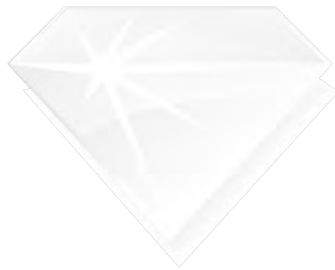


ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี
กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสปอยล์หนังของประชากรในกรุงเทพมหานคร

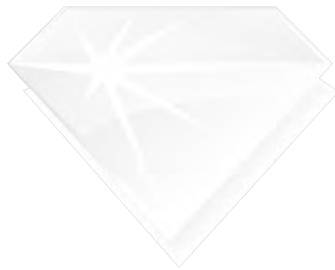
Relationship between Lifestyles Technology Adoption with the Behavior
of Watching Movie Spoiler Clips of the People in Bangkok



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี
กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสปอยล์หนังของประชากรในกรุงเทพมหานคร

Relationship between Lifestyles Technology Adoption with the Behavior of Watching
Movie Spoiler Clips of the People in Bangkok



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

แจ๊คกี้ อินทะมอน

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2566

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี กับพฤติกรรมการรับชม
คลิปสปอยล์หนังของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย แจ้คกี้ อินทะมอน



ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา

ผู้เชี่ยวชาญ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม

แจ้คี้ อินทมน. ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์), ตุลาคม 2567, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสอยล์หนึ่งของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร (137 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมการรับชมคลิปสอยล์หนึ่งของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยงานวิจัยนี้ เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น ผู้รับชมคลิปสอยล์หนึ่งของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 210 คน วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-square

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสอยล์หนึ่ง พบว่า ผู้รับชมคลิปสอยล์หนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต แตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชมช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสอยล์ที่รับชมไม่แตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน และมีการยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสอยล์หนึ่ง พบว่า ผู้รับชมคลิปสอยล์หนึ่งที่มีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสอยล์หนึ่งแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชมช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสอยล์ที่รับชมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นรับชมคลิปสอยล์หนึ่งที่มีพฤติกรรมการรับชมด้านช่วงเวลาในการรับชมที่แตกต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสอยล์หนึ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: รูปแบบการดำเนินชีวิต, การยอมรับเทคโนโลยี, การรับชมคลิปสอยล์หนึ่ง

Chekky I. Master of Communications Arts (Strategic Communications), October 2024,
Graduate School, Bangkok University.

Relationship between lifestyles technology adoption with the behavior of watching
movie spoiler clips of the working-age people in Bangkok (137 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Viroj Suttisima, Ph.D

ABSTRACT

The purpose of research is to study were Lifestyles, Technology Acceptance and the viewing behavior of working-age people in Bangkok. The study was quantitative research by questionnaire is a tool for collecting data a sample was selected from viewers of the movie spoiler 210 cases were included as a sample was used for data analysis data was analyzed using Chi-square statistics.

It was found that sample was Lifestyles have a relationship and technology acceptance with the viewing behavior of movie spoiler was the viewing behavior of movie spoiler are different lifestyles is no difference in the behavior of watching movie spoiler except viewing behavior of movie spoiler different viewing times is a statistical significance of acceptance of technology by viewers of movie spoiler was statistically significant at 0.05 level.

Keywords: Lifestyles, Technology Acceptance, Viewing Movie Spoiler.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะ แนวทางการศึกษา พร้อมทั้งช่วยตรวจทาน แก้ไขข้อบกพร่อง และได้ติดตามความก้าวหน้าของการศึกษา นี้มาโดยตลอด และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม ที่ช่วยเหลือและมีส่วน เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้วิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ และสำเร็จได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ทุก ๆ ท่านที่ได้ถ่ายทอด วิชาความรู้ให้ จนทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ และทักษะ การคิดวิเคราะห์ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการ ทำงานได้ในอนาคต

ขอขอบคุณบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ที่กรุณาตอบแบบสอบถาม เก็บข้อมูล เพื่อทำการวิจัยในประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ให้ลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอ กราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

แจ๊คกี้ อินทะมอน

**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี	7
2.3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์	13
2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	16
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	18
3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย	20
3.4 การรวบรวมข้อมูล	21
3.5 สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง	26
4.3 ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง	29
4.4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	35
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	44
5.2 อภิปรายผล	47
5.3 ข้อเสนอแนะ	49
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก	52
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	53
ภาคผนวก ข ผลการตรวจเครื่องมือวิจัย	58
ภาคผนวก ค ผลการวิจัย	76
ประวัติผู้เขียน	137

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: การประมาณค่าขนาดอิทธิพล	18
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
ตารางที่ 4.2: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรู้ทางการเงิน โดยรวมและ จำแนกตามรายด้าน	26
ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านกิจกรรมโดยรวมและจำแนกตามราย ข้อ	27
ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความสนใจ	28
ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคิดเห็น	28
ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวม และจำแนกตามรายด้าน	29
ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน โดยรวมและจำแนกตามรายข้อ	30
ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ โดยรวมและจำแนกตามรายข้อ	31
ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยรวมและ จำแนกตามรายข้อ	32
ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ตารางที่ 4.11: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง จำแนกตามเพศ	35
ตารางที่ 4.12: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง จำแนกตามอายุ	36
ตารางที่ 4.13: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง จำแนกตามระดับการศึกษา	37
ตารางที่ 4.14: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง จำแนกตามอาชีพ	38
ตารางที่ 4.15: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิต	41
ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง	42



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1: โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)	10
ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดงานวิจัย	16



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาพยนตร์ถือว่าเป็นสื่อที่มีอายุยาวนานมากกว่า 100 ปี (จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย, 2544) เป็นสื่อที่ทุกเพศทุกวัยนิยมเสพ เป็นสื่อที่อยู่กับสังคมมาโดยตลอด และยังมีบทบาทที่สำคัญต่อผู้คนมายาวนานเช่นกัน ภาพยนตร์จึงถือเป็นการสื่อสารที่สร้างความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเข้าถึงเนื้อหาของภาพยนตร์ที่กำลังรับชม ส่งผลต่อการรับรู้ ทำให้ภาพยนตร์มีคุณภาพในการสื่อสารต่อผู้ชม ร่วมกับบรรยากาศในการชมและมีผู้ชมร่วมในเวลาเดียวกันจะทำให้สร้างกิจกรรมเพื่อให้มีการแสดงถึงความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์แลกเปลี่ยนความรู้สึกซึ่งกันและกัน สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลก่อให้เกิดความคุ้นเคยส่งผลไปถึงการยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกันสามารถเข้าใจในทัศนคติของคนผู้อื่น ทำให้การชมภาพยนตร์เป็นไปเพียงเพื่อสร้างความบันเทิงรวมไปถึงสามารถสร้างประโยชน์ต่อผู้บริโภคทั้งในส่วนบุคคล คือ ทำให้เกิดความคิดที่สร้างสรรค์ที่เกิดได้จากการแลกเปลี่ยนทัศนคติ เสมือนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม จึงทำให้การรับชมภาพยนตร์นั้น ต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมของการรับชม เนื่องจากสังคมมีพลวัตและการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยในศตวรรษที่ 20 ที่การศึกษาผู้ชมภาพยนตร์ (Audience) มักให้ค่าผู้ชมในฐานะคนดูผู้แสดงความเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์รับชม ต่อมาในศตวรรษที่ 21 เราสามารถผลิตสื่อเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับภาพยนตร์เรื่องหนึ่ง ๆ ได้มากขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่ง ผู้ชมมีส่วนร่วมกับการชมมาตั้งแต่อดีตแต่ข้อจำกัดทางเทคโนโลยีทำให้การแสดงออกจำกัดเพียงชุมชนคนดูเล็ก ๆ ไม่ได้ขยายไปสู่การสนทนาโดยตรงกับอุตสาหกรรมเหมือนในปัจจุบัน มุมมองนี้ท้าทายให้เราคิดเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ของระบบสื่อสารงานวิจัยที่หันมาทำความเข้าใจสื่อใหม่ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ในฐานะสื่อหลังภาพยนตร์ (Post-Cinema) ที่ทำให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการสนทนาและสามารถโต้ตอบถึงกันได้เกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องต่าง ๆ (Denson & Leyda, 2016)

การเปลี่ยนแปลงในการรับชมภาพยนตร์ยังเกี่ยวข้องกับการย้ายที่ของภาพยนตร์ (The Relocation of Cinema) จากหน้าจอในโรงภาพยนตร์สู่จออื่น ๆ เช่น จอโทรทัศน์ผ่านทีวีดี การสตรีมมิ่ง รวมถึงการย้ายไปอยู่บนจอคอมพิวเตอร์โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต เป็นต้น พัฒนาจากภาพยนตร์ศึกษา (Film Studies) กลายเป็นสกรีนศึกษา (Kuhn, 2009) ซึ่งอุตสาหกรรมสื่อที่สัมพันธ์กันทำให้ภาพยนตร์สามารถอยู่ในทุก ๆ ที่ ทุก ๆ เวลา การแสดงความคิดเห็นหรือทัศนะที่มีต่อภาพยนตร์ จึงพบเห็นได้ทั่วไปผ่านพื้นที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะพื้นที่ออนไลน์ หรือในยุคที่เรียกว่า ยุคสื่อหลอมรวม (Media Convergence) ซึ่งกิจกรรมที่เติบโตมากับการข้องเกี่ยวกับภาพยนตร์ในพื้นที่สื่อแบบหลอมรวม นั่นก็คือ “คลิปสปอยล์หนัง” โดยเป็นการที่มีคนทำคลิปเล่าเรื่องภายในภาพยนตร์

โดยเป็นการสรุปเนื้อหา ประกอบกับภาพจากภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ มาทำการตัดต่อลงในแอปพลิเคชัน Youtube โดยเล่าเรื่องแบบเป็นฉาก (Scene) หรือเล่าทั้งเรื่อง และการสปอยล์ในคลิป สปอยล์หนัง อาจผ่านวิธีการเผยแพร่บนโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ เป็นต้น จนกลายเป็นปรากฏการณ์ที่ได้รับความนิยม และมีผู้คนต่างให้ความสนใจ ซึ่งความนิยมและการได้รับความสนใจในการรับชมคลิปสปอยล์หนังนั้น อาจสร้างผลกระทบต่อผู้ไม่ชื่นชอบและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้เช่นกัน เนื่องจาก “การโดนสปอยล์” ไม่ว่าจะเป็นจุดสำคัญ การหักมุม หรือความเป็นไปของเนื้อเรื่องก่อนที่จะได้สัมผัสกับประสบการณ์จาก หน้าจอจริง ๆ ก็ยิ่งกลายเป็น “เรื่องร้ายแรง” ที่ไม่ยากให้เกิดมากขึ้นไปเท่านั้นจากกลุ่มที่ตั้งหน้าตั้ง ตารอ พร้อมกับความรู้สึกตื่นเต้นและลุ้นว่าสิ่งที่พวกเขาคาดเดาเอาไว้จะเกิดขึ้นหรือไม่ และจะ เกิดขึ้นในลักษณะใด โดยนักวิจัยอย่าง Leavitt & Christenfeld (2011) มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ได้ทำการทดลองว่ากลุ่มตัวอย่างชื่นชอบภาพยนตร์สั้นเรื่องไหน โดยมีภาพยนตร์สั้น จำนวน 12 เรื่อง ให้เลือกซึ่งใน 12 เรื่องนั้น มี 2 เรื่องที่มีคำอธิบายเหตุการณ์ทั้งหมดและอธิบายตอนจบไว้ให้แล้วและ ผลของวิจัยขึ้นนี้ก็คือ คนชอบเรื่องที่ถูกลบสปอยล์มากกว่า ถึงแม้ว่าจะถูกลบสปอยล์หักมุมไปแล้วก็ตาม เหตุผลที่ผู้เข้าร่วมการทดลองชื่นชอบภาพยนตร์ที่ถูกลบสปอยล์ ก็คือ มันทำให้เราเข้าใจโครงเรื่องมากขึ้น หรือถ้าเราไม่รู้สปอยล์ล่วงหน้า เราอาจมาสงสัยทีหลังว่า เราพลาดอะไรไปหรือไม่ซึ่งในกรณีของการ อ่านสปอยล์ หรืออ่านตอนจบ ล่วงหน้าก็คงไม่ต่างอะไรกับการที่เราชอบดูคลิปสรุปหนังหรือซีรีส์สั้น ๆ เพียงแค่เปลี่ยนรูปแบบจากการอ่านมาเป็นการดูเท่านั้นเองและสิ่งสุดท้ายที่คลิปเหล่านี้ได้รับความนิยมก็คือ สามารถดูได้ฟรีเพราะในหลาย ๆ ครั้ง ซีรีส์หรือภาพยนตร์ต่าง ๆ จะอยู่บนแพลตฟอร์ม สตรีมมิง หรือฉายอยู่ในโรงภาพยนตร์ ที่เราต้องจ่ายเงินเพื่อแลกกับการรับชม แต่อย่างไรก็ดี ก็ยังมีคน บางกลุ่มที่ไม่สามารถเข้าถึงคอนเทนต์เหล่านี้ได้หรือเลือกที่จะไม่จ่ายเงินเพื่อดูเรื่องราวแบบเต็ม ๆ จึง หันมาดูคลิปวิดีโอสรุปสั้น ๆ แทนเพราะวิดีโอเหล่านี้ มักจะอยู่บนช่องทาง YouTube, TikTok, Facebook หรือ Instagram ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และส่วนใหญ่ก็ไม่มีค่าใช้จ่าย

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ทักษะคิดและพฤติกรรมในการใช้ชีวิต สามารถบ่งบอกได้จากพฤติกรรม การเข้าสังคม การทำงาน การใช้เงิน การแต่งตัว การบริโภค ในการทำธุรกิจองค์กรส่วนมากจะต้องทำ ความเข้าใจในรูปแบบการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคล เพราะบุคคลในแต่ละกลุ่มนั้นจะมีการใช้ชีวิตที่มีความหลากหลายแตกต่างกันออกไป ความสนใจของบุคคลแต่ละกลุ่มนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้ที่เลือกรับชมคลิปสปอยล์ หนัง และศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการรับชมคลิปสปอยล์หนัง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการรับชมคลิปสปอยล์หนังของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมคลิปสปอยล์หนังของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.4 เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสปอยล์หนังของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 สมมติฐานการวิจัย

รูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสปอยล์หนังของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ด้านประชากร คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย

ด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมคลิปสปอยล์หนังของประชากรในกรุงเทพมหานคร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้เลือกรับชมคลิปสปอยล์หนัง และสามารถนำผลการวิจัยไปปรับเปลี่ยนสร้างกลยุทธ์ของการให้บริการภาพยนตร์ เพื่อดึงดูดให้ผู้เลือกชมภาพยนตร์เกิดความสนใจ หรือแรงจูงใจในการอยากรับชมภาพยนตร์เต็มเรื่องยิ่งขึ้น

1.5.2 เพื่อให้ทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยีของผู้เลือกรับชมคลิปสปอยล์หนัง และสามารถนำผลการวิจัยใช้ประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนาการตลาดให้กับธุรกิจภาพยนตร์ ซีรีส์ รวมถึงสามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจที่ให้บริการออนไลน์ในรูปแบบอื่น ๆ ได้

1.5.3 การเข้าใจถึงพฤติกรรม ในแต่ละรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อการเลือกชมคลิปสปอยล์หนัง จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างตรงจุด และเพิ่มอัตราการอยากรับชมภาพยนตร์แบบเต็มเรื่องจากแพลตฟอร์มสตรีมมิง หรือโรงภาพยนตร์ สามารถสร้างอะไรให้กับสื่อได้ ประโยชน์ด้านอื่น ๆ ที่มีมากกว่าการโฆษณาหนัง

1.6 นิยามศัพท์

การสพอยล์หนัง คือ การเล่าเรื่อง และการอธิบายรายละเอียดของเหตุการณ์ต่าง ๆ ภายในหนังเรื่องนั้น ๆ โดยเผยให้เห็นองค์ประกอบของโครงเรื่องโดยทั่วไปหรือบทสรุปของเรื่อง รวมถึงจุดไคลแมกซ์ และตอนจบ

คลิปสพอยล์หนัง หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งออกมาเล่าว่าหนังเรื่องหนึ่งมีจุดเริ่มต้น อย่างไร ฉากต่อไปคืออะไร ตอนกลางเป็นอย่างไร ไคลแมกซ์เขาทำอะไรกัน และสุดท้ายคือหนังจบลงอย่างไร โดยเป็นการเล่าสลับกับภาพประกอบจากหนังไปเรื่อย ๆ จนจบง่าย ๆ

รูปแบบการรับชม หมายถึง ประเภทคลิปสพอยล์ที่รับชม ที่ประกอบด้วย ซีรีส์จีน ภาพยนตร์ ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ และซีรีส์เกาหลี

รูปแบบการใช้ชีวิต หมายถึง กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่ผู้รับชมคลิปสพอยล์หนัง ที่จะสามารถนำไปใช้อธิบายพฤติกรรมได้หลากหลายกลุ่ม และส่งผลให้สามารถเข้าถึงความต้องการ และเข้าใจในพฤติกรรมของผู้เลือกรับชมได้มากยิ่งขึ้น

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการเปิดใจที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย โดยมีความสำคัญมุ่งไปที่การให้ความสนใจที่ปัจจัยความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่จะส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศความตั้งใจของพฤติกรรมที่จะใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและพฤติกรรมการยอมรับใช้งานจริง โดยประกอบด้วย การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ และการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยส่งผลให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีการนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง

พฤติกรรมในการรับชม หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมในการรับชมการสพอยล์หนัง ได้แก่ ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง สาเหตุในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสพอยล์ที่รับชม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี กับ พฤติกรรมการรับชมคลิปสยองขวัญของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผู้วิจัย และดำเนินการไว้ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด และแนว การศึกษาลำดับดังนี้

- 2.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นการวิเคราะห์ความรู้สึกนึกคิดของผู้รับชม คลิปสยองขวัญ โดยการการศึกษาพฤติกรรมการแสดงออก ซึ่งมีวิถีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังเป็นการอธิบายถึงลักษณะการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสยองขวัญ ในรูปของการ จัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่าง ๆ เรื่องที่ให้ความสนใจหรือเอาใจใส่เป็นพิเศษ และมีความคิดเห็นต่อ สภาพแวดล้อมทางสังคมของแต่ละบุคคล โดยมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามของรูปแบบการ ดำเนินชีวิตไว้ ดังนี้

Engel, Blackwell & Miniard (1993, pp. 368-369) ได้ให้คำนิยามของรูปแบบการ ดำเนินชีวิตไว้ว่า “รูปแบบที่ผู้คนจะดำเนินชีวิต รวมทั้งการใช้เงินและเวลา” โดยรูปแบบการดำเนิน ชีวิตสามารถสะท้อนได้จากกิจกรรม 3 ส่วนดังนี้กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้บริโภค

รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นแนวคิดของ Plummer (1974) กล่าวคือ ลักษณะการใช้ชีวิต ของผู้บริโภค ที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน และรูปแบบการใช้ชีวิตที่เหมือนกัน

การจัดกลุ่มของผู้บริโภคโดยการใช้วิจัย AIO (Activities, Interests, Opinions) โดย อุดุลย์ จาตุรงค์กุล และตลยา จาตุรงค์กุล (2550) ซึ่งการวิจัยดังกล่าวเป็นการวิจัยที่แบ่งผู้บริโภคออกเป็น กลุ่ม โดยสามารถแบ่งประเด็นที่ใช้เพื่อการสำรวจเป็น 3 ประเด็น คือ

A (Activity) กิจกรรม คือ ปฏิบัติการที่แสดงออกมาในการทำกิจกรรมเป็นการ แสดงออกที่ชัดเจน เป็นการบ่งบอกถึงส่วนหนึ่งของบุคคลนั้นว่าในชีวิตของเขาในแต่ละวันใช้เวลาใน การทำอะไร มีงานอดิเรกอะไร ชอบซื้อสินค้าอะไร เช่น การเล่าประสบการณ์ของการนั่งรถโดยสาร ประจำทางที่ใช้บริการเป็นประจำให้กับเพื่อนฟัง ถึงแม้ว่าใคร ๆ ก็เคยมีปฏิภาณนี้ แต่ก็ไม่สามารถ

คาดเดาเหตุผลของการกระทำดังกล่าวและไม่สามารถทำการวัดผลเพื่อหาเหตุผลของปฏิกริยานี้ได้

I (Interest) ความสนใจ คือ ความสนใจต่อสิ่งที่เป็นเหตุการณ์ต่าง ๆ หรือวัตถุต่าง ๆ มีความตื่นเต้นที่เป็นระดับของความตื่นเต้นที่เกิดขึ้นได้ โดยอาจเป็นความตื่นเต้นที่ตั้งใจเป็นพิเศษกับสิ่งนั้นหรือไม่ตั้งใจก็ได้รวมไปถึงการอยากที่จะเข้าใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ตนเองสนใจหรือต้องการเรียนรู้ในสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเองมีความสนใจ ความสนใจนั้นจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงสิ่งที่บุคคลชอบทำ บุคคลก็จะสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น ๆ ทั้งหมดด้วย

O (Opinions) ความคิดเห็น คือสิ่งที่ตอบโต้ต่อสถานการณ์ที่ถูกกระตุ้น หรือสิ่งเร้า เป็นการตอบโต้ด้วยคำพูดหรือการเขียน โดยอาจมีคำถาม และเราจะใช้ความคิดเห็นของเราในการอธิบายเป็นการแสดงออกที่มีพื้นฐานทางความคิดของค่านิยมที่มีต่อตนเองและสิ่งต่าง ๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่เป็นคำตอบของในแต่ละบุคคลได้ เป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้าอย่างหนึ่ง เหมือนเป็นการตั้งคำถามถูกตีความ และการประเมินผล

วิธีการวิเคราะห์แบบจัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ทำให้สามารถแบ่งผู้บริโภคที่มีลักษณะคล้ายกันแบ่งได้เป็น 6 กลุ่มดังนี้

1) กลุ่มฐานะดีมีรสนิยม เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับการใช้ชีวิตทุก ๆ ด้าน และทุกอย่างในชีวิตพวกเขาต้องสมบูรณ์แบบที่สุด ทั้งฐานะการเงิน การใช้ชีวิต ครอบครัว ความรัก และการทำงาน เป็นต้น คนกลุ่มนี้จึงถูกจัดว่าเป็นกลุ่มคนที่มีฐานะดี

2) กลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน เป็นกลุ่มคนที่ชอบเข้าสังคมชอบแสวงหาความสุขชอบอยู่กับคนหมู่มาก ชอบการสังสรรค์ ไม่ชอบการอยู่คนเดียว เช่น ดูหนังในช่วงเย็น ชอบดื่มสังสรรค์ชอบท่องเที่ยว เป็นต้น คนกลุ่มนี้จึงถูกจัดว่าเป็นกลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน

3) กลุ่มคนรักครอบครัว เป็นกลุ่มคนที่เน้นเรื่องความสัมพันธ์ เป็นกลุ่มที่ชอบเข้าสังคม เน้นที่ครอบครัวมากกว่าเพื่อนฝูง ชอบใช้เวลาว่างกับครอบครัว ในเวลาว่างอาจจะใช้เวลาไปกับการคุยโทรศัพท์กับครอบครัว พาครอบครัวไปทานข้าว ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับคนในครอบครัว เป็นต้น คนกลุ่มนี้จึงถูกจัดว่าเป็นกลุ่มคนรักครอบครัว

4) กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน เป็นกลุ่มคนที่ค่อนข้างบ้งาน โฟกัสเรื่องงานเป็นหลัก เกิดจากแรงขับเคลื่อนความต้องการสถานะทางสังคม คนกลุ่มนี้มักจะไม่ค่อยเล่นเป็นกลุ่มคนที่จริงจัง พวกเขาจะให้ความสนใจในสิ่งที่คนไม่ค่อยให้ความสนใจคนกลุ่มนี้จึงถูกจัดว่าเป็นกลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน

5) กลุ่มคนหัวเก่า หรือที่เรียกกันว่าคนหัวโบราณ เป็นกลุ่มคนที่มีความคิดเหมือนคนรุ่นเก่าชอบยึดประเพณีแบบแผน มีความเชื่อความศรัทธา ให้ความสำคัญในเรื่องของอดีต และให้ความสำคัญกับครอบครัวเช่นเดียวกับกลุ่มคนรักครอบครัว แต่คนกลุ่มนี้จะเน้นไปที่ความรับผิดชอบมากกว่าความพึงพอใจคนกลุ่มนี้จึงถูกจัดว่าเป็นกลุ่มคนหัวเก่า

6) กลุ่มคนที่อุทิศตนเพื่อสังคม เป็นกลุ่มคนที่ให้คุณค่าทางสังคมสูง ชอบการช่วยเหลือสังคมและผู้อื่น กลุ่มคนที่มีมนุษยธรรม กิจกรรมของคนกลุ่มนี้ เช่น จิตอาสา อาสาสมัคร หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่เน้นไปในทางการให้ความช่วยเหลือ เป็นต้น คนกลุ่มนี้จึงถูกจัดว่าเป็นกลุ่มคนที่อุทิศตนเพื่อสังคม

จากการกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตดังกล่าว สามารถนำไปใช้อธิบายพฤติกรรมได้หลากหลายกลุ่ม ส่งผลให้สามารถเข้าถึงความต้องการและเข้าใจในพฤติกรรมของผู้เลือกรับชมได้มากยิ่งขึ้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

2.2.1 การยอมรับเทคโนโลยี

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับชมคลิปสไลด์หนัง ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี จึงสามารถอธิบายได้ด้วย ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยี และ ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ซึ่งรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

ความหมายของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

Chu & Chu (2011) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การศึกษาสื่อบันทึกข้อมูลทำความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีก่อนที่ผู้บริโภคจะนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน การยอมรับเทคโนโลยีมี ดังนี้ 1) รับรู้ถึงประโยชน์ 2) ความง่ายต่อการใช้งาน และ 3) ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้

Davis (1989) กล่าวว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับเทคโนโลยีมี 2 ประการ คือ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ และ 2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เนื่องจากทั้ง 2 ประการนั้นส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานคอมพิวเตอร์

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

เอกลักษณ์ ชนเจริญพิศาล (2554) ได้อธิบายความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีเป็นการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับเทคโนโลยี

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้อธิบายความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่สำคัญในการใช้งาน และอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดความพึงพอใจสร้างความรู้ ประสบการณ์ และเกิดความต้องการที่ต้องใช้งานผ่านเทคโนโลยี

เกวรินทร์ ละเอียดตินันท์ (2557) ได้อธิบายความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นการนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้ในการงานส่งผลให้เกิดประโยชน์กับบุคคล และเกิดการ

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทัศนคติ รวมถึงยังเป็นการเพิ่มประสบการณ์ ความรู้ และทักษะการใช้เทคโนโลยีที่ง่ายขึ้นให้กับแต่ละบุคคล

อิสราวลี เนียมศรี (2559) ได้อธิบายความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น

เดชาพล สวนสุข (2560) ได้อธิบายความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำงาน ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรม เกิดความง่ายต่อการใช้เทคโนโลยี เพิ่มประสบการณ์ ความรู้ และทักษะในการใช้งานของแต่ละบุคคล

สิทธิชัย ภูเขาแก้ว (2560) ได้อธิบายความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีเป็นการนำเทคโนโลยีที่อยู่ในรูปธรรมและนามธรรมมาใช้เมื่อมีความมั่นใจว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์ในการนำมาใช้ก็จะลงทุนและเกิดการยอมรับตามมา โดยระยะเวลาของการตัดสินใจนั้นไม่มีระยะเวลาที่แน่นอนขึ้นอยู่กับแต่ละคนและลักษณะของเทคโนโลยี

หนึ่งฤทัย ไชยลา (2563) ได้ให้ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยี คือการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์และการยอมรับโดยการนำองค์ประกอบที่มีมาใช้ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ จนเป็นพฤติกรรมการยอมรับ ประสบการณ์ และทักษะในการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

Davis (1985) แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและมีการยอมรับว่าสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีได้ถูกนำเสนอโดย Davis (1989) ซึ่งเป็นการปรับปรุงเพิ่มเติมตัวทฤษฎีมาจาก TRA (The theory of Reasoned Action) ของ Fishbein & Ajzen (1975) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงจูงใจและความสนใจส่วนบุคคลในการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีตัวแปรสำคัญ 2 ตัวแปร คือ

1) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้งานคาดหวังต่อระบบว่า จะมีความง่ายในการใช้งานระบบนั้น ๆ

2) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) หมายถึง เมื่อมีการใช้งานระบบแล้วเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับตัวผู้ใช้งาน นอกจากนั้นทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ยังได้ค้นพบว่า เมื่อผู้ใช้งานเกิดความเชื่อเกี่ยวกับความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ จะนำมาซึ่งการเกิดพฤติกรรมความสนใจและให้การยอมรับ และใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม

สิงห์ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์ตุรภัทร (2555) ได้ให้ความหมายของตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีไว้ดังนี้

- External หมายถึง อิทธิพลของตัวแปรภายนอก ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีตัวแปรนี้แตกต่างกันออกไป
- Perceived Usefulness หมายถึง ความมีประโยชน์จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในระดับบุคคลซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าแต่ละบุคคลมีการรับรู้ว่าคุณประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศจะสามารถช่วยพัฒนาการทำงานได้อย่างไรบ้าง
- Perceived Ease of Use หมายถึง ความง่ายในการใช้งานจะเป็นตัวแปรในแง่ของความสำเร็จ ที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่
- Attitude Toward Behavior หมายถึง ทศนคติและความสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีโดยพฤติกรรม
- Behavior Intention หมายถึง พฤติกรรมในการสนใจที่ต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ Actual Behavior หมายถึง มีการนำมาใช้งานและเกิดการยอมรับในเทคโนโลยี

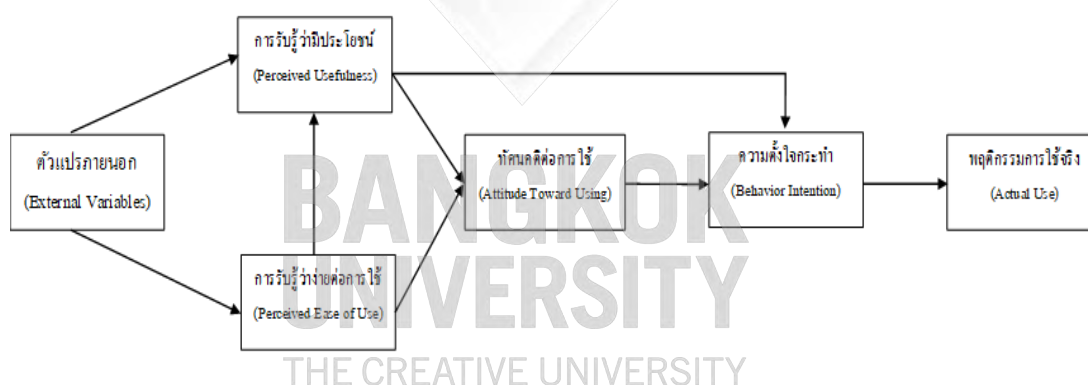
ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ดังกล่าว เป็นทฤษฎีต้นตำรับที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการนำมาใช้ในงานวิจัย เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งาน

สุธาสนี ตูลานนท์ (2562) แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ประยุกต์จากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) เป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยาถูกนำไปใช้กันอย่างแพร่หลาย ภายใต้ภาวะที่เป็นปกติของบุคคลในการนึกถึงผลที่จะได้รับจากการกระทำของตนก่อนที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และก่อนที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมก็จะมีเจตนาเกิดขึ้นก่อนที่จะทำการกระทำ เรียกว่า ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) เป็นพฤติกรรมทางสังคมของแต่ละบุคคลที่อยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจ (Volitional Control) และได้มีการพัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เพื่อเป็นการทำนายเรื่องของการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และได้อธิบายเกี่ยวกับบุคคลไว้ว่าบุคคลจะมีการยอมรับเทคโนโลยีนั้นเกิดได้จากปัจจัย 2 ประการ คือ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพสูงสุดและยังเป็นที่นิยมในการอธิบายพฤติกรรมยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ยังนำมาประยุกต์ใช้กับหลายสาขาวิชา เช่น คอมพิวเตอร์ โปรแกรมประยุกต์กระบวนการทางธุรกิจ การสื่อสาร และซอฟต์แวร์ระบบ เป็นต้น ดังนั้นการนำแนวคิดนี้ไปมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่การตลาด โดยผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจศึกษาทำการเข้าใจเกี่ยวกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายที่จะนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยี เกิดความตั้งใจที่จะแสดง

พฤติกรรมส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของนักการตลาด และยังเป็นประโยชน์สำหรับการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เหมาะสมกับคุณลักษณะของสินค้ารวมถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นโมเดลที่อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคล คือ การที่บุคคลจะมีพฤติกรรมแบบใด สามารถอธิบายได้จากการวัดความเชื่อ (Beliefs) เจตคติ (Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention) สามารถนำมาใช้ในการอธิบาย การยอมรับระบบสารสนเทศจากผลของความตั้งใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมดังกล่าว จนกลายเป็นโมเดล การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ว่ามีประโยชน์ การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ ทศนคติต่อการใช้ ความตั้งใจที่จะทำ และพฤติกรรมการใช้จริง

ภาพที่ 2.1: โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)



ที่มา: สุธาสินี ตูลานนท์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรัตนโกสินทร์.

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีที่คิดค้นโดย Davis (1989) นั้น เป็นทฤษฎีที่มีความนิยมใช้ในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี เพื่อการอธิบายพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยี โดยมีวัตถุประสงค์คือใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับหรือตัดสินใจที่จะใช้งานของเทคโนโลยีใหม่ และยังใช้พยากรณ์การใช้งานของระบบสารสนเทศ ของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำว่าด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่จะมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือพฤติกรรมของผู้ใช้ ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของการยอมรับเทคโนโลยี

ลักษณะของการยอมรับเทคโนโลยี

ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ (2557) ได้อธิบายความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นขั้นตอน ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคล ซึ่งเริ่มจากจากได้ยินในเรื่งนั้น ๆ จนเกิดการยอมรับนำไปใช้ในที่สุด ซึ่งกระบวนการนี้มีคล้ายกับขั้นตอนเรียนรู้และขั้นตอนการตัดสินใจมี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นรับรู้ เป็นขั้นเริ่มต้นที่นำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ขั้นนี้จึงเป็นขั้นที่ได้รับรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ แต่ยังไม่ได้รับข่าวสารนั้นมาอย่างไม่ครบถ้วน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็น การรับรู้โดยความบังเอิญ จะทำให้เกิดความอยากรู้เพิ่มมากขึ้น

2) ขั้นสนใจ จะเริ่มให้ความสนใจรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ เป็นพฤติกรรมที่มี ความน่าสนใจและในขั้นนี้ได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่มากขึ้น บุคลิกภาพและค่านิยมจะส่งผลต่อการติดตามข่าวสารใหม่ ๆ

3) ขั้นประเมินค่า จะเริ่มคิดไตร่ตรองมีการหาวิธีลองใช้ใหม่ ๆ มีการเปรียบเทียบสำหรับข้อดีข้อเสีย หากมีข้อดีมากกว่าจะตัดสินใจใช้ทันทีโดยทั่วไปมักจะคิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีที่เสี่ยงไม่สามารถทราบถึงผลลัพธ์ที่ตามมาจึงต้องมีแรงผลักดัน เพื่อให้เกิดความแน่ใจ โดยอาจมีคำแนะนำเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ

4) ขั้นทดลอง ขั้นนี้จะเป็นขั้นที่เริ่มทดลองกับคนส่วนน้อยก่อนอันดับแรก เพื่อตรวจสอบสิ่งที่ได้รับดูก่อนโดยทดลองใช้วิธีใหม่ ๆ ให้เข้ากับเหตุการณ์และจะสรรหาข่าวสารต่าง ๆ ที่มีความเฉพาะเกี่ยวกับวิทยาการใหม่หรือนวัตกรรมนั้น ๆ

5) ขั้นตอนการยอมรับ จะเป็นขั้นที่ปฏิบัติและนำไปใช้จริง ซึ่งบุคคลยอมรับวิทยาการใหม่ ๆ ว่าเป็นประโยชน์ในสิ่งนั้นแล้ว

จากทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีคือการที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเปิดใจที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย ซึ่งเทคโนโลยีตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะเป็นระบบการใช้งานที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน โดยมีความสำคัญมุ่งไปที่การให้ความสนใจที่ปัจจัยความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่จะส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศความตั้งใจของพฤติกรรมที่จะใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและพฤติกรรมการยอมรับใช้งานจริง ซึ่งทางผู้ศึกษาได้นำกรอบแนวคิดของทฤษฎีดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในงานวิจัยครั้งนี้ด้วย ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การตัดสินใจอย่างถี่ถ้วนส่งผลให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีการนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง

2.2.3 การตัดสินใจเลือกรับชมคลิปสปอยล์หนัง

Schiffman & Kanuk (1994, p. 659) กล่าวว่า ขั้นตอนในการประมวลผลความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มี 3 ส่วน ดังนี้

2.2.3.1 การนำเข้าข้อมูลเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้และมีผลต่อทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยสามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

1) ปัจจัยด้านการตลาด เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่จูงใจผู้บริโภคโดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เช่นการจัดโปรโมชั่นลดราคาเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือการบริการครั้งแรกการสะสมแต้มการลงทะเบียนสมัครสมาชิกเพื่อแลกของสมนาคุณ เพื่อชักจูงใจ และเชิญชวนให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการการบริการ เป็นต้น

2) ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรม กลุ่มสังคม ความคิดเห็นของผู้อื่นความคิดเห็นของผู้อื่นส่งผลกับการตัดสินใจของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคก่อนที่จะตัดสินใจจะไปหาข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อมาก่อน ซึ่งทั้งหมดเป็นอิทธิพลที่เกิดจากปัจจัยภายในของบุคคลในด้านความคิดเห็นไม่สามารถควบคุมได้ และจะส่งผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์และบริการ

2.2.3.2 กระบวนการ เป็นกระบวนการในการพิจารณาถึงอิทธิพลแรงจูงใจ การรับรู้ที่ส่งผลต่อการประมวลผลในเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

1) การรับรู้ความเสี่ยง คือ การที่ผู้บริโภคไม่สามารถคาดเดาผลลัพธ์ที่เกิดหลังจากการตัดสินใจซื้อ ถ้าหากผู้บริโภคไม่มีข้อมูลส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะซื้อสินค้าหรือใช้บริการในที่เดิม ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงและลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับการเลือกซื้อตราสินค้าที่แปลกใหม่หรือตราสินค้าที่ไม่คุ้นเคย

2) กลุ่มที่ยอมรับได้ หมายถึง ผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้บริโภคคุ้นเคยยอมรับและจำได้ ผู้บริโภคสามารถยอมรับผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นได้ เพราะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคุ้นเคยเคยผ่านการใช้งานมาแล้ว

2.2.3.3 การตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

1) การรับรู้ความต้องการ คือ ขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจ คือการรับรู้คุณค่าและความแตกต่างของสิ่งที่ต้องการโดยที่ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน

2) การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ ก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคต้องหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์และบริการจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น การศึกษารีวิวจากผู้เคยใช้งาน การศึกษาประโยชน์และผลลัพธ์ที่จะได้รับ เป็นต้น

3) การประเมินทางเลือก เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะประเมินจากผลประโยชน์จากทางเลือกที่ใช้ในการพิจารณา โดยใช้การประเมิน 2 รูปแบบ ดังนี้ 1) ใช้รายชื่อตราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกไว้ตั้งแต่แรก 2) เลือกจากทั้งหมดในตลาด ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้บริโภคมีความต้องการจากหลายทางเลือก

Barnard (1983) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นวิธีการลดทางเลือกจากหลายทางเลือกเหลือเพียงทางเดียว ซึ่งขั้นตอนก่อนการตัดสินใจจะเป็นการพิจารณาถึงความต้องการ และการเปรียบเทียบคุณสมบัติและประโยชน์ เพื่อเลือกเพียงทางเลือกเดียวที่ดีที่สุด

บุษกร คำคง (2542) กล่าวว่า การตัดสินใจต้องอาศัยการค้นหาข้อมูลจากช่องทางต่าง ๆ เช่น การอ่านรีวิวจากผู้ที่เคยใช้งานตามเว็บไซต์ หรือบล็อกต่าง ๆ ก่อนที่จะทำการตัดสินใจ

Johnston (2013) กล่าวว่า เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคพิจารณาก่อนจะทำการตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นองค์กรจะต้องทำความเข้าใจผู้บริโภคด้วยเช่นกันขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

- 1) การรับรู้ถึงความต้องการ ผู้บริโภคเมื่อมีความต้องการซื้อโดยเกิดจากการถูกกระตุ้นทางปัจจัยภายนอก เช่น การโฆษณา การบอกต่อโดยตรงจากผู้ที่เคยใช้งาน เป็นต้น
- 2) การค้นหาข้อมูล พื้นฐานทั่วไปของผู้บริโภคก่อนที่จะทำการตัดสินใจ ผู้บริโภคจะทำการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการก่อนเป็นอันดับแรก (Kotler & Keller, 2006, p. 181)
- 3) การประเมินทางเลือก เนื่องจากผู้บริโภคมักจะมีทางเลือกหลายทางเลือกก่อนที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจ ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อประเมินหาทางเลือกที่ดีที่สุดก่อนทำการตัดสินใจ เช่น เปรียบเทียบราคา เปรียบเทียบประโยชน์ การใช้งาน เป็นต้น
- 4) การตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนการพิจารณาความคิดเห็นและทัศนคติของผู้อื่นว่าผู้อื่นมีความคิดเห็นกับการตัดสินใจของตนเองอย่างไร (Kotler & Keller, 2006, p. 181)

กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการขั้นตอนการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายเพื่อเป็นการพิจารณาในขั้นตอนการตัดสินใจ และนอกจากนั้นขั้นตอนการตัดสินใจยังมีหลายรูปแบบซึ่งแล้วแต่ความเห็นของนักวิชาการ Plunkett & Attner (1994, p. 162) ได้เสนอลำดับขั้นตอนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน (กุลชลี ไชยนันตา, 2539, หน้า 135-139)

2.3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ดารา ทีปะปาล (2542) กล่าวถึง พฤติกรรมว่าเป็นการกระทำที่มีความเกี่ยวข้องกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้ หรือการรับบริการ รวมไปถึงการเป็นกระบวนการตัดสินใจโดยตรง ซึ่งถือเป็นตัวนำ หรือเป็นตัวที่กำหนดการกระทำดังกล่าวได้ เพื่อการตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตัวบุคคลได้เกิดความพอใจ ส่วนในเรื่องสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางที่มีการติดต่อสื่อสารกันในลักษณะการสื่อสารแบบสองทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้อุปกรณ์สื่อสารประเภทต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต เป็นต้น โครงสร้างของสื่อสังคมออนไลน์ (พรณวดี ลัคนะวิสุต, 2557) ประกอบด้วยโนด (Node) ที่เชื่อมต่อกัน โดยแต่ละโนด (Node) ที่เชื่อมโยงกันอาจมีความสัมพันธ์กับโนด (Node) อื่น ๆ ด้วยโดยประเภทของ

ความสัมพันธ์อาจมีประเภทเดียวหรือมากกว่านั้น เช่น ค่านิยม วิสัยทัศน์ความคิด เพื่อน ญาติหรือเว็บลิงค์การค้า ซึ่งแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1) สร้างและประกาศตัวตน ใช้สำหรับผู้ใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนผ่านการเขียนบทความขึ้นมาบนเว็บไซต์และสามารถเผยแพร่เรื่องราวของตนเองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

1.1) รูปแบบบล็อก (Blog) มาจากคำว่า “Web” รวมกับคำว่า “Log” เป็นเสมือนที่เก็บบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูล

1.2) รูปแบบไมโครบล็อก ให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความสั้น ๆ ผ่านเว็บไซต์ผู้ให้บริการและสามารถส่งข้อความนั้น ๆ ไปยังโทรศัพท์มือถือได้ เช่น ทวิตเตอร์

2) สร้างและประกาศผลงาน สำหรับผู้ใช้ที่ต้องการนำเสนอผลงานของตัวเองได้จากทั่วทุกมุมโลก โดยเป็นเว็บไซต์ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรีที่จัดโชว์ผลงานของตัวเองทั้งในรูปแบบภาพ เพลง ภาพเคลื่อนไหว

3) ความชอบในสิ่งเดียวกัน

4) เวทีทำงานร่วมกัน

5) ประสบการณ์เสมือนจริง

6) เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ

7) เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เชื่อมต่อระหว่างเครื่องของผู้ใช้งานด้วยกันเองโดยตรงจึงทำให้เกิดการสื่อสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและตรงถึงผู้ใช้งานได้ทันที

7.1) แอปพลิเคชันไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่ผสมผสานบริการส่งข้อมูล ภาพ และเสียงรวมถึงฟังก์ชันการโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชันโดยใช้เครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต

7.2) แอปพลิเคชันอินสตาแกรม เป็นแอปพลิเคชันถ่ายภาพและแต่งภาพบนโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ที่มีลูกเล่นการแต่งภาพได้หลากหลายและสวยงาม

7.3) เฟซบุ๊ก เป็นบริการบนอินเทอร์เน็ตที่ให้ผู้ที่ใช้ที่เป็นสมาชิกสามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมกันได้

ซึ่งมีการแบ่งโครงสร้างของสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกับ วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ และคณะ (2554) ได้เสนอไว้ว่า สื่อสังคมออนไลน์แบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1) สื่อสังคมออนไลน์แบบกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือเป็นเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่คอยกระตุ้นให้ผู้ใช้งานร่วมกันสร้างข้อมูล เนื้อหาต่าง ๆ ขึ้นมา เช่น วิกิพีเดีย

2) สื่อสังคมออนไลน์แบบบล็อก เป็นเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถเขียนบอกเล่าเรื่องราวความรู้สึกของตัวเองลงไปได้เช่น เว็บบอร์ด

3) สื่อสังคมออนไลน์แบบรวบรวมเนื้อหา เป็นเว็บไซต์ที่มีไว้สำหรับแบ่งปันเนื้อหาต่าง ๆ ระหว่างผู้ใช้ด้วยตนเองไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ หรือไฟล์เพื่อนำเสนองานต่าง ๆ เช่น ยูทูบ สไลด์แชร์

4) สื่อสังคมออนไลน์แบบชุมชนออนไลน์เป็นเว็บไซต์ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างประวัติข้อมูลของตนเองและเข้ามาอยู่ร่วมกัน มีการลงข้อความรูปภาพ วิดีโอ เช่น เฟซบุ๊ก

5) สื่อสังคมออนไลน์แบบเกมในโลกเสมือนจริง เป็นเกม 3 มิติที่ผู้ใช้จะต้องสวมบทบาทเป็นตัวละครในเกม และสามารถติดต่อพูดคุยกับผู้เล่นคนอื่นได้

ถึงแม้จะมีการแบ่งโครงสร้างหรือการแบ่งประเภทที่แตกต่างกัน แต่ภาพรวมแล้วมีความใกล้เคียงกันในลักษณะของการมีความสัมพันธ์กันของผู้ใช้งานในสังคมออนไลน์แต่ละประเภทรูปแบบนั้น ๆ ซึ่งอาจจะมีบางอย่างที่เหมือนกัน เช่น ความชอบ กิจกรรม หรือมีบางอย่างที่ต้องเกี่ยวข้องกัน เช่น อาชีพหรือครอบครัว

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในกรณีของการรับชมคลิปสปอยล์หนังในครั้งนี้ ก็คือการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการชม เพื่อค้นหาลักษณะความต้องการของผู้รับชมว่ามีสิ่งใด เช่น ความต้องการของผู้ชม ความชอบ เป็นต้น

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดงานวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสปอยล์หนังของประชากรวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการใช้การรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Research Method) กลุ่มตัวอย่างจากผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง ที่เป็น ประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์และแสดงผลของการวิจัยออกมาเป็นจำนวนร้อยละ โดยการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์เพื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยสามารถอธิบายขั้นตอน การดำเนินการวิจัยได้ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย
- 3.4 การรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่เป็นผู้ รับชมคลิปสปอยล์หนัง

2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ ที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ได้จากการเลือกจำนวน ประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่เป็นผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนี้ไม่ทราบ จำนวนที่แน่นอนผู้วิจัยจึงใช้หลักของ Cohen (1997) ในการคำนวณหากลุ่มประชากรที่ต้องการเก็บ ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม G*Power โดยในการคำนวณในครั้งนี้ค่าเพาเวอร์ $(1-\beta) = 0.95$ ค่าอัลฟา $(\alpha) = 0.01$ ค่าจำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 5 และค่าของอิทธิพล (Effective Size) เท่ากับ 0.15 ซึ่งค่า ขนาดของอิทธิพลนี้อยู่ในระดับกลาง (Medium Effects) จากระดับทั้งหมด 3 ระดับ ของ Cohen (1997) ที่เหมาะกับการทดสอบ Linear Multiple Correlation Coefficient ตามที่ปรากฏใน วารสารของ นิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ, วัชรินทร์ สาตร์เพ็ชร, และญาดา นภาอารักษ์ (2562) โดยมี รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1: การประมาณค่าขนาดอิทธิพล

Test	Small	Medium	Large
1. Difference between two means	0.20	0.50	0.80
2. Difference between many means	0.10	0.25	0.40
3. Chi-square	0.10	0.30	0.50
4. Pearson' correlation coefficient	0.10	0.30	0.50
5. Difference between correlation coefficient	0.10	0.30	0.50
6. Linear multiple correlation	0.02	0.15	0.35

ที่มา: Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic.

จากคำแนะนำของ (Hair, Matthews, Matthews & Sarstedt, 2017) ได้แนะนำให้วิจัยที่เกี่ยวข้องกับสังคมศาสตร์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจใช้ค่า 0.15 ระดับกลางนี้ ในการวิจัยเช่นกัน เมื่อนำค่าที่ได้กล่าวข้างต้นแทนลงในโปรแกรม G*Power จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 207 คน ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพิ่มจากขนาดกลุ่มตัวอย่างอีก 3 คน รวมเป็น 210 คนเพื่อให้ข้อมูลที่มีความครบถ้วนและครอบคลุม ป้องกันการเก็บข้อมูลที่ผิดพลาด และดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 210 ชุด ที่ได้มาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคำถามครอบคลุมเนื้อหาในหัวข้อที่ศึกษาวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาอยู่อาศัยในพื้นที่ ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) การศึกษา
- 4) อาชีพ
- 5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสพอยล์หนัง ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 3 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านกิจกรรม จำนวน 5 ข้อ
- 2) ด้านความสนใจ จำนวน 5 ข้อ
- 3) ด้านความคิดเห็น จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสพอยล์หนัง ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 3 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน จำนวน 5 ข้อ
- 2) ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ จำนวน 5 ข้อ
- 3) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสพอยล์หนัง ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 4 ข้อ ดังนี้

- 1) ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง
- 2) สาเหตุในการรับชม
- 3) ช่วงเวลาในการรับชม
- 4) ประเภทคลิปสพอยล์ที่รับชม

โดยส่วนที่ 2 - 3 เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Questions) ที่มีลักษณะการตั้งคำถามเพื่อวัดระดับความคิดเห็นในลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert Scale) ซึ่งจัดระดับข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ แต่ละระดับห่างกัน 1 ช่วง ซึ่งเกณฑ์คะแนนแต่ละระดับ และแบ่งคะแนนเป็น 5 ระดับ คือ

มากที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ	5
มาก	มีคะแนนเท่ากับ	4
ปานกลาง	มีคะแนนเท่ากับ	3
น้อย	มีคะแนนเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ	1

โดยผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณระดับคะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยชั้นสูตร ดังนี้ (Best & Kahn, 2006, pp. 246-250)

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

การแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับการรับชมคลิปสปีดพอยล์หนังของประชากรใน กรุงเทพมหานคร โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิด

3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือ (Reliability) แบบสอบถามดังนี้

3.3.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ (Index of Item Object Congruence: IOC) โดยทดสอบความเที่ยงตรงแบบสอบถาม (Validity) ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบว่าคำถามมีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้แล้วหรือไม่ จากนั้นจึงปรับปรุงตามคำแนะนำโดยวิธี IOC: Item Objective Congruence Index (Rovinelli & Hambleton, 1977) รายละเอียดดังนี้

$$\begin{aligned}\text{สูตร} \quad \text{IOC} &= \frac{\sum R}{N} \\ \text{IOC} &= \text{ค่าดัชนีความสอดคล้อง} \\ \sum R &= \text{ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ} \\ N &= \text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญ}\end{aligned}$$

กำหนดเกณฑ์การประเมิน

ให้คะแนน +1 หมายถึง เหมาะสม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์

เกณฑ์การคัดเลือกค่า IOC

IOC	=	1.00	หมายถึง เลือกใช้
IOC	=	0.50 – 0.99	หมายถึง พิจารณาปรับปรุงเนื้อหา
IOC	=	<0.50	หมายถึง ตัดทิ้ง

จากข้อคำถาม จำนวน 40 ข้อ มีค่าความเที่ยงตรงอยู่ที่ 1 ซึ่งมากกว่า 0.5 แสดงว่าแบบทดสอบชุดนี้มีความเที่ยงตรง สามารถนำไปศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นต่อไปได้

3.3.2 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่ม ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง (Tryout) แต่มีใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน และนำไปคำนวณค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient, α) โดยใช้สูตรของคูเดอร์ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2537, หน้า 246) เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่น ซึ่งจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือมาก เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงให้มีความชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งจะยอมรับการทดสอบเมื่อมีค่า Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละส่วน ได้ดังนี้

รูปแบบการดำเนินชีวิต จำนวน 15 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.904

การยอมรับเทคโนโลยี จำนวน 15 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.858

3.4 การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 คน เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลจากการค้นคว้าและเก็บรวบรวมจาก งานวิจัยเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.4.1 การจัดกระทำข้อมูล

- 1) การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของ แบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- 2) การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์แล้วมาเปลี่ยนสภาพข้อมูลเป็นรหัสตามที่กำหนดไว้
- 3) การประมวลผลข้อมูล (Processing) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ทำการลงรหัสแล้วมาบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

3.5 สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการรวบรวมและทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมผ่านทางแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างแล้ว จึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติสามารถจำแนกออกได้ 2 ลักษณะ คือ การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 1 และ 4 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนพฤติกรรมผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง ได้แก่ ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง สาเหตุในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชม โดยหาค่าความถี่ และค่าสถิติ ร้อยละ

2) ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 2 - 3 เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตการยอมรับเทคโนโลยี ในการรับชมคลิปสปอยล์หนังของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Chi-square เพื่อนำไปใช้ในการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของกลุ่มประชากร หรือกลุ่มตัวอย่างมากกว่า โดยการใช้มิติของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน และความแตกต่างในการกระจายของข้อมูลในแนวคิดเชิงคุณภาพ และทดสอบสมมติฐานรูปแบบการดำเนินชีวิต และการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการรับชมคลิปสปอยล์หนัง

โดยใช้ค่าสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบระดับอิทธิพลต่อการส่งผลกระทบระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสยองขวัญของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสยองขวัญ
- 4.3 ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสยองขวัญ
- 4.4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสยองขวัญ
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่เป็นผู้รับชมคลิปสยองขวัญ โดยได้ส่งแบบสอบถามไปทั้งหมด 210 ชุด ได้รับกลับคืนมาและนำมาวิเคราะห์จำนวน 210 ชุด โดยมีข้อมูลลักษณะประชากรดังแสดงในตาราง 4.1

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	75	35.71
หญิง	85	40.48
LGBTQ	50	23.81
2. อายุ		
15 – 30 ปี	27	12.86
31 – 45 ปี	108	51.43
46 – 55 ปี	69	32.86
55 ปีขึ้นไป	6	2.86

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	74	35.24
ปริญญาตรี	86	40.95
สูงกว่าปริญญาตรี	50	23.81
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	37	17.62
พนักงานเอกชน	88	41.90
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	40	19.05
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	39	18.57
เกษียณอายุ/ว่างงาน	6	2.86
5. รายได้ต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	23	10.95
ไม่เกิน 10,000 บาท	62	29.52
10,001-20,000 บาท	77	36.67
20,001-30,000 บาท		-
30,001-40,000 บาท	18	8.57
41,000 บาท ขึ้นไป	30	14.29
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 คน พบว่า

เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 40.48 และเป็น LGBTQ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81

อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 45 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 51.43 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 46 – 55 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 32.86 อายุ 15 – 30 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12.86 และเป็นอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 40.95 รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 35.24

อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 88 คน คิดเป็น ร้อยละ 41.90 รองลงมา คือ เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 19.05 เป็นข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 17.62 และเป็นผู้เกษียณอายุ หรือว่างงาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86

รายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมา คือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 29.52 รายได้ตั้งแต่ 41,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 และไม่มีรายได้จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.95

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง

ตารางที่ 4.2: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรู้ทางการเงิน โดยรวมและจำแนกตามรายด้าน

รูปแบบการดำเนินชีวิต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านกิจกรรม	3.95	0.54	มาก
2. ด้านความสนใจ	3.94	0.59	มาก
3. ด้านความคิดเห็น	3.93	0.65	มาก
รวม	3.94	0.54	มาก

จากตาราง 4.2 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านกิจกรรมเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 รองลงมา คือ ด้านความสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59 และด้านความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านกิจกรรมโดยรวมและจำแนกตามรายชื่อ

ด้านกิจกรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ชื่นชอบการอ่านหรือดูคลิปสไลด์ล่วงหน้าของหนังสือ	4.01	0.50	มาก
2. สามารถเปิดรับชมคลิปสไลด์หนังสือในสถานที่ใดก็ได้	3.88	0.55	มาก
3. นำไปใช้ตั้งประเด็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นที่ดูหนังสือหรือรับชมคลิปสไลด์เรื่องในเรื่องที่เดียวกัน	3.88	0.60	มาก
4. การรับชมคลิปสไลด์หนังสือเป็นกิจกรรมที่ช่วยเน้นเรื่องความสัมพันธ์การเข้าสังคม	4.00	0.84	มาก
5. การรับชมคลิปสไลด์หนังสือเป็นกิจกรรมที่ท่านชอบทำเมื่อมีเวลาว่าง	3.97	0.80	มาก
รวม	3.95	0.54	มาก

จากตาราง 4.3 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสไลด์หนังสือ ด้านกิจกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างชื่นชอบการอ่านหรือดูคลิปสไลด์ล่วงหน้าของหนังสือ เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 รองลงมา คือ การรับชมคลิปสไลด์หนังสือเป็นกิจกรรมที่ช่วยเน้นเรื่องความสัมพันธ์การเข้าสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 และการรับชมคลิปสไลด์หนังสือเป็นกิจกรรมที่ท่านชอบทำเมื่อมีเวลาว่าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.97 ส่วนการนำไปใช้ตั้งประเด็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นที่ดูหนังสือหรือรับชมคลิปสไลด์เรื่องในเรื่องที่เดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 สามารถเปิดรับชมคลิปสไลด์หนังสือในสถานที่ใดก็ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความสนใจ

ด้านความสนใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ได้ทราบรายละเอียดและเนื้อหาหนังสือที่ตนเองสนใจ	3.96	0.73	มาก
2. ได้รับความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน	3.89	0.71	มาก
3. นำเนื้อหาที่รับชมไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหนังสือพิมพ์	4.00	0.70	มาก
4. การรับชมคลิปสไลด์หนังสือมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของท่าน	4.00	0.63	มาก
5. ท่านสนใจรับชมคลิปสไลด์หนังสือมากกว่าการรับชมแบบเต็มเรื่อง	3.83	0.70	มาก
รวม	3.94	0.59	มาก

จากตาราง 4.4 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสไลด์หนังสือ ด้านความสนใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การนำเนื้อหาที่รับชมไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และการรับชมคลิปสไลด์หนังสือมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ การได้ทราบรายละเอียดและเนื้อหาหนังสือที่ตนเองสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ได้รับความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 และได้ทราบรายละเอียดและเนื้อหาหนังสือที่ตนเองสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคิดเห็น

ด้านความคิดเห็น	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ท่านคิดว่าการรับชมคลิปสไลด์หนังสือสามารถตอบสนองรสนิยมในการรับชมหนังสือ	3.98	0.68	มาก
2. การรับชมคลิปสไลด์หนังสือ ทำให้ท่านใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	3.90	0.80	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคิดเห็น

ด้านความคิดเห็น	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตในแต่ละวัน	3.85	0.78	มาก
4. สามารถเลือกชมคลิปสปอยล์หนังในเรื่องที่ตนและบุคคลอื่น ๆ พร้อมๆ กันได้	3.98	0.61	มาก
5. ท่านคิดว่าความคิดเห็นต่อหนังมีผลต่อการรับชมคลิปสปอยล์หนัง	3.92	0.75	มาก
รวม	3.93	0.65	มาก

จากตาราง 4.5 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง ด้านความคิดเห็น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถตอบสนองรสนิยมในการรับชมหนัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และสามารถเลือกชมคลิปสปอยล์หนังในเรื่องที่ตนและบุคคลอื่น ๆ พร้อม ๆ กันได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าความคิดเห็นต่อหนังมีผลต่อการรับชมคลิปสปอยล์หนัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 และการรับชมคลิปสปอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตในแต่ละวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง

ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมและจำแนกตามรายด้าน

การยอมรับเทคโนโลยี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	4.02	0.61	มาก
2. ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้	3.94	0.77	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมและจำแนกตามรายด้าน

การยอมรับเทคโนโลยี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
3. การรับรู้ถึงประโยชน์	3.92	0.86	มาก
รวม	3.96	0.54	มาก

จากตาราง 4.6 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 รองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 และการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน โดยรวมและจำแนกตามรายข้อ

การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การรับชมคลิปสปอยล์หนังง่ายต่อการค้นหาหนังที่ต้องการรับชม	4.12	0.63	มาก
2. สะดวกต่อการใช้งานทุกรูปแบบทั้ง IOS และ ANDROID	4.05	0.76	มาก
3. ขั้นตอนในการเรียนรู้และการทำงานต่อการรับฟัง	4.02	0.68	มาก
4. การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านได้ความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ๆ	3.85	0.72	มาก
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถส่งต่อ ๆ กันได้ง่ายกว่า	4.03	0.72	มาก
รวม	4.02	0.61	มาก

จากตาราง 4.7 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับชมคลิปสปอยล์หนังง่ายต่อการค้นหาหนังที่ต้องการรับชม เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 รองลงมา คือ ความสะดวกต่อการใช้งานทุกรูปแบบทั้ง IOS และ ANDROID มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 การรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถส่งต่อ ๆ กันได้ง่ายกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 ขั้นตอนในการเรียนรู้และการใช้งานต่อการรับฟังคลิปสปอยล์หนังสามารถทำความเข้าใจด้วยตนเองได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และการรับคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านได้ความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ โดยรวมและจำแนกตามรายข้อ

ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นไม่ต้องระบุตัวตนในการใช้งาน ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล	3.95	0.99	มาก
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนังกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน	3.88	0.94	มาก
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นที่ยอมรับและวางใจได้	4.01	0.90	มาก
4. เนื้อหาของการสปอยล์มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการในการรับชม	4.00	0.83	มาก
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง สามารถกดหยุดค้างไว้แล้วมาฟังต่อได้ทุกเวลา	3.88	0.77	มาก
รวม	3.94	0.77	มาก

จากตาราง 4.8 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง ด้านความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นที่ยอมรับและวางใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ เนื้อหาของการสปอยล์มีความหลากหลายและตอบสนองความ

ต้องการในการรับชม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 การรับชมคลิปสพอยล์หนึ่งเป็นไม่ต้องระบุตัวตนในการใช้งาน ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.99 การรับชมคลิปสพอยล์หนึ่งกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94 และการรับชมคลิปสพอยล์หนึ่ง สามารถกดหยุดค้างไว้ แล้วมาฟังต่อได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยรวมและจำแนกตามรายชื่อ

การรับรู้ถึงประโยชน์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การรับคลิปสพอยล์หนึ่งมีการแบ่งเป็นหมวดหมู่และตอนของหนังที่สพอยล์ไว้อย่างชัดเจน	3.75	0.86	มาก
2. การรับชมคลิปสพอยล์หนึ่งทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย	3.99	0.93	มาก
3. การรับชมคลิปสพอยล์หนึ่ง ทำให้ท่านสามารถรับชมการสพอยล์หนังได้ในหลาย ๆ เรื่องต่อวัน	3.97	0.98	มาก
4. การรับชมคลิปสพอยล์หนึ่งมีการเล่าสรุปเฉพาะเนื้อเรื่องที่สำคัญ ๆ	3.91	1.07	มาก
5. การรับชมคลิปสพอยล์หนึ่งมีลำดับการเล่าเรื่องที่ตื่นเต้นสนุกสนาน	3.96	0.90	มาก
รวม	3.92	0.86	มาก

จากตาราง 4.9 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสพอยล์หนึ่ง การรับรู้ถึงประโยชน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับชมคลิปสพอยล์หนึ่งทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 รองลงมา คือ การรับชมคลิปสพอยล์หนึ่ง ทำให้ท่านสามารถรับชมการสพอยล์หนังได้ในหลาย ๆ เรื่องต่อวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 การรับชมคลิปสพอยล์หนึ่งมีลำดับการเล่าเรื่องที่ตื่นเต้นสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 การรับชมคลิปสพอยล์หนึ่งมีการเล่าสรุปเฉพาะเนื้อเรื่องที่สำคัญ ๆ

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 และการรับคลิปสปอยล์หนึ่งมีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ และตอนของหนังที่สปอยล์ไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง

ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง		
1 – 5 นาที	46	21.90
6 – 15 นาที	56	26.67
16 – 30 นาที	48	22.86
31 – 60 นาที	38	18.10
60 นาทีขึ้นไป	22	10.48
สาเหตุในการรับชม		
ความสะดวกสบายในการรับชม	77	36.67
ความหลากหลายของหนัง	78	37.14
ความสนุก และตื่นเต้นในการเลาสปอยล์	55	26.19
ช่วงเวลาในการรับชม		
ก่อน 8.00 น.	26	12.38
8.00 น. – 12.00 น.	36	17.14
12.00 น. – 13.00 น.	45	21.43
13.00 น. – 16.00 น.	29	13.81
16.00 น. – 20.00 น.	33	15.71
20.00 น. เป็นต้นไป	41	19.52

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม		
ซีรีส์จีน	82	39.05
ภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์	60	28.57
ซีรีส์เกาหลี	68	32.38
รวม	210	100.00

จากตารางที่ 4.10 พฤติกรรมการรับชมคลิปสปอย์หนังของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 คน พบว่า

ความถี่ในการรับชม พบว่า ส่วนใหญ่มีการรับชมอยู่ที่ 6 – 15 นาที จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมา คือ 16 – 30 นาที จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 22.86 รับชม 1 – 5 นาที จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 21.90 รับชม 31 – 60 นาที จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 และรับชม 60 นาทีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.48

สาเหตุในการรับชม พบว่า ส่วนใหญ่เลือกรับชมคลิปสปอย์หนังเพราะความหลากหลายของหนัง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14 รองลงมา คือ ความสะดวกสบายในการรับชม จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 และเลือกรับชมเพราะความสนุก และตื่นเต้นในการเล่าสปอย์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9

ช่วงเวลาในการรับชม พบว่า ส่วนใหญ่เลือกรับชมในช่วงเวลา 12.00 น. – 13.00 น. จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 รองลงมา คือ 20.00 น. เป็นต้นไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 19.52 เลือกรับชมเวลา 8.00 น. – 12.00 น. จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 17.14 เลือกรับชมเวลา 16.00 – 20.00 น. จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 15.71 และเลือกรับชมก่อนเวลา 8.00 น. จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 12.38

ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม พบว่า ส่วนใหญ่เลือกรับชมคลิปสปอย์ประเภทซีรีส์จีน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 39.05 รองลงมา คือ ประเภทซีรีส์เกาหลี จำนวน 68 คน คิดเป็น 32.38 และประเภทภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57

4.5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

4.5.1 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยผู้วิจัยใช้สถิติการทดสอบ Chi-Square

ตารางที่ 4.11: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามเพศ

พฤติกรรม		ชาย	หญิง	LGBTQ	Chi-Square	Sig.
ความถี่ในการรับชม	1 – 5 นาที	26	17	3	36.377	.000
	6 – 15 นาที	13	29	14		
	16 – 30 นาที	10	18	20		
	31 – 60 นาที	22	10	6		
	60 นาทีขึ้นไป	4	11	7		
สาเหตุในการรับชม	ความสะดวกสบาย	37	18	20	10.733	.030
	ความหลากหลาย	26	38	21		
	ความสนุก และตื่นเต้น	14	22	14		
ช่วงเวลาในการรับชม	ก่อน 8.00 น.	12	8	6	20.964	.021
	8.00 – 12.00 น.	19	9	8		
	12.00 – 13.00 น.	14	19	12		
	13.00 – 16.00 น.	5	18	6		
	16.00 – 20.00 น.	8	12	13		
	20.00 น. เป็นต้นไป	17	19	5		
ประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชม	ซีรีส์จีน	23	42	39	40.039	.000
	ภาพยนตร์	13	36	7		
	ซีรีส์เกาหลี	39	11	22		

จากตาราง 4.11 จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง พบว่า ผู้รับชมคลิปสปอยล์หนังที่มีเพศ แตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุ

ในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสปอย์ที่รับชมที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.12: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอย์หนัง จำแนกตามอายุ

พฤติกรรม		30 – 15 ปี	31 – 45 ปี	46 – 55 ปี	55 ปี ขึ้นไป	Chi- Square	Sig.
ความถี่ในการ รับชม	1 – 5 นาที	8	25	1		28.568	.005
	6 – 15 นาที	8	28	0			
	16 - 30 นาที	0	31	1			
	31 - 60 นาที	11	12	2			
	60 นาทีขึ้นไป	0	12	2			
สาเหตุในการ รับชม	ความสะดวกสบาย	11	35	3		4.247	643.
	ความหลากหลาย	7	42	2			
	ความสนุกและ ตื่นเต้น	9	31	1			
ช่วงเวลาในการ รับชม	ก่อน 8.00 น.	3	9	1		9.055	875.
	8.00 – 12.00 น.	5	21	1			
	12.00 – 13.00 น.	6	25	1			
	13.00 – 16.00 น.	2	17	1			
	16.00 – 20.00 น.	4	14	1			
	20.00 น. เป็นต้นไป	7	22	1			
ประเภทคลิป สปอย์ที่รับชม	ซีรีส์จีน	10	43	1		4.559	601.
	ภาพยนตร์	6	28	3			
	ซีรีส์เกาหลี	11	37	2			

จากตาราง 4.12 จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอย์หนัง พบว่า ผู้รับชมคลิปสปอย์หนังที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชมที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.13: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์นิ่ง จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรม		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	Chi- Square	Sig.
ความถี่ในการ รับชม	1 – 5 นาที	15	18	13	19.971	021.
	6 – 15 นาที	12	28	16		
	16 – 30 นาที	16	24	98		
	31 – 60 นาที	22	7	9		
	60 นาทีขึ้นไป	9	9	4		
สาเหตุในการ รับชม	ความสะดวกสบาย	48	9	20	54.771	000.
	ความหลากหลาย	20	44	14		
	ความสนุก และ ตื่นเต้น	6	33	16		
ช่วงเวลาใน การรับชม	ก่อน 8.00 น.	14	12	0	52.912	000.
	8.00 – 12.00 น.	14	6	16		
	12.00 – 13.00 น.	12	25	8		
	13.00 – 16.00 น.	13	6	10		
	16.00 – 20.00 น.	3	26	4		
	20.00 น. เป็นต้นไป	18	11	12		
ประเภท คลิปสไลด์ที่ รับชม	ซีรีส์จีน	25	43	14	14.616	006.
	ภาพยนตร์	28	21	11		
	ซีรีส์เกาหลี	21	22	25		

จากตาราง 4.13 จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์นิ่ง พบว่า ผู้รับชมคลิปสไลด์นิ่งที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสไลด์ที่รับชมที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.14: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรม		นักเรียนฯ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของธุรกิจ	ข้าราชการ / พนักงานฯ	เกษียณ/ ว่างงาน	Chi- Square	Sig.
ความถี่ในการรับชม	1 – 5 นาที	7	24	3	10	2	16.231	437.
	6 – 15 นาที	9	19	14	13	1		
	16 - 30 นาที	13	20	9	5	1		
	31 - 60 นาที	5	15	8	8	2		
	60 นาทีขึ้นไป	3	10	6	3	0		
สาเหตุในการรับชม	ความสะดวกสบาย	12	40	12	10	3	7.187	517.
	ความหลากหลาย	16	28	15	17	2		
	ความสนุก และตื่นเต้น	9	20	13	12	1		
ช่วงเวลาในการ รับชม	ก่อน 8.00 น.	2	9	8	7	0	21.855	348.
	8.00 – 12.00 น.	6	14	10	5	1		
	12.00 – 13.00 น.	7	22	6	9	1		
	13.00 – 16.00 น.	5	14	2	7	1		
	16.00 – 20.00 น.	6	10	6	9	2		
	20.00 น. เป็นต้นไป	11	19	8	2	1		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรม		นักเรียนฯ	พนักงาน เอกชน	เจ้าของธุรกิจ	ข้าราชการ / พนักงานฯ	เกษียณ/ งานว่าง	Chi- Square	Sig.
ประเภทคลิปสไลด์ ที่รับชม	ซีรีส์จีน	12	38	17	14	1	17.176	.028
	ภาพยนตร์	10	19	9	20	2		
	ซีรีส์เกาหลี	15	31	14	5	3		

จากตาราง 4.14 จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง พบว่า ผู้รับชมคลิปสไลด์หนังที่มีอาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านประเภทคลิปสไลด์ที่รับชมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.15: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรม		ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	30,001 – 40,000	40,000 ขึ้น ไป	Chi- Square	Sig.
ความถี่ในการรับชม	1 – 5 นาที	8	18	15	0	5	87.528	.000
	6 – 15 นาที	11	12	26	0	7		
	16 - 30 นาที	0	23	10	4	11		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ): การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรม		ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	30,001 – 40,000	ขึ้น 40,000 ไป	Chi- Square	Sig.
ความถี่ในการรับชม	31 - 60 นาที	4	6	22	4	2		
	60 นาทีขึ้นไป	0	3	4	10	5		
สาเหตุในการรับชม	ความสะดวกสบาย	10	22	29	7	9	2.129	.977
	ความหลากหลาย	8	23	29	5	13		
	ความสนุก และตื่นเต้น	5	17	29	6	8		
ช่วงเวลาในการ รับชม	ก่อน 8.00 น.	4	8	7	5	2	25.690	.176
	8.00 – 12.00 น.	4	8	14	1	9		
	12.00 – 13.00 น.	8	15	14	1	7		
	13.00 – 16.00 น.	4	6	9	5	5		
	16.00 – 20.00 น.	1	11	14	3	4		
	20.00 น. เป็นต้นไป	2	14	19	3	3		
ประเภทคลิปสปอยล์ ที่รับชม	ซีรีส์จีน	10	27	26	7	12	17.817	.023
	ภาพยนตร์	5	26	16	6	7		
	ซีรีส์เกาหลี	8	9	35	5	11		

จากตาราง 4.15 จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง พบว่า ผู้รับชมคลิปสปอยล์หนังที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม และด้านประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.5.2 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น โดยผู้วิจัยใช้สถิติการทดสอบ Chi-Square

ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิต

พฤติกรรม	รูปแบบฯ	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	Chi-Square	Sig
ความถี่ในการรับชม	กิจกรรม	35	132	43	2.891	.941
	ความสนใจ	30	138	42	3.221	.920
	ความคิดเห็น	47	111	52	3.265	.917
	ภาพรวม	25	148	37	5.200	.736
สาเหตุในการรับชม	กิจกรรม	35	132	43	3.432	.488
	ความสนใจ	30	138	42	4.214	.378
	ความคิดเห็น	47	111	52	1.793	.774
	ภาพรวม	25	148	37	5.450	.244
ช่วงเวลาในการรับชม	กิจกรรม	35	132	43	7.549	.673
	ความสนใจ	30	138	42	9.997	.441
	ความคิดเห็น	47	111	52	5.486	.856
	ภาพรวม	25	148	37	9.294	.504
ประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชม	กิจกรรม	35	132	43	2.053	.726
	ความสนใจ	30	138	42	4.534	.339
	ความคิดเห็น	47	111	52	1.062	.900

จากตาราง 4.16 จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง พบว่า ผู้รับชมคลิปสปอยล์หนังที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต แตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชมช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชมไม่แตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

4.5.3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง ประกอบด้วย ความง่ายต่อการใช้งาน ความน่าเชื่อถือและการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยผู้วิจัยใช้สถิติการทดสอบ Chi-Square

ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง

พฤติกรรม	การยอมรับฯ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Chi-Square	Sig.
ความถี่ในการรับชม	ความง่ายต่อการใช้งาน	41	118	51	5.819	.668
	ความน่าเชื่อถือ	62	69	79	4.893	.769
	การรับรู้ถึงประโยชน์	67	52	91	2.248	.972
	ภาพรวม	52	90	68	2.136	.977
สาเหตุในการรับชม	ความง่ายต่อการใช้งาน	41	118	51	2.319	.677
	ความน่าเชื่อถือ	62	69	79	3.966	.411
	การรับรู้ถึงประโยชน์	67	52	91	4.772	.312
	ภาพรวม	52	90	68	5.896	.207
ช่วงเวลาในการรับชม	ความง่ายต่อการใช้งาน	41	118	51	8.673	.563
	ความน่าเชื่อถือ	62	69	79	9.633	.473
	การรับรู้ถึงประโยชน์	67	52	91	9.008	.531
	ภาพรวม	52	90	68	18.397	.049

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.17 (ต่อ): การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์นิ่ง จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสไลด์นิ่ง

พฤติกรรม	การยอมรับฯ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	Chi-Square	Sig.
ประเภทคลิปสไลด์ที่รับชม	ความง่ายต่อการใช้งาน	41	118	51	5.415	.247
	ความน่าเชื่อถือ	62	69	79	2.252	.690
	การรับรู้ถึงประโยชน์	67	52	91	3.538	.472
	ภาพรวม	52	90	68	1.673	.796

จากตาราง 4.17 จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีกับพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์นิ่ง พบว่า ผู้รับชมคลิปสไลด์นิ่งที่มีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสไลด์นิ่งแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชมช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสไลด์ที่รับชมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นรับชมคลิปสไลด์นิ่งที่มีพฤติกรรมในการรับชมด้านช่วงเวลาในการรับชมที่แตกต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสไลด์นิ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี กับ พฤติกรรมการรับชมคลิปสไลด์หนังของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดำเนินการโดยการจัดทำแบบสอบถามในรูปแบบของ Google Form จากนั้นผู้วิจัยได้ติดตามแบบสอบถาม ซึ่งได้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้น ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ และนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้สถิติ Chi-Square ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยและพัฒนาโมเดลดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี กับ พฤติกรรมการรับชมคลิปสไลด์หนังของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงร้อยละ 4.48 มีช่วงอายุตั้งแต่ 31 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.43 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.95 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.90 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.67

5.1.2 พฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมต่อครั้งอยู่ที่ 6 – 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 26.67 มีสาเหตุในการรับชมจากความหลากหลายของหนัง คิดเป็นร้อยละ 37.14 มีช่วงเวลาในการรับชมอยู่ในช่วง 12.00 น. – 13.00 น. คิดเป็น ร้อยละ 21.43 ประเภทคลิปสไลด์ที่รับชม คือ ซีรีส์จีน คิดเป็นร้อยละ 39.05

5.1.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสไลด์หนังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 โดยด้านกิจกรรมเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมา คือ ด้านความสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และด้านความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ด้านกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบการอ่านหรือดูคลิปสปอยล์ล่วงหน้าของหนัง เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา คือ การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นกิจกรรมที่ช่วยเน้นเรื่องความสัมพันธ์การเข้าสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และการรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นกิจกรรมที่ทันทชอบทำเมื่อมีเวลาว่าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ส่วนการนำไปใช้ตั้งประเด็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นที่ดูหนังหรือรับชมคลิปสปอยล์เรื่องในเรื่องที่เดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 สามารถเปิดรับชมคลิปสปอยล์หนังในสถานที่ใดก็ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านความสนใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การนำเนื้อหาที่รับชมไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหนังที่ชม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และการรับชมคลิปสปอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ การได้ทราบรายละเอียดและเนื้อหาหนังที่ตนเองสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ได้รับความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และได้ทราบรายละเอียดและเนื้อหาหนังที่ตนเองสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ด้านความคิดเห็น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถตอบสนองรสนิยมในการรับชมหนัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และสามารถเลือกชมคลิปสปอยล์หนังในเรื่องที่ตนและบุคคลอื่น ๆ พร้อมๆกันได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าความคิดเห็นต่อหนังมีผลต่อการรับชมคลิปสปอยล์หนัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และการรับชมคลิปสปอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตในแต่ละวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

5.1.4 การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 รองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับชมคลิปสปอยล์หนังง่ายต่อการค้นหาหนังที่ต้องการรับชม เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมา คือ ความสะดวกต่อการใช้งานทุกรูปแบบทั้ง IOS และ ANDROID มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 การรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถส่งต่อ ๆ กันได้ง่ายกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ขั้นตอนในการเรียนรู้และการใช้งานต่อการรับฟังคลิปสปอยล์หนังสามารถทำความเข้าใจด้วยตนเองได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และการรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านได้ความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นที่ยอมรับและวางใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ เนื้อหาของการสปอยล์มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการในการรับชม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นไม่ต้องระบุด่วนในการใช้งาน ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 การรับชมคลิปสปอยล์หนังกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน และการรับชมคลิปสปอยล์หนัง สามารถทดแทนความพึงพอใจได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

การรับรู้ถึงประโยชน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมา คือ การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านสามารถรับชมการสปอยล์หนังได้ในหลาย ๆ เรื่องต่อวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีลำดับการเล่าเรื่องที่ตื่นเต้นสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีการเล่าสรุปเฉพาะเนื้อเรื่องที่สำคัญ ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และการรับชมคลิปสปอยล์หนังมีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ และตอนของหนังที่สปอยล์ไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

5.1.5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา วิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิต และการยอมรับเทคโนโลยี จากผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปผลได้ดังนี้

1) การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้รับชมคลิปสปอยล์หนังที่มีเพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชมที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชมที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในด้านประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชมที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และรายได้ต่อเดือน มีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชมที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง จำแนกตามรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า ผู้รับชมคลิปสปอยล์หนังที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชมช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชมไม่แตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

3) การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสไลด์หนัง จำแนกตามการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ผู้รับชมคลิปสไลด์หนังที่มีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสไลด์หนังแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสไลด์ที่รับชมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นรับชมคลิปสไลด์หนังที่มีพฤติกรรมในการรับชมด้านช่วงเวลาในการรับชมที่แตกต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสไลด์หนังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.2 อภิปรายผล

จากคำถามการวิจัย และผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสไลด์หนัง พบว่า ผู้รับชมคลิปสไลด์หนังที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต แตกต่างกันไปมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสไลด์ที่รับชมไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman & Kanuk (2007) กล่าวคือ ลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภค ที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน และรูปแบบการใช้ชีวิตที่เหมือนกัน สามารถนำไปใช้อธิบายพฤติกรรมได้หลากหลายกลุ่ม ส่งผลให้สามารถเข้าถึงความต้องการและเข้าใจในพฤติกรรมของผู้เลือกรับชมได้มากยิ่งขึ้น

การยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมคลิปสไลด์หนัง พบว่า ผู้รับชมคลิปสไลด์หนังที่มีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสไลด์หนังแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับชม สาเหตุในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม และประเภทคลิปสไลด์ที่รับชมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นรับชมคลิปสไลด์หนังที่มีพฤติกรรมในการรับชมด้านช่วงเวลาในการรับชมที่แตกต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสไลด์หนังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) ที่ได้กำหนดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและมีการยอมรับว่าสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีได้ถูกนำเสนอโดย Davis (1989) ซึ่งเป็นการปรับปรุงเพิ่มเติมตัวทฤษฎีจาก TRA (The theory of Reasoned Action) ของ Fishbein & Ajzen (1975) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงจูงใจและความสนใจส่วนบุคคลในการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุธาสินี ตูลานนท์ (2562) ที่ศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ประยุกต์จากทฤษฎีการกระทำ ด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ที่ทำนายเรื่องของการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และได้อธิบายเกี่ยวกับบุคคลไว้ว่าบุคคลจะมีการยอมรับเทคโนโลยีนั้นเกิดได้จากปัจจัย 2 ประการ คือ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

5.3 ข้อเสนอแนะ

การนำเสนอในหัวข้อนี้ ผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะจากการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะในการนำผลไปใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลไปใช้

1) ผลจากการวิจัยในด้านรูปแบบการดำเนินการ พบว่า ผู้รับชมให้ความสำคัญต่อความบันเทิง ความสนุกสนานและหลากหลายของเนื้อหาการรับชมคลิปสปอยล์หนัง ผู้ชมให้ความสำคัญกับเนื้อหา การเล่าเรื่องที่สนุก ดำเนินเรื่องเร็ว ดังนั้น ผู้สร้างหนังควรมีการสร้างความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากความบันเทิงของการโฆษณาหนังในตัวอย่างในลักษณะของการเล่าเรื่องแบบเดิม ๆ และควรมีการศึกษารวมกันกับองค์กรที่ให้ความรู้ และสอนวิธีการต่าง ๆ ในการสร้างหนัง เพื่อการสร้างความบันเทิงในหนังได้อย่างเหมาะสมกับสื่อในรูปแบบใหม่ ๆ อย่างเป็นรูปธรรม

2) ผลจากการวิจัยในด้านการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า เทคโนโลยีนั้นเข้ามามีอิทธิพลต่อผู้รับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นอย่างมาก และกระแสของความชื่นชอบในการรับชมหนัง มีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้สร้างที่จะผลิตหนังขึ้น ควรให้ความสำคัญต่อการเล่าเรื่องที่กระตุ้นให้เกิดการนำติดตาม ไม่เคยให้เกิดกีดขวาง หรือปิดเสียงชั่วคราวระหว่างการโฆษณา หรือไม่อดทนรอต่อการดำเนินเรื่องที่ให้น่าเบื่อ หรือล่าช้าเกินไป ดังนั้น ผู้ประกอบการเกี่ยวกับหนังควรมีการศึกษา และจัดทำช่องทางในการสร้างคลิป หรือคอนเทนต์ต่าง ๆ เพื่อรองรับต่อพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยี

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการควรมีการนำผลการวิจัยไปต่อยอด และศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มที่ไม่เคยรับชมคลิปสปอยล์หนังเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมคลิปสปอยล์หนังมากขึ้น เพื่อนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการเปรียบเทียบความแตกต่างของผลการวิจัย และควรเพิ่มตัวแปรในการศึกษา เช่น คุณภาพของระบบ ช่องออนไลน์ที่เลือกรับชม ความพึงพอใจในการรับชม หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจจะเป็นส่วนในการกระตุ้นทางการตลาดต่าง ๆ

2) ควรมีการใช้การศึกษาลักษณะประชากรในเรื่องต่าง ๆ ในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาในแง่มุมอื่น ๆ ที่ลงลึกถึงรายละเอียดของการรับชมมากยิ่งขึ้น เพื่อเข้าใจความแตกต่างลักษณะทางประชากรของผู้รับชมที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับคลิปสปอยล์หนังผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการทำการวิจัยครั้งต่อไปให้ศึกษาวิจัยประเด็นอื่น ๆ ของผู้รับชม เช่น ประเด็นด้านบุคลิกภาพ เพื่อเข้าใจข้อมูลลักษณะประชากรในความแตกต่างด้านจิตวิทยาของผู้รับชม ที่จะเกิดพฤติกรรมการเปิดรับคลิปสปอยล์หนังที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์เพื่อให้สอดคล้องต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมคลิปสปอยล์หนังมากขึ้น หรือนำไปวางแผนการจัดการสร้างคลิปสปอยล์หนังเพื่อเป็นสื่อในการโฆษณาหนังให้แก่แต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสมต่อไป

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2557). *การใช้ SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- กุลชลี ไชยนันดา. (2553). *กระบวนการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: ประยูรวงศ์.
- เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2557). *การยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย. (2544). *ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงสมัยสงครามโลก ครั้งที่ 2*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- เดชาพล สวนสุข. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการทางการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันมายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสิน ในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม.
- นิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ, วชิรพร สาตร์เพ็ชร, และญาดา นภาพารักษ์. (2562). การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G* Power. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology*, 5(1), 496-507.
- บุญธรรม กิจปรีดาภิสุทธิ์. (2537). *เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย (ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- บุษกร คำคง. (2542). *ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการคิดวิจารณ์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่สามและมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรรณวดี ถักคะวิสสุต. (2557). *สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network)*. สืบค้นจาก https://prezi.com/x4_pcyd3wiy8/social-network/.
- ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ในระดับ Software-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กร เอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ และคณะ. (2554). *iMarketing 10.0: 10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). *ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ*. สืบค้นจาก https://www.it.kmitl.ac.th/~journal/index.php/main_journal/article/download/2/4ง.
- สิทธิชัย ภูเขาแก้ว. (2560). *ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุธาสนี ตูลานนท์. (2562). *การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- หนึ่งฤทัย ไชยลา. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสิน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิสราวลี เนียมศรี. (2559). *การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). *ความตระหนักและการยอมรับการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์กรภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (2006). *Research in education* (10th ed.). Cape Town: Pearson Education.
- Barnard, C. L. (1983). *Functions of an executive*. MA: Harvard University.
- Chu, A. Z. C., & Chu, R. J. C. (2011). The intranet's role in newcomer socialization in hotel industry in Taiwan-technology acceptance model analysis. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(5), 1163-1179.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic.
- Davis, F. D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. Unpublished doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology.
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

- Denson, S., & Leyda, J. (2016). *Post-cinema: Theorizing 21st century film*. UK: Reframe Books.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer behavior* (7th ed.). New York: Dryden.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hair, Jr., J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: Updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123.
- Johnston, E. (2013). *5 Steps to understanding your customer's buying process*. Retrieved from <https://www.b2bmarketing.net/en-gb/resources/blogs>.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2006). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kuhn, A. (2009). Screen and screen theorizing today. *Screen*, 50(1), 1-12.
- Leavitt, J. D., & Christenfeld, N. J. S. (2011). Story spoilers don't spoil stories. *Psychological Science*, 22(9), 1152-1154.
- Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37.
- Plunkett, W. R., & Attner, R. F. (1994). *Introduction to management*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49-60.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.



**BANGKOK
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การยอมรับเทคโนโลยี กับพฤติกรรมการ
รับชมคลิปสอยล์หนังของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม รูปแบบการดำเนินชีวิต และการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการรับชมคลิปสอยล์หนังของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสอยล์หนัง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสอยล์หนัง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสอยล์หนัง

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

☐ LGBTQ

2. อายุ

☐ 15 – 30 ปี

☐ 31 – 45 ปี

☐ 46 – 55 ปี

☐ 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ☐ นักเรียน/นักศึกษา
 ☐ พนักงานเอกชน
☐ เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ
 ☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
☐ เกษียณอายุ/ว่างงาน
 ☐ อื่น ๆ

5. รายได้ต่อเดือน

- ☐ ไม่มีรายได้
 ☐ ไม่เกิน 10,000 บาท
☐ 10,001 - 20,000 บาท
 ☐ 30,001 - 40,000 บาท
☐ 20,001 - 30,000 บาท
 ☐ 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ โดยพิจารณาว่าแต่ละข้อมีผลต่อความคิดเห็นของท่าน มากน้อยในระดับใด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ

- 5 หมายความว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
 4 หมายความว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก
 3 หมายความว่า มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
 2 หมายความว่า มีความคิดเห็นในระดับน้อย
 1 หมายความว่า มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านกิจกรรม					
1. ชื่นชอบการอ่านหรือดูคลิปสปอยล์ล่วงหน้าของหนัง					
2. สามารถเปิดรับชมคลิปสปอยล์หนังในสถานที่ใดก็ได้					
3. นำไปใช้ตั้งประเด็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นที่ดูหนังหรือรับชมคลิปสปอยล์เรื่องในเรื่องที่เดียวกัน					
4. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นกิจกรรมที่ช่วยเน้นเรื่องความสัมพันธ์การเข้าสังคม					
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นกิจกรรมที่ท่านชอบทำเมื่อมีเวลว่าง					

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสอยล์หนัง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความสนใจ					
1. ได้ทราบรายละเอียดและเนื้อหาหนังที่ตนเองสนใจ					
2. ได้รับความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน					
3. นำเนื้อหาที่รับชมไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหนังที่ชม					
4. การรับชมคลิปสอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของท่าน					
5. ท่านสนใจรับชมคลิปสอยล์หนังมากกว่าการรับชมแบบเต็มเรื่อง					
ด้านความคิดเห็น					
1. ท่านคิดว่าการรับชมคลิปสอยล์หนังสามารถตอบสนองรสนิยมในการรับชมหนัง					
2. การรับชมคลิปสอยล์หนัง ทำให้ท่านใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์					
3. การรับชมคลิปสอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตในแต่ละวัน					
4. สามารถเลือกชมคลิปสอยล์หนังในเรื่องที่ตนและบุคคลอื่น ๆ พร้อม ๆ กันได้					
5. ท่านคิดว่าความคิดเห็นต่อหนังมีผลต่อการรับชมคลิปสอยล์หนัง					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ โดยพิจารณาว่าแต่ละข้อมีผลต่อความคิดเห็นของท่าน มากน้อยในระดับใด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ

- | | | |
|---|-------------|--------------------------------|
| 5 | หมายความว่า | มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายความว่า | มีความคิดเห็นในระดับมาก |
| 3 | หมายความว่า | มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง |
| 2 | หมายความว่า | มีความคิดเห็นในระดับน้อย |
| 1 | หมายความว่า | มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด |

การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน					
1. การรับชมคลิปสปอยล์หนังง่ายต่อการค้นหาหนังที่ต้องการรับชม					
2. สะดวกต่อการใช้งานทุกรูปแบบทั้ง IOS และ ANDROID					
3. ขั้นตอนในการเรียนรู้และใช้งานต่อการรับฟังคลิปสปอยล์หนังสามารถทำความเข้าใจด้วยตนเองได้ง่าย					
4. การรับคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านได้ความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ๆ จากการเล่าเนื้อหาที่สปอยล์					
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถส่งต่อ ๆ กันได้ง่ายกว่า					
ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้					
1. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นไม่ต้องระบุตัวตนในการใช้งาน ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล					
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนังกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน					
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นที่ยอมรับและวางใจได้					
4. เนื้อหาของการสปอยล์มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการในการรับชม					
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง สามารถหยุดค้างไว้แล้วมาฟังต่อได้ทุกเวลา					

การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การรับรู้ถึงประโยชน์					
1. การรับคลิปสปอยล์หนังมีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ และตอนของหนังที่สปอยล์ไว้อย่างชัดเจน					
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย					
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง ทำให้ท่านสามารถรับชมการสปอยล์หนังได้ในหลาย ๆ เรื่องต่อวัน					
4. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีการเล่าสรุปเฉพาะเนื้อเรื่องที่สำคัญ ๆ					
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีลำดับการเล่าเรื่องที่ตื่นเต้นสนุกสนาน					

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

- ☐ 1 – 5 นาที ☐ 6 – 15 นาที
☐ 16 – 30 นาที ☐ 31 – 60 นาที
☐ 60 นาทีขึ้นไป ☐ อื่น ๆ

7. สาเหตุในการรับชม

- ☐ ความสะดวกสบายในการรับชม
☐ ความหลากหลายของหนัง
☐ ความสนุก และตื่นเต้นในการเล่าสปอยล์
☐ อื่น ๆ

8. ช่วงเวลาในการรับชม

- ☐ ก่อน 8.00 น. ☐ 8.00 – 12.00 น.
☐ 12.00 – 13.00 น. ☐ 13.00 – 16.00 น.
☐ 16.00 – 20.00 น. ☐ 20.00 น. เป็นต้นไป
☐ อื่น ๆ

9. ประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชม

- ☐ ซีรีส์จีน ☐ ภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์
☐ ซีรีส์เกาหลี ☐ อื่น ๆ

ภาคผนวก ข

ผลการตรวจเครื่องมือวิจัย

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.865	5

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
1. ชื่นชอบการอ่านหรือดูคลิปสอยล์ล่วงหน้าของหนัง	4.0000	.50637	40
2. สามารถเปิดรับชมคลิปสอยล์หนังในสถานที่ใดก็ได้	3.8750	.56330	40
3. นำไปใช้ตั้งประเด็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นที่ดูหนัง	3.8750	.60712	40
4. การรับชมคลิปสอยล์หนังเป็นกิจกรรมที่ช่วยเน้นเรื่องความสัมพันธ์การเข้าสังคม	4.0000	.84732	40
5. การรับชมคลิปสอยล์หนังเป็นกิจกรรมที่ผ่านชอบทำเมื่อมีเวลาว่าง	3.9500	.81492	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. ชื่นชอบการอ่านหรือดู คลิปสปอยล์ล่วงหน้าของ หนัง	15.7000	5.651	.682	.845
2. สามารถเปิดรับชม คลิปสปอยล์หนังในสถานที่ ใดก็ได้	15.8250	5.328	.732	.831
3. นำไปใช้ตั้งประเด็น หัวข้อสนทนากับผู้อื่นที่ดู หนัง	15.8250	5.379	.640	.849
4. การรับชมคลิปสปอยล์ หนังเป็นกิจกรรมที่ช่วยเน้น เรื่องความสัมพันธ์การเข้า สังคม	15.7000	4.318	.714	.837
5. การรับชมคลิปสปอยล์ หนังเป็นกิจกรรมที่ท่าน ชอบทำเมื่อมีเวลาว่าง	15.7500	4.295	.767	.818

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.	
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	5

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
1. ได้ทราบรายละเอียดและเนื้อหาหนังสือที่ตนเองสนใจ	3.9500	.74936	40
2. ได้รับความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน	3.8750	.72280	40
3. นำเนื้อหาที่รับชมไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหนังสือที่ชม	4.0000	.71611	40
4. การรับชมคลิปสอยล์หนังสือมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของท่าน	4.0000	.64051	40
5. ท่านสนใจรับชมคลิปสอยล์หนังสือมากกว่าการรับชมแบบเต็มเรื่อง	3.8250	.71208	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. ได้ทราบรายละเอียดและเนื้อหาหนังสือที่ตนเองสนใจ	15.7000	5.959	.720	.896
2. ได้รับความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน	15.7750	5.974	.753	.889
3. นำเนื้อหาที่รับชมไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหนังสือที่ชม	15.6500	5.874	.798	.879
4. การรับชมคลิปสอยล์หนังสือมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของท่าน	15.6500	6.233	.786	.883

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
5. ท่านสนใจรับชมคลิปสปอยล์หนังมากกว่าการรับชมแบบเต็มเรื่อง	15.8250	5.943	.780	.883

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.934	5

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
1. ท่านคิดว่าการรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถตอบสนองรสนิยมในการรับชมหนัง	3.9750	.69752	40
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง ทำให้ท่านใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	3.9000	.81019	40

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตในแต่ละวัน	3.8500	.80224	40
4. สามารถเลือกชมคลิปสปอยล์หนังในเรื่องที่ตนและบุคคลอื่น ๆ พร้อม ๆ กันได้	3.9750	.61966	40
5. ท่านคิดว่าความคิดเห็นต่อหนังมีผลต่อการรับชมคลิปสปอยล์หนัง	3.9250	.76418	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. ท่านคิดว่าการรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถตอบสนองรสนิยมในการรับชมหนัง	15.6500	7.464	.776	.928
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง ทำให้ท่านใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	15.7250	6.512	.904	.904
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตในแต่ละวัน	15.7750	6.640	.876	.909
4. สามารถเลือกชมคลิปสปอยล์หนังในเรื่องที่ตนและบุคคลอื่น ๆ พร้อม ๆ กันได้	15.6500	7.669	.832	.921
5. ท่านคิดว่าความคิดเห็นต่อหนังมีผลต่อการรับชมคลิปสปอยล์หนัง	15.7000	7.190	.765	.931

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.952	15

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
ชื่นชอบการอ่านหรือดูคลิปสยองล่่วงหน้าของหนัง	4.0000	.50637	40
สามารถเปิดรับชมคลิปสยองหนังในสถานที่ใดก็ได้	3.8750	.56330	40
นำไปใช้ตั้งประเด็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นที่ดูหนัง	3.8750	.60712	40
การรับชมคลิปสยองหนังเป็นกิจกรรมที่ช่วยเน้นเรื่องความสัมพันธ์การเข้าสังคม	4.0000	.84732	40
การรับชมคลิปสยองหนังเป็นกิจกรรมที่ท่านชอบทำเมื่อมีเวลาว่าง	3.9500	.81492	40
ได้ทราบรายละเอียดและเนื้อหาหนังที่ตนเองสนใจ	3.9500	.74936	40
ได้รับความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน	3.8750	.72280	40
นำเนื้อหาที่รับชมไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหนังที่ชม	4.0000	.71611	40
การรับชมคลิปสยองหนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของท่าน	4.0000	.64051	40

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
ท่านสนใจรับชมคลิปสปอยล์หนังมากกว่าการรับชมแบบเต็มเรื่อง	3.8250	.71208	40
ท่านคิดว่าการรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถตอบสนองรสนิยมในการรับชมหนัง	3.9750	.69752	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนัง ทำให้ท่านใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	3.9000	.81019	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตในแต่ละวัน	3.8500	.80224	40
สามารถเลือกชมคลิปสปอยล์หนังในเรื่องที่ตนและบุคคลอื่น ๆ พร้อม ๆ กันได้	3.9750	.61966	40
ท่านคิดว่าความคิดเห็นต่อหนังมีผลต่อการรับชมคลิปสปอยล์หนัง	3.9250	.76418	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ชื่นชอบการอ่านหรือดูคลิปสปอยล์ล่วงหน้าของหนัง	54.9750	62.640	.633	.951
สามารถเปิดรับชมคลิปสปอยล์หนังในสถานที่ใดก็ได้	55.1000	62.144	.621	.951
นำไปใช้ตั้งประเด็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นที่ดูหนัง	55.1000	62.092	.576	.952
การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นกิจกรรมที่ช่วยเน้นเรื่องความสัมพันธ์การเข้าสังคม	54.9750	56.794	.819	.947

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
การรับชมคลิปสปอยล์หนัง เป็นกิจกรรมที่ท่านชอบทำเมื่อ มีเวลาว่าง	55.0250	57.717	.775	.948
ได้ทราบรายละเอียดและ เนื้อหาหนังที่ตนเองสนใจ	55.0250	58.076	.817	.947
ได้รับความเพลิดเพลิน และ ความสนุกสนาน	55.1000	59.938	.671	.950
นำเนื้อหาที่รับชมไป แลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน หนังที่ชม	54.9750	58.179	.850	.946
การรับชมคลิปสปอยล์หนังมี ความเหมาะสมกับรูปแบบการ ใช้ชีวิตของท่าน	54.9750	60.076	.754	.948
ท่านสนใจรับชมคลิปสปอยล์ หนังมากกว่าการรับชมแบบ เต็มเรื่อง	55.1500	59.413	.734	.948
ท่านคิดว่าการรับชมคลิป สปอยล์หนังสามารถ ตอบสนองรสนิยมในการรับชม หนัง	55.0000	57.897	.903	.945
การรับชมคลิปสปอยล์หนัง ทำ ให้ท่านใช้เวลาว่างให้เกิด ประโยชน์	55.0750	57.917	.762	.948
การรับชมคลิปสปอยล์หนังมี ความเหมาะสมกับรูปแบบการ ใช้ชีวิตในแต่ละวัน	55.1250	57.856	.776	.948

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
สามารถเลือกชมคลิปสพอยล์ หนังในเรื่องที่ตนและบุคคล อื่น ๆ พร้อม ๆ กันได้	55.0000	61.077	.672	.950
ท่านคิดว่าความคิดเห็นต่อหนัง มีผลต่อการรับชมคลิปสพอยล์ หนัง	55.0500	59.433	.675	.950

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	5

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
การรับชมคลิปสปอยล์หนังง่ายต่อการค้นหาหนังที่ต้องการรับชม	4.1250	.64798	40
สะดวกต่อการใช้งานทุกรูปแบบทั้ง IOS และ ANDROID	4.0500	.78283	40
ขั้นตอนในการเรียนรู้และการทำงานต่อการรับฟังคลิปสปอยล์หนัง	4.0250	.69752	40
การรับคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านได้ความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ๆ จากการเล่า	3.8500	.73554	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถส่งต่อ ๆ กันได้ง่ายกว่า	4.0250	.73336	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
การรับชมคลิปสปอยล์หนังง่ายต่อการค้นหาหนังที่ต้องการรับชม	15.9500	6.869	.728	.911
สะดวกต่อการใช้งานทุกรูปแบบทั้ง IOS และ ANDROID	16.0250	5.871	.864	.882
ขั้นตอนในการเรียนรู้และการทำงานต่อการรับฟังคลิปสปอยล์หนัง	16.0500	6.356	.830	.890
การรับคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านได้ความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ๆ จากการเล่า	16.2250	6.487	.730	.910
การรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถส่งต่อ ๆ กันได้ง่ายกว่า	16.0500	6.305	.793	.898

Reliability

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.920	5

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
1. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นไม่ต้องระบุตัวตนในการใช้งาน ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล	3.9500	1.01147	40
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนังกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน	3.8750	.96576	40
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นที่ยอมรับและวางใจได้	4.0000	.90582	40
4. เนื้อหาของการสปอยล์มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการในการรับชม	4.0000	.84732	40
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง สามารถหยุดค้างไว้แล้วมาฟังต่อได้ทุกเวลา	3.8750	.79057	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง เป็นไม่ต้องระบุตัวตนในการใช้ งาน ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคล รั่วไหล	15.7500	9.782	.758	.911
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน	15.8250	9.840	.797	.902
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง เป็นที่ยอมรับและวางใจได้	15.7000	10.421	.745	.911
4. เนื้อหาของการสปอยล์มี ความหลากหลายและ ตอบสนองความต้องการในการ รับชม	15.7000	10.164	.873	.887
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง สามารถกดหยุดค้างไว้แล้วมา ฟังต่อได้ทุกเวลา	15.8250	10.712	.824	.898

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.947	5

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
1. การรับคลิปสปอยล์หนังมีการแบ่งเป็นหมวดหมู่และตอนของหนังที่สปอยล์ไว้อย่างชัดเจน	3.7500	.86972	40
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย	3.9750	.94699	40
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง ทำให้ท่านสามารถรับชมการสปอยล์หนังได้ในหลาย ๆ เรื่องต่อวัน	3.9500	.98580	40
4. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีการเล่าสรุปเฉพาะเนื้อเรื่องที่สำคัญ ๆ	3.9000	1.08131	40
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีลำดับการเล่าเรื่องที่ตื่นเต้นสนุกสนาน	3.9500	.90441	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. การรับคลิปสปอยล์หนังมีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ และตอนของหนังที่สปอยล์ไว้อย่างชัดเจน	15.7750	13.461	.753	.951
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย	15.5500	12.459	.848	.936

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
3. การรับชมคลิปสปอยล์ หนัง ทำให้ท่านสามารถ รับชมการสปอยล์หนังได้ใน หลาย ๆ เรื่องต่อวัน	15.5750	11.994	.887	.929
4. การรับชมคลิปสปอยล์ หนังมีการเล่าสรุปเฉพาะเนื้อ เรื่องที่สำคัญ ๆ	15.6250	11.215	.917	.924
5. การรับชมคลิปสปอยล์ หนังมีลำดับการเล่าเรื่องที่ ตื่นเต้นสนุกสนาน	15.5750	12.558	.881	.930

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	15

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
การรับชมคลิปสปอยล์หนังง่ายต่อการค้นหาหนังที่ต้องการรับชม	4.1250	.64798	40
สะดวกต่อการใช้งานทุกรูปแบบทั้ง IOS และ ANDROID	4.0500	.78283	40
ขั้นตอนในการเรียนรู้และใช้งานต่อการรับฟังคลิปสปอยล์หนัง	4.0250	.69752	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านได้ความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ๆ จากการเล่า	3.8500	.73554	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถส่งต่อ ๆ กันได้ง่ายกว่า	4.0250	.73336	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นไม่ต้องระบุตัวตนในการใช้งาน ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล	3.9500	1.01147	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน	3.8750	.96576	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นที่ยอมรับและวางใจได้	4.0000	.90582	40
เนื้อหาของการสปอยล์มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการในการรับชม	4.0000	.84732	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนัง สามารถกดหยุดค้างไว้แล้วมาฟังต่อได้ตลอดเวลา	3.8750	.79057	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ และตอนของหนังที่สปอยล์ไว้อย่างชัดเจน	3.7500	.86972	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย	3.9750	.94699	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนัง ทำให้ท่านสามารถรับชมการสปอยล์หนังได้ในหลาย ๆ เรื่องต่อวัน	3.9500	.98580	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีการเล่าสรุปเฉพาะเนื้อเรื่องที่สำคัญ ๆ	3.9000	1.08131	40
การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีลำดับการเล่าเรื่องที่ตื่นเต้นสนุกสนาน	3.9500	.90441	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
การรับชมคลิปสพอยล์หนังถ่ายทอด การค้นหาหนังที่ต้องการรับชม	55.1750	65.892	.166	.899
สะดวกต่อการใช้งานทุกรูปแบบทั้ง IOS และ ANDROID	55.2500	63.372	.327	.895
ขั้นตอนในการเรียนรู้และการใช้งาน ต่อการรับฟังคลิปสพอยล์หนัง	55.2750	66.153	.125	.900
การรับชมคลิปสพอยล์หนังทำให้ท่านได้ ความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ๆ จาก การเล่า	55.4500	67.023	.041	.904
การรับชมคลิปสพอยล์หนังสามารถ ส่งต่อ ๆ กันได้ง่ายกว่า	55.2750	63.794	.318	.895
การรับชมคลิปสพอยล์หนังเป็นไม่ ต้องระบุด่วนในการใช้งาน ไม่มี ข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล	55.3500	58.490	.553	.887
การรับชมคลิปสพอยล์หนังกำลังเป็น ที่นิยมในปัจจุบัน	55.4250	59.122	.539	.888
การรับชมคลิปสพอยล์หนังเป็นที่ ยอมรับและวางใจได้	55.3000	56.626	.779	.877
เนื้อหาของการสพอยล์มีความ หลากหลายและตอบสนองความ ต้องการในการรับชม	55.3000	57.036	.805	.877
การรับชมคลิปสพอยล์หนัง สามารถ กดหยุดค้างไว้แล้วมาฟังต่อได้ทุก เวลา	55.4250	58.507	.738	.880

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
การรับคลิปสปอยล์หนังมีการ แบ่งเป็นหมวดหมู่ และตอนของหนัง ที่สปอยล์ไว้อย่างชัดเจน	55.5500	56.664	.813	.876
การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่าน รู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย	55.3250	55.558	.822	.875
การรับชมคลิปสปอยล์หนัง ทำให้ ท่านสามารถรับชมการสปอยล์หนัง ได้ในหลาย ๆ เรื่องต่อวัน	55.3500	56.131	.742	.878
การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีการเล่า สรุปเฉพาะเนื้อเรื่องที่สำคัญ ๆ	55.4000	55.067	.737	.878
การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีลำดับ การเล่าเรื่องที่ตื่นเต้นสนุกสนาน	55.3500	56.695	.775	.877

ภาคผนวก ค

ผลการวิจัย

Frequencies

เพศ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	75	35.71	35.7	35.7
	หญิง	85	40.48	40.5	76.2
	LGBTQ	50	23.81	23.8	100.0
	Total	210	100.00	100.0	

อายุ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 – 30 ปี	27	12.86	12.9	12.9
	31 – 45 ปี	108	51.43	51.4	64.3
	46 – 55 ปี	69	32.86	32.9	97.1
	55 ปีขึ้นไป	6	2.86	2.9	100.0
	Total	210	100.00	100.0	

ระดับการศึกษา					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	74	35.24	35.2	35.2
	ปริญญาตรี	86	40.95	41.0	76.2
	สูงกว่าปริญญาตรี	50	23.81	23.8	100.0
	Total	210	100.00	100.0	

อาชีพ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	นักเรียน/นักศึกษา	37	17.62	17.6	17.6
	พนักงานเอกชน	88	41.90	41.9	59.5
	เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	40	19.05	19.0	78.6
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	39	18.57	18.6	97.1
	เกษียณอายุ/ว่างงาน	6	2.86	2.9	100.0
	Total	210	100.00	100.0	

รายได้ต่อเดือน					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่มีรายได้	23	10.95	11.0	11.0
	ไม่เกิน 10,000 บาท	62	29.52	29.5	40.5
	10,001 - 20,000 บาท	77	36.67	36.7	77.1
	20,000 – 30,000 บาท	-	-	-	-
	30,001 – 40,000 บาท	18	8.57	8.6	100.0
	40,001 บาท ขึ้นไป	30	14.29	14.3	91.4
	Total	210	100.00	100.0	

ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 – 5 นาที	46	21.90	21.9	21.9
	6 – 15 นาที	56	26.67	26.7	48.6
	16 - 30 นาที	48	22.86	22.9	71.4
	31 - 60 นาที	38	18.10	18.1	89.5
	60 นาทีขึ้นไป	22	10.48	10.5	100.0
	Total	210	100.00	100.0	

สาเหตุในการรับชม					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ความสะดวกสบายในการรับชม	77	36.67	36.7	36.7
	ความหลากหลายของหนัง	78	37.14	37.1	73.8
	ความสนุก และตื่นเต้นในการเล่าสปอยล์	55	26.19	26.2	100.0
	Total	210	100.00	100.0	

ช่วงเวลาในการรับชม					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ก่อน 8.00 น.	26	12.38	12.4	12.4
	8.00 - 12.00 น.	36	17.14	17.1	29.5
	12.00 - 13.00 น.	45	21.43	21.4	51.0
	13.00 - 16.00 น.	29	13.81	13.8	64.8
	16.00 - 20.00 น.	33	15.71	15.7	80.5
	20.00 น. เป็นต้นไป	41	19.52	19.5	100.0
	Total	210	100.00	100.0	

ประเภทคลิปสปอยล์ที่รับชม					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ซีรีส์จีน	82	39.05	39.0	39.0
	ภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์	60	28.57	28.6	67.6
	ซีรีส์เกาหลี	68	32.38	32.4	100.0
	Total	210	100.00	100.0	

Descriptives

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
ด้านกิจกรรม	210	3.95	.54
ด้านความสนใจ	210	3.94	.59
ด้านความคิดเห็น	210	3.93	.65
รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมคลิปสปอยล์ หนัง	210	3.94	.54
Valid N (listwise)	210		

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
1. ชื่นชอบการอ่านหรือดูคลิปสปอยล์ล่วงหน้า ของหนัง	210	4.01	.50
2. สามารถเปิดรับชมคลิปสปอยล์หนังในสถานที่ ใดก็ได้	210	3.88	.55
3. นำไปใช้ตั้งประเด็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่น	210	3.88	.60
4. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นกิจกรรมที่ ช่วยเน้นเรื่องความสัมพันธ์การเข้าสังคม	210	4.00	.84
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นกิจกรรมที่ ท่านชอบทำเมื่อมีเวลาว่าง	210	3.97	.80
ด้านกิจกรรม	210	3.95	.54
1. ได้ทราบรายละเอียดและเนื้อหาหนังที่ตนเอง สนใจ	210	3.96	.73
2. ได้รับความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน	210	3.89	.71
3. นำเนื้อหาที่รับชมไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในหนังที่ชม	210	4.00	.70

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
4. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของท่าน	210	4.00	.63
5. ท่านสนใจรับชมคลิปสปอยล์หนังมากกว่าการรับชมแบบเต็มเรื่อง	210	3.83	.70
ด้านความสนใจ	210	3.94	.59
1. ท่านคิดว่าการรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถตอบสนองรสนิยมในการรับชมหนัง	210	3.98	.68
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง ทำให้ท่านใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	210	3.90	.80
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตในแต่ละวัน	210	3.85	.78
4. สามารถเลือกชมคลิปสปอยล์หนังในเรื่องที่ตนและบุคคลอื่น ๆ พร้อม ๆ กันได้	210	3.98	.61
5. ท่านคิดว่าความคิดเห็นต่อหนังมีผลต่อการรับชมคลิปสปอยล์หนัง	210	3.92	.75
ด้านความคิดเห็น	210	3.93	.65
Valid N (listwise)	210		

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	210	4.02	.61
ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้	210	3.94	.77
การรับรู้ถึงประโยชน์	210	3.92	.86
การยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับชมคลิปสปอยล์หนัง	210	3.96	.54
Valid N (listwise)	210		

Descriptives

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
1. การรับชมคลิปสปอยล์หนังง่ายต่อการค้นหาหนังที่ต้องการรับชม	210	4.12	.63
2. สะดวกต่อการใช้งานทุกรูปแบบทั้ง IOS และ ANDROID	210	4.05	.76
3. ขั้นตอนในการเรียนรู้และการทำงานต่อการรับฟัง	210	4.02	.68
4. การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านได้ความบันเทิงในรูปแบบใหม่ ๆ	210	3.85	.72
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนังสามารถส่งต่อ ๆ กันได้ง่ายกว่า	210	4.03	.72
การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	210	4.02	.61
1. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นไม่ต้องระบุตัวตนในการใช้งาน ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล	210	3.95	.99
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนังกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน	210	3.88	.94
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนังเป็นที่ยอมรับและวางใจได้	210	4.01	.90
4. เนื้อหาของการสปอยล์มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการในการรับชม	210	4.00	.83
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง สามารถกดหยุดค้างไว้แล้วมาฟังต่อได้ทุกเวลา	210	3.88	.77
ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้	210	3.94	.77
1. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีการแบ่งเป็นหมวดหมู่และตอนของหนังที่สปอยล์ไว้อย่างชัดเจน	210	3.75	.86
2. การรับชมคลิปสปอยล์หนังทำให้ท่านรู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย	210	3.99	.93

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
3. การรับชมคลิปสปอยล์หนัง ทำให้ท่านสามารถ รับชมการสปอยล์หนังได้ในหลาย ๆ เรื่องต่อวัน	210	3.97	.98
4. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีการเล่าสรุปเฉพาะ เนื้อเรื่องที่สำคัญ ๆ	210	3.91	1.07
5. การรับชมคลิปสปอยล์หนังมีลำดับการเล่าเรื่อง ที่ตื่นเต้นสนุกสนาน	210	3.96	.90
การรับรู้ถึงประโยชน์	210	3.92	.86
Valid N (listwise)	210		

Crosstabs

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
เพศ * 6. ความถี่ใน การรับชมต่อครั้ง	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
เพศ * 7. สาเหตุใน การรับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
เพศ * 8. ช่วงเวลาใน การรับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
เพศ * 9. ประเภท คลิปสปอยล์ที่รับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%

เพศ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 - 5 นาที	6 - 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาที ขึ้นไป	
เพศ	ชาย	26	13	10	22	4	75
	หญิง	17	29	18	10	11	85
	LGBTQ	3	14	20	6	7	50
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	36.377 ^a	8	.000
Likelihood Ratio	37.344	8	.000
Linear-by-Linear Association	3.655	1	.056
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.24.			

เพศ * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบายใน การรับชม	ความ หลากหลาย ของหนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการเล่า สปอยล์	
เพศ	ชาย	37	18	20	75
	หญิง	26	38	21	85
	LGBTQ	14	22	14	50
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.733 ^a	4	.030
Likelihood Ratio	10.941	4	.027
Linear-by-Linear Association	2.731	1	.098
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13.10.			

เพศ * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 – 12.00 น.	12.00 – 13.00 น.	13.00 – 16.00 น.	16.00 – 20.00 น.	20.00 น. เป็นต้น ไป	
เพศ	ชาย	12	19	14	5	8	17	75
	หญิง	8	9	19	18	12	19	85
	LGBTQ	6	8	12	6	13	5	50
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	20.964 ^a	10	.021
Likelihood Ratio	21.188	10	.020
Linear-by-Linear Association	.528	1	.468
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.19.			

เพศ * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉาย ในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
เพศ	ชาย	23	13	39	75
	หญิง	42	36	7	85
	LGBTQ	17	11	22	50
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	40.039 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	44.821	4	.000
Linear-by-Linear Association	1.844	1	.175

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14.29.			

Crosstabs

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
อายุ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
อายุ * 7. สาเหตุในการรับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
อายุ * 8. ช่วงเวลาในการรับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
อายุ * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%

อายุ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 – 5 นาที	6 – 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาที ขึ้นไป	
อายุ	15 – 30 ปี	8	8	0	11	0	27
	31 – 45 ปี	25	28	31	12	12	108
	46 – 55 ปี	12	20	16	13	8	69
	55 ปี ขึ้นไป	1	0	1	2	2	6
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	28.568 ^a	12	.005
Likelihood Ratio	36.210	12	.000
Linear-by-Linear Association	3.010	1	.083
N of Valid Cases	210		
a. 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .63.			

อายุ * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบายใน การรับชม	ความ หลากหลายของ หนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการเล่า สปอยล์	
อายุ	15 – 30 ปี	11	7	9	27
	31 – 45 ปี	35	42	31	108
	46 – 55 ปี	28	27	14	69
	55 ปีขึ้นไป	3	2	1	6
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.247 ^a	6	.643
Likelihood Ratio	4.391	6	.624

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Linear-by-Linear Association	1.625	1	.202
N of Valid Cases	210		
a. 3 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.57.			

อายุ * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 – 12.00 น.	12.00 – 13.00 น.	13.00 – 16.00 น.	16.00 – 20.00 น.	20.00 น. เป็น ต้นไป	
อายุ	15 – 30 ปี	3	5	6	2	4	7	27
	31 – 45 ปี	9	21	25	17	14	22	108
	46 – 55 ปี	13	9	13	9	14	11	69
	55 ปีขึ้นไป	1	1	1	1	1	1	6
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.055 ^a	15	.875
Likelihood Ratio	9.052	15	.875
Linear-by-Linear Association	.516	1	.473
N of Valid Cases	210		
a. 10 cells (41.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .74.			

อายุ * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉาย ในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
อายุ	15 – 30 ปี	10	6	11	27
	31 – 45 ปี	43	28	37	108
	46 – 55 ปี	28	23	18	69
	55 ปีขึ้นไป	1	3	2	6
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.559 ^a	6	.601
Likelihood Ratio	4.620	6	.593
Linear-by-Linear Association	.385	1	.535

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
N of Valid Cases	210		
a. 3 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.71.			

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ระดับการศึกษา * 6. ความถี่ในการรับชม ต่อครั้ง	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
ระดับการศึกษา * 7. สาเหตุในการรับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
ระดับการศึกษา * 8. ช่วงเวลาในการรับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
ระดับการศึกษา * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่ รับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%

ระดับการศึกษา * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 – 5 นาที	6 – 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาที ขึ้นไป	
ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	15	12	16	22	9	74
	ปริญญาตรี	18	28	24	7	9	86
	สูงกว่า ปริญญาตรี	13	16	8	9	4	50
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.971 ^a	8	.021
Likelihood Ratio	18.739	8	.016
Linear-by-Linear Association	4.657	1	.031
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.24.			

ระดับการศึกษา * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบายใน การรับชม	ความ หลากหลาย ของหนัง	ความสนุก และตื่นเต้น ในการเล่าส ปอยล์	
ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	20	6	74
	ปริญญาตรี	9	44	33	86
	สูงกว่าปริญญาตรี	20	14	16	50
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	54.771 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	60.774	4	.000
Linear-by-Linear Association	16.735	1	.000
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13.10.			

ระดับการศึกษา * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 - 12.00 น.	12.00 - 13.00 น.	13.00 - 16.00 น.	16.00 - 20.00 น.	20.00 น. เป็น ต้นไป	
ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	14	14	12	13	3	18	74
	ปริญญา ตรี	12	6	25	6	26	11	86
	สูงกว่า ปริญญา ตรี	0	16	8	10	4	12	50
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	52.912 ^a	10	.000
Likelihood Ratio	60.105	10	.000
Linear-by-Linear Association	1.397	1	.237
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.19.			

ระดับการศึกษา * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉาย ในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	28	21	74
	ปริญญาตรี	43	21	22	86
	สูงกว่าปริญญาตรี	14	11	25	50
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.616 ^a	4	.006
Likelihood Ratio	13.904	4	.008
Linear-by-Linear Association	2.076	1	.150
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14.29.			

Crosstabs

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
อาชีพ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
อาชีพ * 7. สาเหตุในการรับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
อาชีพ * 8. ช่วงเวลาในการรับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
อาชีพ * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%

อาชีพ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 – 5 นาที	6 – 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	7	9	13	5	3	37
	พนักงานเอกชน	24	19	20	15	10	88
	เจ้าของธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	3	14	9	8	6	40
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	10	13	5	8	3	39
	เกษียณอายุ/ ว่างงาน	2	1	1	2	0	6
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.231 ^a	16	.437
Likelihood Ratio	17.800	16	.336
Linear-by-Linear Association	.038	1	.845
N of Valid Cases	210		
a. 8 cells (32.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .63.			

อาชีพ * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบาย ในการรับชม	ความ หลากหลายของ หนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการ เล่าสปอยล์	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	12	16	9	37
	พนักงานเอกชน	40	28	20	88
	เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	12	15	13	40
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	10	17	12	39
	เกษียณอายุ/ว่างงาน	3	2	1	6
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.187 ^a	8	.517
Likelihood Ratio	7.202	8	.515
Linear-by-Linear Association	1.026	1	.311
N of Valid Cases	210		
a. 3 cells (20.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.57.			

อาชีพ * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉาย ในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์ เกาหลี	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	12	10	15	37
	พนักงานเอกชน	38	19	31	88
	เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	17	9	14	40
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14	20	5	39
	เกษียณอายุ/ว่างงาน	1	2	3	6
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.176 ^a	8	.028
Likelihood Ratio	17.458	8	.026
Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Linear-by-Linear Association	.758	1	.384
N of Valid Cases	210		
a. 3 cells (20.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.71.			

Crosstabs						
Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
รายได้ต่อเดือน * 6. ความถี่ในการรับชม ต่อครั้ง	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
รายได้ต่อเดือน * 7. สาเหตุในการรับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
รายได้ต่อเดือน * 8. ช่วงเวลาในการรับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%
รายได้ต่อเดือน * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่ รับชม	210	100.0%	0	0.0%	210	100.0%

รายได้ต่อเดือน * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 – 5 นาที	6 – 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาที ขึ้นไป	
รายได้ต่อเดือน	ไม่มีรายได้	8	11	0	4	0	23
	ไม่เกิน 10,000 บาท	18	12	23	6	3	62
	10,001- 20,000 บาท	15	26	10	22	4	77
	40,001 บาท ขึ้นไป	5	7	11	2	5	30
	30,001 – 40,000 บาท	0	0	4	4	10	18
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	87.528 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	85.677	16	.000
Linear-by-Linear Association	30.559	1	.000
N of Valid Cases	210		
a. 8 cells (32.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.89.			

รายได้ต่อเดือน * 7. สาเหตุในการรับชม

Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบาย ในการรับชม	ความ หลากหลาย ของหนัง	ความสนุก และตื่นเต้นใน การเล่าสปอยล์	
รายได้ต่อ เดือน	ไม่มีรายได้	10	8	5	23
	ไม่เกิน 10,000 บาท	22	23	17	62
รายได้ต่อ เดือน	10,001-20,000 บาท	29	29	19	77
	40,001 บาทขึ้นไป	9	13	8	30
	30,001 – 40,000 บาท	7	5	6	18
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.129 ^a	8	.977
Likelihood Ratio	2.145	8	.976
Linear-by-Linear Association	.376	1	.540
N of Valid Cases	210		
a. 1 cells (6.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.71.			

รายได้ต่อเดือน * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

		Count						
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 – 12.00 น.	12.00 – 13.00 น.	13.00 – 16.00 น.	16.00 – 20.00 น.	20.00 น. เป็น ต้นไป	
รายได้	ไม่มีรายได้	4	4	8	4	1	2	23
ต่อ เดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	8	8	15	6	11	14	62
	10,001- 20,000 บาท	7	14	14	9	14	19	77
	30,000 – 40,000 บาท	5	1	1	5	3	3	18
	40,001 บาทขึ้นไป	2	9	7	5	4	3	30
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.690 ^a	20	.176
Likelihood Ratio	26.420	20	.152
Linear-by-Linear Association	.070	1	.791
N of Valid Cases	210		
a. 15 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.23.			

รายได้ต่อเดือน * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม

Crosstab					
		9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
รายได้ต่อเดือน	ไม่มีรายได้	10	5	8	23
	ไม่เกิน 10,000 บาท	27	26	9	62
	10,001-20,000 บาท	26	16	35	77
	30,001 – 40,000 บาท	7	6	5	18
	40,001 บาทขึ้นไป	12	7	11	30
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.817 ^a	8	.023
Likelihood Ratio	18.694	8	.017

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Linear-by-Linear Association	1.142	1	.285
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.14.			

กิจกรรม * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 - 5 นาที	6 - 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป	
กิจกรรม	ปานกลาง	5	10	8	7	5	35
	มาก	30	36	30	22	14	132
	มากที่สุด	11	10	10	9	3	43
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.891 ^a	8	.941
Likelihood Ratio	3.025	8	.933
Linear-by-Linear Association	1.028	1	.311
N of Valid Cases	210		
a. 2 cells (13.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.67.			

กิจกรรม * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบายใน การรับชม	ความ หลากหลาย ของหนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการ เล่าสปอยล์	
กิจกรรม	ปานกลาง	14	11	10	35
	มาก	48	54	30	132
	มากที่สุด	15	13	15	43
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.432 ^a	4	.488
Likelihood Ratio	3.377	4	.497
Linear-by-Linear Association	.485	1	.486
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9.17.			

กิจกรรม * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 – 12.00 น.	12.00 – 13.00 น.	13.00 – 16.00 น.	16.00 – 20.00 น.	20.00 น. เป็นต้น ไป	
กิจกรรม	ปาน กลาง	3	4	6	7	7	8	35
	มาก	20	23	31	14	20	24	132
	มากที่สุด	3	9	8	8	6	9	43
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.549 ^a	10	.673
Likelihood Ratio	7.682	10	.660
Linear-by-Linear Association	.289	1	.591
N of Valid Cases	210		
a. 2 cells (11.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.33.			

กิจกรรม * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉาย ในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
กิจกรรม	ปานกลาง	10	12	13	35
	มาก	54	37	41	132
	มากที่สุด	18	11	14	43
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.053 ^a	4	.726
Likelihood Ratio	2.121	4	.713
Linear-by-Linear Association	.755	1	.385
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.00.			

ด้านความสนใจ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 - 5 นาที	6 - 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาที ขึ้นไป	
ด้านความ สนใจ	ปาน กลาง	4	9	8	6	3	30
	มาก	34	35	32	24	13	138
	มากที่สุด	8	12	8	8	6	42
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.221 ^a	8	.920
Likelihood Ratio	3.321	8	.913
Linear-by-Linear Association	.005	1	.943
N of Valid Cases	210		
a. 2 cells (13.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.14.			

ด้านความสนใจ * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบายใน การรับชม	ความ หลากหลาย ของหนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการ เล่าสปอยล์	
ด้านความ สนใจ	ปานกลาง	12	10	8	30
	มาก	49	57	32	138
	มากที่สุด	16	11	15	42
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.214 ^a	4	.378
Likelihood Ratio	4.220	4	.377
Linear-by-Linear Association	.410	1	.522
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.86.			

ด้านความสนใจ * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 – 12.00 น.	12.00 – 13.00 น.	13.00 – 16.00 น.	16.00 – 20.00 น.	20.00 น. เป็นต้น ไป	
ด้าน ความ สนใจ	ปาน กลาง	2	4	5	5	7	7	30
	มาก	22	23	32	19	20	22	138
	มากที่สุด	2	9	8	5	6	12	42
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.997 ^a	10	.441
Likelihood Ratio	10.341	10	.411
Linear-by-Linear Association	.002	1	.968
N of Valid Cases	210		
a. 3 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.71.			

ด้านความสนใจ * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉาย ในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
ด้านความสนใจ	ปานกลาง	7	11	12	30
	มาก	60	37	41	138
	มากที่สุด	15	12	15	42
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.534 ^a	4	.339
Likelihood Ratio	4.748	4	.314
Linear-by-Linear Association	.347	1	.556
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.57.			

ด้านความคิดเห็น * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 – 5 นาที	6 – 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาที ขึ้นไป	
ด้านความ คิดเห็น	ปาน กลาง	8	11	12	10	6	47
	มาก	27	32	25	18	9	111
	มากที่สุด	11	13	11	10	7	52
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.265 ^a	8	.917
Likelihood Ratio	3.289	8	.915
Linear-by-Linear Association	.120	1	.729
N of Valid Cases	210		
a. 1 cells (6.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.92.			

ด้านความคิดเห็น * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบายใน การรับชม	ความ หลากหลาย ของหนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการ เล่าสปอยล์	
ด้านความ คิดเห็น	ปานกลาง	18	19	10	47
	มาก	38	43	30	111
	มากที่สุด	21	16	15	52
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.793 ^a	4	.774
Likelihood Ratio	1.847	4	.764
Linear-by-Linear Association	.104	1	.747
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12.31.			

ด้านความคิดเห็น * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 – 12.00 น.	12.00 – 13.00 น.	13.00 – 16.00 น.	16.00 – 20.00 น.	20.00 น. เป็นต้น ไป	
ด้าน ความ คิดเห็น	ปาน	7	6	9	8	7	10	47
	กลาง							
	มาก	14	20	23	17	19	18	111
	มากที่สุด	5	10	13	4	7	13	52
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.486 ^a	10	.856
Likelihood Ratio	5.750	10	.836
Linear-by-Linear Association	.013	1	.909
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.82.			

ด้านความคิดเห็น * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉาย ในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
ด้านความคิดเห็น	ปานกลาง	20	14	13	47
	มาก	44	31	36	111
	มากที่สุด	18	15	19	52
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.062 ^a	4	.900
Likelihood Ratio	1.074	4	.898
Linear-by-Linear Association	.985	1	.321
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13.43.			

รูปแบบ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 - 5 นาที	6 - 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป	
รูปแบบ	ปานกลาง	3	7	5	5	5	25
	มาก	35	39	36	26	12	148
	มากที่สุด	8	10	7	7	5	37
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.200 ^a	8	.736
Likelihood Ratio	5.011	8	.756
Linear-by-Linear Association	.516	1	.473
N of Valid Cases	210		
a. 3 cells (20.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.62.			

รูปแบบ * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบายใน การรับชม	ความ หลากหลายของ หนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการ เล่าสปอยล์	
รูปแบบ	ปานกลาง	11	10	4	25
	มาก	52	59	37	148
	มากที่สุด	14	9	14	37
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.450 ^a	4	.244
Likelihood Ratio	5.579	4	.233
Linear-by-Linear Association	1.792	1	.181
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.55.			

รูปแบบ * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 – 12.00 น.	12.00 – 13.00 น.	13.00 – 16.00 น.	16.00 – 20.00 น.	20.00 น. เป็นต้น ไป	
รูปแบบ	ปาน กลาง	3	2	3	4	6	7	25
	มาก	21	26	34	20	23	24	148
	มากที่สุด	2	8	8	5	4	10	37
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.294 ^a	10	.504
Likelihood Ratio	9.872	10	.452
Linear-by-Linear Association	.170	1	.680
N of Valid Cases	210		
a. 6 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.10.			

รูปแบบ * 9. ประเภทคลิปสอยที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสอยที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉายใน โรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
รูปแบบ	ปานกลาง	8	8	9	25
	มาก	60	42	46	148
	มากที่สุด	14	10	13	37
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	.817 ^a	4	.936
Likelihood Ratio	.829	4	.935
Linear-by-Linear Association	.033	1	.856
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.14.			

การรับรู้ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 – 5 นาที	6 – 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาที ขึ้นไป	
การรับรู้	ปานกลาง	5	12	12	9	3	41
	มาก	31	31	23	19	14	118
	มากที่สุด	10	13	13	10	5	51
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.819 ^a	8	.668
Likelihood Ratio	6.089	8	.637
Linear-by-Linear Association	.054	1	.816
N of Valid Cases	210		
a. 1 cells (6.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.30.			

การรับรู้ * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบาย ในการรับชม	ความ หลากหลาย ของหนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการ เล่าสปอยล์	
การรับรู้	ปานกลาง	18	14	9	41
	มาก	44	44	30	118
	มากที่สุด	15	20	16	51
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.319 ^a	4	.677
Likelihood Ratio	2.325	4	.676
Linear-by-Linear Association	2.149	1	.143
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.74.			

การรับรู้ * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 – 12.00 น.	12.00 – 13.00 น.	13.00 – 16.00 น.	16.00 – 20.00 น.	20.00 น. เป็นต้นไป	
การ รับรู้	ปาน กลาง	4	5	11	6	8	7	41
	มาก	19	19	23	14	20	23	118
	มาก ที่สุด	3	12	11	9	5	11	51
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.673 ^a	10	.563
Likelihood Ratio	9.025	10	.530
Linear-by-Linear Association	.019	1	.892
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.08.			

การรับรู้ * 9. ประเภทคลิปสอยที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสอยที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
การรับรู้	ปานกลาง	13	12	16	41
	มาก	54	31	33	118
	มากที่สุด	15	17	19	51
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.415 ^a	4	.247
Likelihood Ratio	5.464	4	.243
Linear-by-Linear Association	.043	1	.837
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11.71.			

นำเชื่อถือ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 – 5 นาที	6 – 15 นาที	16 – 30 นาที	31 – 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป	
นำเชื่อถือ	ปานกลาง	13	16	13	12	8	62
	มาก	17	21	16	12	3	69
	มากที่สุด	16	19	19	14	11	79
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.893 ^a	8	.769
Likelihood Ratio	5.477	8	.706
Linear-by-Linear Association	.082	1	.775
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.50.			

นำเชือก * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบาย ในการรับชม	ความ หลากหลาย ของหนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการ เล่าสปอยล์	
นำเชือก	ปานกลาง	24	20	18	62
	มาก	27	22	20	69
	มากที่สุด	26	36	17	79
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.966 ^a	4	.411
Likelihood Ratio	3.945	4	.413
Linear-by-Linear Association	.017	1	.896
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16.24.			

นำเชือก * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00- 12.00 น.	12.00 - 13.00 น.	13.00 - 16.00 น.	16.00 - 20.00 น.	20.00 น. เป็น ต้นไป	
นำเชือก	ปาน กลาง	6	8	13	12	13	10	62
	มาก	7	11	17	9	12	13	69
	มากที่สุด	13	17	15	8	8	18	79
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.633 ^a	10	.473
Likelihood Ratio	9.618	10	.475
Linear-by-Linear Association	1.405	1	.236
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.68.			

นำเชือก * 9. ประเภทคลิปสอยที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสอยที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉาย ในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
นำเชือก	ปานกลาง	24	17	21	62
	มาก	24	19	26	69
	มากที่สุด	34	24	21	79
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.252 ^a	4	.690
Likelihood Ratio	2.276	4	.685
Linear-by-Linear Association	.789	1	.374
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17.71.			

ประโยชน์ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 - 5 นาที	6 - 15 นาที	16 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป	
ประโยชน์	ปานกลาง	14	18	15	12	8	67
	มาก	11	12	13	12	4	52
	มากที่สุด	21	26	20	14	10	91
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.248 ^a	8	.972
Likelihood Ratio	2.250	8	.972
Linear-by-Linear Association	.279	1	.597
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.45.			

ประโยชน์ * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบายใน การรับชม	ความ หลากหลาย ของหนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการ เล่าสปอยล์	
ประโยชน์	ปานกลาง	29	20	18	67
	มาก	20	17	15	52
	มากที่สุด	28	41	22	91
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.772 ^a	4	.312
Likelihood Ratio	4.759	4	.313
Linear-by-Linear Association	.586	1	.444
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13.62.			

ประโยชน์ * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 – 12.00 น.	12.00 – 13.00 น.	13.00 – 16.00 น.	16.00 – 20.00 น.	20.00 น. เป็น ต้นไป	
ประโยชน์	ปาน กลาง	8	8	13	10	14	14	67
	มาก	8	11	11	8	9	5	52
	มากที่สุด	10	17	21	11	10	22	91
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.008 ^a	10	.531
Likelihood Ratio	9.657	10	.471
Linear-by-Linear Association	.269	1	.604
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.44.			

ประโยชน์ * 9. ประเภทคลิปสไลด์ที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสไลด์ที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉาย ในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
ประโยชน์	ปานกลาง	22	19	26	67
	มาก	19	15	18	52
	มากที่สุด	41	26	24	91
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.538 ^a	4	.472
Likelihood Ratio	3.554	4	.470
Linear-by-Linear Association	3.399	1	.065
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14.86.			

ยอมรับ * 6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง

Crosstab							
Count							
		6. ความถี่ในการรับชมต่อครั้ง					Total
		1 – 5 นาที	6 – 15 นาที	16 – 30 นาที	31 – 60 นาที	60 นาที ขึ้นไป	
ยอมรับ	ปานกลาง	10	15	10	11	6	52
	มาก	21	25	20	16	8	90
	มากที่สุด	15	16	18	11	8	68
Total		46	56	48	38	22	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.136 ^a	8	.977
Likelihood Ratio	2.144	8	.976
Linear-by-Linear Association	.020	1	.888
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.45.			

ยอมรับ * 7. สาเหตุในการรับชม

Crosstab					
Count					
		7. สาเหตุในการรับชม			Total
		ความ สะดวกสบายใน การรับชม	ความ หลากหลายของ หนัง	ความสนุก และ ตื่นเต้นในการ เล่าสปอยล์	
ยอมรับ	ปานกลาง	21	14	17	52
	มาก	36	32	22	90
	มากที่สุด	20	32	16	68
Total		77	78	55	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.896 ^a	4	.207
Likelihood Ratio	5.916	4	.206
Linear-by-Linear Association	.038	1	.845
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13.62.			

ยอมรับ * 8. ช่วงเวลาในการรับชม

Crosstab								
Count								
		8. ช่วงเวลาในการรับชม						Total
		ก่อน 8.00 น.	8.00 – 12.00 น.	12.00 – 13.00 น.	13.00 – 16.00 น.	16.00 – 20.00 น.	20.00 น. เป็นต้น ไป	
ยอมรับ	ปาน กลาง	7	5	12	7	9	12	52
	มาก	8	15	19	15	21	12	90
	มากที่สุด	11	16	14	7	3	17	68
Total		26	36	45	29	33	41	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	18.397 ^a	10	.049
Likelihood Ratio	20.507	10	.025
Linear-by-Linear Association	2.003	1	.157
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.44.			

ยอมรับ * 9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม

Crosstab					
Count					
		9. ประเภทคลิปสปอย์ที่รับชม			Total
		ซีรีส์จีน	ภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์	ซีรีส์เกาหลี	
ยอมรับ	ปานกลาง	19	14	19	52
	มาก	34	25	31	90
	มากที่สุด	29	21	18	68
Total		82	60	68	210

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.673 ^a	4	.796
Likelihood Ratio	1.702	4	.790
Linear-by-Linear Association	1.165	1	.280
N of Valid Cases	210		
a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14.86.			

ประวัติผู้วิจัย**ชื่อ - นามสกุล:**

แจ้คกี้ อินทะมอน

อีเมล:

Chekky.inth@bumail.net

ประวัติการศึกษา:ปริญญาตรี คณะดิจิทัลมีเดียและศิลปะภาพยนตร์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY