



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง "การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี" ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากการประมวลผลของแบบสอบถามด้วยโปรแกรม SPSS/PC⁺ โดยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตาราง ซึ่งแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- ตอนที่ 1 - การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (*Descriptive Analysis*) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบาย
- 1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส
 - 1.2 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีของกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.3 การรับรู้ประโยชน์ที่ได้จากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี
 - 1.4 การนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี
 - 1.5 ความต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่มีการนำเสนอเนื้อหา/เรื่องราวประเภทต่าง ๆ
 - 1.6 ความคิดเห็นที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน
- ตอนที่ 2 - การทดสอบสมมติฐาน (*Hypothesis Testing*) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้
- 2.1 ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ONEWAY ANOVA) เพื่ออธิบายความแตกต่างของการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีระหว่างกลุ่มที่มีลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1
 - 2.2 ใช้วิธีการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2-4
 - 2.3 ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ 2 ทาง (TWOWAY ANOVA) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
16-20 ปี	94	22.6
21-30 ปี	175	42.1
31-40 ปี	101	24.3
41-50 ปี	38	9.1
51 ปีขึ้นไป	8	1.9
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีที่ศึกษาในครั้งนี้นั้นส่วนมากจะมีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี โดยมีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 อายุ 16-20 ปี มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 อายุ 41-50 ปี มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 และอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี-สูงกว่าปริญญาตรี	237	57.0
อนุปริญญา, ปวส., ปวท.	46	11.1
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	133	32.0
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ในจำนวนกลุ่มผู้ชมสตรีทั้งหมดนั้นมากกว่าครึ่งหนึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ เป็นสตรีที่มีการศึกษากว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 32.0 และระดับอนุปริญญา, ปวส., ปวท. ร้อยละ 11.1

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	89	21.4
พนักงานบริษัทเอกชน	84	20.2
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	87	20.9
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	76	18.3
แม่บ้าน	80	19.2
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีที่ศึกษาในครั้งนี้มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจและข้าราชการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมา คือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา ร้อยละ 20.9 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน และผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัวหรือค้าขาย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20.2, 19.2 และ 18.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 6,000	158	38.0
6,001-10,000	142	34.1
10,001-15,000	61	14.7
สูงกว่า 15,000	55	13.2
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีที่ศึกษาในครั้งนี้อยู่ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา คือ รายได้ 6,001-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.1, และ 14.7 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 15,000 บาท มีเพียงร้อยละ 13.2

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	239	57.5
แต่งงานแล้ว	166	39.9
หย่าร้าง, แยกกันอยู่, หม้าย	11	2.6
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีที่ศึกษามากกว่าครึ่งหนึ่งมีสถานภาพโสด โดยคิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมา คือ ผู้ที่แต่งงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 39.9 ที่เหลือร้อยละ 2.6 เป็นผู้ที่หย่าร้าง แยกกันอยู่ หรือเป็นหม้าย

1.2 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

รายการ	ค่าเฉลี่ยในการเปิดรับ (\bar{X}) ช่วงคะแนน 0-2 (N = 416)
เมนูลูกรัก	.68
ผู้หญิงอยากรู้	1.02
ผู้หญิงวันนี้เดลีแมกกาซีน	.75
สบายสไตล์มยุรา	.98
ผู้หญิงไทย	.39
ผู้หญิงวันนี้	.97
น้ำใจไมตรี	.34
สมองใส	.50
Body Talk	.38
ผู้หญิง'95	.39
หญิงยุคใหม่	.40
ร้อยเรียงเคียงหญิง	.35
แฟชั่นสวยตามสมัย	.65
ปกิณกะความงาม	.53
อร่อยช่อง 5	.79
ครบเครื่องเรื่องผู้หญิง	1.20
รักลูกให้ถูกทาง	1.18
สองมือแม่	.72
เพื่อนคู่ครัว	.69
ผู้หญิง ผู้หญิง	.93
เล่นที่แม่บ้าน	.66

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ชมสตรีเปิดรับรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง รักลูกให้ถูกทาง และผู้หญิงอยากรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับเท่ากับ 1.20 , 1.18 และ 1.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามการใช้เวลาในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

การใช้เวลา	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 ชั่วโมง	41	9.9
30 นาที - 1 ชั่วโมง	148	35.6
15-30 นาที	157	37.7
น้อยกว่า 15 นาที	70	16.8
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีจะใช้เวลาในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นระยะเวลา 15-30 นาทีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมา คือ 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 35.6 และน้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 16.8 ส่วนผู้ที่ใช้เวลาดูมากกว่า 1 ชั่วโมง มีเพียงร้อยละ 9.9

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามช่วงเวลาที่ได้รับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
เช้า 7.00-9.00 น.	186	44.7
สาย 9.00-12.00 น.	3	.7
บ่าย 12.00-16.00 น.	56	13.5
เย็น 16.00-18.30 น.	171	41.1
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ช่วงเวลาที่กลุ่มผู้ชมสตรีได้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมากที่สุด คือ ช่วงเช้า (7.00-9.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมา คือ ช่วงเย็น (16.00-18.30 น.) คิดเป็นร้อยละ 41.1 ส่วนช่วงบ่าย (12.00-16.00 น.) และช่วงสาย (9.00-16.00 น.) มีเพียงร้อยละ 13.5 และ ร้อยละ .7 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละตามเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างดูรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

เหตุผลที่ดู	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความสนุกสนานบันเทิง	56	13.5
เพื่อรับรู้ประโยชน์ในเรื่องราวต่าง ๆ	187	45.0
เพื่อนำไปพูดคุยกับเพื่อน	7	1.7
เพื่อเป็นเพื่อนขณะทำกิจกรรมอื่น	21	5.0
เพื่อเป็นการใช้เวลาว่าง	32	7.7
เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก จำเจ น่าเบื่อ	11	2.6
เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ความเชื่อมั่น	20	4.8
เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	77	18.5
ชอบพิธีกร	5	1.2
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า เหตุผลที่สำคัญที่สุด 3 อันดับแรกที่กลุ่มผู้ชมสตรีดูรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี คือ เพื่อรับรู้ประโยชน์ในเรื่องราวต่าง ๆ, เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และเพื่อความสนุกสนานบันเทิง โดยคิดเป็นร้อยละ 45.0, 18.5 และ 13.5 ตามลำดับ ส่วนเหตุผลอื่น ๆ รองลงมาคือ เพื่อเป็นการใช้เวลาว่าง, เพื่อเป็นเพื่อนขณะทำกิจกรรมอื่น, เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ความเชื่อมั่น, เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก จำเจ น่าเบื่อ, เพื่อนำไปพูดคุยกับเพื่อน และสุดท้าย คือ ชอบพิธีกร

สำหรับพิธีกรที่ชอบ กลุ่มผู้ชมสตรีได้ระบุชื่อพิธีกร ได้แก่ มยุรา เศวตศิลา (จำนวน 3 คน), ดวงตา ตุงคะมณี (จำนวน 1 คน) และดวงดาว จารุจินดา (จำนวน 1 คน) เหตุผลที่ชอบมยุรา และดวงตา เพราะมีบุคลิกดี มนุษย์สัมพันธ์ดี ร่าเริง เก่ง น่ารัก เป็นธรรมชาติ ส่วนดวงดาว ให้เหตุผลว่า พูดจารู้เรื่องดี มีสาระ น่าเชื่อถือ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามสถานที่ดูรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

สถานีโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	164	39.4
ช่อง 5	48	11.5
ช่อง 7	183	44
ช่อง 9	21	5
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า สถานีโทรทัศน์ที่กลุ่มผู้ชมสตรีดูรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมากที่สุด คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา คือ ช่อง 3 และช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 39.4 และ 11.5 ตามลำดับ ส่วนช่อง 9 นั้นมีคนดูน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

ประเภทของเนื้อหา	จำนวน	ร้อยละ
เกี่ยวกับการบ้าน การเรียน ทำอาหาร	60	14.4
เกี่ยวกับการทำงาน อาชีพ	42	10.1
เกี่ยวกับแฟชั่น ความงาม	160	38.5
เกี่ยวกับครอบครัว สมาชิกในบ้าน	40	9.6
เกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร	27	6.5
เกี่ยวกับการประพฤติปฏิบัติตนเพื่อการมีกริยามารยาทที่ดีงาม	26	6.3
เกี่ยวกับการสนทนา ถกปัญหาต่าง ๆ ในสังคม/ชีวิตประจำวัน	56	13.5
อื่น ๆ	5	1.2
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีชอบดูรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น ความงาม มากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 38.5 อันดับ 2 คือ เนื้อหาเกี่ยวกับการบ้าน การเรียน ทำอาหาร คิดเป็นร้อยละ 14.4 อันดับ 3 คือ รายการเกี่ยวกับการสนทนา ถกปัญหาต่าง ๆ ในสังคม/ชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ส่วนอันดับรอง ๆ ลงมา ได้แก่ รายการเกี่ยวกับการทำงาน อาชีพ, เกี่ยวกับครอบครัว สมาชิกในบ้าน, เกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร, เกี่ยวกับการประพฤติ ปฏิบัติตนเพื่อการมีกริยามารยาท/บุคลิกภาพที่ดีงาม และอื่น ๆ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามความสนใจในการดูรายการโทรทัศน์ สำหรับสตรี

ความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจดูตลอดจนจบรายการ	18	4.3
ดูไปด้วยทำกิจกรรมอื่นไปด้วย	167	40.1
ดูสลับกับรายการอื่น ๆ	151	36.3
ดูตามที่คนอื่นเปิดดู	80	19.2
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีสนใจดูรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีโดยการดูไปด้วยทำกิจกรรมอื่นไปด้วยสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.1 ดูสลับกับรายการอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 36.3 ดูตามที่คนอื่นเปิดดู คิดเป็นร้อยละ 19.2 และผู้ที่สนใจดูตลอดจนจบรายการมีเพียงร้อยละ 4.3 เท่านั้น

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามลักษณะการติดตามดูรายการโทรทัศน์ สำหรับสตรี

ลักษณะการติดตามดู	จำนวน	ร้อยละ
เคยและดูตลอดทุกครั้ง	28	6.7
เคยติดตามและดูเกือบทุกครั้ง	76	18.3
เคยติดตามและดูบ้างเป็นบางครั้ง	186	44.7
ไม่เคยติดตามดูรายการใดเป็นพิเศษ	126	30.3
รวม	416	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ชมสตรีเกือบครึ่งหนึ่งเคยติดตามและดูรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีบ้างเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.7 ไม่เคยติดตามดูรายการใดเป็นพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 30.3 เคยติดตามและดูเกือบทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.3 ส่วนผู้ที่เคยและดูตลอดทุกครั้งมีเพียงร้อยละ 6.7

1.3 การรับรู้ประโยชน์ที่ได้จากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ประโยชน์ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีที่ได้จากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

การรับรู้ประโยชน์ ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ช่วงคะแนน 1-5 (N = 416)
ความรู้เฉพาะตัวสตรีเกี่ยวกับการดูแลป้องกันรักษาร่างกาย และจิตใจ	3.84
ความรู้ในการทำงาน การประกอบอาชีพด้านต่าง ๆ	3.18
ความรู้ในการดำเนินชีวิตที่ดี มีเมตตาธรรม ประพฤติดี	3.19
การศึกษาแสวงหาความรู้ให้เห็นประโยชน์ของการเรียนรู้	3.22
รู้วิธีการตัดสินใจแก้ปัญหาและลดความขัดแย้งในตัวเอง	3.09

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีมีการรับรู้ประโยชน์ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีในเรื่องของความรู้เฉพาะตัวสตรีเกี่ยวกับการดูแลป้องกันรักษาร่างกายและจิตใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ การศึกษาแสวงหาความรู้ให้เห็นประโยชน์ของการเรียนรู้และการศึกษาเพิ่มเติม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.22 ความรู้ในการดำเนินชีวิตที่ดี มีเมตตาธรรม มีความประพฤติดี และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.19 ความรู้ในการทำงาน การประกอบอาชีพด้านต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.18 และรู้วิธีการตัดสินใจแก้ปัญหาและลดความขัดแย้งในตัวเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.09

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ประโยชน์ด้านชีวิตและครอบครัวที่ได้จากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

การรับรู้ประโยชน์ ด้านชีวิตและครอบครัว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ช่วงคะแนน 1-5 (N = 416)
ความรู้ในการครองเรือน	3.55
ความรู้ในการเลือกคู่ครอง การแต่งงาน เพศศึกษา	3.17
ความรู้เกี่ยวกับการบ้าน การเรือน	3.56
ความรู้เรื่องการเลี้ยงดูอบรมบุตรหลาน	3.38

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีมีการรับรู้ประโยชน์ด้านชีวิตและครอบครัวในเรื่องความรู้เกี่ยวกับการบ้านการเรือนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมา คือ ความรู้ในการครองเรือน วิธีปฏิบัติตนในฐานะภรรยา มารดา และบุตรเพื่อให้เกิดความสุขและความอบอุ่นในครอบครัว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 ความรู้เรื่องการเลี้ยงดูอบรมบุตรหลาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.38 และความรู้ในการเลือกคู่ครอง การแต่งงาน เพศศึกษา คุณธรรมทางเพศ การคุมกำเนิด การทำแท้ง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.17

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคมที่ได้จากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

การรับรู้ประโยชน์ ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ช่วงคะแนน 1-5 (N = 416)
ความรู้เกี่ยวกับค่านิยมและบทบาทสตรี	3.35
ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจ	3.02
ความรู้เกี่ยวกับการเมืองและการปกครอง	2.92
ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมและศาสนา	3.06

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีมีการรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคมในเรื่องความรู้เกี่ยวกับค่านิยมและบทบาทสตรีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมา คือ ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมและศาสนา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.06 ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.02 และความรู้เกี่ยวกับการเมืองและการปกครอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.92

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของการรับรู้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ที่ได้จากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

การรับรู้ประโยชน์	ค่าเฉลี่ยรวม (\bar{X}) ช่วงคะแนน 1-5 (N = 416)
ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี	3.30
ด้านชีวิตและครอบครัว	3.42
ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม	3.09

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ชมสตรีมีการรับรู้ประโยชน์ที่ได้จากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในด้านชีวิตและครอบครัวมากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.42 รองลงมา คือ การรับรู้ประโยชน์ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 3.30 และอันดับ 3 คือ การรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.09 ซึ่งถ้าพิจารณาในส่วนรวมสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ที่ได้จากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีอยู่ในระดับปานกลาง

(ใช้เกณฑ์เฉลี่ย 1.00-1.50	=	รับรู้ประโยชน์น้อยมาก
1.51-2.50	=	น้อย
2.51-3.50	=	ปานกลาง
3.51-4.50	=	มาก
และ 4.51 ขึ้นไป	=	รับรู้ประโยชน์มากที่สุด)

1.4 การนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเอง

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยของการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี

การนำไปใช้ประโยชน์ ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ช่วงคะแนน 1-5 (N = 416)
ทำให้ตนเองเป็นผู้สนใจแสวงหาข้อมูลความรู้ต่าง ๆ มากขึ้น	3.37
เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในงาน/อาชีพ/วิชาที่ศึกษาอยู่	3.33
นำไปใช้ทางด้านร่างกาย การแต่งกาย แฟชั่น ความงาม	3.62
ทำให้เป็นผู้มีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าตัดสินใจ	3.36
เสริมสร้างความรู้ในการดำเนินชีวิต มีคุณธรรม จริยธรรม	3.30

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีมีการนำประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีในเรื่องของการนำไปใช้ทางด้านร่างกาย การแต่งกาย แฟชั่น ความงามเสริมสร้างให้เป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ดึงดูดเหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมาคือ ทำให้ตนเองเป็นผู้สนใจแสวงหาข้อมูลความรู้เรื่องต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 ทำให้เป็นผู้มีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าตัดสินใจ กล้าเผชิญปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.36 เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในงาน อาชีพ วิชาที่กำลังศึกษาอยู่ดียิ่งขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 และเสริมสร้างความรู้ในการดำเนินชีวิต มีคุณธรรม จริยธรรม ความประพฤติที่ดีงาม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.30

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยของการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองด้านชีวิตและครอบครัว

การนำไปใช้ประโยชน์ด้านชีวิตและครอบครัว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ช่วงคะแนน 1-5 (N = 416)
นำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตครอบครัวการครองเรือน	3.49
ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องเหมาะสม	3.33
ทำให้เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบมากยิ่งขึ้น	3.25
ทำให้เป็นผู้ที่มีความอดทน เข้มแข็ง	3.20
ทำให้เป็นผู้ที่เข้าใจชีวิต เข้าใจตนเองและผู้อื่นดียิ่งขึ้น	3.32

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีมีการนำประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองด้านชีวิตและครอบครัวในเรื่องการดำเนินชีวิตครอบครัว ในการครองเรือนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมา คือ นำไปใช้ในการปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องเหมาะสมในฐานะภรรยา มารดา และบุตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 ทำให้เป็นผู้ที่เข้าใจชีวิต เข้าใจตนเอง และผู้อื่นได้ดียิ่งขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 ทำให้เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบมากยิ่งขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.25 และทำให้เป็นผู้ที่มีความอดทน เข้มแข็งมากยิ่งขึ้นในการเผชิญปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.20

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยของการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

การนำไปใช้ประโยชน์ ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ช่วงคะแนน 1-5 (N = 416)
เสริมสร้างให้มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพปัญหาของสังคมไทย	3.34
เสริมสร้างให้มีความรู้ ความเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณีไทย	3.18
เสริมสร้างให้มีความรู้ ความเข้าใจในบทบาทของความเป็นสตรีดิยงขึ้น	3.36
ทำให้เป็นผู้ที่ปกป้องรักษาผลประโยชน์ของส่วนรวม	3.02

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีมีการนำประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองด้านการมีส่วนร่วมในสังคมในเรื่องของการเสริมสร้างให้มีความรู้ ความเข้าใจในบทบาทของความเป็นสตรีดิยงขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.36 รองลงมา คือ เสริมสร้างให้มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพและปัญหาของสังคมไทยในด้านต่าง ๆ ทั้งสังคม เศรษฐกิจ การเมืองดิยงขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.34 เสริมสร้างให้มีความรู้ ความเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรมศาสนาและประวัติศาสตร์ของชาติไทยดิยงขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.18 และทำให้เป็นผู้ที่ปกป้องรักษาผลประโยชน์ของส่วนรวม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.02

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองด้านต่าง ๆ

การนำไปใช้ประโยชน์	ค่าเฉลี่ยรวม (\bar{X}) ช่วงคะแนน 1-5 (N = 416)
ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี	3.39
ด้านชีวิตและครอบครัว	3.32
ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม	3.23

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีมีการนำประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 3.39 อันดับสอง คือ ด้านชีวิตและครอบครัว คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 3.32 และอันดับสาม คือ ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.23 ซึ่งถ้าพิจารณาโดยส่วนรวม สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการนำเอาประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองอยู่ในระดับปานกลาง

(ใช้เกณฑ์เฉลี่ย 1.00-1.50	=	นำไปใช้ประโยชน์น้อยมาก
1.51-2.50	=	น้อย
2.51-3.50	=	ปานกลาง
3.51-4.50	=	มาก
และ 4.51 ขึ้นไป	=	นำไปใช้ประโยชน์มากที่สุด)



1.5 ความต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่มีการนำเสนอเนื้อหา/เรื่องราวประเภทต่าง ๆ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามความต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีของกลุ่มตัวอย่าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ความต้องการรายการเกี่ยวกับ	จำนวน (416)	ร้อยละ (100.0)
การสนทนา ทัศนียภาพต่าง ๆ	89	21.4
ความรู้ด้านต่าง ๆ	88	21.2
ส่งเสริมคตินิยม จารีตประเพณี	78	18.8
ความปลอดภัยของสตรี	201	48.3
การปฏิบัติตนเพื่อมารยาทที่งดงาม	84	20.2
บทบาทและสิทธิสตรี	72	17.3
สุขภาพเฉพาะสตรี	74	17.8
การบ้าน การเรียน	80	19.2
การทำงาน อาชีพ	73	17.5
แฟชั่น ความงาม	114	27.4
ครอบครัว สมาชิกในบ้าน	85	20.4
การเลี้ยงดูบุตร	85	20.4

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ชมสตรีมีความต้องการให้รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีการนำเสนอรายการที่มีเนื้อหา เรื่องราวเกี่ยวกับความปลอดภัยของสตรี การดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบันมากที่สุด เป็นอันดับ 1 โดยคิดเป็นร้อยละ 48.3 อันดับสอง คือ รายการเกี่ยวกับแฟชั่น ความงาม คิดเป็นร้อยละ 27.4 อันดับสาม คือ รายการเกี่ยวกับการสนทนา ทัศนียภาพต่าง ๆ ในสังคม ชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ส่วนเนื้อหาที่ต้องการรองลงมา คือ รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ด้านต่าง ๆ (เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ฯลฯ), เกี่ยวกับชีวิตครอบครัว สมาชิกในบ้าน, เกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร, เกี่ยวกับความประพฤติปฏิบัติตนเพื่อการมีมารยาท บุคลิกภาพที่งดงาม, เกี่ยวกับการบ้านการเรียน, เกี่ยวกับคตินิยม จารีตประเพณี, เกี่ยวกับสุขภาพเฉพาะสตรี, เกี่ยวกับการทำงาน อาชีพ และเกี่ยวกับบทบาทและสิทธิสตรี

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลของความต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่มีการนำเสนอเนื้อหา เรื่องราวประเภทต่าง ๆ

เหตุผลของความต้องการรายการเกี่ยวกับ	ระบุเหตุผล	ไม่ระบุเหตุผล	รวม
ความปลอดภัย - มีอาชญากรรมที่เป็นอันตรายต่อผู้หญิงมากในสังคม กรุงเทพ	162 (38.9)	39 (9.4)	201 (48.3)
แฟชั่น ความงาม - จะได้ทันสมัย ทันแฟชั่น เสริมบุคลิกภาพความงามแก่ตัว เอง	92 (22.1)	22 (5.3)	114 (27.4)
การสนทนา ถกปัญหาในสังคม /ชีวิตประจำวัน - ทันสมัย ทันเหตุการณ์ และมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา สังคม นำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้	70 (16.8)	19 (4.6)	89 (21.4)
ความรู้ด้านต่าง ๆ - เพิ่มพูนความรู้รอบตัว และทันต่อเหตุการณ์บ้านเมือง	74 (17.8)	14 (3.4)	88 (21.2)
การเลี้ยงดูบุตร - มีความรู้ในการเลี้ยงดู อบรมลูกในทางที่ถูกต้อง	64 (15.4)	21 (5.0)	85 (20.4)
ครอบครัว สมาชิกในบ้าน - ส่งเสริมสถาบันครอบครัว สร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์ ก่อให้เกิดความรัก ความอบอุ่นในครอบครัว	58 (13.9)	27 (6.5)	85 (20.4)
ความประพฤติเพื่อการมีมารยาทที่ดีงาม - เสริมสร้างบุคลิกภาพ มารยาทที่ดีงาม และช่วยรักษาสิ่งที่ดี งามของสตรีไทยไว้จากอิทธิพลตะวันตก	58 (13.9)	26 (6.2)	84 (20.2)
การบ้าน การเรียน - เป็นเรื่องใกล้ตัวซึ่งผู้หญิงควรรู้ไว้จะได้เป็นแม่บ้านแม่เรียน	56 (13.5)	24 (5.8)	80 (19.2)
คติธรรม - เสริมสร้างความรู้ ข้อคิด คติธรรม จริยธรรมที่ดีงามสำหรับ หญิงไทย	60 (14.4)	18 (4.3)	78 (18.8)
สุขภาพสตรี - รู้วิธีป้องกัน ดูแลรักษาสุขภาพของตนเองได้ เพราะโรคสตรี มีมาก	57 (13.7)	17 (4.1)	74 (17.8)
การทำงาน อาชีพ - เสริมสร้างทักษะความรู้ ความเชื่อมั่นในการทำงาน แนะ แนวอาชีพ เพราะปัจจุบันสตรีทำงานนอกบ้านมาก	53 (12.7)	20 (4.8)	73 (17.5)
บทบาทและสิทธิสตรี - เสริมสร้างให้มีความรู้ ความเข้าใจในบทบาทสตรี ให้สตรีมี บทบาทเท่าเทียมบุรุษ	51 (12.3)	21 (5.0)	72 (17.3)

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีได้ให้เหตุผลเกี่ยวกับความต้องการรายการที่น่าเสนอเกี่ยวกับความปลอดภัยของสตรีไว้ว่า สังคมกรุงเทพไม่ค่อยจะปลอดภัย มีอาชญากรรมที่เป็นอันตรายต่อผู้หญิงมากมาย ถ้ามีรายการประเภทนี้จะได้ช่วยชี้ให้เห็นภัยซึ่งสามารถนำไปใช้ป้องกันตัวเองได้ คิดเป็นร้อยละ 38.9

ส่วนเหตุผลที่ต้องการรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น ความงาม เพราะจะได้ทันสมัย ทันแฟชั่น และสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้ในด้านการเสริมสร้างบุคลิกภาพ ความงาม คิดเป็นร้อยละ 22.1

และเหตุผลที่ต้องการรายการเกี่ยวกับการสนทนา ทัศนคติในสังคม/ชีวิตประจำวัน เพราะทำให้ทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม ทันสมัย ทันเหตุการณ์ เปิดโอกาสให้สตรีได้รับรู้และมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสังคม และยังสามารถนำมาเป็นตัวอย่างประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ คิดเป็นร้อยละ 16.8

1.6 ความคิดเห็นที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน

ความคิดเห็น	ดีแล้ว (ร้อยละ)	ควรปรับปรุง (ร้อยละ)	ไม่ตอบ (ร้อยละ)	รวม
เนื้อหาสาระ	312 (75.0)	87 (20.9)	17 (4.1)	416 (100.0)
เทคนิคและรูปแบบการดำเนินรายการ	317 (76.2)	82 (19.7)	17 (4.1)	416 (100.0)
พิธีกรผู้ดำเนินรายการ	304 (73.1)	95 (22.8)	17 (4.1)	416 (100.0)
วันและเวลาที่ออกอากาศ	276 (66.3)	123 (29.6)	17 (4.1)	416 (100.0)

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ชมสตรีต้องการให้รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีการปรับปรุงในด้านวันและเวลาที่ออกอากาศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมา คือ ปรับปรุงด้านพิธีกรผู้ดำเนินรายการ คิดเป็นร้อยละ 22.8 รองลงมา คือ ด้านเนื้อหาสาระ และด้านเทคนิคการจัดและรูปแบบการดำเนินรายการ คิดเป็นร้อยละ 20.9 และ 19.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการปรับปรุงรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีด้านต่าง ๆ

เหตุผลที่ต้องการให้มีการปรับปรุงรายการด้านต่าง ๆ	ระบุเหตุผล (ร้อยละ)	ไม่ระบุเหตุผล (ร้อยละ)	รวม
เนื้อหาสาระ - ปรับปรุงให้มีเนื้อหาที่หลากหลาย แปลกใหม่ มีสาระ ความรู้ประเทืองปัญญา ไม่นั่นแพ้นความงามมากเกินไป	75 (18.0)	12 (2.9)	87 (20.9)
เทคนิคและรูปแบบการดำเนินรายการ - เชิญบุคคลที่น่าสนใจ ทำประโยชน์ต่อสังคมมาออก รายการ - ปรับปรุงฉากให้ทันสมัย และเทคนิคการถ่ายทำให้ดึงดูด ใจ รวมถึงการถ่ายทำนอกสถานที่บ้าง ปรับปรุงรูปแบบการ นำเสนอให้เหมาะสม - ให้คนดูมีส่วนร่วมในรายการ	22 (5.3) 34 (8.2) 12 (2.9)	14 (3.4)	82 (19.7)
พิธีกรผู้ดำเนินรายการ - การพูดจาให้ชัดเจน ถูกต้องตามอักขระภาษาไทย - บุคลิกภาพ การแต่งกายให้เหมาะสม ถูกกาลเทศะ - มีคุณวุฒิ วิทยุติและความรู้ในเรื่องที่จะพูดดี	31 (7.5) 24 (5.8) 32 (7.7)	8 (1.9)	95 (22.8)
วันและเวลาที่ออกอากาศ - เย็นหลังเลิกเรียน/ทำงาน - ช่วงกลางคืน หลังข่าว/ละคร - วันเสาร์-อาทิตย์ - เพิ่มวัน-เวลาออกอากาศให้มากกว่าเดิม	38 (9.1) 32 (7.7) 28 (6.7) 18 (4.3)	7 (1.7)	123 (29.6)

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นถึงเหตุผลที่กลุ่มผู้ชมสตรีต้องการให้มีการปรับปรุงรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีด้านวันและเวลาออกอากาศ โดยอยากให้มีการเปลี่ยนเวลาให้มาอยู่ในช่วงเย็นหลังเลิกเรียน/ทำงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 9.1 ช่วงกลางคืน หลังข่าว/ละคร ร้อยละ 7.7 วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 6.7 และเพิ่มวัน-เวลาออกอากาศให้มากกว่าเดิม ร้อยละ 4.3

ด้านพิธีกร กลุ่มผู้ชมสตรีมีความต้องการให้มีการปรับปรุงในเรื่องคุณสมบัติ วิทยุติของพิธีกรให้เหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ รวมถึงมีความรู้จริงในเรื่องที่จะพูด มีความฉลาด คิดเป็นร้อยละ 7.7 นอกจากนี้ควรปรับปรุงเรื่องการพูดให้ชัดเจน ถูกต้องตามอักขระภาษาไทย รวมถึงการพูดจาให้เหมาะสม ไม่ก้าวร้าว และควรให้เกียรติผู้ร่วมรายการ คิดเป็นร้อยละ 7.5 และปรับปรุงบุคลิกภาพให้ดูน่าเชื่อถือ ระวังกริยามารยาท การนั่ง การแต่งกายให้ถูกกาลเทศะ คิดเป็นร้อยละ 5.8

ด้านเนื้อหาสาระ กลุ่มผู้ชมสตรีให้เหตุผลว่าอยากให้มีการปรับปรุงรายการให้มีเนื้อหาสาระที่หลากหลายมากขึ้น แปลกใหม่ ไม่ซ้ำซากจำเจ ให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์ อย่าเน้นแฟชั่นความงามมากเกินไป ควรมีสาระความรู้ที่น่าสนใจ ประเทืองปัญญามากกว่าที่เป็นอยู่ คิดเป็นร้อยละ 18

ด้านเทคนิคการจัดและรูปแบบการดำเนินรายการ กลุ่มผู้ชมสตรีให้เหตุผลในการปรับปรุงในเรื่องต่อไปนี้เป็น คือ ควรปรับปรุงเรื่องฉาก-อุปกรณ์ประกอบฉากให้ทันสมัย เทคนิคการถ่ายทำให้ดึงดูดใจ รวมถึงการถ่ายทำให้มีนอกสถานที่บ้าง รูปแบบการนำเสนอให้เป็นสากล คิดเป็นร้อยละ 8.2 นอกจากนี้ให้เชิญบุคคลที่น่าสนใจมากกว่านี้ออกกรายการ เช่น ผู้ทำคุณประโยชน์ต่อสังคม เป็นแบบอย่างต่อสังคม ไม่นั่นแต่ดารารหรือบุคคลไฮโซ คิดเป็นร้อยละ 5.3 และอยากให้คนดูมีส่วนร่วมในรายการบ้าง คิดเป็นร้อยละ 2.9

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : สตรีที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีต่างกัน

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน

ประเภทรายการ	ช่วงอายุ										F
	16-20 ปี (94)		21-30 ปี (175)		31-40 ปี (101)		41-50 ปี (38)		51 ปีขึ้นไป (8)		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
เลี้ยงดูบุตร	.72	.40	.82	.43	1.03	.46	.97	.42	.79	.50	7.62*
ทำอาหาร	.55	.43	.66	.46	.76	.41	.66	.51	.59	.50	2.69*
แฟชั่น ความงาม	.36	.41	.43	.42	.53	.44	.42	.35	.39	.38	2.11
วาไรตี้สตรี	.87	.28	.90	.33	.92	.36	.85	.39	.77	.40	.64

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีแตกต่างกัน โดยรายการที่เปิดรับแตกต่างกัน ได้แก่ รายการเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร และรายการทำอาหาร

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ละคู่แบบ Scheffé พบว่า สตรีที่มีอายุ 31-40 ปี ดูรายการเลี้ยงดูบุตรมากกว่าสตรีอายุ 16-20 ปี และ 21-30 ปี นอกจากนี้ยังพบว่าสตรีอายุ 31-40 ปี ดูรายการทำอาหารมากกว่าสตรีอายุ 16-20 ปี สำหรับรายการอื่นทดสอบแล้วไม่พบคู่ที่แตกต่าง

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ประเภทรายการ	ระดับการศึกษา						F
	ปริญญาตรี- สูงกว่า (237)		อนุปริญญา, ปวส., ปวท. (46)		ต่ำกว่ามัธยม ปลาย (133)		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
เลี้ยงดูบุตร	.81	.44	.88	.41	.95	.46	4.85*
ทำอาหาร	.57	.42	.68	.46	.81	.46	13.31*
แฟชั่น ความงาม	.39	.40	.48	.41	.50	.45	3.39*
วาไรตี้สตรี	.88	.30	.89	.33	.91	.38	.33

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีแตกต่างกัน โดยสตรียิ่งมีการศึกษาสูง ยิ่งเปิดรับน้อยลง รายการที่เปิดรับแตกต่างกัน ได้แก่ รายการเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร รายการทำอาหาร และรายการแฟชั่น ความงาม

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนทีละคู่แบบ Scheffé พบว่า สตรีที่มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลายดูรายการเลี้ยงดูบุตร ทำอาหาร แฟชั่น ความงาม มากกว่าสตรีที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า สำหรับรายการอื่นทดสอบแล้วไม่พบคู่ที่แตกต่าง

ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน

ประเภทรายการ	อาชีพ										F
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ, ข้าราชการ (89)		พนักงาน บริษัทเอกชน (84)		นักเรียน นิสิต นักศึกษา (87)		กิจการ- ส่วนตัว, ค้าขาย (76)		แม่บ้าน (80)		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
เลี้ยงดูบุตร	.94	.44	.77	.43	.66	.37	.91	.46	1.06	.44	11.15*
ทำอาหาร	.72	.47	.55	.44	.52	.41	.69	.45	.83	.42	6.95*
แฟชั่น ความงาม	.43	.41	.43	.43	.33	.39	.51	.45	.49	.41	2.35
วาไรตี้สตรี	.94	.35	.87	.31	.82	.25	.91	.40	.92	.34	1.68

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 28 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีแตกต่างกัน โดยรายการที่เปิดรับแตกต่างกัน ได้แก่ รายการเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร และรายการทำอาหาร

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ละคู่แบบ Scheffé พบว่า สตรีที่มีอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และแม่บ้าน ดูรายการเลี้ยงดูบุตรมากกว่ากลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และสตรีที่เป็นแม่บ้านดูรายการทำอาหารมากกว่านักเรียน นิสิต นักศึกษาและพนักงานบริษัทเอกชน สำหรับรายการอื่นทดสอบแล้วไม่พบคู่ที่แตกต่าง

ตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน

ประเภทรายการ	รายได้ (บาท)								F
	ต่ำกว่า 6,000 (158)		6,001-10,000 (142)		10,001-15,000 (61)		สูงกว่า 15,000 (55)		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
เลี้ยงดูบุตร	.77	.41	.94	.44	.83	.45	.96	.55	4.52*
ทำอาหาร	.64	.43	.74	.46	.58	.48	.58	.44	2.79*
แฟชั่น ความงาม	.39	.41	.51	.44	.33	.37	.49	.44	3.86*
วาไรตี้สตรี	.87	.33	.89	.30	.90	.34	.95	.40	.87

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 29 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีแตกต่างกัน โดยรายการที่เปิดรับแตกต่างกัน ได้แก่ รายการเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร รายการทำอาหาร และรายการแฟชั่น ความงาม

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ละคู่แบบ Scheffé พบว่า สตรีที่มีรายได้ 6,001-10,000 บาท ดูรายการเลี้ยงดูบุตรมากกว่าสตรีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่าสตรีรายได้ 6,001-10,000 ดูรายการแฟชั่น ความงามมากกว่าสตรีรายได้ 10,001-15,000 บาท สำหรับรายการอื่นทดสอบแล้วไม่พบคู่ที่แตกต่าง

ตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

การเปิดรับ	สถานภาพสมรส						F
	โสด (239)		แต่งงานแล้ว (166)		หม้าย, หย่าร้าง, แยกกันอยู่(11)		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
เลี้ยงดูบุตร	.76	.41	1.01	.46	.88	.50	17.04*
ทำอาหาร	.59	.44	.77	.46	.50	.35	9.21*
แฟชั่น ความงาม	.38	.40	.52	.44	.40	.37	5.54*
วาไรตี้สตรี	.87	.31	.92	.35	.77	.46	1.94

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 30 พบว่า กลุ่มผู้ชมสตรีที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีแตกต่างกัน โดยสตรีที่แต่งงานแล้วจะเปิดรับชมมากกว่าสตรีที่เป็นโสด รายการที่เปิดรับแตกต่างกัน ได้แก่ รายการเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร รายการทำอาหาร และรายการแฟชั่น ความงาม

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ละคู่แบบ Scheffé พบว่า สตรีที่แต่งงานแล้วดูรายการเลี้ยงดูบุตร ทำอาหาร และแฟชั่น ความงามมากกว่าสตรีที่เป็นโสด สำหรับรายการอื่นทดสอบแล้วไม่พบคู่ที่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 2 : การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ

ตารางที่ 31 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ

ประเภทรายการ	ค่าสหสัมพันธ์ของการรับรู้ประโยชน์ (r)		
	ด้านคุณลักษณะส่วนตัวสตรี	ด้านชีวิตและครอบครัว	ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม
เลี้ยงดูบุตร	.3206*	.3239*	.2964*
ทำอาหาร	.2334*	.2493*	.1930*
แฟชั่น ความงาม	.2357*	.1967*	.2409*
วาไรตี้สตรี	.3285*	.2190*	.2863*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 31 พบว่า การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร การทำอาหาร แฟชั่น ความงาม และวาไรตี้สตรี มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการรับรู้ประโยชน์ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

สมมติฐานที่ 3 : การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี

ตารางที่ 32 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ด้านต่าง ๆ

ประเภทรายการ	ค่าสหสัมพันธ์ของการนำไปใช้ (r)		
	ด้านคุณลักษณะส่วนตัวสตรี	ด้านชีวิตและครอบครัว	ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม
เลี้ยงดูบุตร	.2190*	.2706*	.1857*
ทำอาหาร	.2044*	.2412*	.1808*
แฟชั่น ความงาม	.2217*	.1776*	.1591*
วาไรตี้สตรี	.2664*	.2353*	.2023*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 32 พบว่า การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร การทำอาหาร แฟชั่น ความงาม และวาไรตี้สตรี มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในด้านคุณลักษณะส่วนตัวสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

ตารางที่ 33 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างเวลาในการเปิดรับชมกับการนำไปใช้

เวลา	ค่าสหสัมพันธ์การนำไปใช้ (r)		
	ด้านคุณลักษณะ ส่วนตัวสตรี	ด้านชีวิตและ ครอบครัว	ด้านการมีส่วนร่วมใน สังคม
เช้า	.2225*	.1987*	.1627*
บ่าย	.2002*	.2157*	.1961*
เย็น	.2527*	.2532*	.1948*
เสาร์-อาทิตย์	.2672*	.2353*	.1948*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 33 พบว่า เวลาที่เปิดรับชมรายการสตรีมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการนำไปใช้ ด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านคุณลักษณะส่วนตัวสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

ตารางที่ 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ 2 ทางของการนำไปใช้ จำแนกตามปริมาณการเปิดรับและการรับรู้ประโยชน์

ปริมาณการเปิดรับ	การรับรู้ประโยชน์			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
น้อย	1.38 (16)	2.10 (185)	2.72 (32)	2.13 (233)
ปานกลาง	.00 (0)	2.15 (118)	2.60 (45)	2.28 (163)
มาก	.00 (0)	2.20 (5)	2.87 (15)	2.70 (20)
รวม	1.38 (16)	2.12 (308)	2.68 (92)	

Source of Variation	Sum of Square	DF	Mean Square	F
Main Effect	34.955	4	8.739	47.621*
ปริมาณการเปิดรับ	.590	2	.295	1.609
การรับรู้ประโยชน์	28.079	2	14.039	76.505*
Interaction				
การเปิดรับ x การรับรู้	.519	2	2.59	1.413
Explained	35.474	6	5.912	32.218*
Residual	75.055	409	.184	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 34 พบว่า ปริมาณการเปิดรับไม่มีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ แต่การรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ โดยจากการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่มีปริมาณการเปิดรับที่แตกต่างกัน พบว่า มีปริมาณการนำไปใช้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=1.609, P>.05$) กล่าวคือ สตรีที่มีการเปิดรับชมรายการสตรีต่าง ๆ ไม่ว่าจะในปริมาณมาก ปานกลาง น้อย สตรีก็มีการนำไปใช้ในปริมาณเท่า ๆ กัน แต่สตรีที่มีการรับรู้ประโยชน์ต่างกันมีการนำไปใช้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ($F=76.505, P<.05$) กล่าวคือ สตรีที่มีการรับรู้ประโยชน์น้อยจะมีการนำไปใช้น้อย สตรีที่มีการรับรู้ประโยชน์มากมีการนำไปใช้มากด้วย

จากการศึกษาผลร่วมกัน (Interaction Effect) ระหว่างปริมาณการเปิดรับกับการรับรู้ประโยชน์ พบว่า 2 ตัวแปรนี้ไม่มีผลร่วมกัน ($F=1.413, P>.05$)

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ตามตาราง สรุปได้ว่า การนำไปใช้เกี่ยวข้องกับการรับรู้ประโยชน์อย่างเดียวไม่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับ

สมมติฐานที่ 4 : การรับรู้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี

ตารางที่ 35 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี

การรับรู้ประโยชน์	การนำไปใช้ (r)		
	ด้านคุณลักษณะส่วนตัวสตรี	ด้านชีวิตและครอบครัว	ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม
ด้านคุณลักษณะส่วนตัวสตรี	.6624*		
ด้านชีวิตและครอบครัว		.6043*	
ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม			.6289*

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 34 พบว่า การรับรู้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม ในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม กล่าวคือ สตรีที่มีการรับรู้ประโยชน์ด้านใดมากก็จะมี การนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในด้านนั้น ๆ มากตามไปด้วย

ทั้งนี้ค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง