5001-7000 บาทต่อเดือน	7	2	0	0	9
		8.0%	2.3%	.0%	.0%	10.3%
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	9	2	0	0	11
		10.3%	2.3%	.0%	.0%	12.6%
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	5	0	0	0	5
		5.7%	.0%	.0%	.0%	5.7%
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	4	1	0	0	5
		4.6%	1.1%	.0%	.0%	5.7%
Total		77	9	1	0	87
		88.5%	10.3%	1.1%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งไปรษณียบัตร

		ไปรษณียบัตร				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	31	1	1	0	33
		35.2%	1.1%	1.1%	.0%	37.5%
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	14	2	0	0	16
		15.9%	2.3%	.0%	.0%	18.2%
	3001-5000 บาทต่อเดือน	9	0	1	0	10
		10.2%	.0%	1.1%	.0%	11.4%
	5001-7000 บาทต่อเดือน	12	2	0	0	14
		13.6%	2.3%	.0%	.0%	15.9%
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	4	0	0	0	4
		4.5%	.0%	.0%	.0%	4.5%
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	6	0	1	0	7
		6.8%	.0%	1.1%	.0%	8.0%
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	3	1	0	0	4
		3.4%	1.1%	.0%	.0%	4.5%
Total		79	6	3	0	88
		89.8%	6.8%	3.4%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์บ้าน หรือPCT ในการโหวต

		โทรศัพท์บ้าน/PCT_โหวต					Total
		น้อยกว่าเดือน ละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	23	13	2	2	2	42
		19.3%	10.9%	1.7%	1.7%	1.7%	35.3%
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	16	5	2	1	1	25
		13.4%	4.2%	1.7%	.8%	.8%	21.0%
	3001-5000 บาทต่อเดือน	6	6	0	2	2	16
		5.0%	5.0%	.0%	1.7%	1.7%	13.4%
	5001-7000 บาทต่อเดือน	10	1	0	4	1	16
		8.4%	.8%	.0%	3.4%	.8%	13.4%
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	3	2	0	1	1	7
		2.5%	1.7%	.0%	.8%	.8%	5.9%
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	6	2	0	0	0	8
		5.0%	1.7%	.0%	.0%	.0%	6.7%
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	1	3	0	0	1	5
		.8%	2.5%	.0%	.0%	.8%	4.2%
Total		65	32	4	10	8	119
		54.6%	26.9%	3.4%	8.4%	6.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์บ้าน หรือPCTในการส่งข้อความ

		โทรศัพท์บ้าน/PCT_ข้อความ					Total
		น้อยกว่าเดือน ละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	12 12.6%	12 12.6%	3 3.2%	3 3.2%	2 2.1%	32 33.7%
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	6 6.3%	8 8.4%	1 1.1%	0 .0%	2 2.1%	17 17.9%
	3001-5000 บาทต่อเดือน	9 9.5%	4 4.2%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	13 13.7%
	5001-7000 บาทต่อเดือน	7 7.4%	3 3.2%	0 .0%	2 2.1%	1 1.1%	13 13.7%
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	4 4.2%	4 4.2%	1 1.1%	0 .0%	0 .0%	9 9.5%
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	5 5.3%	1 1.1%	0 .0%	0 .0%	1 1.1%	7 7.4%
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	1 1.1%	2 2.1%	0 .0%	1 1.1%	0 .0%	4 4.2%
	Total	44	34	5	6	6	95
			35.8%	5.3%	6.3%	6.3%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือในการโหวต

		โทรศัพท์มือถือ_โหวต					Total
รายได้ต่อเดือน		น้อยกว่าเดือน		สัปดาห์ละ		ทุกวัน	
		ละครึ่ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง		
ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน		30	22	3	2	1	58
		11.0%	8.1%	1.1%	.7%	.4%	21.2%
1,000-3000 บาทต่อเดือน		29	19	5	2	2	57
		10.6%	7.0%	1.8%	.7%	.7%	20.9%
3001-5000 บาทต่อเดือน		23	29	9	4	3	68
		8.4%	10.6%	3.3%	1.5%	1.1%	24.9%
5001-7000 บาทต่อเดือน		15	9	2	3	1	30
		5.5%	3.3%	.7%	1.1%	.4%	11.0%
7,001-9,000 บาทต่อเดือน		9	11	2	1	1	24
		3.3%	4.0%	.7%	.4%	.4%	8.8%
9,001-11,000 บาทต่อเดือน		8	8	3	3	1	23
		2.9%	2.9%	1.1%	1.1%	.4%	8.4%
11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป		3	5	3	2	0	13
		1.1%	1.8%	1.1%	.7%	.0%	4.8%
Total		117	103	27	17	9	273
		42.9%	37.7%	9.9%	6.2%	3.3%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือในการส่งข้อความ

		โทรศัพท์มือถือ_ข้อความ					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	38	24	7	4	2	75
		13.3%	8.4%	2.5%	1.4%	.7%	26.3%
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	29	14	7	2	6	58
		10.2%	4.9%	2.5%	.7%	2.1%	20.4%
	3001-5000 บาทต่อเดือน	26	29	4	3	2	64
		9.1%	10.2%	1.4%	1.1%	.7%	22.5%
	5001-7000 บาทต่อเดือน	15	11	3	1	1	31
		5.3%	3.9%	1.1%	.4%	.4%	10.9%
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	11	11	3	0	1	26
		3.9%	3.9%	1.1%	.0%	.4%	9.1%
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	9	8	0	2	1	20
		3.2%	2.8%	.0%	.7%	.4%	7.0%
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	5	4	2	0	0	11
		1.8%	1.4%	.7%	.0%	.0%	3.9%
Total		133	101	26	12	13	285
		46.7%	35.4%	9.1%	4.2%	4.6%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือส่งข้อความมัลติมีเดีย

		โทรศัพท์มือถือ_ข้อความมัลติมีเดีย				Total
		น้อยกว่า 6 ครั้ง	6-12 ครั้ง	13-18 ครั้ง	มากกว่า 18 ครั้ง	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	20	6	0	0	26
		25.6%	7.7%	.0%	.0%	33.3%
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	9	3	0	0	12
		11.5%	3.8%	.0%	.0%	15.4%
	3001-5000 บาทต่อเดือน	10	3	0	0	13
		12.8%	3.8%	.0%	.0%	16.7%
	5001-7000 บาทต่อเดือน	11	1	0	0	13
		14.1%	1.3%	.0%	.0%	16.7%
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	4	1	0	0	5
		5.1%	1.3%	.0%	.0%	6.4%
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	6	1	1	0	7
		7.7%	1.3%	1.3%	.0%	9.0%
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	2	0	0	0	2
		2.6%	.0%	.0%	.0%	2.6%
Total		62	15	1	0	78
		79.5%	19.2%	1.3%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมกรมีส่วนร่วมในการส่งโทรสาร

		โทรสาร				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	15	0	0	0	15
		27.8%	.0%	.0%	.0%	27.8%
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	7	0	0	2	9
		13.0%	.0%	.0%	3.7%	16.7%
	3001-5000 บาทต่อเดือน	7	2	0	0	9
		13.0%	3.7%	.0%	.0%	16.7%
	5001-7000 บาทต่อเดือน	7	1	1	0	9
		13.0%	1.9%	1.9%	.0%	16.7%
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	4	0	0	0	4
		7.4%	.0%	.0%	.0%	7.4%
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	5	0	1	0	6
		9.3%	.0%	1.9%	.0%	11.1%
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	1	1	0	0	2
		1.9%	1.9%	.0%	.0%	3.7%
Total		46	4	2	2	54
		85.2%	7.4%	3.7%	3.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งจดหมายอีเมล

		อีเมล					Total
		น้อยกว่าเดือน ละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	9	17	4	4	6	40
		4.9%	9.2%	2.2%	2.2%	3.3%	21.7%
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	7	9	11	6	6	39
		3.8%	4.9%	6.0%	3.3%	3.3%	21.2%
	3001-5000 บาทต่อเดือน	9	14	9	3	2	37
		4.9%	7.6%	4.9%	1.6%	1.1%	20.1%
	5001-7000 บาทต่อเดือน	6	11	0	3	3	23
		3.3%	6.0%	.0%	1.6%	1.6%	12.5%
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	4	6	3	2	3	18
		2.2%	3.3%	1.6%	1.1%	1.6%	9.8%
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	4	3	2	1	8	18
		2.2%	1.6%	1.1%	.5%	4.3%	9.8%
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	3	2	1	3	0	9
		1.6%	1.1%	.5%	1.6%	.0%	4.9%
Total		42	62	30	22	28	184
		22.8%	33.7%	16.3%	12.0%	15.2%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการโหวตผ่านอินเทอร์เน็ต

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	โหวต					Total
		น้อยกว่าเดือน	สัปดาห์ละ		ทุกวัน		
		ละครึ่ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง		สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	
ค่ากว่า 1,000 บาทต่อเดือน	12	11	4	3	2	32	
	8.1%	7.4%	2.7%	2.0%	1.4%	21.6%	
1,000-3000 บาทต่อเดือน	9	11	5	3	1	29	
	6.1%	7.4%	3.4%	2.0%	.7%	19.6%	
3001-5000 บาทต่อเดือน	11	13	2	4	1	31	
	7.4%	8.8%	1.4%	2.7%	.7%	20.9%	
5001-7000 บาทต่อเดือน	8	8	0	2	1	19	
	5.4%	5.4%	.0%	1.4%	.7%	12.8%	
7,001-9,000 บาทต่อเดือน	7	9	1	1	0	18	
	4.7%	6.1%	.7%	.7%	.0%	12.2%	
9,001-11,000 บาทต่อเดือน	4	6	1	3	1	15	
	2.7%	4.1%	.7%	2.0%	.7%	10.1%	
11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	1	1	1	1	0	4	
	.7%	.7%	.7%	.7%	.0%	2.7%	
Total	52	59	14	17	6	148	
	35.1%	39.9%	9.5%	11.5%	4.1%	100.0%	

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งข้อความสั้นผ่านอินเทอร์เน็ต

		ข้อความสั้น					Total
		น้อยกว่าเดือน ละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	12	10	5	0	3	30
		10.3%	8.6%	4.3%	.0%	2.6%	25.9%
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	8	11	2	1	1	23
		6.9%	9.5%	1.7%	.9%	.9%	19.8%
	3001-5000 บาทต่อเดือน	6	5	2	2	2	17
		5.2%	4.3%	1.7%	1.7%	1.7%	14.7%
	5001-7000 บาทต่อเดือน	6	6	2	4	1	19
		5.2%	5.2%	1.7%	3.4%	.9%	16.4%
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	5	7	1	2	0	15
		4.3%	6.0%	.9%	1.7%	.0%	12.9%
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	6	1	0	0	1	8
		5.2%	.9%	.0%	.0%	.9%	6.9%
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	1	2	1	0	0	4
		.9%	1.7%	.9%	.0%	.0%	3.4%
Total		44	42	13	9	8	116
		37.9%	36.2%	11.2%	7.8%	6.9%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับจำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม

		จำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม				Total
		1 รายการ	2-5 รายการ	6-10 รายการ	มากกว่า 10 รายการ	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	41	43	7	15	106
		10.2%	10.7%	1.7%	3.7%	26.4%
	1,000-3000 บาทต่อเดือน	40	33	7	11	91
		10.0%	8.2%	1.7%	2.7%	22.6%
	3001-5000 บาทต่อเดือน	36	47	2	0	85
		9.0%	11.7%	.5%	.0%	21.1%
	5001-7000 บาทต่อเดือน	16	22	3	0	41
		4.0%	5.5%	.7%	.0%	10.2%
	7,001-9,000 บาทต่อเดือน	12	20	1	1	34
		3.0%	5.0%	.2%	.2%	8.5%
	9,001-11,000 บาทต่อเดือน	11	18	1	0	30
		2.7%	4.5%	.2%	.0%	7.5%
	11,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป	6	9	0	0	15
		1.5%	2.2%	.0%	.0%	3.7%
Total		162	192	21	27	402
		40.3%	47.8%	5.2%	6.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งจดหมาย

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	จดหมาย				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
	มัธยมศึกษาตอนต้น	26	2	0	0	28
		29.9%	2.3%	.0%	.0%	32.2%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	17	1	0	0	18
		19.5%	1.1%	.0%	.0%	20.7%
	ปริญญาตรี	34	6	1	0	41
		39.1%	6.9%	1.1%	.0%	47.1%
	จบปริญญาตรี	0	0	0	0	0
		.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
Total		77	9	1	0	87
		88.5%	10.3%	1.1%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งไปรษณียบัตร

ระดับการศึกษา		ไปรษณียบัตร				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
มัธยมศึกษาตอนต้น		21	2	0	0	23
		23.9%	2.3%	.0%	.0%	26.1%
มัธยมศึกษาตอนปลาย		25	1	1	0	27
		28.4%	1.1%	1.1%	.0%	30.7%
ปริญญาตรี		32	3	2	0	37
		36.4%	3.4%	2.3%	.0%	42.0%
จบปริญญาตรี		1	0	0	0	1
		1.1%	.0%	.0%	.0%	1.1%
Total		79	6	3	0	88
		89.8%	6.8%	3.4%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์บ้าน หรือPCT โหวด

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	โทรศัพท์บ้าน/PCT_โหวด					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
	มัธยมศึกษาตอนต้น	23 19.3%	11 9.2%	3 2.5%	3 2.5%	1 .8%	41 34.5%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	13 10.9%	6 5.0%	0 .0%	2 1.7%	4 3.4%	25 21.0%
	ปริญญาตรี	28 23.5%	15 12.6%	1 .8%	5 4.2%	3 2.5%	52 43.7%
	จบปริญญาตรี	1 .8%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 .8%
Total		65 54.6%	32 26.9%	4 3.4%	10 8.4%	8 6.7%	119 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์บ้าน หรือPCT ส่งข้อความ

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	โทรศัพท์บ้าน/PCT_ข้อความ					Total
		น้อยกว่าเดือน ละครึ่ง	เดือนละ 1-3 ครึ่ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
	มัธยมศึกษาตอนต้น	8	12	2	3	4	29
		8.4%	12.6%	2.1%	3.2%	4.2%	30.5%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	10	7	1	2	0	20
		10.5%	7.4%	1.1%	2.1%	.0%	21.1%
	ปริญญาตรี	25	15	2	1	2	45
		26.3%	15.8%	2.1%	1.1%	2.1%	47.4%
	จบปริญญาตรี	1	0	0	0	0	1
		1.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.1%
Total		44	34	5	6	6	95
		46.3%	35.8%	5.3%	6.3%	6.3%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือ โหวต

		โทรศัพท์มือถือ_โหวต					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	32 11.7%	17 6.2%	6 2.2%	2 .7%	3 1.1%	60 22.0%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	24 8.8%	23 8.4%	3 1.1%	4 1.5%	1 .4%	55 20.1%
ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	61 22.3%	62 22.7%	16 5.9%	11 4.0%	5 1.8%	155 56.8%
	จบปริญญาตรี	0 .0%	1 .4%	2 .7%	0 .0%	0 .0%	3 1.1%
Total		117 42.9%	103 37.7%	27 9.9%	17 6.2%	9 3.3%	273 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือส่งข้อความ

		โทรศัพท์มือถือ_ข้อความ					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	32 11.2%	19 6.7%	6 2.1%	3 1.1%	7 2.5%	67 23.5%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	40 14.0%	21 7.4%	8 2.8%	2 .7%	2 .7%	73 25.6%
ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	61 21.4%	60 21.1%	11 3.9%	7 2.5%	4 1.4%	143 50.2%
	จบปริญญาตรี	0 .0%	1 .4%	1 .4%	0 .0%	0 .0%	2 .7%
Total		133 46.7%	101 35.4%	26 9.1%	12 4.2%	13 4.6%	285 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือส่งข้อความมัลติมีเดีย

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	โทรศัพท์มือถือ_ข้อความมัลติมีเดีย				Total
		น้อยกว่า 6 ครั้ง	6-12 ครั้ง	13-18 ครั้ง	มากกว่า 18 ครั้ง	
		15	6	0	0	21
		19.2%	7.7%	.0%	.0%	26.9%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	13	5	0	0	18
		16.7%	6.4%	.0%	.0%	23.1%
	ปริญญาตรี	33	4	1	0	38
		42.3%	5.1%	1.3%	.0%	48.7%
	จบปริญญาตรี	1	0	0	0	1
		1.3%	.0%	.0%	.0%	1.3%
Total		62	15	1	0	78
		79.5%	19.2%	1.3%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการส่งโทรสาร

ระดับการศึกษา		โทรสาร				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
มัธยมศึกษาตอนต้น		13	0	1	1	15
		24.1%	.0%	1.9%	1.9%	27.8%
มัธยมศึกษาตอนปลาย		9	2	0	0	11
		16.7%	3.7%	.0%	.0%	20.4%
ปริญญาตรี		23	2	1	1	27
		42.6%	3.7%	1.9%	1.9%	50.0%
จบปริญญาตรี		1	0	0	0	1
		1.9%	.0%	.0%	.0%	1.9%
Total		46	4	2	2	54
		85.2%	7.4%	3.7%	3.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งอีเมลล์

ระดับการศึกษา		อีเมลล์					Total
		น้อยกว่าเดือน		สัปดาห์ละ	สัปดาห์ละ	ทุกวัน	
		ละครึ่ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง		
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	11	7	5	6	38	
		4.9%	6.0%	3.8%	2.7%	3.3%	20.7%
มัธยมศึกษาตอนปลาย	8	14	8	8	6	44	
		4.3%	7.6%	4.3%	4.3%	3.3%	23.9%
ปริญญาตรี	25	36	15	9	16	101	
		13.6%	19.6%	8.2%	4.9%	8.7%	54.9%
จบปริญญาตรี	0	1	0	0	0	1	
		.0%	.5%	.0%	.0%	.0%	.5%
Total		42	62	30	22	28	184
		22.8%	33.7%	16.3%	12.0%	15.2%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการโหวตผ่านอินเทอร์เน็ต

ระดับการศึกษา		โหวต					Total
		น้อยกว่าเดือน ละครึ่ง	เดือนละ 1-3 ครึ่ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
มัธยมศึกษาตอนต้น		9	12	2	5	1	29
		6.1%	8.1%	1.4%	3.4%	.7%	19.6%
มัธยมศึกษาตอนปลาย		13	11	9	2	1	36
		8.8%	7.4%	6.1%	1.4%	.7%	24.3%
ปริญญาตรี		29	35	3	10	4	81
		19.6%	23.6%	2.0%	6.8%	2.7%	54.7%
จบปริญญาตรี		1	1	0	0	0	2
		.7%	.7%	.0%	.0%	.0%	1.4%
Total		52	59	14	17	6	148
		35.1%	39.9%	9.5%	11.5%	4.1%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งข้อความสั้นผ่านอินเทอร์เน็ต

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	ข้อความสั้น					Total
		น้อยกว่าเดือน		สัปดาห์ละ	สัปดาห์ละ	ทุกวัน	
		ละครึ่ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง		
		10	12	3	1	2	28
		8.6%	10.3%	2.6%	.9%	1.7%	24.1%
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	13	9	5	1	1	29
		11.2%	7.8%	4.3%	.9%	.9%	25.0%
	ปริญญาตรี	21	20	5	7	5	58
		18.1%	17.2%	4.3%	6.0%	4.3%	50.0%
	จบปริญญาตรี	0	1	0	0	0	1
		.0%	.9%	.0%	.0%	.0%	.9%
Total		44	42	13	9	8	116
		37.9%	36.2%	11.2%	7.8%	6.9%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม

ระดับการศึกษา		จำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม				Total
		1 รายการ	2-5 รายการ	6-10 รายการ	มากกว่า 10	
					รายการ	
มัธยมศึกษาตอนต้น		38	38	6	15	97
		9.5%	9.5%	1.5%	3.7%	24.1%
มัธยมศึกษาตอนปลาย		40	43	10	10	103
		10.0%	10.7%	2.5%	2.5%	25.6%
ปริญญาตรี		81	111	5	2	199
		20.1%	27.6%	1.2%	.5%	49.5%
จบปริญญาตรี		3	0	0	0	3
		.7%	.0%	.0%	.0%	.7%
Total		162	192	21	27	402
		40.3%	47.8%	5.2%	6.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีทีกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งจดหมาย

		จดหมาย				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	11	1	0	0	12
		12.6%	1.1%	.0%	.0%	13.8%
	101-200 บาทต่อเดือน	9	4	0	0	13
		10.3%	4.6%	.0%	.0%	14.9%
	201-300 บาทต่อเดือน	14	2	1	0	17
		16.1%	2.3%	1.1%	.0%	19.5%
301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	ไม่ได้ใช้	13	0	0	0	13
		14.9%	.0%	.0%	.0%	14.9%
Total	ไม่ได้ใช้	30	2	0	0	32
		34.5%	2.3%	.0%	.0%	36.8%
Total		77	9	1	0	87
		88.5%	10.3%	1.1%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งไปรษณียบัตร

		ไปรษณียบัตร				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	13	0	1	0	14
		14.8%	.0%	1.1%	.0%	15.9%
	101-200 บาทต่อเดือน	12	3	0	0	15
		13.6%	3.4%	.0%	.0%	17.0%
	201-300 บาทต่อเดือน	13	2	0	0	15
	14.8%	2.3%	.0%	.0%	17.0%	
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	0	0	0	15
		17.0%	.0%	.0%	.0%	17.0%
	ไม่ได้ใช้	26	1	2	0	29
		29.5%	1.1%	2.3%	.0%	33.0%
Total		79	6	3	0	88
		89.8%	6.8%	3.4%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีทีกับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์บ้านหรือ PCT โหวด

		โทรศัพท์บ้าน/PCT_โหวด					Total
		น้อยกว่าเดือน ละครึ่ง	เดือนละ 1-3 ครึ่ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	10	6	0	2	0	18
		8.4%	5.0%	.0%	1.7%	.0%	15.1%
	101-200 บาทต่อเดือน	12	8	1	2	0	23
		10.1%	6.7%	.8%	1.7%	.0%	19.3%
	201-300 บาทต่อเดือน	12	5	0	2	3	22
		10.1%	4.2%	.0%	1.7%	2.5%	18.5%
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	9	7	1	3	3	23
		7.6%	5.9%	.8%	2.5%	2.5%	19.3%
	ไม่ได้ใช้	22	6	2	1	2	33
		18.5%	5.0%	1.7%	.8%	1.7%	27.7%
Total		65	32	4	10	8	119
		54.6%	26.9%	3.4%	8.4%	6.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่กับบพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์บ้านหรือ PCT ส่งข้อความ

		โทรศัพท์บ้าน/PCT_ข้อความ					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ค่าโทรศัพท์ บ้านหรือพีซีที่	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	8	3	1	1	1	14
		8.4%	3.2%	1.1%	1.1%	1.1%	14.7%
	101-200 บาทต่อเดือน	8	11	0	1	0	20
		8.4%	11.6%	.0%	1.1%	.0%	21.1%
	201-300 บาทต่อเดือน	11	6	0	2	0	19
		11.6%	6.3%	.0%	2.1%	.0%	20.0%
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	4	9	1	1	1	16
		4.2%	9.5%	1.1%	1.1%	1.1%	16.8%
ไม่ได้ใช้		13	5	3	1	4	26
		13.7%	5.3%	3.2%	1.1%	4.2%	27.4%
Total		44	34	5	6	6	95
		46.3%	35.8%	5.3%	6.3%	6.3%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือ โหวต

		โทรศัพท์มือถือ_โหวต					Total
		น้อยกว่าเดือน ละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	16	14	0	2	1	33
		5.9%	5.1%	.0%	.7%	.4%	12.1%
	101-200 บาทต่อเดือน	15	22	3	3	2	45
		5.5%	8.1%	1.1%	1.1%	.7%	16.5%
	201-300 บาทต่อเดือน	19	12	4	1	1	37
		7.0%	4.4%	1.5%	.4%	.4%	13.6%
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	22	16	6	4	3	51
		8.1%	5.9%	2.2%	1.5%	1.1%	18.7%
	ไม่ได้ใช้	45	39	14	7	2	107
		16.5%	14.3%	5.1%	2.6%	.7%	39.2%
Total		117	103	27	17	9	273
		42.9%	37.7%	9.9%	6.2%	3.3%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือส่งข้อความ

		โทรศัพท์มือถือ_ข้อความ					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	16 5.6%	10 3.5%	0 .0%	1 .4%	1 .4%	28 9.8%
	101-200 บาทต่อเดือน	28 9.8%	16 5.6%	3 1.1%	3 1.1%	3 1.1%	53 18.6%
	201-300 บาทต่อเดือน	21 7.4%	15 5.3%	6 2.1%	2 .7%	0 .0%	44 15.4%
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	17 6.0%	20 7.0%	1 .4%	3 1.1%	2 .7%	43 15.1%
	ไม่ได้ใช้	51 17.9%	40 14.0%	16 5.6%	3 1.1%	7 2.5%	117 41.1%
Total		133 46.7%	101 35.4%	26 9.1%	12 4.2%	13 4.6%	285 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่กัปพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือส่งข้อความมัลติมีเดีย

	โทรศัพท์มือถือ_ข้อความมัลติมีเดีย				Total
	น้อยกว่า 6 ครั้ง	6-12 ครั้ง	13-18 ครั้ง	มากกว่า 18 ครั้ง	
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	8	1	0	0	9
	10.3%	1.3%	.0%	.0%	11.5%
101-200 บาทต่อเดือน	12	4	0	0	16
	15.4%	5.1%	.0%	.0%	20.5%
201-300 บาทต่อเดือน	12	3	0	0	15
	15.4%	3.8%	.0%	.0%	19.2%
301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	6	5	0	0	11
	7.7%	6.4%	.0%	.0%	14.1%
ไม่ได้ใช้	24	2	1	0	27
	30.8%	2.6%	1.3%	.0%	34.6%
Total	62	15	1	0	78
	79.5%	19.2%	1.3%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีทีกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งโทรสาร

		โทรสาร				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	6	0	0	0	6
		11.1%	.0%	.0%	.0%	11.1%
	101-200 บาทต่อเดือน	11	1	0	1	13
		20.4%	1.9%	.0%	1.9%	24.1%
	201-300 บาทต่อเดือน	7	2	1	1	11
		13.0%	3.7%	1.9%	1.9%	20.4%
301 บาทต่อเดือนขึ้นไป		9	1	0	0	10
		16.7%	1.9%	.0%	.0%	18.5%
ไม่ได้ใช้		13	0	1	0	14
		24.1%	.0%	1.9%	.0%	25.9%
Total		46	4	2	2	54
		85.2%	7.4%	3.7%	3.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งอีเมล

		อีเมล				Total	
		น้อยกว่าเดือน		สัปดาห์ละ	สัปดาห์ละ		ทุกวัน
		ละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง		
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	8	8	3	1	4	24
	101-200 บาทต่อเดือน	4.3%	4.3%	1.6%	.5%	2.2%	13.0%
	201-300 บาทต่อเดือน	5	13	8	5	3	34
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	2.7%	7.1%	4.3%	2.7%	1.6%	18.5%
	ไม่ได้ใช้	9	3	3	5	4	24
		4.9%	1.6%	1.6%	2.7%	2.2%	13.0%
		8	11	3	4	6	32
		4.3%	6.0%	1.6%	2.2%	3.3%	17.4%
		12	27	13	7	11	70
		6.5%	14.7%	7.1%	3.8%	6.0%	38.0%
Total		42	62	30	22	28	184
		22.8%	33.7%	16.3%	12.0%	15.2%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการโทรผ่านอินเทอร์เน็ต

		โทร				Total	
		น้อยกว่าเดือน ละครึ่ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง		ทุกวัน
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	9	8	1	1	1	20
		6.1%	5.4%	.7%	.7%	.7%	13.5%
	101-200 บาทต่อเดือน	9	13	2	5	0	29
		6.1%	8.8%	1.4%	3.4%	.0%	19.6%
	201-300 บาทต่อเดือน	6	7	2	2	3	20
		4.1%	4.7%	1.4%	1.4%	2.0%	13.5%
	301 บาทต่อเดือนขึ้นไป	10	5	3	5	1	24
		6.8%	3.4%	2.0%	3.4%	.7%	16.2%
	ไม่ได้ใช้	18	26	6	4	1	55
		12.2%	17.6%	4.1%	2.7%	.7%	37.2%
Total		52	59	14	17	6	148
		35.1%	39.9%	9.5%	11.5%	4.1%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งข้อความสั้นผ่านอินเทอร์เน็ต

		ข้อความสั้น					Total
		น้อยกว่าเดือน ละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	7	3	2	0	2	14
		6.0%	2.6%	1.7%	.0%	1.7%	12.1%
101-200 บาทต่อเดือน		8	12	0	3	0	23
		6.9%	10.3%	.0%	2.6%	.0%	19.8%
201-300 บาทต่อเดือน		8	6	4	0	1	19
		6.9%	5.2%	3.4%	.0%	.9%	16.4%
301 บาทต่อเดือนขึ้นไป		6	9	1	3	3	22
		5.2%	7.8%	.9%	2.6%	2.6%	19.0%
ไม่ได้ใช้		15	12	6	3	2	38
		12.9%	10.3%	5.2%	2.6%	1.7%	32.8%
Total		44	42	13	9	8	116
		37.9%	36.2%	11.2%	7.8%	6.9%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่กับจำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม

		จำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม				Total
		1 รายการ	2-5 รายการ	6-10 รายการ	มากกว่า 10 รายการ	
ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีที่	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	18	22	0	4	44
		4.5%	5.5%	.0%	1.0%	10.9%
101-200 บาทต่อเดือน		21	33	4	6	64
		5.2%	8.2%	1.0%	1.5%	15.9%
201-300 บาทต่อเดือน		21	26	5	5	57
		5.2%	6.5%	1.2%	1.2%	14.2%
301 บาทต่อเดือนขึ้นไป		29	36	3	4	72
		7.2%	9.0%	.7%	1.0%	17.9%
ไม่ได้ใช้		73	75	9	8	165
		18.2%	18.7%	2.2%	2.0%	41.0%
Total		162	192	21	27	402
		40.3%	47.8%	5.2%	6.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งจดหมาย

	จดหมาย				Total	
	น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ		
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	8	0	0	0	8
		9.2%	.0%	.0%	.0%	9.2%
101-300 บาทต่อเดือน		25	5	1	0	31
		28.7%	5.7%	1.1%	.0%	35.6%
301-500 บาทต่อเดือน		26	4	0	0	30
		29.9%	4.6%	.0%	.0%	34.5%
501 บาทต่อเดือนขึ้นไป		9	0	0	0	9
		10.3%	.0%	.0%	.0%	10.3%
ไม่ได้ใช้		9	0	0	0	9
		10.3%	.0%	.0%	.0%	10.3%
Total		77	9	1	0	87
		88.5%	10.3%	1.1%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งไปรษณียบัตร

		ไปรษณียบัตร				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	13-18 ฉบับ	มากกว่า 18 ฉบับ	
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	6 6.8%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	6 6.8%
	101-300 บาทต่อเดือน	29 33.0%	4 4.5%	1 1.1%	0 .0%	34 38.6%
	301-500 บาทต่อเดือน	21 23.9%	2 2.3%	1 1.1%	0 .0%	24 27.3%
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	11 12.5%	0 .0%	1 1.1%	0 .0%	12 13.6%
	ไม่ได้ใช้	12 13.6%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	12 13.6%
Total		79 89.8%	6 6.8%	3 3.4%	0 .0%	88 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์บ้าน หรือPCT โหวต

		โทรศัพท์บ้าน/PCT_โหวต					Total
		น้อยกว่า	สัปดาห์ละ 1-3		สัปดาห์ละ 4-6	ทุกวัน	
		เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	ครั้ง	ครั้ง		
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	8	2	1	1	0	12
		6.7%	1.7%	.8%	.8%	.0%	10.1%
	101-300 บาทต่อเดือน	30	16	2	2	3	53
		25.2%	13.4%	1.7%	1.7%	2.5%	44.5%
	301-500 บาทต่อเดือน	15	8	1	3	1	28
		12.6%	6.7%	.8%	2.5%	.8%	23.5%
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	4	5	0	3	4	16
		3.4%	4.2%	.0%	2.5%	3.4%	13.4%
	ไม่ได้ใช้	8	1	0	1	0	10
		6.7%	.8%	.0%	.8%	.0%	8.4%
Total		65	32	4	10	8	119
		54.6%	26.9%	3.4%	8.4%	6.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์บ้าน หรือPCT ส่งข้อความ

		โทรศัพท์บ้าน/PCT_ข้อความ					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	3	0	0	1	1	5
		3.2%	.0%	.0%	1.1%	1.1%	5.3%
101-300 บาทต่อเดือน		22	12	3	2	3	42
		23.2%	12.6%	3.2%	2.1%	3.2%	44.2%
301-500 บาทต่อเดือน		11	15	1	1	1	29
		11.6%	15.8%	1.1%	1.1%	1.1%	30.5%
501 บาทต่อเดือนขึ้นไป		5	3	1	1	1	11
		5.3%	3.2%	1.1%	1.1%	1.1%	11.6%
ไม่ได้ใช้		3	4	0	1	0	8
		3.2%	4.2%	.0%	1.1%	.0%	8.4%
Total		44	34	5	6	6	95
		46.3%	35.8%	5.3%	6.3%	6.3%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือ โหวด

		โทรศัพท์มือถือ_โหวด					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	9	7	0	0	1	17
		3.3%	2.6%	.0%	.0%	.4%	6.2%
	101-300 บาทต่อเดือน	51	42	11	3	3	110
		18.7%	15.4%	4.0%	1.1%	1.1%	40.3%
	301-500 บาทต่อเดือน	34	35	11	7	1	88
		12.5%	12.8%	4.0%	2.6%	.4%	32.2%
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	15	14	5	6	4	44
		5.5%	5.1%	1.8%	2.2%	1.5%	16.1%
	ไม่ได้ใช้	8	5	0	1	0	14
		2.9%	1.8%	.0%	.4%	.0%	5.1%
Total		117	103	27	17	9	273
		42.9%	37.7%	9.9%	6.2%	3.3%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือส่งข้อความ

		โทรศัพท์มือถือ_ข้อความ					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	12	7	2	0	2	23
		4.2%	2.5%	.7%	.0%	.7%	8.1%
	101-300 บาทต่อเดือน	70	36	11	3	7	127
		24.6%	12.6%	3.9%	1.1%	2.5%	44.6%
	301-500 บาทต่อเดือน	28	34	9	6	1	78
		9.8%	11.9%	3.2%	2.1%	.4%	27.4%
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	12	18	3	3	2	38
		4.2%	6.3%	1.1%	1.1%	.7%	13.3%
	ไม่ได้ใช้	11	6	1	0	1	19
		3.9%	2.1%	.4%	.0%	.4%	6.7%
Total		133	101	26	12	13	285
		46.7%	35.4%	9.1%	4.2%	4.6%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการใช้โทรศัพท์มือถือส่งข้อความมัลติมีเดีย

		โทรศัพท์มือถือ_ข้อความมัลติมีเดีย				Total
		น้อยกว่า 6 ครั้ง	6-12 ครั้ง	13-18 ครั้ง	มากกว่า 18 ครั้ง	
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	7	2	0	0	9
		9.0%	2.6%	.0%	.0%	11.5%
	101-300 บาทต่อเดือน	28	3	1	0	32
		35.9%	3.8%	1.3%	.0%	41.0%
	301-500 บาทต่อเดือน	19	5	0	0	24
		24.4%	6.4%	.0%	.0%	30.8%
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	5	2	0	0	7
		6.4%	2.6%	.0%	.0%	9.0%
ไม่ได้ใช้		3	3	0	0	6
		3.8%	3.8%	.0%	.0%	7.7%
Total		62	15	1	0	78
		79.5%	19.2%	1.3%	.0%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งโทรสาร

		โทรสาร				Total
		น้อยกว่า 6 ฉบับ	6-12 ฉบับ	มากกว่า 18		
				13-18 ฉบับ	ฉบับ	
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	3	0	0	0	3
		5.6%	.0%	.0%	.0%	5.6%
	101-300 บาทต่อเดือน	19	0	1	1	21
		35.2%	.0%	1.9%	1.9%	38.9%
	301-500 บาทต่อเดือน	13	3	1	1	18
		24.1%	5.6%	1.9%	1.9%	33.3%
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	6	1	0	0	7
		11.1%	1.9%	.0%	.0%	13.0%
	ไม่ได้ใช้	5	0	0	0	5
		9.3%	.0%	.0%	.0%	9.3%
Total		46	4	2	2	54
		85.2%	7.4%	3.7%	3.7%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการส่งอีเมลล์

		อีเมลล์				Total	
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง		ทุกวัน
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	3	3	2	1	1	10
		1.6%	1.6%	1.1%	.5%	.5%	5.4%
	101-300 บาทต่อเดือน	23	27	12	10	11	83
		12.5%	14.7%	6.5%	5.4%	6.0%	45.1%
	301-500 บาทต่อเดือน	9	24	11	4	8	56
		4.9%	13.0%	6.0%	2.2%	4.3%	30.4%
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	5	5	3	7	6	26
		2.7%	2.7%	1.6%	3.8%	3.3%	14.1%
	ไม่ได้ใช้	2	3	2	0	2	9
		1.1%	1.6%	1.1%	.0%	1.1%	4.9%
Total		42	62	30	22	28	184
		22.8%	33.7%	16.3%	12.0%	15.2%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการโทรผ่านอินเทอร์เน็ต

		โทรผ่านอินเทอร์เน็ต					Total
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	ทุกวัน	
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	4	3	2	0	0	9
		2.7%	2.0%	1.4%	.0%	.0%	6.1%
	101-300 บาทต่อเดือน	27	28	5	4	2	66
		18.2%	18.9%	3.4%	2.7%	1.4%	44.6%
	301-500 บาทต่อเดือน	10	20	5	7	1	43
		6.8%	13.5%	3.4%	4.7%	.7%	29.1%
501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	ไม่ได้ใช้	6	7	2	5	3	23
		4.1%	4.7%	1.4%	3.4%	2.0%	15.5%
	ไม่ได้ใช้	5	1	0	1	0	7
	3.4%	.7%	.0%	.7%	.0%	4.7%	
Total		52	59	14	17	6	148
		35.1%	39.9%	9.5%	11.5%	4.1%	100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับพฤติกรรมที่มีส่วนร่วมในการส่งข้อความสั้นผ่านอินเทอร์เน็ต

		ข้อความสั้น				Total	
		น้อยกว่า เดือนละครั้ง	เดือนละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง		ทุกวัน
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อ เดือน	2 1.7%	3 2.6%	1 .9%	0 .0%	1 .9%	7 6.0%
	101-300 บาทต่อ เดือน	24 20.7%	17 14.7%	6 5.2%	4 3.4%	1 .9%	52 44.8%
	301-500 บาทต่อ เดือน	9 7.8%	17 14.7%	6 5.2%	1 .9%	2 1.7%	35 30.2%
	501 บาทต่อเดือน ขึ้นไป	2 1.7%	3 2.6%	0 .0%	4 3.4%	4 3.4%	13 11.2%
	ไม่ได้ใช้	7 6.0%	2 1.7%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	9 7.8%
Total		44 37.9%	42 36.2%	13 11.2%	9 7.8%	8 6.9%	116 100.0%

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าโทรศัพท์มือถือกับจำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม

		จำนวนรายการที่เคยมีส่วนร่วม				Total
		1 รายการ	2-5 รายการ	6-10 รายการ	มากกว่า 10 รายการ	
ค่าโทรศัพท์มือถือ	ต่ำกว่า 100 บาทต่อเดือน	12 3.0%	14 3.5%	3 .7%	6 1.5%	35 8.7%
	101-300 บาทต่อเดือน	64 15.9%	85 21.1%	10 2.5%	12 3.0%	171 42.5%
	301-500 บาทต่อเดือน	49 12.2%	56 13.9%	5 1.2%	5 1.2%	115 28.6%
	501 บาทต่อเดือนขึ้นไป	23 5.7%	29 7.2%	1 .2%	2 .5%	55 13.7%
	ไม่ได้ใช้	14 3.5%	8 2.0%	2 .5%	2 .5%	26 6.5%
Total		162 40.3%	192 47.8%	21 5.2%	27 6.7%	402 100.0%

ภาคผนวก ๓ ความคิดเห็นของผู้ผลิตรายการในการเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร
กับรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ

ความคิดเห็นของผู้ผลิตรายการในการเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร กับรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ

ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทั้ง 8 คน สรุปได้เป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ประโยชน์ของการใช้เครื่องมือการสื่อสารในรายการ โทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบที่มีต่อผู้ชมและรายการ
2. วิธีการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารในรายการ โทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ
3. ทิศทางในอนาคตของรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ

ด้านที่ 1 ประโยชน์ของการใช้เครื่องมือการสื่อสารในรายการ โทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบที่มีต่อผู้ชมและรายการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการจำนวน 8 คน เกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้เครื่องมือการสื่อสารในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบที่มีต่อผู้ชมและรายการ ส่วนใหญ่ผู้ผลิตรายการได้ให้ข้อคิดเห็นคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันในบางส่วน ซึ่งแบ่งเป็น 2 ด้าน

1. ประโยชน์การใช้เครื่องมือการสื่อสารที่มีต่อรายการ
2. ประโยชน์การใช้เครื่องมือการสื่อสารที่มีต่อผู้ชม

1.1 ประโยชน์การใช้เครื่องมือการสื่อสารที่มีต่อรายการ

1. ทราบความนิยม (Rating) หรือการตอบกลับจากผู้ชม (Feedback) (วีระยุทธ พันภาคย์, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550; คุณฎี สีวังลาศ, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550)

2. ทราบว่าผู้ชมเข้าใจเนื้อหาที่ทางรายการจัดมาน้อยเพียงใด (วีระยุทธ พันภาคย์, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550)

3. แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ดิชมมาปรับปรุงรายการ (วีระยุทธ พันภาคย์, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550; อภินิษฐ์ มาโนชวงศ์ และอดิศร เชียงทอง, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550; อรรถการ พิมพ่วงศ์, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2550; นพปฎล กฤตโตปการ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2550; ชวนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550)

4. ผู้ชมมีส่วนร่วมในการผลิตรายการ เช่น ผู้ชมส่งจดหมายเล่าเหตุการณ์ต่างๆ หรือ ส่ง MMS นำภาพข่าวมานำเสนอในรายการ เปรียบเสมือนผู้ชมเป็นข้อมูลหรือหนังสือให้ทางรายการ ในขณะที่รายการเป็นข้อมูลให้กับผู้ชม (วิบูลย์ สิริตันขจร, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550; ปาณิสสรณ์นันท อภิภัทรกิตติ, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550; คุณฎี สีวังลาศ, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550)

1.2 ประโยชน์การใช้เครื่องมือการสื่อสารที่มีต่อผู้ชม

1. ผู้ชมมีส่วนร่วมในการจัดรายการ เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อมูลข่าวสาร (วีระยุทธ พันธ์ภาคย์, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550; วิบูลย์ ลีรัตนขจร, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550; อภินิษฐ์ มาโนชยวงศ์ และอดิศร เชียงทอง, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550; ปาณิสสรณ์ นันท์ อภิกัทรกิตติ, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550; คุณฉวี สีวังลาศ, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550)
2. ได้ความรู้เพิ่มเติม (วีระยุทธ พันธ์ภาคย์, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550)
3. ให้กำลังใจพิธีกรและผู้ประสบปัญหาต่างๆ (วิบูลย์ ลีรัตนขจร, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550; อรรถการ พิมพ่วงศ์, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2550; นพปฎล กฤตโตปการ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2550; ชวนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550)

ด้านที่ 2 วิธีการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการจำนวน 8 คน เกี่ยวกับวิธีการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ ส่วนใหญ่ผู้ผลิตรายการได้ให้ข้อคิดเห็นคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันในบางส่วน สรุปได้ดังนี้

1. ความสะดวกของผู้ชม เช่น SMS เนื่องจากใช้ง่ายและทุกคนมีโทรศัพท์มือถือ ด้วยเหตุนี้รายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบจำนวนมากจึงนิยมนำ SMS มาใช้ในรายการ (ปาณิสสรณ์ นันท์ อภิกัทรกิตติ, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550; คุณฉวี สีวังลาศ, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550; นพปฎล กฤตโตปการ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2550; ชวนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550; วีระยุทธ พันธ์ภาคย์, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550; อภินิษฐ์ มาโนชยวงศ์ และอดิศร เชียงทอง, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550)
2. ความถนัดและวัยของกลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยเด็กและผู้ใหญ่นิยมส่งจดหมาย เนื่องจากวัยนี้จะก้าวไม่ทันเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น วัยรุ่นและวัยทำงานนิยมใช้อีเมลล์ หรือโทรศัพท์มือถือ (ปาณิสสรณ์ นันท์ อภิกัทรกิตติ, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550; ชวนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550)
3. งบประมาณของผู้ชม (ชวนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550; วีระยุทธ พันธ์ภาคย์, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550)
4. การสื่อสารทุกช่องทาง เพื่อสื่อสารผู้ชมได้อย่างทั่วถึง และทราบความคิดเห็น (Feedback) ที่ผู้ชมมีต่อรายการ (วิบูลย์ ลีรัตนขจร, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550; อภินิษฐ์ มาโนชยวงศ์ และอดิศร เชียงทอง, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550; อรรถการ พิมพ่วงศ์, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2550)

5. ติดต่อกับผู้ชมได้เร็วที่สุดและง่ายที่สุด (วีระยุทธ พันธ์ภาคย์, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550; วิบูลย์ ลีรัตนขจร, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550)

ด้านที่ 3 ทิศทางในอนาคตของรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการจำนวน 8 คน เกี่ยวกับทิศทางในอนาคตของรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบ ส่วนใหญ่ผู้ผลิตรายการได้ให้ข้อคิดเห็นคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันในบางส่วน สรุปได้ดังนี้

1. ช่องทางการรับชมมีมากขึ้น เช่น สามารถดูการออกอากาศสดและรายการย้อนหลังผ่านโทรศัพท์มือถือ และเว็บไซต์ (วีระยุทธ พันธ์ภาคย์, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550; วิบูลย์ ลีรัตนขจร, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550; อภินิชฐ์ มาโนชขวงค์ และอดิศร เชียงทอง, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550; อรรถการ พิมพ่วงศ์, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2550; คุณฎี สีวังลาศ, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550; นพปฎล กฤตโตปการ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2550; ชวนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550)
2. ช่องทางการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการมีมากขึ้น เช่น ผู้ชมส่งคลิปวิดีโอ หรือ ข้อความมัลติมีเดีย (MMS) ลงอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ YOU TUBE (<http://www.youtube.com>) หรือการสนทนาออนไลน์ (Chat) หรือ ฝากข้อความในกระดานสนทนา (Webboard) เข้ามาพูดคุย ดิชมกับพิธีกรและทางรายการได้สดๆ ในสื่อใหม่ๆ เหล่านี้ (วีระยุทธ พันธ์ภาคย์, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550; วิบูลย์ ลีรัตนขจร, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550; อภินิชฐ์ มาโนชขวงค์ และอดิศร เชียงทอง, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550; อรรถการ พิมพ่วงศ์, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2550; คุณฎี สีวังลาศ, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2550; นพปฎล กฤตโตปการ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2550; ชวนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2550)
3. รายการโทรทัศน์มีการขยายสถานีหรือรายการโทรทัศน์จำนวนมากขึ้น (อรรถการ พิมพ่วงศ์, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2550)
4. ผู้ชมสามารถโต้ตอบกับรายการได้ทันที รายการจะมีลักษณะเสมือนจริงมากขึ้น การโต้ตอบกับผู้ชมรวดเร็วทันสมัยยิ่งขึ้น (ปานิสสรณ์นันท อภิภัทรกิตติ, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2550)

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวสุรีย์พร บุญสมภาร เกิดเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2526 ภูมิลำเนา จังหวัด กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีครุศาสตร์บัณฑิต สาขาเทคโนโลยีและ นวัตกรรมการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาในปีการศึกษา 2548 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรครุศาสตร์ มหาบัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2548

ประวัติการทำงาน

14 พย.50 – 31 ตค.51

ผู้ควบคุมการผลิตรายการสำรวจโลก บริษัท เน็กซ์เต็ป จำกัด

15 พย.51 – ปัจจุบัน

Assistant Producer รายการแข่งแรงทั่วไทยกับไวตามิลค์ทูโก บริษัท โลฟทีวี จำกัด

