ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจเนอเรชั่นบี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายเขมพัฒน์ ปัญญาเปียง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา ประธานกรรมการ
อาจารย์เรนัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจเนอเรชั่นบีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 43-66 ปี (เกิดปี พ.ศ. 2485-2508) หรือที่เรียกว่า “เจเนอเรชั่นบี” จำนวน 400 ราย แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 43-45 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท สำหรับสื่อมวลชนที่เจเนอเรชั่นบีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เปิดรับเรียงตามลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต วิทยุ และภาพยนตร์

โทรทัศน์ เป็นสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับมากและบ่อยที่สุด โดยเปิดรับมากที่สุดวันเสาร์-อาทิตย์ โดยชมโทรทัศน์วันละครั้ง และมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 3 ชั่วโมง 26 นาที สถานีโทรทัศน์ที่ชมบ่อยที่สุด คือ ช่อง 3 และชมรายการประเภทข่าวประจำวันมากที่สุด และเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพียงสื่อเดียวในขณะรับสื่อ

หนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด โดยอ่านหนังสือพิมพ์วันละครั้งและช่วงเวลาที่อ่าน คือ ช่วงพักกลางวัน (12.00-12.59 น.) โดยมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 49 นาที หนังสือพิมพ์รายวันฉบับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาษาไทยที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไทยรัฐ ไม่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาอังกฤษ โดยเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ที่อ่านส่วนใหญ่ คือ พาดหัวข่าว รองลงมาคือ การเมือง และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เพียงสื่อเดียวในขณะรับสื่อ

นิตยสาร ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด โดยอ่านนิตยสารน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง นิยมอ่านนิตยสารในช่วงบ่าย โดยมีระยะเวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 1 ชั่วโมง 28 นาที ประเภทหรือรายการของนิตยสารที่ส่วนใหญ่อ่าน คือ นิตยสารประเภทผู้หญิง รองลงมาคือ นิตยสารประเภทบันเทิง ดารา และเปิดรับสื่อนิตยสารเพียงสื่อเดียวในขณะรับสื่อ

อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตสัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง และมีระยะเวลาใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 2 ชั่วโมง 56 นาที สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าใช้ประจำ คือเว็บไซต์ประเภทอีเมล์ เช่น Hotmail, Yahoo ฯลฯ มากที่สุด รองลงมาคือเว็บไซต์ประเภท Search Engine เช่น Google, Yahoo, Sanook ฯลฯ เพื่อใช้ในการรับส่งอีเมล์และค้นหาข้อมูลข่าวสาร และเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพียงสื่อเดียวในขณะรับสื่อ

วิทยุ ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด โดยรับฟังวิทยุวันละครั้ง และมีระยะเวลารับฟังเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 2 ชั่วโมง 3 นาที ส่วนใหญ่เลือกรับฟังรายการเพลงเป็นหลัก โดยจะรับฟังวิทยุระหว่างเดินทาง และรับฟังจากเครื่องเล่นวิทยุมากที่สุด และเปิดรับสื่อวิทยุระหว่างทำกิจกรรมอื่นร่วมด้วย

ภาพยนตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมชมภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด โดยชมภาพยนตร์น้อยกว่าเดือนละครั้ง เวลาที่นิยมชมภาพยนตร์คือ 13.00-15.00 น. นิยมชมภาพยนตร์แนวแอคชั่น ผจญภัย รองลงมาคือภาพยนตร์แนวตลก และนิยมไปชมภาพยนตร์กับสามีหรือภรรยา

สำหรับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น กลุ่มเจเนอเรชั่นบี ต้องการรับสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือความบันเทิงและต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง โดยมีความต้องการด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเป็นลำดับสุดท้าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Generation B's Behavior Towards the Exposure to Mass Media in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Mr. Khemapat Panyapiang

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Dr.Patchara Tantiprabha Chairperson

Lecturer Renus Sermboonsang Member

Abstract

The objective of this research was to study generation B's behavior towards the exposure to mass media in Mueang District, Chiang Mai Province. The data was collected from questionnaire distributed to 400 generation B members aging 43-66 years (born since 1942-1965). The data was from convenience sampling. The data was then analyzed using frequency, percentage and mean.

Results of the study showed that most respondents were female of 43-45 years of age, university education and married. Their career are government officer and average earning was about 20,001-30,000 baht. Mass media exposures of their choices were television, newspaper, magazines, the internet, radio, and movies respectively.

The details of the analysis for each type of media were as follows. For television, the respondents watched television the most during Saturday and Sunday and watched it once a day. The average viewing period for each time was 3 hours 26 minutes. The most frequented channel was Channel 3. They watched daily news the most. While watching television, they did not do other activities.

For newspaper, the respondents read them the most during Monday-Friday. Most read them once a day, during lunch break (12:00-12:59). The average period of reading was 49 minutes. The most preferred daily Thai newspaper was Thairath. They rarely read English

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

newspaper. The section most preferred was headline news. Other preferred section was political section. While reading newspaper, they did not do other activities.

For magazines, the respondents read them the most during Saturday and Sunday. They read them less than once a week, mostly at noon. The average reading period was 1 hour 28 minutes. The most preferred type of magazine was magazine related to women, followed by magazine related to entertainment and movie stars. While reading magazine, they did not do other activities.

For the internet, the respondents used it the most during Monday-Friday and used it 4-5 times a week. The average period of each use was 2 hours 56 minutes. The most frequented website was e-mail website (hotmail, yahoo, etc.), to sent e-mail; and search engine (Google, Yahoo, Sanook, etc.), to search for information. While using internet, they did not do other activities.

For radio, the respondents listened to it the most during Monday-Friday. They turned on radio once a day with the average period of listening was 2 hours 3 minutes. Most of them chose music program. They listened to the radio mostly while driving. They listened the most from audio player. They listened to the radio while doing other activities.

For movie, the respondents watched movies the most on Saturday and Sunday, less than once a month. Their viewing times were 13:00-15:00. They preferred action movies the most, other choices were comedy movies. They went to the movie with wife or husband.

The reasons for exposing themselves to the media were as follows: getting current information, entertaining, building self-image and interacting with other people, respectively.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved