

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน เป็นการศึกษาเพื่อให้เข้าถึงกระบวนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ ระยะเวลาช่วงในการเปิดรับสื่อ และเหตุผลในการเปิดรับสื่อ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 1-7)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ตาราง 8-253)

2.1 ภาพรวมของการเปิดรับสื่อ (ตารางที่ 8-11)

2.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ (ตารางที่ 12-75)

2.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ (ตารางที่ 76-111)

2.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (ตารางที่ 112-157)

2.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสาร (ตารางที่ 158-221)

2.6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ (ตารางที่ 222-228)

2.7 พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 229-240)

2.8 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ตารางที่ 241-253)

ส่วนที่ 3 เหตุผลในการเปิดรับสื่อ (ตาราง 254)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 1-7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	112	28.00
หญิง	288	72.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 28.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-20 ปี	5	1.25
21-25 ปี	100	25.00
26-30 ปี	147	36.75
31-35 ปี	76	19.00
36-40 ปี	52	13.00
41 ปีขึ้นไป	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมาอายุ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	230	57.50
สมรส	158	39.50
หม้าย/หย่าร้าง	12	3.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมามีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 39.50 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	24	6.00
มัธยมศึกษา/ปวช.	174	43.50
อนุปริญญา/ปวส.	66	16.50
ปริญญาตรี	130	32.50
อื่นๆ	6	1.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ปริญญาโท

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงสุด คือระดับมัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.50 และระดับการศึกษานอนปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 16.50

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	56	14.00
5,001 - 10,000 บาท	170	42.50
10,001 - 15,000 บาท	110	27.50
15,001 - 20,000 บาท	36	9.00
มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานะของการทำงาน

สถานะการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
รายวัน	170	42.50
รายเดือน	230	57.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะของการทำงานรายเดือน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมา สถานะของการทำงานแบบรายวัน คิดเป็นร้อยละ 42.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อ โดยในส่วนแรกจะเป็นภาพรวมของพฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อ คือประเภทสื่อที่มีในบ้าน สื่อที่เปิดรับบ่อยที่สุดและเหตุผลที่เปิดรับสื่อ ถัดมาเป็นข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อ โดยจะนำเสนอทีละสื่อ เรียงตามลำดับคือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ช่องทางในการเปิดรับแต่ละชนิด และประเภทรายการที่เปิดรับ ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 8-253 แยกเป็น

- 2.1 ภาพรวมของการเปิดรับสื่อ (ตารางที่ 8-11)
- 2.2 พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อโทรทัศน์ (ตารางที่ 12-75)
- 2.3 พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อวิทยุ (ตารางที่ 76-111)
- 2.4 พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (ตารางที่ 112-157)
- 2.5 พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อนิตยสาร (ตารางที่ 158-221)
- 2.6 พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อภาพยนตร์ (ตารางที่ 222-228)
- 2.7 พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 229-240)
- 2.8 พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ตารางที่ 241-253)

2.1 ภาพรวมของการเปิดรับสื่อ (ตารางที่ 8-11)

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อที่มีในบ้าน

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	387	96.75
วิทยุ	290	72.50
หนังสือพิมพ์	215	53.75
นิตยสาร	142	35.75
อินเทอร์เน็ต	150	37.50
โทรศัพท์เคลื่อนที่	265	66.25

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย)

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสื่อที่มีในบ้านคือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 96.75 รองลงมาคือวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 72.50 และโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 66.25

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อที่เปิดรับ

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	387	96.75
วิทยุ	276	69.00
หนังสือพิมพ์	255	63.75
นิตยสาร	176	44.00
การชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์	78	19.50
อินเทอร์เน็ต	161	40.25
โทรศัพท์เคลื่อนที่	233	58.25

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 96.75 รองลงมาเปิดรับสื่อวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 69.00 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 63.75

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อที่เปิดรับบ่อยที่สุด

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	326	81.50
วิทยุ	4	1.00
หนังสือพิมพ์	6	1.50
อินเทอร์เน็ต	22	5.50
โทรศัพท์เคลื่อนที่	42	10.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.50 รองลงมาเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 10.50 และเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 5.50

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เปิดรับสื่อ

เหตุผลที่เปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อฟรี	153	38.25
มีความสนใจเป็นพิเศษ	136	34.00
สถานที่ทำงานมีสื่อให้ใช้	150	37.50
เป็นเจ้าของ/สมาชิกของสื่อ	40	10.00
สะดวกในการเข้าถึงเนื่องจากมีเครื่องรับสื่ออยู่ที่บ้าน/ สามารถพกพาหรือติดตามตัวได้	271	67.75
อื่นๆ	6	1.50

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย)

2. อื่นๆ ได้แก่ ต้องการติดตามข่าวสาร 4 ราย ไม่มีอะไรทำรับสื่อเพื่อฆ่าเวลา 2 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเปิดรับสื่อเพราะสะดวกในการเข้าถึงเนื่องจากมีเครื่องรับสื่ออยู่ที่บ้าน/สามารถพกพาหรือติดตามตัวได้ คิดเป็นร้อยละ 67.75 รองลงมาเนื่องจากสื่อฟรี คิดเป็นร้อยละ 38.25 และที่ทำงานมีสื่อให้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 37.50

2.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ (ตารางที่ 12-75)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำ

เปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ประจำ	384	96.00
ไม่ประจำ	16	4.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ ประจำ หมายถึง ไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 96.00 และไม่รับชมโทรทัศน์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	2	0.52
สัปดาห์ละครั้ง	4	1.04
สัปดาห์ละ 2-3 วัน	32	8.33
สัปดาห์ละ 4-5 วัน	56	14.58
วันละครั้ง	142	36.98
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	148	38.50
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อโทรทัศน์วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์วันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.98 และเปิดรับสื่อโทรทัศน์สัปดาห์ละ 4-5 วัน คิดเป็นร้อยละ 14.58

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	27	7.03
1 ชั่วโมง	61	15.89
2-3 ชั่วโมง	194	50.52
4-6 ชั่วโมง	84	21.88
มากกว่า 6 ชั่วโมง	18	4.69
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ โดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 50.52 รองลงมาเป็นระยะเวลา 4-6 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 21.88 และระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15.89

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชมเลย	4	1.04
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	14	3.65
1 ชั่วโมง	32	8.33
2-3 ชั่วโมง	94	24.48
4-6 ชั่วโมง	156	40.63
มากกว่า 6 ชั่วโมง	84	21.88
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ย 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.63 รองลงมาเป็นระยะเวลา 2-3 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 24.48 และระยะเวลามากกว่า 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 21.88

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีโทรทัศน์ที่ชมบ่อยที่สุด

สถานีที่ชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	174	45.31
ช่อง 5	3	0.78
ช่อง 7	120	31.25
ช่อง 9	30	7.81
ช่อง NBT	12	3.13
ช่อง ThaiPBS	2	0.52
ช่อง True Vision	24	6.25
อื่นๆ	19	4.95
รวม	384	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ชมทุกช่องพอ ๆ กัน

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชมสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.31 รองลงมาคือช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 31.25 และช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 7.81

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ - ศุกร์	24	6.25
วันเสาร์ - อาทิตย์	124	32.29
วันจันทร์ - อาทิตย์ พอๆกัน	236	61.46
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-อาทิตย์พอกัน คิดเป็นร้อยละ 61.46 รองลงมา เป็นวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 32.29 และวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์ - ศุกร์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
01.01-05.00 น.	18	6.92
05.01-08.00 น.	88	33.85
08.01-12.00 น.	68	26.15
12.01-14.00 น.	24	9.23
14.01-18.00 น.	18	6.92
18.01-20.00 น.	160	61.54
20.01-24.00 น.	258	99.23

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันจันทร์-ศุกร์ 24 ราย และวันจันทร์ - อาทิตย์พอกัน 236 ราย รวมเท่ากับ 260 ราย)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 99.23 รองลงมา คือ เวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 61.54 และเวลา 05.01-08.00 น. คิดเป็นร้อยละ 33.85

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์ - อาทิตย์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชมเลย	4	1.11
01.01-05.00 น.	14	3.89
05.01-08.00 น.	42	11.67
08.01-12.00 น.	236	65.56

**ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับ
สื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์ - อาทิตย์**

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
12.01-14.00 น.	88	24.44
14.01-18.00 น.	96	26.67
18.01-20.00 น.	198	55.00
20.01-24.00 น.	214	59.44

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันเสาร์-อาทิตย์ 124 ราย และวันจันทร์ - อาทิตย์พอๆกัน 236 ราย รวมเท่ากับ 360 ราย)

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 08.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 65.56 รองลงมา คือเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 59.44 และเวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 55.00

**ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภทของ
รายการโทรทัศน์**

ประเภท/รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าว/วิเคราะห์ข่าว	338	88.02
ละครไทย	231	60.16
ภาพยนตร์ต่างประเทศ	110	28.65
เพลง/คอนเสิร์ต	116	30.21
เกมโชว์	180	46.88
ตลก/ละครซิตคอม	160	41.67
วาไรตี้โชว์	126	32.81
ทอล์คโชว์	88	22.92
การ์ตูน	43	11.20
เรียลลิตี้โชว์	52	13.54
สารคดี	137	35.68

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภท
ของรายการโทรทัศน์

ประเภท/รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว	69	17.97
กีฬา	65	16.93
รถยนต์	19	4.95
การศึกษา	27	7.03
สุขภาพ	51	13.28
สอนทำอาหาร	52	13.50
อื่นๆ	6	1.56

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 384 ราย)

2. อื่นๆ ได้แก่ รายการธรรมชาติ รายการบันเทิงทั่วไป รายการสัมภาษณ์ รายการเด็ก

จากตารางที่ 20 พบว่าประเภทของรายการโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
เปิดรับคือ ข่าว/วิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 88.02 รองลงมาเป็นละครไทย คิดเป็นร้อยละ 60.16
เกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 46.88

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการข่าว/
วิเคราะห์ข่าว

การเปิดรับชมรายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ชม	338	88.02
ไม่ชม	46	11.98
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว
คิดเป็นร้อยละ 88.02 และไม่ชม คิดเป็นร้อยละ 11.98

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการข่าว/
วิเคราะห์ข่าว

สถานีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	202	59.76
ช่อง 5	6	1.78
ช่อง 7	59	17.46
ช่อง 9	55	16.27
ช่อง NBT	10	2.96
ช่อง ThaiPBS	2	0.59
ช่อง True Vision	5	1.48

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 338 ราย)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว
จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 59.76 รองลงมาคือช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 17.46 และช่อง 9
คิดเป็นร้อยละ 16.27

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการข่าว/วิเคราะห์
ข่าวที่รับชม

รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าวที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	6	1.78
เช้าวันใหม่ (ช่อง 3)	5	1.48
เรื่องเล่าเช้านี้ (ช่อง 3)	60	17.75
เที่ยงวันทันเหตุการณ์ (ช่อง 3)	3	0.89
180 วินาทีข่าว (ช่อง 3)	5	1.48
เรื่องเด่นเย็นนี้ (ช่อง 3)	31	9.17
ข่าว 3 มิติ (ช่อง 3)	42	12.43
เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ (ช่อง 3)	50	14.79
สถานีสนามเป้า (ช่อง 5)	6	1.78
จุมกมด (ช่อง 7)	36	10.65
ข่าวภาคเที่ยง/ภาคค่ำ (ช่อง 7)	23	6.80
ข่าวข้นคนข่าว (ช่อง 9)	43	12.72
ซีพอร์โลกรวันนี้ (ช่อง 9)	12	3.55
NBT Morning News (ช่อง NBT)	5	1.48
ข่าวภูมิภาค (ช่อง NBT)	2	0.59
NBT Hot News (ช่อง NBT)	3	0.89
ทันข่าวเด่นทีวีไทยทีวีสาธารณะ (ช่อง Thai PBS)	2	0.59
News 24 (ช่อง True Vision)	5	1.48

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 338 ราย)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการข่าว/วิเคราะห์ข่าวที่รับชม คือ รายการเรื่องเล่าเช้านี้ คิดเป็นร้อยละ 17.75 รองลงมาคือ เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 14.79 และข่าวข้นคนข่าว คิดเป็นร้อยละ 12.72

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
ละครไทย

การเปิดรับชมรายการละครไทย	จำนวน	ร้อยละ
ชม	231	60.16
ไม่ชม	153	39.84
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการละครไทย คิดเป็น
ร้อยละ 60.16 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 39.84

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ
ละครไทย

สถานที่ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	127	55.00
ช่อง 5	25	10.80
ช่อง 7	88	38.10

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 231 ราย)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการละครไทย
สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 38.10 และช่อง 5 คิด
เป็นร้อยละ 10.80

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการละครไทยที่
รับชม

รายการละครไทยที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	6	2.60
บัวปริ่มน้ำ (ช่อง 3)	5	2.16
ปี่แก้วนางหงษ์ (ช่อง 3)	5	2.16
นางสาวเย็นฤดี (ช่อง 3)	11	4.76
ดาวจรสฟ้า (ช่อง 3)	25	10.82
ใจร้าว (ช่อง 3)	59	25.54
สี่รักซึกโยลวน (ช่อง 3)	3	1.30
คุณแม่จำแลง (ช่อง 3)	4	1.73
แก้วล้อมเพชร (ช่อง 5)	20	8.66
เซน .. เพื่อรักสื่อวิญญาณ (ช่อง 5)	5	2.16
สังข์ทอง (ช่อง 7)	4	1.73
หลวงตาใหม่ ผู้ใหญ่เย็น (ช่อง 7)	2	0.87
เสน่หานางจิว (ช่อง 7)	22	9.52
คู่ป่วนอลวน (ช่อง 7)	13	5.63
ภูตแม่น้ำโจง (ช่อง 7)	13	5.63
ศิลาภรณ์ (ช่อง 7)	34	14.72

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 231 ราย)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการละครไทยคือ ใจร้าว คิดเป็นร้อยละ 25.54 รองลงมาคือ ศิลาภรณ์ คิดเป็นร้อยละ 14.72 และดาวจรสฟ้า คิดเป็นร้อยละ 10.82

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมภาพยนตร์
ต่างประเทศ

การเปิดรับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ชม	110	28.65
ไม่ชม	274	71.35
รวม	384	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 110 ราย)

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการภาพยนตร์
ต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 71.35 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 28.65

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ
ภาพยนตร์ต่างประเทศ

สถานีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	76	69.09
ช่อง 7	80	72.73
ช่อง 9	6	5.45
ช่อง True Vision	31	28.18

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 110 ราย)

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการภาพยนตร์
ต่างประเทศสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 72.73 รองลงมาคือ ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 69.09
และช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 28.18

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการภาพยนตร์ต่างประเทศที่รับชม

รายการภาพยนตร์ต่างประเทศที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	3	2.73
ภ.จิน ตำนานรักดอกเหมย (ช่อง 3)	2	1.82
ภ.จิน เป่าปุ่นจิน เทพผู้ทรงธรรม (ช่อง 3)	10	9.09
ภ.เกาหลี หยุดไม่ได้หากหัวใจอยากจะรัก (ช่อง 3)	9	8.18
ภ.จิน ช่องใต้หลังชื่อหมิง (ช่อง 3)	2	1.82
ภ.จิน อุตริกระป๋องอาญาสวรรค์ (ช่อง 3)	8	7.27
ภ.เกาหลี ทีชาน จอมบัลลังก์พลิกแผ่นดิน (ช่อง 3)	22	20.00
เอเชียฮิต ซีรีส์สุดเมานูรัก เซฟมือใหม่ (ช่อง 3)	12	10.91
ภ.เกาหลี ขอโทษครับ ผมรักคุณ (ช่อง 3)	8	7.27
หนังรอบเช้า (ช่อง 7)	26	23.64
ภาพยนตร์นานาชาติ (ช่อง 7)	16	14.55
บิกชีนีมา (ช่อง 7)	38	34.55
หนังดั่งหลังเที่ยง (ช่อง 9)	6	5.45
STAR MOVIE (True Vision)	13	11.81
HBO (True Vision)	18	16.36

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 110 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม รับชมภาพยนตร์ต่างประเทศ คือ บิกชีนีมา
 คิดเป็นร้อยละ 34.55 รองลงมาคือ หนังรอบเช้า คิดเป็นร้อยละ 23.64 และภ.เกาหลี ทีชาน จอม
 บัลลังก์พลิกแผ่นดิน คิดเป็นร้อยละ 20.00
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
เพลง/คอนเสิร์ต

การเปิดรับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ต	จำนวน	ร้อยละ
ชม	116	30.21
ไม่ชม	268	69.79
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ต คิดเป็นร้อยละ 69.79 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 30.21

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ
เพลง/คอนเสิร์ต

สถานที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	14	12.07
ช่อง 5	100	86.21
ช่อง 7	28	24.14
ช่อง 9	54	46.55
ช่อง True Vision	36	31.03

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 116 ราย)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ตจาก
สถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 86.21 รองลงมาคือ ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 46.55 และช่อง
True Vision คิดเป็นร้อยละ 31.03

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการเพลง/คอนเสิร์ตที่รับชม

รายการเพลง/คอนเสิร์ตที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
มาสเตอร์คีย์ คู่หูคู่เพลง (ช่อง 3)	14	12.07
โอไอซี (ช่อง 5)	12	10.34
คลื่นแตรกคลื่นแซบ (ช่อง 5)	18	15.52
เวทีไทสด (ช่อง 5)	36	31.03
5 โลพี (ช่อง 5)	34	29.31
ชุมทางเสียงทอง (ช่อง 7)	2	1.72
เจ็ดสีคอนเสิร์ต (ช่อง 7)	26	22.41
รักลูกทุ่ง (ช่อง 9)	6	5.17
ไวรัสมิวสิก (ช่อง 9)	10	8.62
ลูกทุ่งฟีเวอร์ (ช่อง 9)	10	8.62
Seed TV (ช่อง 9)	28	24.14
Majung (ช่อง True Vision)	16	13.79
CH [V] (ช่อง True Vision)	20	17.24

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 116 ราย)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม รับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ตคือ เวทีไทสด คิดเป็นร้อยละ 31.03 รองลงมาคือ 5 โลพี คิดเป็นร้อยละ 29.31 และSeed TV คิดเป็นร้อยละ 24.14

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการเกมโชว์

การเปิดรับชมรายการเกมโชว์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	180	46.88
ไม่ชม	204	53.12
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 53.12 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 46.88

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับชมรายการเกมโชว์

สถานที่ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	91	50.56
ช่อง 5	79	43.89
ช่อง 7	83	46.11
ช่อง 9	8	4.44
ช่อง True Vision	8	4.44

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 180 ราย)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเกมโชว์จากสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 50.56 รองลงมาคือ ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 46.11 และช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 43.89 ช่อง 9

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการเกมโชว์ที่รับชม

รายการเกมโชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ถ้าคุณแน่ อย่าแพ้เด็ก (ประถม) (ช่อง 3)	10	5.56
ศึก 12 ราศี (ช่อง 3)	46	25.56
แกะดำ (ช่อง 3)	15	8.33
รู้จริงปะ (ช่อง 3)	20	11.11
เกมวัดดวง (ช่อง 5)	24	13.33
เกมคนกล้าท้าดวง (ช่อง 5)	6	3.33
แฟนพันธุ์แท้ (ช่อง 5)	30	16.67
ยกสยาม (ช่อง 5)	9	5.00

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการเกมโชว์ที่
รับชม

รายการเกมโชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
กล่องคำ (ช่อง 5)	10	5.56
ชิงร้อยชิงล้าน (ช่อง 7)	54	30.00
เกมพันหน้า (ช่อง 7)	19	10.56
หลานปู่จืด (ช่อง 7)	10	5.56
เกมซ่าท้ากิน (ช่อง 9)	8	4.44
X-Zyte (ช่อง True Vision)	8	4.44

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 180 ราย)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม รับชมรายการเกมโชว์คือ รายการชิงร้อยชิงล้าน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ คีท 12 ราศี คิดเป็นร้อยละ 25.56 และแฟนพันธุ์แท้ คิดเป็นร้อยละ 16.67

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการตลก/
ละครซีทีคอม

การเปิดรับชมรายการตลก/ละครซีทีคอม	จำนวน	ร้อยละ
ชม	160	41.67
ไม่ชม	224	58.33
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการตลก คิดเป็นร้อยละ 58.33 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 41.67

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับชมรายการตลก/ละครซีทคอม

สถานที่ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	60	37.50
ช่อง 5	102	63.75
ช่อง 7	39	24.38

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 160 ราย)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการตลก จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมา คือช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 37.50 และช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 24.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการตลก/ละครซีทคอมที่รับชม

รายการตลก/ละครซีทคอมที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ก่อนบ่ายคลายเครียด (ช่อง 3)	8	5.00
ละครเป็นต่อ (ช่อง 3)	20	12.50
ละครผู้กองเจ้าเสน่ห์ (ช่อง 3)	16	10.00
ละครเฮง เฮง เฮง (ช่อง 3)	6	3.75
ละครมหาชนชาวแฟลต (ช่อง 3)	6	3.75
ละครเทวดาคลายเครียด (ช่อง 3)	4	2.50
ระเบิดเถิดเทิง (ช่อง 5)	54	33.75
ตลก 6 นก (ช่อง 5)	12	7.50
ละครรักต้องซ่อม (ช่อง 5)	16	10.00
ละครรักริทิม (ช่อง 5)	20	12.50
ละครคู่ก๊กพริกกะเกลือ (ช่อง 7)	1	0.63

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการตลก/ละคร
ซีทคอมที่รับชม

รายการตลก/ละครซีทคอมที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ละครร้ายเตียงสา (ช่อง 7)	4	2.50
ละครเกาะมหัศจรรย์ (ช่อง 7)	4	2.50
ละครบางรักซอย 9 (ช่อง 9)	18	11.25
ละครบ้านนี้มีรัก (ช่อง 9)	7	4.38
ละครเทวดาสาธุ (ช่อง 9)	1	0.63
ละครตระกูลโรงหมอ (ช่อง 9)	1	0.63
ละครนัดกับนัด (ช่อง 9)	12	7.50

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 160 ราย)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการตลก/ละครซีทคอมคือ ระเบิด
เถิดเทิง คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือเป็นต่อ รักริทึม คิดเป็นร้อยละ 12.50 เท่ากัน บางรักซอย
9 คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
วาไรตี้โชว์

การเปิดรับชมรายการวาไรตี้โชว์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	126	32.81
ไม่ชม	258	67.19
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการวาไรตี้โชว์ คิด
เป็นร้อยละ 67.19 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 32.81

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับชมรายการ
วาไรตี้โชว์

สถานที่ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	28	22.22
ช่อง 5	84	66.67
ช่อง 7	44	34.92
ช่อง 9	36	28.57

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 126 ราย)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการวาไรตี้โชว์จาก
สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 34.92 และช่อง 9
คิดเป็นร้อยละ 28.57

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการวาไรตี้โชว์ที่
รับชม

รายการวาไรตี้โชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ดีสิบ (ช่อง 3)	22	17.46
ราตรีสโมสร (ช่อง 3)	4	3.17
ดีท่ายคร่าว (ช่อง 3)	2	1.59
หม่าโชว์ (ช่อง 5)	4	3.17
สาระแนโชว์ (ช่อง 5)	8	6.35
กลมก๊ก (ช่อง 5)	2	1.59
สะบัดช่อ (ช่อง 5)	6	4.76
สยามทูเคย์ (ช่อง 5)	12	9.52
ไมค์ ไอคอลล (ช่อง 5)	3	2.38
คาราปาร์ตี้ (ช่อง 5)	9	7.14
โมเดิร์น วาไรตี้ (ช่อง 5)	5	3.97

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการวาไรตี้โชว์ที่รับชม

รายการวาไรตี้โชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
โอโนโชว์ (ช่อง 5)	18	14.29
ตลาดสดสนามเป้า (ช่อง 5)	6	4.76
ทูไนท์ไลฟ์ (ช่อง 5)	5	3.97
5 4 3 2 โชว์ (ช่อง 5)	6	4.76
07 โชว์ (ช่อง 7)	18	14.29
ชิงร้อยชิงล้าน (ช่อง 7)	26	20.63
คุณพระช่วย (ช่อง 9)	7	5.56
กว่าจะเป็น...ดาว (ช่อง 9)	4	3.17
ชิงช้าสวรรค์ (ช่อง 9)	25	19.84

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 126 ราย)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการวาไรตี้โชว์คือชิงร้อยชิงล้าน คิดเป็นร้อยละ 20.63 รองลงมาคือ ชิงช้าสวรรค์ คิดเป็นร้อยละ 19.84 ทีลีบ คิดเป็นร้อยละ 17.46

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการทอล์คโชว์

การเปิดรับชมรายการทอล์คโชว์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	88	22.92
ไม่ชม	296	77.08
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการทอล์คโชว์ คิดเป็นร้อยละ 77.08 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 22.92

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับชมรายการ
ทอล์คโชว์

สถานที่ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	34	38.64
ช่อง 5	16	18.18
ช่อง 7	57	64.77
ช่อง 9	56	63.64
ช่อง NBT	6	6.82

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 88 ราย)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการทอล์คโชว์จาก
สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 64.72 รองลงมาคือช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 63.64 และช่อง 3 คิด
เป็นร้อยละ 38.64

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการทอล์คโชว์ที่
รับชม

รายการทอล์คโชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ผู้หญิงถึงผู้หญิง (ช่อง 3)	17	19.32
30 ยี่แจ้ว (ช่อง 3)	12	13.64
จับเข่าคุย (ช่อง 3)	3	3.41
สตอร์เบอร์รี่ชีสเค้ก (ช่อง 3)	2	2.27
สะบัดช่อ (ช่อง 5)	4	4.55
เจาะใจ (ช่อง 5)	12	13.64
คลับเซเว่น (ช่อง 7)	2	2.27
วันวานยังหวาน (ช่อง 7)	14	15.91
ที่นี่หมอชิต (ช่อง 7)	12	13.64
จันทร์พันดาว (ช่อง 7)	18	20.45

ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการทอล์คโชว์ที่รับชม

รายการทอล์คโชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
3 หม่อม 3 มุม ทูไนน์ (ช่อง 7)	11	12.50
วีไอพี (ช่อง 9)	14	15.91
ตาสว่าง (ช่อง 9)	6	6.82
สุริวิภา (ช่อง 9)	17	19.32
วุดดี้เกิดมาคุย (ช่อง 9)	19	21.59
ความจริงวันนี้ (ช่อง NBT)	4	4.55
กรองสถานการณ์ว่าไรดี (ช่อง NBT)	2	2.27

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 88 ราย)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทอล์คโชว์คือ รายการวุดดี้เกิดมาคุย คิดเป็นร้อยละ 21.59 รองลงมาคือ จันทรพินดาว คิดเป็นร้อยละ 20.45 และผู้หญิงถึงผู้หญิง สุริวิภา คิดเป็นร้อยละ 19.32 เท่ากัน

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการการ์ตูน

การเปิดรับชมรายการการ์ตูน	จำนวน	ร้อยละ
ชม	43	11.20
ไม่ชม	341	88.80
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 88.80 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 11.20

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ
การ์ตูน

สถานีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	11	25.58
ช่อง 5	3	6.98
ช่อง 7	12	27.51
ช่อง 9	22	51.16
ช่อง True Vision	6	13.95

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 43ราย)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการการ์ตูนจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 55.81 รองลงมา ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 46.51 และช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 41.86

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกชื่อรายการการ์ตูนที่รับชม

รายการการ์ตูนที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	4.65
การ์ตูนดราagoonบอลแซด (ช่อง 3)	7	16.28
การ์ตูนสตาร์ต็อก (ช่อง 3)	2	4.65
การ์ตูนอิคคิวซัง (ช่อง 3)	2	4.65
แก๊งค์การ์ตูน (ช่อง 5)	2	4.65
ตูนดีสนีย์ (ช่อง 7)	5	11.63
การ์ตูนชุด 4 สหยาเล่าไอเย็น (ช่อง 7)	3	6.98
การ์ตูนชุดป่วนตำนานนิทานอีสป ปี 2 (ช่อง 7)	3	6.98
โมเดิร์นไนน์การ์ตูน (ช่อง 9)	19	44.19

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกชื่อรายการการ์ตูนที่รับชม

รายการการ์ตูนที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
การ์ตูนโคนัน (ช่อง 9)	3	6.98
การ์ตูนเน็ตเวิร์ค (ช่อง True Vision)	4	9.30
ทรูสปาร์ค (ช่อง True Vision)	2	4.65

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 43 ราย)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการการ์ตูนคือ รายการโมเดิร์นไนน์การ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 44.19 รองลงมาคือ การ์ตูนคราก้อนบอลแซด คิดเป็นร้อยละ 16.28 และ ดูนคีสเนี่ย คิดเป็นร้อยละ 11.63

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้โชว์

การเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้โชว์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	52	13.54
ไม่ชม	332	86.46
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการเรียลลิตี้โชว์ คิดเป็นร้อยละ 86.46 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 13.54

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ
เรียลลิตี้โชว์

สถานีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	7	13.46
ช่อง 5	3	5.77
ช่อง 7	38	73.08
ช่อง 9	14	26.92

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 52 ราย)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเรียลลิตี้โชว์จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 73.08 รองลงมาคือ ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 26.92 และช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 13.46

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการเรียลลิตี้ที่รับชม

รายการภาพยนตร์เรียลลิตี้ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
สตาร์สเตจ (ช่อง 3)	3	5.77
สารคดีสวนสัตว์สุดฮา (ช่อง 3)	4	7.69
กรรมลิขิต (ช่อง 5)	3	5.77
ปลัดหนี้ (ช่อง 7)	2	3.85
เรื่องจริงผ่านจอ (ช่อง 7)	13	25.00
จ้อจี้ (ช่อง 7)	4	7.69
ฟ้ามีตา (ช่อง 7)	2	3.85
คดีเด็ด (ช่อง 7)	8	15.38
สะกิดข่าว (ช่อง 7)	9	17.31
คน คั่น คน (ช่อง 9)	11	21.15
เดอะสตาร์ (ช่อง 9)	3	5.77

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 52 ราย)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการเรียลลิตีที่รับชม คือ รายการเรื่องจริงผ่านจอ คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ คน คั่น คน คิดเป็นร้อยละ 21.15 สะเก็ดข้าว คิดเป็นร้อยละ 17.31

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการสารคดี

การเปิดรับชมรายการสารคดี	จำนวน	ร้อยละ
ชม	137	35.68
ไม่ชม	247	64.32
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 64.32 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 35.68

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการสารคดี

สถานีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	10	7.30
ช่อง 5	24	17.52
ช่อง 7	9	6.57
ช่อง 9	70	51.09
ช่อง Thai PBS	15	10.95
ช่อง True Vision	9	6.57

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 137 ราย)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการสารคดี จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 51.09 รองลงมาคือ ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 17.52 และช่อง Thai PBS คิดเป็นร้อยละ 10.95

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการสารคดีที่รับชม

รายการสารคดีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	8	5.84
รู้จริงปะ (ช่อง 3)	7	5.11
ทุ่งแสงตะวัน (ช่อง 3)	3	2.19
เมืองไทยน่ารู้ (ช่อง 5)	14	10.22
สำรวจโลก (ช่อง 5)	7	5.11
โลก 360 องศา (ช่อง 5)	3	2.19
กระจกหกด้าน (ช่อง 7)	5	3.65
กบนอกกะลา (ช่อง 9)	25	18.25
บางอ้อ (ช่อง 9)	8	5.84
จุดเปลี่ยน (ช่อง 9)	5	3.65
Sponge ฉลาดสุดขีด (ช่อง 9)	8	5.84
แดนสนธยา (ช่อง 9)	6	4.38
บันทึกโลก (ช่อง 9)	3	2.19
ซีพอร์โลกวันนี้ (ช่อง 9)	2	1.46
Mega Clever (ช่อง 9)	4	2.92
โลกมหัศจรรย์ (ช่อง 9)	9	6.57
สารคดี วิถีเอเชีย (ช่อง Thai PBS)	11	8.03
สารคดี เชิงข่าว เปิดปม (ช่อง Thai PBS)	4	2.92
National Geographic (ช่อง True Vision)	5	3.65

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 137 ราย)

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการสารคดี คือ รายการกบนอกกะลา คิดเป็นร้อยละ 18.25 รองลงมาเมืองไทยน่ารู้ คิดเป็นร้อยละ 10.22 สารคดี วิถีเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 8.03

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
ท่องเที่ยว

การเปิดรับชมรายการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ชม	69	17.97
ไม่ชม	315	82.03
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการท่องเที่ยว คิด
เป็นร้อยละ 82.03 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 17.97

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ
ท่องเที่ยว

สถานที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	32	46.38
ช่อง 5	47	68.12
ช่อง 9	5	7.25
ช่อง NBT	4	5.80

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 69 ราย)

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการท่องเที่ยวจาก
สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 68.12 รองลงมาคือช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 46.38 และช่อง 9 คิด
เป็นร้อยละ 7.25

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการท่องเที่ยวที่
รับชม

รายการท่องเที่ยวที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
เปิดเลนส์ส่องโลก (ช่อง 3)	13	18.84
Say Hi (ช่อง 3)	15	21.74
เที่ยวละไมไทยแลนด์เวิลด์ (ช่อง 3)	4	5.80
ประทับใจไทยแลนด์ (ช่อง 5)	9	13.04
คนกีฬา พาเที่ยว (ช่อง 5)	2	2.90
แวะเที่ยววันจันทร์ (ช่อง 5)	5	7.25
สมุด โศจร (ช่อง 5)	13	18.84
ผจญภัยไร่พรมแดน (ช่อง 5)	14	20.29
ฟ้าห่มดิน (ช่อง 5)	2	2.90
ฟ้าเมืองไทย (ช่อง 5)	2	2.90
เที่ยวสบาย วาไรตี้ (ช่อง 9)	5	7.25
สุดขั้วทั่วไทย (ช่อง NBT)	4	5.80

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 69 ราย)

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการท่องเที่ยว คือ รายการ Say Hi คิดเป็นร้อยละ 21.74 รองลงมา คือผจญภัยไร่พรมแดน คิดเป็นร้อยละ 20.29 และเปิดเลนส์ส่องโลก สมุด โศจร คิดเป็นร้อยละ 18.84 เท่ากัน

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการกีฬา

การเปิดรับชมรายการกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
ชม	65	16.93
ไม่ชม	319	83.07
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการกีฬา คิดเป็นร้อยละ 83.07 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 16.93

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการกีฬา

สถานที่ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	27	41.54
ช่อง 5	8	12.31
ช่อง 7	29	44.62
ช่อง 9	3	4.62
ช่อง NBT	5	7.69
ช่อง True Vision	6	9.23

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 65 ราย)

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการกีฬาจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 44.62 รองลงมาคือ ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 41.54 และช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 12.31

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการกีฬาที่รับชม

รายการกีฬาที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ทันโลกกีฬา (ช่อง 3)	24	36.92
ยูฟ่าฯ แมกกาซีน (ช่อง 3)	2	3.08
ศึกเจ้ามวยไทย (ช่อง 3)	1	1.54
สนามนักสู้ (ช่อง 5)	7	10.77
ศึกมวยไทยลุมพินี (ช่อง 5)	1	1.54
แฟนซ่าส์กีฬา (ช่อง 7)	1	1.54
สปอร์ตวาไรตี้ (ช่อง 7)	4	6.15
สปอร์ตแฟนคลับ (ช่อง 7)	6	9.23
นานากีฬาโลก (ช่อง 7)	2	3.08

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการกีฬาที่รับชม

รายการกีฬาที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ถ่ายทอดสดรายการกีฬา (ช่อง 7)	4	6.15
แฟนซ่าส์กีฬา (ช่อง 7)	4	6.15
มวยไทย 7 สี (ช่อง 7)	8	12.31
สปอร์ตโฟกัส (ช่อง 9)	3	4.62
สปอร์ตฟอร์ ฟิน (ช่อง NBT)	5	7.69
True Sport (ช่อง True Vision)	6	9.23

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 65 ราย)

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการกีฬาคือ รายการทันโลกกีฬา คิดเป็นร้อยละ 36.92 รองลงมาคือ มวยไทย 7 สี คิดเป็นร้อยละ 12.31 สนามนักสู้ คิดเป็นร้อยละ 10.77

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์

การเปิดรับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	19	4.95
ไม่ชม	365	95.05
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 95.05 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 4.95

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์

สถานที่ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 5	16	84.21
ช่อง NBT	8	42.11
ช่อง True Vision	9	47.37

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 19 ราย)

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 84.21 รองลงมาคือช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 47.37 และช่อง NBT คิดเป็นร้อยละ 42.11

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการเกี่ยวกับรถยนต์ที่รับชม

รายการเกี่ยวกับรถยนต์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ค คนรักรถ (ช่อง 5)	16	84.21
มอเตอร์เวิลด์ (ช่อง NBT)	2	10.53
บางกอกอโต้แจม (ช่อง NBT)	6	31.58
Star Sport (ช่อง True Vision)	9	47.37

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 19 ราย)

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์คือรายการ ค คนรักรถ คิดเป็นร้อยละ 84.21 รองลงมาคือ Star Sport คิดเป็นร้อยละ 47.37 และบางกอกอโต้แจม คิดเป็นร้อยละ 31.58

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการเพื่อการศึกษา

การเปิดรับชมรายการเพื่อการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ชม	27	7.03
ไม่ชม	357	92.97
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการเพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 92.97 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 7.03

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการเพื่อการศึกษา

สถานที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	8	29.63
ช่อง NBT	14	51.85
ช่อง Thai PBS	6	22.22

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 27 ราย)

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเพื่อการศึกษาจากสถานีโทรทัศน์ช่อง NBT คิดเป็นร้อยละ 51.85 รองลงมาคือ ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 29.63 และช่อง Thai PBS คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการเพื่อการศึกษาที่
รับชม

รายการเพื่อการศึกษาที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	6	22.22
อิงลิชมินิท (ช่อง 3)	5	18.52
มสธ. (ช่อง NBT)	11	40.74
English Breakfast. (ช่อง ThaiPBS)	6	22.22

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 27 ราย)

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการเพื่อการศึกษา คือ รายการจาก
มสธ. คิดเป็นร้อยละ 40.74 รองลงมาคือ รายการ English Breakfast และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ
22.22 เท่ากัน

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการเพื่อ
สุขภาพ

การเปิดรับชมรายการเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ชม	51	13.28
ไม่ชม	333	86.72
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการเพื่อสุขภาพ
คิดเป็นร้อยละ 86.72 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 13.28

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับชมรายการเพื่อ
สุขภาพ

สถานที่ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 5	7	13.73
ช่อง 7	14	27.45
ช่อง 9	33	64.71

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 51 ราย)

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเพื่อสุขภาพจาก
สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 64.71 รองลงมา คือ ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 27.45 และช่อง 5
คิดเป็นร้อยละ 13.73

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการเพื่อสุขภาพที่
รับชม

รายการเพื่อสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	3	5.88
อาหารเพื่อสุขภาพ (ช่อง 5)	7	13.73
คลับสุขภาพ(ช่อง 7)	12	23.53
สโมสรรสุขภาพ (ช่อง 9)	9	17.65
อโรคา ปาร์ตี้ (ช่อง 9)	23	62.75

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 51 ราย)

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเพื่อสุขภาพคือ
รายการอโรคา ปาร์ตี้ คิดเป็นร้อยละ 62.75 รองลงมา คลับสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 23.53 และสโมสรร
สุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 17.65

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการสอน
การทำอาหาร

การเปิดรับชมรายการสอนการทำอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ชม	52	13.54
ไม่ชม	332	86.46
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการสอนการทำอาหาร
คิดเป็นร้อยละ 86.46 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 13.54

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการสอน
ทำอาหาร

สถานที่ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	10	19.23
ช่อง 5	30	57.69
ช่อง 9	14	26.92

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 52 ราย)

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการสอนทำอาหารจาก
สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 57.69 รองลงมาคือ ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 26.92 และช่อง 3 คิด
เป็นร้อยละ 19.23

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการสอนการทำอาหารที่รับชม

รายการสอนทำอาหารที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
happy life กับครัวคุณหรีด (ช่อง 3)	3	5.77
เปรี้ยวปาก (ช่อง 3)	5	9.62
อลหม่านจานเด็ด (ช่อง 3)	2	3.85
ถึงพริกถึงขิง (ช่อง 5)	6	11.54
อร่อยช่อง 5 (ช่อง 5)	2	3.85
ครัวอินดี้ (ช่อง 5)	3	5.77
เชฟมือทอง (ช่อง 5)	4	7.69
เชฟมือใหม่ (ช่อง 5)	2	3.85
อิมละไม (ช่อง 5)	2	3.85
ชิมไปบ่นไป (ช่อง 5)	11	21.15
หมึกแดงโชว์ (ช่อง 9)	14	26.92

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 52 ราย)

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการสอนการทำอาหารคือ รายการหมึกแดงโชว์ คิดเป็นร้อยละ 26.92 รองลงมาคือ ชิมไปบ่นไป คิดเป็นร้อยละ 21.15 และถึงพริกถึงขิง คิดเป็นร้อยละ 11.54

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการอื่นๆ

การเปิดรับชมรายการอื่นๆ	จำนวน	ร้อยละ
ชม	6	1.56
ไม่ชม	383	98.44
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 98.44 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 1.56

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับชมรายการอื่นๆ

สถานที่ที่รับชมรายการอื่นๆ	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง DMC	1	16.67
ช่อง 7	5	83.33
ช่อง 9	6	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ราย)

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการอื่นๆจากช่อง 9 จำนวน 6 ราย รองลงมาคือ ช่อง 7 จำนวน 5 ราย และช่อง DMC จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อรายการอื่นๆ ที่รับชม

รายการอื่นๆที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
แซดทีวี (ช่อง 3)	4	66.67
สี่ต้นบันเทิง (ช่อง 3)	2	33.33
ห้องสืบสวนหมายเลข 9 (ช่อง 9)	2	33.33
จุดเปลี่ยน (ช่อง 9)	1	16.67
ไนน์เอ็นเตอร์เทน (ช่อง 9)	2	33.33
ธรรมะฝันในฝัน (ช่อง DMC)	1	16.67

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ราย)

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการอื่นๆ คือ รายการแซดทีวี จำนวน 4 ราย รองลงมาคือสี่ต้นบันเทิง ห้องสืบสวนหมายเลข 9 ไนน์เอ็นเตอร์เทน จำนวน 2 ราย เท่ากัน และรายการจุดเปลี่ยน ธรรมะฝันในฝัน จำนวน 1 ราย เท่ากัน

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับสื่ออย่างเดียว	170	44.27
เปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน	106	27.60
เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น	108	28.13
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แบบเปิดรับสื่ออย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 44.27 รองลงมาคือเปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น คิดเป็นร้อยละ 28.13 และเปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 27.60

2.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ (ตารางที่ 76-111)

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อวิทยุเป็นประจำ

การเปิดรับสื่อวิทยุเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ประจำ	194	48.50
ไม่ประจำ	206	51.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ ประจำ หมายถึง ไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุไม่ประจำ คิดเป็นร้อยละ 51.50 และฟังวิทยุเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 48.50

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อวิทยุ

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	32	16.49
สัปดาห์ละครั้ง	32	16.49
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	40	20.62
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	20	10.31
วันละครั้ง	46	23.71
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	24	12.37
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อวิทยุวันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.71 รองลงมาเปิดรับสื่อวิทยุ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 20.62 และน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.49

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์ - ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟังเลย	14	7.22
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	77	39.69
1 ชั่วโมง	44	22.68
2-3 ชั่วโมง	32	16.49
4-6 ชั่วโมง	26	13.40
อื่นๆ	1	0.52
รวม	194	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ คือไม่แน่นอน

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 39.69 รองลงมาเป็น ระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 22.68 และระยะเวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 16.49

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์ - อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟังเลย	24	12.37
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	74	38.14
1 ชั่วโมง	42	21.65
2-3 ชั่วโมง	28	14.43
4-6 ชั่วโมง	20	10.31
อื่นๆ	6	3.09
รวม	194	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ คือไม่แน่นอน

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 38.14 รองลงมาเป็นระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 21.65 และระยะเวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 14.43

ตารางที่ 80 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีวิทยุที่ฟังบ่อยที่สุด

สถานีวิทยุที่ฟังบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
FM 88.25 กรมประชาสัมพันธ์ลำพูน	27	13.92
FM 89.25 สถานีวิทยุสงฆทานธรรม	3	1.55
FM 91.25 ริมปีงเรดิโอ (วิทยุชุมชน)	13	6.70
FM 91.50 Hot Wave	5	2.58
FM 92.00 ดันธงเรดิโอ (วิทยุชุมชน)	6	3.09
FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย(สวท.ลำพูน)	31	15.98
FM 95.75 บ้านธิเรดิโอ (วิทยุชุมชน)	5	2.58
FM 96.00 สถานีวิทยุพระพุทธศาสนาเชียงใหม่	4	2.06
FM 96.50 อสมท.ลำพูน	17	8.76
FM 97.50 Seed FM	9	4.64
FM 98.25 Funny FM	3	1.55
FM 99.00 ลูกทุ่ง Network	29	14.95
FM 104.50 สำนักงานอัยการจังหวัดลำพูน	9	4.64
FM 105.50 สถานีวิทยุเสียงประชาชนจังหวัดลำพูน	12	6.19
FM 106.25 วิทยุชุมชนคนป่าซาง (วิทยุชุมชน)	6	3.09
FM 107.50 กองทัพภาคที่ 3 จ.ลำพูน	12	6.19
อื่นๆ	3	1.55
รวม	194	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่รายการที่สนใจ

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังวิทยุจาก FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย(สวท.ลำพูน) คิดเป็นร้อยละ 15.98 รองลงมาคือ FM 99.00 ลูกทุ่ง Network คิดเป็นร้อยละ 14.95 และ FM 88.25 กรมประชาสัมพันธ์ลำพูน คิดเป็นร้อยละ 13.92

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
วิทยุ

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ - ศุกร์	48	24.74
วันเสาร์ - อาทิตย์	82	42.27
วันจันทร์ - อาทิตย์พอกๆกัน	64	32.99
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์ - อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 42.27 รองลงมาเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์ - อาทิตย์พอกๆกัน คิดเป็นร้อยละ 32.99 และเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์ - ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 24.74

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
วิทยุในวันจันทร์ - ศุกร์

เวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุ(น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟังเลย	16	14.29
01.01-05.00	2	1.79
05.01-08.00	42	37.50
08.01-12.00	50	44.64
12.01-14.00	32	28.57
14.01-18.00	42	37.50
18.01-20.00	38	33.93
20.01-24.00	48	42.86

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันจันทร์-
ศุกร์ 48 ราย และวันจันทร์ - อาทิตย์พอกๆกัน 64 ราย รวมเท่ากับ 112 ราย)

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์ - ศุกร์ ช่วงเวลา 08.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 44.64 รองลงมาช่วงเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 42.86 ช่วงเวลา 05.01-08.00 น. และช่วงเวลา 14.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 37.50 เท่ากัน

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์ - อาทิตย์

เวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุ(น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟังเลย	26	17.81
01.01-05.00	4	2.74
05.01-08.00	26	17.81
08.01-12.00	56	38.36
12.01-14.00	36	24.66
14.01-18.00	50	34.25
18.01-20.00	38	26.03
20.01-24.00	38	26.03

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันเสาร์-อาทิตย์ 82 ราย และวันจันทร์-อาทิตย์พอๆกัน 64 ราย รวมเท่ากับ 146 ราย)

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์ - อาทิตย์ ในเวลา 08.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 38.36 รองลงมาเป็นเวลา 14.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 34.25 เวลา 18.01-20.00 น. และเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 26.03 เท่ากัน

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ฟังวิทยุเป็นประจำ

สถานที่ฟังวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน/หอพัก	132	68.04
สถานที่ทำงาน	44	22.68
บ้านใกล้เคียง/เพื่อนบ้าน	8	4.12
ระหว่างเดินทางไป/กลับจากที่ทำงาน	92	47.42

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 194 ราย)

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุที่บ้าน/หอพัก คิดเป็นร้อยละ 68.04 รองลงมาคือระหว่างเดินทางไป/กลับจากที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 47.42 และสถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 22.68

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้ในการฟังวิทยุ

อุปกรณ์ที่ใช้ฟังวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุพกพา	30	15.46
โทรศัพท์มือถือ	68	35.05
MP 3,MP 4	20	10.31
เครื่องเสียงในรถยนต์	92	47.42
วิทยุตั้งโต๊ะ/สเตอริโอ	106	54.64
iPOD	8	4.12
คอมพิวเตอร์	22	11.34

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 194 ราย)

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ฟังวิทยุจากวิทยุตั้งโต๊ะ/สเตอริโอ คิดเป็นร้อยละ 54.64 รองลงมาคือ เครื่องเสียงในรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 47.42 และโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 35.05

ตารางที่ 86 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายการวิทยุ

ประเภท/รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวประจำวัน/วิเคราะห์ข่าว	59	30.41
เพลง	182	93.81
การทนายปัญหา/การแข่งขันเล่นเกมส์	16	8.25
สารคดี/ความรู้ทั่วไป	20	10.31
รายงานผลกีฬา	12	6.19
ธรรมะ	10	5.15
ละครวิทยุ	2	1.03
อื่นๆ(การศึกษา มีทั้งเพลงและความรู้ทั่วไป)	6	3.09

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 194 ราย)

จากตารางที่ 86 พบว่าประเภทของรายการวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับคือ รายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 93.81 รองลงมาคือข่าวประจำวัน/วิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 30.41 และสารคดี/ความรู้ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 10.31

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการข่าวประจำวัน/วิเคราะห์ข่าว

การเปิดรับฟังรายการข่าวประจำวัน/วิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	59	30.41
ไม่ฟัง	135	69.59
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ฟังรายการข่าวประจำวัน/วิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 69.59 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 30.41

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการข่าวประจำวัน/วิเคราะห์ข่าว

สถานีที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
FM 88.25 กรมประชาสัมพันธ์ลำพูน	11	18.64
FM 91.50 Hot Wave	1	1.69
FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย(สวท.ลำพูน)	12	20.34
FM 96.50 อสมท.ลำพูน	41	69.49
FM 97.50 Seed FM	2	3.39

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 59 ราย)

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการข่าวประจำวัน/วิเคราะห์ข่าวจากสถานีวิทยุ FM 96.50 อสมท.ลำพูน คิดเป็นร้อยละ 69.49 รองลงมาคือ FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย(สวท.ลำพูน) คิดเป็นร้อยละ 20.34 และ FM 88.25 กรมประชาสัมพันธ์ลำพูน คิดเป็นร้อยละ 18.64

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการที่รับฟังรายการข่าวประจำวัน/วิเคราะห์ข่าวที่รับฟัง

รายการข่าวประจำวัน/วิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	3	5.08
ข่าวต้นชั่วโมง (FM 88.25)	11	18.64
ข่าวรอบหริภุญชัย (FM 95.50)	5	8.47
นายกคุยกับประชาชน (FM 95.50)	7	11.86
95.00 หน้าหนึ่ง (FM 96.50)	18	30.51
ก้าวทันข่าว (FM 96.50)	23	38.98

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 59 ราย)

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการข่าวประจำวัน/วิเคราะห์ข่าวที่รับฟังชื่อรายการก้าวทันข่าว คิดเป็นร้อยละ 38.98 รองลงมาคือ 95 หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 30.51 และข่าวต้นชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 18.64

ตารางที่ 90 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการเพลง

การเปิดรับฟังรายการเพลง	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	182	93.81
ไม่ฟัง	12	6.19
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 93.81 และไม่รับฟัง คิดเป็นร้อยละ 6.19

ตารางที่ 91 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับฟังรายการเพลง

สถานที่ที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
FM 88.25 กรมประชาสัมพันธ์ลำพูน	25	13.74
FM 91.25 ริมปิงเรดิโอ (วิทยุชุมชน)	15	8.24
FM 91.50 Hot Wave	7	3.85
FM 92.00 ดันธงเรดิโอ (วิทยุชุมชน)	14	7.69
FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย(สวท.ลำพูน)	26	14.29
FM 95.75 บ้านธิเรดิโอ (วิทยุชุมชน)	5	2.75
FM 96.50 อสมท.ลำพูน	20	10.99
FM 97.50 Seed FM	9	4.95
FM 98.25 Funny FM	9	4.95
FM 99.00 ลูกทุ่ง Network	27	14.84
FM 105.50 สถานีวิทยุเสียงประชาชนจังหวัดลำพูน	16	8.79
FM 106.25 วิทยุชุมชนคนป่าซาง (วิทยุชุมชน)	6	3.30
FM 107.50 กองทัพภาคที่ 3 จ.ลำพูน	15	8.24
อื่นๆ	11	6.04

- หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 182 ราย)
2. อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่รายการที่สนใจ

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการเพลงจากสถานีวิทยุ FM 99.00 ลูกทุ่ง Network คิดเป็นร้อยละ 14.84 รองลงมาคือ FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย(สวท.ลำพูน) คิดเป็นร้อยละ 14.29 FM 88.25 และกรมประชาสัมพันธ์ลำพูน คิดเป็นร้อยละ 13.74

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการเพลงที่รับฟัง

รายการเพลงที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
Cool Max FM (FM 88.25)	17	9.34
ริมปีงเรดิโอ (FM 91.25)	15	8.24
ต้นธงเรดิโอ (FM 92.00)	14	7.69
เพื่อนคนลำพูน (FM 95.50)	12	6.59
ถนนคนตรี (FM 95.50)	12	6.59
ลูกทุ่งมหานคร (FM 95.50)	31	17.03
Seed FM (FM 97.50)	8	4.40
Funny FM (FM 98.25)	9	4.95
อื่นๆ	11	6.04

- หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 182 ราย)
2. อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่รายการที่สนใจ

จากตารางที่ 92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการเพลงคือรายการลูกทุ่งมหานคร คิดเป็นร้อยละ 17.03 รองลงมาคือ Cool Max FM คิดเป็นร้อยละ 9.34 และริมปีงเรดิโอ คิดเป็นร้อยละ 8.24

ตารางที่ 93 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการทนาย
ปัญหา/การแข่งขันเล่นเกม

การเปิดรับฟังรายการทนายปัญหา/การแข่งขันเล่นเกม	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	16	8.25
ไม่ฟัง	178	91.75
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการทนายปัญหา/การแข่งขันเล่นเกม คิดเป็นร้อยละ 91.75 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 8.25

ตารางที่ 94 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการทนาย
ปัญหา/การแข่งขันเล่นเกม

สถานีที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
FM 95.50 ลูกทุ่งมหานคร (Modern Radio)	8	50.00
FM 97.50 Seed FM	6	37.50
FM 99.00 ลูกทุ่งเน็ตเวิร์ค (มหานครแฟมิลี่)	2	12.50
FM 107.50 อารมณดี FM (กองทัพภาคที่ 3 จ.ลำพูน)	4	25.00
อื่นๆ	5	31.25

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 16 ราย)

2. อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่รายการที่สนใจ

จากตารางที่ 94 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการทนายปัญหา/การแข่งขันเล่นเกมจากสถานีวิทยุ FM 95.50 ลูกทุ่งมหานคร จำนวน 8 ราย รองลงมาคือ FM 97.50 Seed FM จำนวน 6 ราย และอื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่รายการที่สนใจ จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 95 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับฟังรายการทนาย
ปัญหา/การแข่งขันเล่นเกมที่รับฟัง

รายการทนายปัญหา/การแข่งขันเล่นเกมที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	4	25.00
ทนายปัญหาจากช่วงข่าว 95 หน้า 1 (FM 95.00)	8	50.00
ทนายชื่อเพลงในซาร์จ (FM 97.50)	6	37.50
ทนายเพลงคว้างฟ้า (FM 99.00)	2	12.50
ทนายปัญหากับทางรายการ (FM 107.50)	4	25.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 16 ราย)

จากตารางที่ 95 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการทนายปัญหา/การแข่งขันเล่นเกมชื่อรายการทนายปัญหาจากช่วงข่าว 95 หน้า 1 จำนวน 8 ราย รองลงมาทนายชื่อเพลงในซาร์จ จำนวน 6 ราย ทนายปัญหากับทางรายการ (FM 107.50) และไม่ระบุ จำนวน 4 ราย

ตารางที่ 96 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการ
สารคดี/ความรู้ทั่วไป

การเปิดรับฟังรายการสารคดี/ความรู้ทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	20	10.31
ไม่ฟัง	174	89.69
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 96 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการสารคดี/ความรู้ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 89.69 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 10.31

ตารางที่ 97 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการ
สารคดี/ความรู้ทั่วไป

สถานีที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย(สวท.ลำพูน)	14	70.00
FM 96.50 อสมท.ลำพูน	7	35.00
FM 99.00 ลูกทุ่ง Network	3	15.00
FM 104.50 สำนักงานอัยการจังหวัดลำพูน	2	10.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 20 ราย)

จากตารางที่ 97 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการสารคดี/ความรู้
ทั่วไปจากสถานีวิทยุ FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย(สวท.ลำพูน) จำนวน 14
ราย รองลงมาคือ FM 96.50 อสมท.ลำพูน จำนวน 7 ราย และ FM 99.00 ลูกทุ่ง Network จำนวน 3
ราย

ตารางที่ 98 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการ
สารคดี/ความรู้ทั่วไปที่รับฟัง

รายการสารคดี/ความรู้ทั่วไปที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ชีวิตกับการทำงาน (FM 95.50)	6	30.00
ส่งเสริมการเกษตร (FM 95.50)	5	25.00
เรือนจำพบประชาชน (FM 95.50)	3	15.00
คลื่นความคิด (FM 96.50)	7	35.00
รายการเมืองไทยแข็งแรง (FM 99.00)	3	15.00
กฎหมายน่ารู้ (FM 104.50)	2	10.00

จากตารางที่ 98 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการสารคดี/ความรู้ทั่วไป คือ คลื่น
ความคิด จำนวน 7 ราย รองลงมาคือชีวิตกับการทำงาน จำนวน 6 ราย ส่งเสริมการเกษตร คิดเป็น
จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 99 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายงานผล
กีฬา

การเปิดรับฟังรายงานผลกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	12	6.19
ไม่ฟัง	182	93.81
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 99 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายงานผลกีฬา คิดเป็น
ร้อยละ 93.81 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 6.19

ตารางที่ 100 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับฟังรายงานผล
กีฬา

สถานที่ที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	16.67
FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย(สวท.ลำพูน)	4	33.33
FM 96.50 คลื่นเพื่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน (อสมท.ลำพูน)	6	50.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 12 ราย)

จากตารางที่ 100 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังการเปิดรับฟังรายงานผล
กีฬาจากสถานีวิทยุ FM 96.50 คลื่นเพื่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน (อสมท.ลำพูน) จำนวน 6 ราย
รองลงมาคือ FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย(สวท.ลำพูน) จำนวน 4 ราย และไม่
ระบุ จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 101 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
รายงานผลกีฬา

รายการรายงานผลกีฬาที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	16.67
ใส่ใจในสุขภาพ (FM 95.50)	3	25.00
ก้าวทันข่าวกีฬา (FM 96.50)	7	58.33

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 12 ราย)

จากตารางที่ 101 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายงานผลกีฬาคือรายการ
ก้าวทันข่าวกีฬา จำนวน 7 ราย รองลงมาคือใส่ใจในสุขภาพ จำนวน 3 ราย และไม่ระบุ จำนวน 2
ราย

ตารางที่ 102 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการ
ธรรมะ

การเปิดรับฟังรายการธรรมะ	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	10	5.15
ไม่ฟัง	184	94.85
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 102 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการธรรมะ คิดเป็น
ร้อยละ 94.85 และรับฟังคิดเป็นร้อยละ 5.15

ตารางที่ 103 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการ
 ธรรมะ

สถานีที่เปิดรับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
FM 89.25 สถานีวิทยุสังฆทานธรรม	6	60.00
FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.ลำพูน)	3	30.00
FM 96.00 สถานีวิทยุพระพุทธศาสนา จ.เชียงใหม่	1	10.00
FM 96.50 คลื่นเพื่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน (อสมท.ลำพูน)	1	10.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ราย)

จากตารางที่ 103 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการธรรมะจากสถานีวิทยุ FM 89.25 สถานีวิทยุสังฆทานธรรม จำนวน 6 ราย รองลงมาเป็น FM 95.50 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.ลำพูน) จำนวน 3 ราย FM 96.00 สถานีวิทยุพระพุทธศาสนา จ.เชียงใหม่ และ FM 96.50 คลื่นเพื่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน (อสมท.ลำพูน) จำนวน 1 ราย เท่ากัน

ตารางที่ 104 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
 ธรรมะ

รายการธรรมะที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	1	10.00
นิทานธรรม (FM 89.25)	2	20.00
ธรรมะสว่างใจ (FM 89.25)	4	40.00
แสงส่องใจ (FM 95.50)	1	10.00
อิสระธรรม (FM 95.50)	2	20.00
กำไรชีวิต (FM 96.50)	1	10.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ราย)

จากตารางที่ 104 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการธรรมะชื่อรายการ ธรรมะสว่างใจ จำนวน 4 ราย รองลงมาคือ นิทานธรรม อิศระธรรม จำนวน 2 รายเท่ากัน แสงส่องใจ กำไรชีวิต และไม่ระบุ จำนวน 1 รายเท่ากัน

ตารางที่ 105 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการ ละครวิทยุ

การเปิดรับฟังรายการละครฟังวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	2	1.03
ไม่ฟัง	192	98.97
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 105 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการละครวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 98.97 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 1.03

ตารางที่ 106 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการ ละครวิทยุ

สถานีที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	1	50.00
FM 103.00 Max FM	1	50.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 2 ราย)

จากตารางที่ 106 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการละครวิทยุจากสถานี FM 103.00 Max FM และไม่ระบุ จำนวน 1 รายเท่ากัน

ตารางที่ 107 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อบริษัท
ละครวิทยุ

รายการละครวิทยุที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	1	50.00
รังสีมันต์ (FM 103.00 Max FM)	1	50.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 2 ราย)

จากตารางที่ 107 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังละครวิทยุจากรายการรังสีมันต์
จำนวน 1 ราย และไม่ระบุ จำนวน 1 รายเท่ากัน

ตารางที่ 108 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการ
อื่นๆ

การเปิดรับฟังรายการอื่นๆ	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	6	3.09
ไม่ฟัง	188	96.91
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 108 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการอื่นๆ ได้แก่ ไม่
ฟัง คิดเป็นร้อยละ 96.91 และรับฟังคิดเป็นร้อยละ 3.09

ตารางที่ 109 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับฟังรายการอื่น

สถานที่ที่เปิดรับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
FM 99.00 (ลูกทุ่งเน็ทเวิร์ค)	5	83.33
FM 100.00 (เสียงสื่อสารมวลชน)	2	33.33
อื่นๆ	4	66.67

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ราย)

2. อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่รายการที่สนใจ

จากตารางที่ 109 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการอื่นๆจากสถานี FM 99.00 (ลูกทุ่งเน็ทเวิร์ค) จำนวน 5 ราย รองลงมาคือ ไม่นั่นนอนแล้วแต่รายการที่สนใจ จำนวน 4 รายและFM 100.00 (เสียงสื่อสารมวลชน) จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 110 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการอื่นๆที่รับฟัง

รายการอื่นๆที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวบันเทิงทั่วไป คารา นักร้อง (FM 99.00)	4	66.67
บันทึกเหตุการณ์ภัยธรรมชาติ (FM 99.00)	1	16.67
แล้วแต่เรื่องที่สนใจ	6	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ราย)

จากตารางที่ 110 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการ แล้วแต่เรื่องที่สนใจ จำนวน 6 ราย รองลงมาคือข่าวบันเทิงทั่วไป คารา นักร้อง จำนวน 4 ราย และบันทึกเหตุการณ์ภัยธรรมชาติ (FM 99.00) จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 111 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับสื่ออย่างเดียว	54	27.32
เปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน	60	31.44
เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น	80	41.24
รวม	194	100.00

จากตารางที่ 111 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุคือ เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น คิดเป็นร้อยละ 41.24 รองลงมาคือเปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 31.44 และเปิดรับสื่ออย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 27.32

2.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (ตารางที่ 112-157)

ตารางที่ 112 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นประจำ

การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ประจำ	224	56.00
ไม่ประจำ	176	44.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ ประจำ หมายถึง ไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 112 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 56.00 และอ่านหนังสือพิมพ์ไม่ประจำ คิดเป็นร้อยละ 44.00

ตารางที่ 113 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	38	16.96
สัปดาห์ละครั้ง	38	16.96
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	70	31.25
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	30	13.39
วันละครั้ง	42	18.75
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	6	2.68
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 113 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์วันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.75 น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง และ สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.96 เท่ากัน

ตารางที่ 114 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับ
สื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่านเลย	20	8.93
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	136	60.71
1 ชั่วโมง	56	25.00
2-3 ชั่วโมง	10	4.46
อื่นๆ	2	0.89
รวม	224	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ คือไม่แน่นอน

ตารางที่ 114 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 60.71 รองลงมา เป็นระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25.00 และไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 8.93

ตารางที่ 115 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับ
สื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่านเลย	16	7.14
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	132	58.93
1 ชั่วโมง	64	28.57
2-3 ชั่วโมง	10	4.46
อื่นๆ	2	0.89
รวม	224	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ คือไม่แน่นอน

จากตารางที่ 115 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 58.93 รองลงมา เป็นระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.57 และไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 7.14

ตารางที่ 116 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ - ศุกร์	42	18.75
วันเสาร์ - อาทิตย์	74	33.04
วันจันทร์ - อาทิตย์พอกๆกัน	108	48.21
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 116 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-อาทิตย์พอกๆกัน คิดเป็นร้อยละ 48.21 รองลงมาคือเปิดรับสื่อในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 33.04 และเปิดรับสื่อในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 18.75

ตารางที่ 117 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์(น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่านเลย	24	16.00
01.01-05.00 น.	6	4.00
05.01-08.00 น.	12	8.00
08.01-12.00 น.	84	56.00
12.01-14.00 น.	60	40.00
14.01-18.00 น.	16	10.67
18.01-20.00 น.	54	36.00
20.01-24.00 น.	16	10.67

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันจันทร์-ศุกร์ 42 ราย และวันจันทร์-อาทิตย์พ่วงกัน 108 ราย รวมเท่ากับ 150 ราย)

จากตารางที่ 117 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 36.00

ตารางที่ 118 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์ - อาทิตย์

เวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์(น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่านเลย	24	13.19
01.01-05.00 น.	8	4.40
05.01-08.00 น.	12	6.59
08.01-12.00 น.	94	51.65
12.01-14.00 น.	62	34.07
14.01-18.00 น.	30	16.48
18.01-20.00 น.	44	24.18
20.01-24.00 น.	16	8.79

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันเสาร์-อาทิตย์ 74 รายและวันจันทร์-อาทิตย์พ่วงกัน 108 ราย รวมเท่ากับ 182 ราย)

จากตารางที่ 118 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์- อาทิตย์ เวลา 08.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 51.65 รองลงมาคือเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 34.07 และเวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24.18

ตารางที่ 119 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่อ่านหนังสือพิมพ์
เป็นประจำ

สถานที่อ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน/หอพัก	122	54.46
สถานที่ทำงาน	82	36.61
บ้านใกล้เคียง/เพื่อนบ้าน	22	9.82
ร้านที่ไปใช้บริการเช่นร้านอาหาร ร้านทำผม	96	42.86
อื่นๆ	6	2.68

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 224 ราย)

2. อื่นๆ ได้แก่ แผงขายหนังสือทั่วไป ร้านหนังสือ SE-ED

จากตารางที่ 119 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์บ้าน/หอพัก คิดเป็นร้อยละ 54.46 รองลงมาคือร้านที่ไปใช้บริการเช่นร้านอาหาร ร้านทำผม คิดเป็นร้อยละ 42.86 และสถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 36.61

ตารางที่ 120 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์

ประเภทของหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันข่าวทั่วไป	224	100.00
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ	7	3.13
หนังสือพิมพ์ข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจ การเมือง	146	65.18
หนังสือพิมพ์กีฬา	146	65.18
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	170	75.89

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 224 ราย)

จากตารางที่ 120 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์รายวันข่าวทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 75.89 หนังสือพิมพ์ข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจ การเมือง และหนังสือพิมพ์กีฬา คิดเป็นร้อยละ 65.18 เท่ากัน

ตารางที่ 121 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์
รายวันทั่วไปที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์รายวัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	4	1.79
ไทยรัฐ	128	57.14
เดลินิวส์	54	24.11
ข่าวสด	20	8.93
ไทยโพสต์	4	1.79
คมชัดลึก	14	6.25
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 121 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป
ได้แก่ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือเดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 24.11 และข่าวสด คิดเป็น
ร้อยละ 8.93

ตารางที่ 122 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์
รายวันฉบับภาษาอังกฤษที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ	จำนวน	ร้อยละ
บางกอกโพสต์	5	71.43
เดอะเนชั่น	2	28.57
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 122 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์รายวันฉบับ
ภาษาอังกฤษบางกอกโพสต์ จำนวน 5 ราย รองลงมาคือเดอะเนชั่น จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 123 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์
ข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจ การเมือง ที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์ข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจ การเมือง	จำนวน	ร้อยละ
ประชาชาติธุรกิจ	10	6.85
ฐานเศรษฐกิจ	17	11.64
สยามธุรกิจ	7	4.79
ผู้จัดการรายสัปดาห์	8	5.48
มติชน	37	25.34
ผู้จัดการ	19	13.01
กรุงเทพธุรกิจ	5	3.42
สยามรัฐ	6	4.11
บ้านเมือง	9	6.16
อื่นๆ	28	19.18
รวม	146	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์

จากตารางที่ 123 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านหนังสือพิมพ์ข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจ การเมือง คือมติชน คิดเป็นร้อยละ 25.34 รองลงมาคืออื่นๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 19.18 และผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 13.01

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 124 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์
กีฬาที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์กีฬา	จำนวน	ร้อยละ
สยามกีฬา สตาร์ชอคเกอร์	63	43.15
โลกกีฬา	25	17.12
คิกออฟ	19	13.01
อื่นๆ	39	26.71
รวม	146	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์

จากตารางที่ 124 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านหนังสือพิมพ์กีฬา คือ สยามกีฬา สตาร์ชอคเกอร์ คิดเป็นร้อยละ 43.15 รองลงมาคือ อื่นๆ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 26.71 และโลกกีฬา คิดเป็นร้อยละ 17.12

ตารางที่ 125 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์
ท้องถิ่นที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	จำนวน	ร้อยละ
เชียงใหม่นิวส์	46	27.06
ไทยนิวส์	94	55.29
พลเมืองเหนือ	16	9.41
เศรษฐกิจภาคเหนือ	14	8.24
รวม	170	100.00

จากตารางที่ 125 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นคือไทยนิวส์ คิดเป็นร้อยละ 55.29 รองลงมาคือ เชียงใหม่นิวส์ คิดเป็นร้อยละ 27.06 และพลเมืองเหนือคิดเป็นร้อยละ 9.41

ตารางที่ 126 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภท/
รายการของหนังสือพิมพ์

ประเภท/รายการของหนังสือพิมพ์รายวัน	จำนวน	ร้อยละ
พาดหัวข่าว	172	76.79
ข่าวเศรษฐกิจ	56	25.00
ข่าวสังคม	50	22.32
ข่าวบันเทิง ดารา	126	56.25
เรื่องย่อละคร	42	18.75
ข่าวการเมือง	64	28.57
ข่าวกีฬา	72	32.14
ข่าววิชาการ	24	10.71
ข่าวอาชญากรรม	84	37.50
เบ็ดเตล็ดเช่น ท่องเที่ยว, ความคิดเห็น, โฆษณา ฯลฯ	72	32.14
อื่นๆ	4	1.79

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 224 ราย)

2. อื่นๆ ได้แก่ อ่านทั้งเล่ม การศึกษา

จากตารางที่ 126 พบว่าประเภท/รายการของหนังสือพิมพ์รายวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับคือพาดหัวข่าว คิดเป็นร้อยละ 76.79 รองลงมาคือข่าวบันเทิง ดารา คิดเป็นร้อยละ 56.25 และข่าวอาชญากรรม คิดเป็นร้อยละ 37.50

ตารางที่ 127 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับพาดหัวข่าว

พาดหัวข่าว	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	172	76.79
ไม่อ่าน	52	23.21
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 127 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านพาดหัวข่าว คิดเป็นร้อยละ 76.79และไม่อ่าน คิดเป็นร้อยละ 23.21

ตารางที่ 128 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่านพาดหัวข่าว

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	65	37.79
เดลินิวส์	46	26.74
ข่าวสด	20	11.63
มติชนรายวัน	32	18.60
คมชัดลึก	42	24.42
สยามกีฬา	4	2.33
ไทยนิวส์	10	5.81
เชียงใหม่นิวส์	6	3.49

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 172 ราย)

จากตารางที่ 128 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านพาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 37.79 รองลงมาคือเดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 26.74 และคมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 24.42

ตารางที่ 129 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่านพาดหัวข่าว

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	22	12.79
ข่าวหน้าหนึ่ง	150	87.21

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 172 ราย)

จากตารางที่ 129 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านคอลัมน์ข่าวหน้าหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 87.21 รองลงมาคือไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 12.79

ตารางที่ 130 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวเศรษฐกิจ

ข่าวเศรษฐกิจ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	56	25.00
ไม่อ่าน	168	75.00
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 130 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 75.00 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 131 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่านข่าวเศรษฐกิจ

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	17	30.36
เดลินิวส์	15	26.79
คมชัดลึก	10	17.86
โพสต์ทูเดย์	4	7.14
ประชาชาติธุรกิจ	6	10.71
ไทยนิวส์	4	7.14
เชียงใหม่นิวส์	4	7.14
เศรษฐกิจภาคเหนือ	2	3.57

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 56 ราย)

จากตารางที่ 131 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 30.36 รองลงมาคือเดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 26.79 และคมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 17.86

ตารางที่ 132 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวเศรษฐกิจ

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวเศรษฐกิจ (ไทยรัฐ)	17	30.36
ข่าวเศรษฐกิจ (เดลินิวส์)	15	26.79
ย่อยโลกเศรษฐกิจ (คมชัดลึก)	10	17.86
ข่าวเศรษฐกิจ (โพสต์ทูเดย์)	4	7.14
ข่าวเศรษฐกิจเหนือ (เศรษฐกิจภาคเหนือ)	2	3.57
แล้วแต่เรื่องที่สนใจ	14	25.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 56 ราย)

จากตารางที่ 132 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านคอลัมน์ข่าวเศรษฐกิจ จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 30.36 รองลงมาคือ ข่าวเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 26.79 แล้วแต่เรื่องที่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 133 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวสังคม

ข่าวสังคม	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	50	22.32
ไม่อ่าน	174	77.68
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 133 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวสังคม คิดเป็นร้อยละ 77.68 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 22.32

ตารางที่ 134 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารที่
อ่านข่าวสังคม

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	37	74.00
เดลินิวส์	10	20.00
ข่าวสด	5	10.00
ไทยนิวส์	4	8.00
เชียงใหม่นิวส์	3	6.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 50 ราย)

จากตารางที่ 134 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวสังคมจากนิตยสารไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือเดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 135 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวสังคม

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	15	30.00
สังคมเมืองเหนือ (ไทยนิวส์)	4	8.00
ไฮโซรสแซบ (ไทยรัฐ)	5	10.00
สังคมรอบทิศ (ไทยรัฐ)	17	34.00
บุคคลในข่าว (ไทยรัฐ)	15	30.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 50 คน)

จากตารางที่ 135 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านข่าวสังคมคอลัมน์ สังคมรอบทิศคิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือบุคคลในข่าว และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 30.00 และไฮโซรสแซบ คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 136 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวบันเทิง
 ดารา

ข่าวบันเทิง ดารา	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	126	56.25
ไม่อ่าน	98	43.75
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 136 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวบันเทิงดารา คิดเป็นร้อยละ 56.25 และไม่อ่าน คิดเป็นร้อยละ 43.75

ตารางที่ 137 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารที่
 อ่านข่าวบันเทิง ดารา

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	71	56.35
เดลินิวส์	25	19.84
ข่าวสด	18	14.29
คมชัดลึก	23	18.25
บางกอกโพสต์	5	3.97

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 126 ราย)

จากตารางที่ 137 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวบันเทิง ดารา จากนิตยสารไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 56.35 รองลงมาคือเดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 19.84 และคมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 18.25

ตารางที่ 138 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวบันเทิง คารา

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	22	17.46
แจ้ริมจ่อ (ไทยรัฐ)	22	17.46
บันเทิงไทยรัฐ (ไทยรัฐ)	20	15.87
มาลัยไทยรัฐ (ไทยรัฐ)	16	12.70
ก๊ากกักช่วยเกา (ไทยรัฐ)	13	10.32
ข่าวบันเทิง (เดลินิวส์)	12	9.52
หน้าบันเทิง (ข่าวสด)	8	6.35
หน้าบันเทิง (คมชัดลึก)	9	7.14
หน้าบันเทิง (บางกอกโพสต์)	5	3.97
แล้วแต่เรื่องที่สนใจ	15	11.90

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 126 ราย)

จากตารางที่ 138 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านข่าวบันเทิงคาราคอลัมน์แจ้ริมจ่อ และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 17.46 เท่ากัน รองลงมาคือบันเทิงไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 15.87 และ มาลัยไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 12.70

ตารางที่ 139 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับเรื่องย่อละคร

เรื่องย่อละคร	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	42	18.75
ไม่อ่าน	182	81.25
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 139 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านเรื่องย่อละคร คิดเป็น ร้อยละ 81.25 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 18.75

ตารางที่ 140 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารที่
อ่านเรื่องย่อละคร

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	27	64.29
เดลินิวส์	13	30.95
ข่าวสด	2	4.76
คมชัดลึก	4	9.52

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 42 ราย)

จากตารางที่ 140 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านเรื่องย่อละคร จาก
นิตยสารไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 64.29 รองลงมาคือเดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 30.95 และคมชัดลึก
คิดเป็นร้อยละ 9.52

ตารางที่ 141 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวการเมือง

ข่าวการเมือง	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	64	28.57
ไม่อ่าน	160	71.43
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 141 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวการเมือง คิดเป็น
ร้อยละ 71.43 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 28.57

ตารางที่ 142 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารที่
อ่านข่าวการเมือง

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	36	56.25
เดลินิวส์	15	23.44
ข่าวสด	13	20.31
คมชัดลึก	12	18.75

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 64 ราย)

จากตารางที่ 142 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวการเมืองจาก
นิตยสารไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาคือเดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 23.44 และข่าวสด
คิดเป็นร้อยละ 20.31

ตารางที่ 143 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวการเมือง

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	10	15.63
คาบลูกคาบดอก (ไทยรัฐ)	18	28.13
สำนักข่าวหัวเขียว (ไทยรัฐ)	12	18.75
หมายเหตุประเทศไทย (ไทยรัฐ)	7	10.94
คมคิดคนเขียน (เดลินิวส์)	9	14.06
คิดนอกกรอบ (คมชัดลึก)	4	6.25
แล้วแต่เรื่องที่สนใจ	8	12.50

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 64 ราย)

จากตารางที่ 143 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านข่าวการเมือง คอลัมน์คาบลูกคาบดอก
คิดเป็นร้อยละ 28.13 รองลงมาคือสำนักข่าวหัวเขียว คิดเป็นร้อยละ 18.75 แล้วแต่เรื่องที่สนใจ
คิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 144 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวกีฬา

ข่าวกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	72	32.14
ไม่อ่าน	152	67.86
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 144 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวกีฬา คิดเป็นร้อยละ 67.86 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 32.14

ตารางที่ 145 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่านข่าวกีฬา

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	15	20.83
เดลินิวส์	11	15.28
ข่าวสด	7	9.72
สยามกีฬาสตาร์ชอคเกอร์	23	31.94
โลกกีฬา	3	4.17
คิกออฟ	13	18.06

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 72 ราย)

จากตารางที่ 145 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านข่าวกีฬาจากหนังสือพิมพ์สยามกีฬาสตาร์ชอคเกอร์ คิดเป็นร้อยละ 31.94 รองลงมาคือไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 20.83 และคิกออฟ คิดเป็นร้อยละ 18.06

ตารางที่ 146 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวกีฬา

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	6	8.33
ข่าวล่ากีฬาโลก (ไทยรัฐ)	15	20.83
หน้ากีฬา (เดลินิวส์)	8	11.11
หน้ากีฬา (ข่าวสด)	7	9.72
มองอย่างเขิน (สยามกีฬาสตาร์ชอคเกอร์)	19	26.39
My Game (สยามกีฬาสตาร์ชอคเกอร์)	13	18.06
แล้วแต่เรื่องที่สนใจ	4	5.56

หมายเหตุ ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 72 คน)

จากตารางที่ 146 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านข่าวกีฬาคอลัมน์มองอย่างเขิน คิดเป็นร้อยละ 26.39 รองลงมาคือ ข่าวล่ากีฬาโลก คิดเป็นร้อยละ 20.83 และ My Game คิดเป็นร้อยละ 18.06

ตารางที่ 147 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าววิชาการ

ข่าววิชาการ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	24	10.71
ไม่อ่าน	200	89.29
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 147 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าววิชาการ คิดเป็นร้อยละ 89.29 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 10.71

ตารางที่ 148 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่
อ่านข่าววิชาการ

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	15	62.50
เดลินิวส์	4	16.67
ข่าวสด	5	20.83
คมชัดลึก	4	16.67

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 24 ราย)

จากตารางที่ 148 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าววิชาการจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 20.83 และคมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 16.67

ตารางที่ 149 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าววิชาการ

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	9	37.50
เทคโนโลยีทูเดย์ (ไทยรัฐ)	15	62.50
โลกาภิวัตน์ (ไทยรัฐ)	4	16.67
จับเข่าคุยกันกับอ.แม่ (ไทยรัฐ)	3	12.50
ไอที-วิชาการ(เดลินิวส์)	4	16.67

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 24 ราย)

จากตารางที่ 149 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าววิชาการคือเทคโนโลยีทูเดย์ คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 37.50 โลกาภิวัตน์ และไอที-วิชาการ คิดเป็นร้อยละ 16.67 เท่ากัน

ตารางที่ 150 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวอาชญากรรม

ข่าวอาชญากรรม	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	84	37.50
ไม่อ่าน	140	62.50
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 150 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวอาชญากรรม คิดเป็นร้อยละ 62.50 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 37.50

ตารางที่ 151 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่านข่าวอาชญากรรม

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	36	42.86
เดลินิวส์	14	16.67
ข่าวสด	10	11.90
คมชัดลึก	11	13.10
ไทยนิวส์	7	8.33
เชียงใหม่นิวส์	6	7.14

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 84 ราย)

จากตารางที่ 151 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านข่าวอาชญากรรมจากไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 16.67 และคมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 13.10

ตารางที่ 152 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวเบ็ดเตล็ด

ข่าวเบ็ดเตล็ด	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	72	32.14
ไม่อ่าน	152	67.86
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 152 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวเบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 67.86 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 32.14

ตารางที่ 153 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่านข่าวเบ็ดเตล็ด

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	8	11.11
ไทยรัฐ	32	44.44
เดลินิวส์	12	23.61
ข่าวสด	6	16.67
คมชัดลึก	7	18.06
ไทยนิวส์	4	9.72
เชียงใหม่นิวส์	3	6.94

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 72 ราย)

จากตารางที่ 153 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านข่าวเบ็ดเตล็ดจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมาคือเดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 23.61 คมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 18.06

ตารางที่ 154 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
เบ็ดเตล็ด

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	10	13.89
ตรวจหวย	24	33.33
มุมพระเครื่อง	9	12.50
คูควง	16	22.22
หาคู่/หางาน	13	18.06

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 72 ราย)

จากตารางที่ 154 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านข่าวเบ็ดเตล็ดคอลัมน์ตรวจหวย
คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือคูควง คิดเป็นร้อยละ 22.22 และหาคู่/หางานคิดเป็นร้อยละ 18.06

ตารางที่ 155 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวอื่นๆ

รายการอื่น	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	4	1.79
ไม่อ่าน	220	98.21
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 155 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์ทั้งเล่ม
คิดเป็นร้อยละ 98.21 และอ่านทั้งเล่ม คิดเป็นร้อยละ 1.79

ตารางที่ 156 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่านทั้งหมด

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยนิวส์	2	50.00
เชียงใหม่นิวส์	2	50.00
พลเมืองเหนือ	1	25.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 4 ราย)

จากตารางที่ 156 พบว่าหนังสือพิมพ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านทั้งหมดคือหนังสือพิมพ์ ไทยนิวส์ และเชียงใหม่นิวส์ จำนวน 2 รายเท่ากัน รองลงมาคือพลเมืองเหนือ จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 157 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับสื่ออย่างเดียว	98	43.75
เปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน	57	25.45
เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น	70	31.25
รวม	224	100.00

จากตารางที่ 157 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์แบบเปิดรับสื่ออย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาคือเปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น คิดเป็นร้อยละ 31.25 และเปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 25.45

2.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยสาร (ตารางที่ 158-221)

ตารางที่ 158 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อวิทยสารเป็นประจำ

การเปิดรับสื่อวิทยสารเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ประจำ	144	36.00
ไม่ประจำ	256	64.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ ประจำ หมายถึง ไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 158 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิเทศสารไม่ประจำ คิดเป็นร้อยละ 64.00 และอ่านนิเทศสารเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 36.00

ตารางที่ 159 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อวิทยสาร

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละครั้ง	90	62.50
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	44	30.56
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	4	2.78
วันละครั้ง	6	4.17
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 159 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิทยสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาเปิดรับสื่อวิทยสารสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.56 วันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.17

ตารางที่ 160 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับ
สื่อวิทยสารในวันจันทร์ - ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่านเลย	38	26.39
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	50	34.72
1 ชั่วโมง	44	30.56
2-3 ชั่วโมง	8	5.56
อื่นๆ	4	2.78
รวม	144	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ไม่แน่นอน

จากตารางที่ 160 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยสารในวันจันทร์-ศุกร์น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 34.72 รองลงมาระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 30.56 และไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 26.39

ตารางที่ 161 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับ
สื่อวิทยสารในวันเสาร์ - อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่านเลย	6	4.17
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	66	45.83
1 ชั่วโมง	46	31.94
2-3 ชั่วโมง	20	13.89
4-6 ชั่วโมง	2	1.39
อื่นๆ	4	2.78
รวม	144	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ไม่แน่นอน

จากตารางที่ 161 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสารในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมาเป็นระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 31.94 และระยะเวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 13.89

ตารางที่ 162 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสาร

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ - ศุกร์	10	6.94
วันเสาร์ - อาทิตย์	102	70.83
วันจันทร์ - อาทิตย์พอกๆกัน	32	22.22
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 162 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนิตยสารในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 70.83 เปิดรับสื่อในวันจันทร์-อาทิตย์พอกๆกัน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 6.94

ตารางที่ 163 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสารในวันจันทร์ – ศุกร์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อนิตยสาร (น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่านเลย	38	90.48
05.00-08.00 น.	6	14.29
08.01-12.00 น.	32	76.19
12.01-14.00 น.	34	80.95
14.01-18.00 น.	16	38.10
18.01-20.00 น.	41	97.62
20.01-24.00 น.	16	38.10

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันจันทร์-ศุกร์ 10 ราย และวันจันทร์-อาทิตย์พอกๆกัน 32 ราย รวมเท่ากับ 42 ราย)

จากตารางที่ 163 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิทยุสารในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.00 - 18.29 น. คิดเป็นร้อยละ 97.62 รองลงมาไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 90.48 เวลา 12.01 - 14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 80.95

ตารางที่ 164 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุสารในวันเสาร์ - อาทิตย์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อวิทยุสาร (น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่านเลย	4	2.99
01.01-05.00 น.	2	1.49
05.01-08.00 น.	4	2.99
08.01-12.00 น.	54	40.30
12.01-14.00 น.	54	40.30
14.01-18.00 น.	36	26.87
18.01-20.00 น.	26	19.40
20.01-24.00 น.	18	13.43

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันเสาร์-อาทิตย์ 102 รายและวันจันทร์-อาทิตย์พ่วงกัน 32 ราย รวมเท่ากับ 134 ราย)

จากตารางที่ 164 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อวิทยุสารในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 08.01-12.00 น. และ 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 40.30 เท่ากัน รองลงมาเวลา 14.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 26.84 และ เวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 19.40

ตารางที่ 165 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่อ่านนิตยสาร
เป็นประจำระยะเวลา

สถานที่อ่านนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน/หอพัก	94	65.28
สถานที่ทำงาน	24	16.67
บ้านใกล้เคียง/เพื่อนบ้าน	12	8.33
ร้านที่ไปใช้บริการเช่นร้านอาหาร หรือทำผม	72	50.00
อื่นๆ	4	2.78

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 144 ราย)

2. อื่นๆ ได้แก่ ร้านหนังสือ

จากตารางที่ 165 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารที่บ้าน/หอพัก คิดเป็นร้อยละ 65.28 รองลงมาคือร้านที่ไปใช้บริการเช่นร้านอาหาร หรือทำผม คิดเป็นร้อยละ 50.00 และสถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 16.67

ตารางที่ 166 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภท/
รายการของนิตยสาร

ประเภท/รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้หญิงและแฟชั่น	76	52.78
ผู้ชายและไลฟ์สไตล์	12	8.33
วัยรุ่น	24	16.67
แต่งงานและเลือกซื้อบ้าน	34	23.61
Shopping	10	6.94
Model	10	6.94
เพลงและภาพยนตร์	22	15.28
บันเทิง/คารา	94	65.28
แม่และเด็ก	6	4.17

ตารางที่ 166 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภท/
รายการของนิตยสาร

ประเภท/รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อาหาร	20	13.89
ท่องเที่ยว	20	13.89
ความรู้ทั่วไป	48	33.33
สุขภาพและความงาม	24	16.67
เทคโนโลยีและยานพาหนะ	16	11.11
การออกแบบ	6	4.17
สัตว์เลี้ยง	8	5.56
บริหารธุรกิจ	4	2.78
อื่นๆ	2	1.39

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 144 ราย)

2. อื่นๆ ได้แก่ นิตยสารที่แจกฟรี ได้แก่ Compass นิธิย

จากตารางที่ 166 พบว่า ประเภท/รายการของนิตยสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
เปิดรับคือบันเทิง/ดารา คิดเป็นร้อยละ 65.28 รองลงมาคือ ผู้หญิงและแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 52.78
และความรู้ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 167 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร

ผู้หญิงและแฟชั่น

ผู้หญิงและแฟชั่น	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	76	52.78
ไม่อ่าน	68	47.22
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 167 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงและแฟชั่น
คิดเป็นร้อยละ 52.78 และไม่อ่าน คิดเป็นร้อยละ 47.22

ตารางที่ 168 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารผู้หญิง
และแฟชั่น

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ขวัญเรือน	12	15.79
แฟชั่นรีวิว	7	9.21
คุณหญิง	3	3.95
แฟชั่นวัยรุ่น	2	2.63
CLEO	13	17.11
แพรว	11	14.47
ดิฉัน	8	10.53
STAR	3	3.95
LISA	15	19.74
Seventeen	5	6.58
แมรี่แกสตี	1	1.32
Hair	3	3.95

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 76 ราย)

จากตารางที่ 168 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านLISA คิดเป็นร้อยละ 19.74 รองลงมา
คือ CLEO คิดเป็นร้อยละ 17.11 และขวัญเรือน คิดเป็นร้อยละ 15.79

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 169 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารผู้หญิงและแฟชั่น

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
Fashion scoop (CLEO)	12	15.79
Make me over (CLEO)	13	17.11
Beauty advice (แพรว)	9	11.84
Beaty Quiz (แพรว)	10	13.16
แฟชั่นโชว์ (ขวัญเรือน)	12	15.79
คลื่นลูกใหม่ (ขวัญเรือน)	6	7.89
รู้จักรู้แต่ง (ขวัญเรือน)	10	13.16
อ่านทั้งหมด	9	11.84

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 76 ราย)

จากตารางที่ 169 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านคอลัมน์ Make me over คิดเป็นร้อยละ 17.11 รองลงมาคือ Fashion scoop และ แฟชั่นโชว์ คิดเป็นร้อยละ 15.79 เท่ากัน Beaty Quiz และ รู้จักรู้แต่ง คิดเป็นร้อยละ 13.16 เท่ากัน

ตารางที่ 170 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารผู้ชาย
และไลฟ์สไตล์

นิตยสารผู้ชายและไลฟ์สไตล์	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	12	8.33
ไม่อ่าน	132	91.67
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 170 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารผู้ชายและไลฟ์สไตล์ คิดเป็นร้อยละ 91.67 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 8.33

ตารางที่ 171 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารผู้ชาย และไลฟ์สไตล์

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
FHM	7	58.33
GM	5	41.67

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 12 ราย)

จากตารางที่ 171 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้ชายคือ FHM จำนวน 7 ราย และ GM จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 172 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน นิตยสารผู้ชายและไลฟ์สไตล์

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	8	66.67
อ่านทุกคอลัมน์ ทั้งเล่ม	4	33.33

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 12 ราย)

จากตารางที่ 172 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้ชายและไลฟ์สไตล์โดยอ่านทุกคอลัมน์ ทั้งเล่ม จำนวน 4 ราย และไม่ระบุ จำนวน 8 ราย

ตารางที่ 173 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารวัยรุ่น

นิตยสารวัยรุ่น	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	24	16.67
ไม่อ่าน	120	83.33
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 173 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารวัยรุ่น คิดเป็นร้อยละ 83.33 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 16.67

ตารางที่ 174 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารวัยรุ่น

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
Seventeen	9	37.50
Spicy	7	29.17
Teenage	8	33.33

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 24 ราย)

จากตารางที่ 174 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารวัยรุ่นคือ Seventeen จำนวน 9 ราย รองลงมาคือ Teenage จำนวน 8 ราย และ Spicy จำนวน 7 ราย

ตารางที่ 175 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่านนิตยสารวัยรุ่น

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	6	25.00
DIY	3	12.50
เทคนิคการแต่งหน้า	12	50.00
คู่มือ	8	33.33

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 24 ราย)

จากตารางที่ 175 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารวัยรุ่นคอลัมน์เทคนิคการแต่งหน้า จำนวน 12 ราย รองลงมา คู่มือ จำนวน 8 ราย และไม่ระบุ จำนวน 6 ราย

ตารางที่ 176 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารแต่งบ้านและการเลือกซื้อบ้าน

นิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	34	23.61
ไม่อ่าน	110	76.39
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 176 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารแต่งบ้านและเลือกซื้อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 76.39 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 23.61

ตารางที่ 177 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารแต่งบ้านและเลือกซื้อบ้าน

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
HOME	10	29.41
แต่งบ้าน	5	14.71
บ้านและสวน	12	35.29
ROOM	4	11.76
Home Buyer's	1	2.94
อ่านทั้งหมด	3	8.82

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 34 ราย)

จากตารางที่ 177 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารแต่งบ้านและเลือกซื้อบ้านคือบ้านและสวน คิดเป็นร้อยละ 35.29 รองลงมาคือ HOME คิดเป็นร้อยละ 29.41 และแต่งบ้านคิดเป็นร้อยละ 14.71

ตารางที่ 178 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารแต่งงานและเลือกซื้อบ้าน

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	7	20.59
ปรึกษาหารือ (บ้านและสวน)	9	26.47
Mix & Match (ROOM)	7	20.59
อ่านทั้งหมด	12	35.29

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 34 ราย)

จากตารางที่ 178 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารแต่งงานและเลือกซื้อบ้าน โดยอ่านทั้งหมด จำนวน 12 ราย รองลงมาคือ ปรึกษาหารือ จำนวน 9 ราย Mix & Match และ ไม่ได้ระบุ จำนวน 7 ราย เท่ากัน

ตารางที่ 179 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
Shopping

นิตยสาร Shopping	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	10	6.94
ไม่อ่าน	134	93.06
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 179 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสาร Shopping คิดเป็นร้อยละ 93.06 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 6.94

ตารางที่ 180 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสาร Shopping

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
Lisa	5	50.00
Elle	3	30.00
Cleo	4	40.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ราย)

จากตารางที่ 180 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสาร Shopping คือ Lisa จำนวน 5 ราย รองลงมาคือ Cleo จำนวน 4 ราย และ Elle จำนวน 3 ราย

ตารางที่ 181 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่านนิตยสาร Shopping

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	20.00
Shopping (Lisa)	5	50.00
Shopping (Cleo)	4	40.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ราย)

จากตารางที่ 181 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสาร Shopping คอลัมน์ Shopping (Lisa) จำนวน 5 ราย รองลงมาคอลัมน์ Shopping (Cleo) จำนวน 4 ราย และไม่ระบุ จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 182 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร

Model

นิตยสาร Model	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	10	6.94
ไม่อ่าน	134	93.06
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 182 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสาร Model คิดเป็นร้อยละ 93.06 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 6.94

ตารางที่ 183 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสาร Model

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	5	50.00
แฟชั่นรีวิว	3	30.00
Hair	4	40.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ราย)

จากตารางที่ 183 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสาร Model คือ Hair จำนวน 4 ราย แฟชั่นรีวิว จำนวน 3 ราย และ ไม่ระบุ จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 184 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่านนิตยสาร Model

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
อ่านทั้งเล่มทุกคอลัมน์	10	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ราย)

จากตารางที่ 184 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสาร Model ทั้งเล่ม ทุกคอลัมน์ จำนวน 10 ราย

ตารางที่ 185 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารเพลง
และภาพยนตร์

นิตยสารเพลงและภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	22	15.28
ไม่อ่าน	124	86.11
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 185 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารเพลงและ
ภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 86.11 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 15.28

ตารางที่ 186 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสารเพลงและ
ภาพยนตร์

รายชื่อนิตยสารเพลงและภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ทีวีพูล	15	68.18
คาราภาพยนตร์	12	54.55
Movie	3	13.64
เพลงเพื่อชีวิต	2	9.09

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 ราย)

จากตารางที่ 186 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารเพลงและภาพยนตร์ คือ ทีวี
พูล จำนวน 15 ราย รองลงมาคือคาราภาพยนตร์ จำนวน 12 ราย Movie จำนวน 3 ราย และเพลงเพื่อ
ชีวิต จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 187 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคอลัมน์นิตยสารเพลง
และภาพยนตร์

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ระบุ	4	18.18
เรื่องลับคารา (ทีวีพูล)	6	27.27
อ่านทั้งหมด	12	54.55

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 ราย)

จากตารางที่ 187 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารเพลงและภาพยนตร์คือ อ่าน
ทั้งหมด จำนวน 12 ราย รองลงมาคือ เรื่องลับคารา จำนวน 6 ราย และไม่ได้ระบุ จำนวน 4 ราย

ตารางที่ 188 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
บันเทิง/คารา

นิตยสารบันเทิง/คารา	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	94	65.28
ไม่อ่าน	50	34.72
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 188 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารบันเทิง/คารา คิด
เป็นร้อยละ 65.28 และไม่อ่าน คิดเป็นร้อยละ 34.72

ตารางที่ 189 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสารบันเทิง/
คารา

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ระบุ	7	7.45
Gossip	14	14.89
Star News	8	8.51

**ตารางที่ 189 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสาร
บันเทิง/ดารา**

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
Spicy	9	9.57
ดาราเคลี่	8	8.51
ทีวีพูล	30	31.91
สยามดารา	5	5.32
OHO	6	6.38
Oops	7	7.45

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 94 ราย)

จากตารางที่ 189 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารบันเทิง/ดาราคือ ทีวีพูล คิดเป็นร้อยละ 31.91 รองลงมาคือ Gossip คิดเป็นร้อยละ 14.89 และ Spicy คิดเป็นร้อยละ 9.57

**ตารางที่ 190 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารบันเทิง/ดารา**

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ซุบซิบดารา (ไม่ระบุ)	31	32.98
คูดวง (ไม่ระบุ)	19	20.21
อ่านทั้งหมด	35	37.23
แล้วแต่เรื่องที่สนใจ	9	9.57

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 94 ราย)

จากตารางที่ 190 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 37.23 ซุบซิบดารา คิดเป็นร้อยละ 32.98 และคูดวง คิดเป็นร้อยละ 20.21

ตารางที่ 191 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารแม่และเด็ก

นิตยสารแม่และเด็ก	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	6	4.17
ไม่อ่าน	138	95.83
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 191 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านแม่และเด็ก คิดเป็นร้อยละ 95.83 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 4.17

ตารางที่ 192 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสารแม่และเด็ก

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
บันทึกคุณแม่	2	33.33
รักลูก	3	50.00
แม่และเด็ก	3	50.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ราย)

จากตารางที่ 192 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารรักลูก แม่และเด็ก จำนวน 3 ราย เท่ากัน รองลงมาคือ บันทึกคุณแม่ จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 193 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารอาหาร

นิตยสารอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	20	13.89
ไม่อ่าน	124	86.11
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 193 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารอาหาร คิดเป็นร้อยละ 86.11 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 13.89

ตารางที่ 194 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสารอาหาร

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ขวัญเรือน	12	50.00
แม่บ้าน	5	20.83
ครัว	6	30.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 20 ราย)

จากตารางที่ 194 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารอาหารคือ ขวัญเรือน จำนวน 12 ราย รองลงมาคือ ครัว จำนวน 6 ราย และแม่บ้าน จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 195 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน นิตยสารอาหาร

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ช้อนกลาง (ขวัญเรือน)	7	29.17
ครัวของหวาน (ครัว)	4	16.67
ครัวต้านโรค (ครัว)	6	25.00
อ่านทุกคอลัมน์	5	20.83

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 20 ราย)

จากตารางที่ 195 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารอาหารคอลัมน์ช้อนกลาง จำนวน 7 ราย รองลงมาคือ ครัวต้านโรค จำนวน 6 ราย และอ่านทุกคอลัมน์ จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 196 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
ท่องเที่ยว

นิตยสารท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	20	13.89
ไม่อ่าน	124	86.11
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 196 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 86.11 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 13.89

ตารางที่ 197 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสารท่องเที่ยว

รายชื่อนิตยสารท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนเดินทาง	6	30.00
อสท.	7	35.00
สารคดี	4	20.00
Now	6	30.00
PASZO	3	15.00
Compass	2	10.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 20 ราย)

จากตารางที่ 197 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารท่องเที่ยวคือ อสท. จำนวน 7 ราย รองลงมาคือเพื่อนเดินทาง และ Now จำนวน 6 ราย เท่ากัน และสารคดี จำนวน 4 ราย

ตารางที่ 198 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารท่องเที่ยว

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	5	25.00
Place (Now)	6	30.00
Travel Asia (Now)	5	25.00
อ่านทั้งเล่ม	5	25.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 20 ราย)

จากตารางที่ 198 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารท่องเที่ยวคอลัมน์ Place จำนวน 6 ราย รองลงมาคือ Travel Asia อ่านทั้งเล่ม และ ไม่ระบุ จำนวน 5 ราย เท่ากัน

ตารางที่ 199 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
ความรู้ทั่วไป

นิตยสารความรู้ทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	48	33.33
ไม่อ่าน	96	66.67
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 199 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารความรู้ทั่วไป คิด
เป็นร้อยละ 66.67 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 200 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารความรู้
ทั่วไป

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
PASZO	7	14.58
All day	2	4.17
OOM	4	8.33
Reader's Digest	8	16.67
คู่สร้างคู่สม	27	56.25

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 48 ราย)

จากตารางที่ 200 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารความรู้ทั่วไปคือ คู่สร้างคู่สม จำนวน 27 ราย รองลงมาคือ Reader's Digest จำนวน 8 ราย และPASZO จำนวน 7 ราย

ตารางที่ 201 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์
นิตยสารความรู้ทั่วไป

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	5	10.42
Interview (Reader's Digest)	8	16.67
ภัยรอบตัว (คู่สร้างคู่สม)	6	12.50
ชื่อเสียงเรียงนาม(คู่สร้างคู่สม)	5	10.42
ชีวิตต่างแดน (คู่สร้างคู่สม)	9	18.75
อ่านทั้งเล่ม	15	31.25

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 48 ราย)

จากตารางที่ 201 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารความรู้ทั่วไปคือ อ่านทั้งเล่ม จำนวน 15 ราย รองลงมาคือ ชีวิตต่างแดน จำนวน 9 ราย และInterview จำนวน 8 ราย

ตารางที่ 202 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารสุขภาพ/
ความงาม

นิตยสารสุขภาพ/ความงาม	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	24	16.67
ไม่อ่าน	120	83.33
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 202 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารสุขภาพ/ความ
งาม คิดเป็นร้อยละ 83.33 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 16.67

ตารางที่ 203 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารสุขภาพ/
ความงาม

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ชีวจิต	8	33.33
ใกล้หมอ	6	25.00
Shape	3	12.50
Health & Cruisine	4	16.67
Yoga	3	12.50

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 24 ราย)

จากตารางที่ 203 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารสุขภาพ/ความงามคือ ชีวจิต
จำนวน 8 ราย รองลงมาคือ ใกล้หมอ จำนวน 6 ราย และ Health&Cruisine จำนวน 4 ราย

ตารางที่ 204 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์
นิตยสารสุขภาพ/ความงาม

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	6	12.50
ชีวิตและสุขภาพ (ชีวิต)	5	10.42
อ่านทั้งหมด	16	33.33

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 24 ราย)

จากตารางที่ 204 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านทั้งหมด จำนวน 16 ราย รองลงมาคือ
ชีวิตและสุขภาพ จำนวน 5 ราย และไม่ระบุ จำนวน 6 ราย

ตารางที่ 205 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสาร
เทคโนโลยีและยานพาหนะ

นิตยสารเทคโนโลยีและยานพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	16	11.11
ไม่อ่าน	128	88.89
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 205 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่าน นิตยสารเทคโนโลยีและ
ยานพาหนะ คิดเป็นร้อยละ 88.89 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 11.11

ตารางที่ 206 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสาร
เทคโนโลยีและยานพาหนะ

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	12.50
Mobile	4	25.00
Computer Today	2	12.50

ตารางที่ 206 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสาร
เทคโนโลยีและยานพาหนะ (ต่อ)

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
Car Focus	3	18.75
ยานยนต์	5	31.25
รถวันนี้	3	18.75

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 16 ราย)

จากตารางที่ 206 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารเทคโนโลยีและยานพาหนะ
คือ ยานยนต์ จำนวน 5 ราย รองลงมาคือ Mobile จำนวน 4 ราย Car Focus และ รถวันนี้ จำนวน 3
ราย

ตารางที่ 207 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารเทคโนโลยีและยานพาหนะ

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	12.50
คุณสมบัติ/ราคาของคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์	3	18.75
แต่งรถ	4	25.00
ราคารถยนต์	5	31.25
อ่านทั้งหมด	5	31.25

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 16 ราย)

จากตารางที่ 207 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารเทคโนโลยีและยานพาหนะ
ในคอลัมน์ ราคารถยนต์ อ่านทั้งหมด จำนวน 5 ราย เท่ากัน รองลงมาคือคอลัมน์แต่งรถ จำนวน 4 ราย
และคุณสมบัติ/ราคาของคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์ จำนวน 3 ราย

ตารางที่ 208 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารการออกแบบ

นิตยสารการออกแบบ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	6	4.17
ไม่อ่าน	138	95.83
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 208 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารการออกแบบ คิดเป็นร้อยละ 95.83 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 4.17

ตารางที่ 209 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารการออกแบบ

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	1	16.67
Art 4 d	3	50.00
Wallpaper	2	33.33

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ราย)

จากตารางที่ 209 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารการออกแบบคือ Art 4 d จำนวน 3 ราย รองลงมา Wallpaper จำนวน 2 ราย และไม่ระบุ จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 210 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่านนิตยสารการออกแบบ

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
อ่านทั้งหมด	6	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ราย)

จากตารางที่ 210 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารการออกแบบ โดยอ่านทั้งหมด
จำนวน 6 ราย

ตารางที่ 211 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารสัตว์เลี้ยง

นิตยสารสัตว์เลี้ยง	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	8	5.56
ไม่อ่าน	136	94.44
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 211 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารสัตว์เลี้ยง คิดเป็น
ร้อยละ 94.44 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 5.56

ตารางที่ 212 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารสัตว์เลี้ยง

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
Pet mania	3	37.50
SHIHTZU	2	25.00
Your PET	4	50.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 8 ราย)

จากตารางที่ 212 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารสัตว์เลี้ยงคือYour PET
จำนวน 4ราย รองลงมาคือ Pet mania จำนวน 3 ราย และSHIHTZU จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 213 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารสัตว์เลี้ยง

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	3	37.50
อ่านทั้งหมด	5	62.50

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 8 ราย)

จากตารางที่ 213 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารสัตว์เลี้ยงโดยอ่านทั้งหมดจำนวน 5 ราย และไม่ระบุ จำนวน 3 ราย

ตารางที่ 214 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารบริหารธุรกิจ

นิตยสารบริหารธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	4	2.78
ไม่อ่าน	140	97.22
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 214 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 97.22 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 2.78

ตารางที่ 215 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารบริหารธุรกิจ

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
Marketeer	3	75.00
STRATEGY+MARKETING	1	25.00
Business week	2	50.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 4 ราย)

จากตารางที่ 215 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารบริหารธุรกิจ คือ Marketeer จำนวน 3 ราย รองลงมาคือ Business week จำนวน 2 ราย และ STRATEGY+MARKETING จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 216 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารธุรกิจ

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	50.00
Cover Story (Marketeer)	2	50.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 4 ราย)

จากตารางที่ 216 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารบริหารธุรกิจ คอลัมน์ Cover Story และ ไม่ระบุ จำนวน 2 ราย เท่ากัน

ตารางที่ 217 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการนิตยสารอื่นๆ

นิตยสารแจกฟรี	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	2	1.39
ไม่อ่าน	142	98.61
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 217 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารอื่น คิดเป็นร้อยละ 98.61 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 1.39

ตารางที่ 218 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสารอื่นๆ

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
Compass	1	50.00
เฉียบ	2	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 2 ราย)

จากตารางที่ 218 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารอื่นๆคือ เฉียบ จำนวน 2 ราย และ Compass จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 219 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน นิตยสารอื่นๆ

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	1	50.00
หางาน (เฉียบ)	2	100.00
รวม	2	100.00

จากตารางที่ 219 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารอื่นๆคอลัมน์หางาน จำนวน 2 ราย และ ไม่ระบุ จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 220 แสดงจำนวนร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่อ่าน นิตยสาร/วารสาร

เหตุผลอ่านนิตยสาร/วารสาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับฉบับอื่น	22	15.28	7
ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	18	12.50	8
มีคอลัมน์ให้เลือกหลากหลาย	82	56.94	1
หาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป	62	43.06	3
เป็นนิตยสาร/วารสารที่อ่านจนเคยชิน	48	33.33	4
เห็นโฆษณาจากสื่อต่างๆ	14	9.72	9
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	8	5.56	10
เป็นวารสาร/นิตยสารที่ออกใหม่	22	15.28	7
มีนางแบบ/นายแบบที่ดึงดูดความสนใจ	40	27.78	5
เป็นวารสาร/นิตยสารที่ทันสมัย	48	33.33	4
เป็นนิตยสาร/วารสารที่คนรู้จัก/มีชื่อเสียง	36	25.00	6

ตารางที่ 220 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่อ่าน
นิตยสาร/วารสาร

เหตุผลอ่านนิตยสาร/วารสาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
เป็นวารสาร/นิตยสารที่เข้ากับบุคลิก	14	9.72	9
มีคอลัมน์/เนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาสาระครบถ้วน	64	44.44	2
มีโฆษณาน้อย	4	2.78	11
มีให้อ่านฟรีในสถานที่ต่างๆเช่นที่ทำงาน ร้านกาแฟ ฯลฯ	36	25.00	6
มีกราฟิก รูปภาพที่สวยงาม กระดาษที่ใช้ผลิตมีเนื้อดี	40	27.78	5

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 144 ราย)

จากตารางที่ 220 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการอ่านนิตยสาร/
วารสาร เนื่องจากมีคอลัมน์ให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 56.94 รองลงมามีคอลัมน์/เนื้อหาที่
น่าสนใจ มีเนื้อหาสาระครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 44.44 และหาซื้อได้ง่ายมีจำหน่ายทั่วไป คิดเป็นร้อย
ละ 43.06

ตารางที่ 221 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
นิตยสาร

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับสื่ออย่างเดียว	102	70.83
เปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน	14	9.72
เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น	28	19.44
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 221 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
นิตยสารแบบเปิดรับสื่ออย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 70.83 รองลงมาคือ เปิดสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น
คิดเป็นร้อยละ 19.44 และเปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 9.72

2.6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ (ตารางที่ 222-228)

ตารางที่ 222 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อภาพยนตร์

การเปิดรับสื่อภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ประจำ	126	31.50
ไม่ประจำ	274	68.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 222 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ชมภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 68.00 และชมภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 31.50

ตารางที่ 223 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้ง	58	46.03
เดือนละ 2-3 ครั้ง	30	23.81
สัปดาห์ละครั้ง	22	17.46
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	16	12.70
รวม	126	100.00

จากตารางที่ 223 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อภาพยนตร์เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.03 รองลงมาคือเดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.81 สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.46

ตารางที่ 224 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
ภาพยนตร์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-ศุกร์	16	12.70
วันเสาร์ - อาทิตย์	78	61.90
วันจันทร์-อาทิตย์พ่วงกัน	32	25.40
รวม	126	100.00

จากตารางที่ 224 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 61.90 รองลงมาเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันจันทร์-อาทิตย์พ่วงกัน คิดเป็นร้อยละ 25.40 และ เปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 12.70

ตารางที่ 225 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
ภาพยนตร์ในวันจันทร์-ศุกร์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์(น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชมเลย	6	12.50
10.00-12.00 น.	11	22.92
12.01-14.00 น.	18	37.50
14.01-16.00 น.	14	29.17
16.01-18.00 น.	21	43.75
18.01-20.00 น.	42	87.50
21.00-23.00 น.	38	79.17

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันจันทร์-ศุกร์ 16 ราย และวันจันทร์-อาทิตย์พ่วงกัน 32 ราย รวมเท่ากับ 48 ราย)

จากตารางที่ 225 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมาเวลา 21.00-23.00 น. คิดเป็นร้อยละ 79.17 และเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 43.75

ตารางที่ 226 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์(น.)	จำนวน	ร้อยละ
10.00-12.00 น.	42	38.18
12.01-14.00 น.	28	25.45
14.01-16.00 น.	26	23.63
16.01-18.00 น.	10	9.09
18.01-20.00 น.	44	40.00
21.00-23.00 น.	36	32.73

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันเสาร์-อาทิตย์ 78 ราย และวันจันทร์-อาทิตย์พอๆกัน 32 ราย รวมเท่ากับ 110 ราย)

จากตารางที่ 226 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาเวลา 10.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 38.18 และเวลา 21.00-23.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.73

ตารางที่ 227 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกประเภทของภาพยนตร์ที่ชม

ประเภทของภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ตลก	27	21.43
แฟนตาซี	8	6.35
ลึกลับ/สืบสวน	17	13.49
แอคชั่น/ผจญภัย	25	19.84
รัก/โรแมนติก	19	15.08
ผี/สยองขวัญ	12	9.52

ตารางที่ 227 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกประเภทของภาพยนตร์ที่ชม
(ต่อ)

ประเภทของภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ชีวิต	11	8.73
แอนิเมชัน	7	5.56
รวม	126	100.00

จากตารางที่ 227 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชมภาพยนตร์ตลก คิดเป็นร้อยละ 21.43 รองลงมาคือแอคชั่น ผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 19.84 และรัก/โรแมนติก คิดเป็นร้อยละ 15.08

ตารางที่ 228 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ชมภาพยนตร์ด้วย

บุคคลที่ชมภาพยนตร์ด้วย	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	24	19.05
แฟน/คนรัก	68	53.97
คนเดียว	14	11.11
พ่อแม่	6	4.76
พี่/น้อง	8	6.35
ญาติ	6	4.76
รวม	126	100.00

จากตารางที่ 228 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าชมภาพยนตร์กับแฟน/คนรัก คิดเป็นร้อยละ 53.97 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 19.05 และคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 11.11

2.7 พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 229-240)

ตารางที่ 229 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นประจำ

การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ประจำ	174	43.50
ไม่ประจำ	226	56.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ ประจำหมายถึง ไม่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 229 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ประจำ คิดเป็นร้อยละ 56.50 และใช้เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 43.50

ตารางที่ 230 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์

การใช้อินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	146	83.91
โน้ตบุ๊ก	54	31.03
โทรศัพท์เคลื่อนที่	36	20.69
PALM/PDA	6	3.45

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 174 ราย)

จากตารางที่ 230 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 83.91 รองลงมาคือโน้ตบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 31.03 และโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 20.69

ตารางที่ 231 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยในการเปิดรับ
สื่ออินเทอร์เน็ต

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละครั้ง	42	24.14
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	22	12.64
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	26	14.94
สัปดาห์ละ 6 ครั้งหรือมากกว่า	84	48.28
รวม	174	100.00

จากตารางที่ 231 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตสัปดาห์ละ 6 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 48.28 รองลงมาเปิดรับสื่อสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.14 และสัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.94

ตารางที่ 232 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับ
สื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้เลย	10	5.75
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	32	18.39
1 ชั่วโมง	42	24.14
2-3 ชั่วโมง	48	27.59
4-6 ชั่วโมง	32	18.39
อื่นๆ	10	5.75
รวม	174	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน

จากตารางที่ 232 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ โดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 27.59 รองลงมาระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 24.14 น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ ระยะเวลา 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 18.39 เท่ากัน

ตารางที่ 233 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้เลย	10	5.75
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	20	11.49
1 ชั่วโมง	46	26.44
2-3 ชั่วโมง	52	29.89
4-6 ชั่วโมง	38	21.84
อื่นๆ	8	4.60
รวม	174	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน

จากตารางที่ 233 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยเฉลี่ยต่อครั้งใช้เวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 29.89 รองลงมาใช้เวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 26.44 และเวลา 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 21.84

ตารางที่ 234 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-ศุกร์	50	28.74
วันเสาร์ -อาทิตย์	48	27.59
วันจันทร์-อาทิตย์พอกๆกัน	76	43.68
รวม	174	100.00

จากตารางที่ 234 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-อาทิตย์พอๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 43.68 รองลงมาคือเปิดรับสื่อในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 28.74 และเปิดรับสื่อในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 27.59

ตารางที่ 235 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต(น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้เลย	10	7.94
05.01-08.00 น.	2	1.59
08.01-12.00 น.	60	47.62
12.01-14.00 น.	82	65.08
14.01-18.00 น.	52	41.27
18.01-20.00 น.	42	33.33
20.01-24.00 น.	62	49.21

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันจันทร์-ศุกร์ 50 รายและวันจันทร์-อาทิตย์ พอๆกัน 76 ราย รวมเท่ากับ 126 ราย)

จากตารางที่ 235 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์. เวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 65.08 รองลงมาเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 49.21 และ เวลา 08.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 47.62

ตารางที่ 236 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต(น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้เลย	24	19.35
01.01-05.00 น.	2	1.61
05.01-08.00 น.	2	1.61

ตารางที่ 236 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต(น.)	จำนวน	ร้อยละ
08.01-12.00 น.	58	46.77
12.01-14.00 น.	46	37.10
14.01-18.00 น.	62	50.00
18.01-20.00 น.	58	46.77
20.01-24.00 น.	62	50.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันเสาร์-อาทิตย์ 48 ราย และวันจันทร์-อาทิตย์ พ่วงกัน 76 ราย รวมเท่ากับ 124 ราย)

จากตารางที่ 236 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์เวลา 14.01-18.00 น. และ เวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 50.00 เท่ากัน รองลงมาคือเวลา 08.01-12.00 น. และ เวลา 18.01-20.00 น คิดเป็นร้อยละ 46.70 เท่ากัน และเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 37.10

ตารางที่ 237 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน/หอพัก/ห้องเช่า	110	63.22
สถานที่ทำงาน	96	55.17
บ้านใกล้เคียง/เพื่อนบ้าน	2	1.15
ร้านที่ไปใช้บริการเช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ	16	9.20
ทุกที่เนื่องจากใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	12	6.90
ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่/ร้านอินเทอร์เน็ตเกมส์	28	16.09

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 174 ราย)

จากตารางที่ 237 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน/หอพัก/ห้องเช่า คิดเป็นร้อยละ 63.22 รองลงมาใช้อินเทอร์เน็ตสถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 55.17 และร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่/ร้านอินเทอร์เน็ตเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 16.09

ตารางที่ 238 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเว็บไซต์ที่เข้าชมเป็นประจำ

เว็บไซต์ที่เข้าชมเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
Hotmail	116	66.67
Yahoo	54	31.03
Google	154	88.51
Pantip	28	16.09
Sanook	52	29.89
Hi5	64	36.78
Mthai	16	9.20
Kapook	40	22.99
Hunsa	80	45.98
Teence	8	4.60
อื่นๆ	52	29.89

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 174 ราย)

2. อื่นๆคือ www.thairat.co.th www.radioonline.com www.youtube.com

จากตารางที่ 238 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าชมเว็บไซต์ Google คิดเป็นร้อยละ 88.51 รองลงมาคือ Hotmail คิดเป็นร้อยละ 66.67 และ Hunsa คิดเป็นร้อยละ 45.98

ตารางที่ 239 แสดงจำนวนร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่เลือกใช้เว็บไซต์

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ค้นหาข้อมูลข่าวสาร (Search Engine)	144	82.76	1
รับ/ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)	114	65.52	3
เป็นlinkเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่างๆ	76	43.68	5
เล่นเกมออนไลน์	38	21.84	10
การสนทนาทางอินเทอร์เน็ต (MSN)	78	44.83	4
ฟังเพลง/วิทยุออนไลน์	58	33.33	8
ดาวน์โหลดโปรแกรมข้อมูล/เพลง/Screen Saver	62	35.63	7
โหลดภาพ/คลิปลงอินเทอร์เน็ต	20	11.49	16
การจองตั๋วเครื่องบิน/คอนเสิร์ต/ตั๋วเดินทาง	12	6.90	19
อัพเดททรนค์เฟซบุ๊ก	28	16.09	13
การชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต	28	16.09	13
การเขียนDiary Online,Webblog,Hi5	34	19.54	11
หาข้อมูลเรื่องที่สนใจ	128	73.56	2
เช็คราคาสินค้า	32	18.39	12
สั่งซื้อ/ประกอบขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	20	11.49	15
ทำงานผ่านอินเทอร์เน็ต	16	9.20	18
สมัครงาน/หางานพิเศษ	58	33.33	8
หาข้อมูลทำงาน	68	39.08	6
การอ่านหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารบนอินเทอร์เน็ต	56	32.18	9
ตอบคำถามตามกระทู้เว็บบอร์ด	18	10.34	17
ดูภาพต้องห้ามเช่น ภาพโป๊	22	12.64	15
คุยโทรศัพท์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	10	5.75	20
คุยระยะไกลแบบมีภาพและเสียงของกลุ่มสนทนา	26	14.94	14
นำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์กับเครือข่ายเคเบิลทีวี	16	9.20	18
อื่นๆ	4	2.30	21

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 174 ราย)

2. อื่นๆ ได้แก่ เกิดความเคยชิน จำชื่อง่าย

จากตารางที่ 239 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าชมเว็บไซต์เนื่องจากต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสาร(Search Engine) คิดเป็นร้อยละ 82.76 รองลงมาคือหาข้อมูลเรื่องที่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 73.56 รับ/ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) คิดเป็นร้อยละ 65.52

ตารางที่ 240 แสดงจำนวนร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของเว็บไซต์ที่ใช้งาน

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อต่างๆ	90	51.72	1
วัยรุ่น	50	28.74	5
ดนตรี ละครเวที ศิลปะแขนงต่างๆ	14	8.05	17
ครอบครัว แม่และเด็ก	10	5.75	18
การศึกษา/ทำงาน	58	33.33	3
ศาสนา ปรัชญา	10	5.75	18
หนังสือ วรรณศิลป์ ภาษา	8	4.60	19
โภชนาการ อาหารการกิน	36	20.69	9
สัตว์เลี้ยง ต้นไม้ ของสะสม	26	14.94	12
การตลาด การบริหารธุรกิจ	20	11.49	15
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี	38	21.84	8
รถยนต์ เครื่องเสียง แต่งรถ	36	20.69	9
ที่พักอาศัย เช่น บ้าน หอพัก ห้องเช่า	10	5.75	18
เศรษฐกิจ หุ้น การเงิน การลงทุน	20	11.49	15
สังคม	28	16.09	11
อุปกรณ์สื่อสาร	26	14.94	12
งานอดิเรก ท่องเที่ยวตกปลา	22	12.64	14
ข่าวประกาศข้อเท็จจริงในสังคม	10	5.75	18

ตารางที่ 240 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของเว็บไซต์ที่ใช้งาน

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
กีฬาทุกประเภท	42	24.14	7
กล้อง การถ่ายภาพ	24	13.79	13
สุขภาพ	46	26.44	6
ความงาม แฟชั่น	56	32.18	4
การเมือง	38	21.84	8
กฎหมาย	10	5.75	18
เรื่องลึกลับ พิธีกรรม ความเชื่อ โหราศาสตร์	18	10.34	16
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	32	18.39	10
ท่องเที่ยว (ทั้งในประเทศและต่างประเทศ)	74	42.53	2
เฟอร์นิเจอร์ การตกแต่งบ้าน	20	11.49	15
ช้อปปิ้ง (ห้างสรรพสินค้า)	18	10.34	16
อื่นๆ	6	3.45	20

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 174 ราย)

2. อื่นๆ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล

จากตารางที่ 240 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าชมเว็บไซต์ประเภทภาพยนตร์ วิทยุโทรทัศน์ สื่อต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 51.72 รองลงมาคือท่องเที่ยว(ทั้งในประเทศและต่างประเทศ) คิดเป็นร้อยละ 42.53 และการศึกษา/ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 33.33

2.8 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ตารางที่ 241-253)

ตารางที่ 241 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

การเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ
ประจำ	384	96.00
ไม่ประจำ	16	4.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ ประจำหมายถึง ไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 241 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 96.00 และไม่ประจำ คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 242 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยในการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละครั้ง	4	1.04
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	38	9.90
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	52	13.54
สัปดาห์ละ 6 ครั้งหรือมากกว่า	290	75.52
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 242 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ สัปดาห์ละ 6 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 75.52 รองลงมาสัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.54 และสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.90

ตารางที่ 243 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ที่เคลื่อนที่ในแต่ละเดือน

ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 300 บาท	170	44.27
301-500 บาท	164	42.71
501-800 บาท	38	9.90
801-1,000 บาท	10	2.60
1,001-1,500 บาท	2	0.52
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 243 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ที่เคลื่อนที่ในแต่ละเดือนต่ำกว่า 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.27 รองลงมาคือ 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.71 และ 501-800 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.90

ตารางที่ 244 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(นาที/ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้เลย	2	0.52
น้อยกว่า 30 นาที	238	61.98
30 นาที-1 ชั่วโมง	84	21.88
1-2 ชั่วโมง	20	5.21
2-3 ชั่วโมง	38	9.90
มากกว่า 3 ชั่วโมง	2	0.52
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 244 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันจันทร์-ศุกร์ โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 61.98 รองลงมาระยะเวลา 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 21.86 และระยะเวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9.00

ตารางที่ 245 แสดงจำนวนและร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้เลย	4	1.04
น้อยกว่า 30 นาที	216	56.25
30 นาที-1 ชั่วโมง	88	22.92
1-2 ชั่วโมง	26	6.77
2-3 ชั่วโมง	48	12.50
มากกว่า 3 ชั่วโมง	2	0.52
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 245 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 22.92 และระยะเวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 246 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-ศุกร์	30	7.81
วันเสาร์ -อาทิตย์	66	17.19
วันจันทร์-อาทิตย์พอกัน	288	75.00
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 246 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันจันทร์-อาทิตย์พอกัน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 17.19 และเปิดรับสื่อในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 7.81

ตารางที่ 247 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต(น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช่เลย	2	0.63
01.01-05.00 น.	12	3.77
05.01-08.00 น.	44	13.84
08.01-12.00 น.	172	54.09
12.01-14.00 น.	150	47.17
14.01-18.00 น.	116	36.48
18.01-20.00 น.	202	63.52
20.01-24.00 น.	158	49.69

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันจันทร์-ศุกร์ 30 รายและวันจันทร์-อาทิตย์พอกัน 288 ราย รวมเท่ากับ 318 ราย)

จากตารางที่ 247 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 63.52 รองลงมาเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 49.69 และเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 47.17

ตารางที่ 248 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาในการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาในการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ (น.)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช่เลย	6	1.69
01.01-05.00 น.	12	3.39
05.01-08.00 น.	42	11.86

ตารางที่ 248 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาในการเปิดรับ
สื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาในการเปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ (น.)	จำนวน	ร้อยละ
08.01-12.00 น.	220	62.15
12.01-14.00 น.	152	42.94
14.01-18.00 น.	146	41.24
18.01-20.00 น.	214	60.45
20.01-24.00 น.	154	43.50

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวันเสาร์-
อาทิตย์ 60 รายและวันจันทร์-อาทิตย์พ่วงกัน 288 ราย รวมเท่ากับ 354 ราย)

จากตารางที่ 248 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 08.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 62.15 รองลงมาเวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 60.45 และเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 43.50

ตารางที่ 249 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน
ของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ
ค่าโทรศัพท์	370	96.35
SMS,MMS โหลดเพลง เกม โปรแกรมต่างๆ	90	23.44
Internet/EDGE/GPRS	40	10.42
บริการเสริมต่างๆเช่น ข่าว ดูดวง เรื่องบ้าน ฯลฯ	28	7.29
Online Payment ชำระสินค้าบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	12	3.13

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 384 ราย)

จากตารางที่ 249 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายแต่ละเดือนของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นค่าโทรศัพท์คิดเป็นร้อยละ 96.35 รองลงมาคือ SMS,MMS โหลดเพลง เกม โปรแกรมต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 23.44 และInternet/EDGE/GPRS คิดเป็นร้อยละ 10.42

ตารางที่ 250 แสดงจำนวนร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ใช้บริการพื้นฐานด้านเสียง (โทรออก-รับสาย)และเล่นเกมในโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้น	360	93.75	1
ใช้สำหรับการส่งข้อความ (SMS,MMS และ Video Clips)เพื่อการสื่อสาร	240	62.50	2
ใช้สำหรับท่องเว็บไซต์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Wap)	54	14.06	5
ใช้สำหรับส่งข้อความเพื่อความบันเทิงคอนเทนต์ต่างๆ เช่น Ringtone, Logo, Calling Melody, Game	42	10.93	6
ใช้สำหรับเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สาย	62	16.14	4
ใช้สำหรับส่งข้อความร่วมโหวตรายการ Reality Show เช่น AF5, The Star เป็นต้น	6	1.56	11
ใช้สำหรับส่งข้อความไปพูดคุยเสนอความคิดเห็นกับผู้ดำเนินรายการ	22	5.72	7
ใช้สำหรับรับข้อมูลข่าวสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสารและบันเทิงผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ	64	16.66	3
ใช้สำหรับรับข้อมูลเกี่ยวกับแจ้งข่าวสารกิจกรรมหรือสิทธิพิเศษของร้านค้าต่างๆที่เป็นสมาชิก	22	5.72	7
ใช้สำหรับรับข้อมูลสถาบันการศึกษา เช่น ลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผลการศึกษา	14	3.64	8
ใช้สำหรับค้นหาแผนที่ในการเดินทางและบอกเส้นทางไปยังสถานที่ต่างๆ	10	2.60	9
ใช้สำหรับจ่ายค่าซื้อสินค้า-บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Online Payment)	14	3.64	8
ใช้สำหรับจ่ายเงินเมื่อซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป น้ำอัดลม กาแฟ จากตู้อัตโนมัติ	2	0.52	12

ตารางที่ 250 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่เลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ใช้สำหรับชำระค่าสินค้าตามร้านค้าต่างๆผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	8	2.08	10
ใช้สำหรับจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Bill Payment)	6	1.56	11

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 384 ราย)

จากตาราง 250 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อบริการพื้นฐานด้านเสียง (โทรออก-รับสาย) และเล่นเกมในโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 93.75 รองลงมาคือใช้สำหรับการส่งข้อความ (SMS, MMS และ Video Clips) เพื่อการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 62.50 และใช้สำหรับรับข้อมูลข่าวสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสารและบันเทิง ผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 16.66

ตารางที่ 251 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

การเปิดรับข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้สมัครรับบริการ	274	71.35
สมัครรับบริการ	100	28.65
รวม	384	100.00

จากตาราง 251 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้สมัครรับบริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 71.35 และมีการสมัครรับบริการ คิดเป็นร้อยละ 28.65

ตารางที่ 252 แสดงจำนวนร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประเภทข้อมูล
ข่าวสารที่มีการสมัครรับบริการผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

ประเภทรายการที่มีการสมัครรับบริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
Hot News	84	76.36	1
วิจารณ์กีฬา	8	7.27	10
ผลการแข่งขันกีฬา	26	23.64	6
รายงานสภาพการจราจร	4	3.64	11
เช็คลอตเตอรี่	38	34.55	2
ข่าวโลกมุสลิม	2	1.82	12
ข่าวการเมือง	36	32.73	3
ข่าวเศรษฐกิจ	28	25.45	5
ข่าววงการลูกทุ่ง	2	1.82	12
เช็คราคาน้ำมัน	26	23.64	6
ดวงรายวัน	24	21.82	7
ฮวงจุ้ยเสริมรัก	2	1.82	12
เคล็ดลับเสริมดวง	14	12.73	8
English Daily	4	3.64	11
Love Message	2	1.82	12
เช็คนั่ง Movie Info	8	7.27	10
เข้าชมกับ M Toon	2	1.82	12
รายการโทรทัศน์	12	10.91	9
แนะนำร้านอาหาร	4	3.64	11
อันดับเพลงฮิต	30	27.27	4
ข้อมูลสินค้าลดราคา	8	7.27	10
บริการหาเพื่อน	8	7.27	10
Star Gossip	14	12.73	8
อื่นๆ	2	1.82	12

- หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการสมัครใช้บริการรับข้อมูลข่าวสาร 110 ราย)
2. อื่นๆ ได้แก่ บริการ MMS2U

จากตาราง 252 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมัครรับบริการข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ Hot News คิดเป็นร้อยละ 76.36 รองลงมาคือ เช็คลอตเตอรี่ คิดเป็นร้อยละ 34.55 และข่าวการเมือง 32.73

ตารางที่ 253 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่ทำให้รับบริการข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยที่ทำให้รับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	52	13.54
ความสดใหม่ของข้อมูล	72	18.75
อัตราค่าบริการ	74	19.27
ข้อมูลที่ตรงตามความต้องการของท่าน	48	12.50
ความง่ายในการเข้าไปใช้	162	42.19
โปรโมชั่นพิเศษ	102	26.56
อื่นๆ	6	1.56

- หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 384 ราย)
2. อื่นๆ ได้แก่ ต้องการได้รับความรู้เพิ่มเติม

จากตารางที่ 253 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับบริการข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพราะความง่ายในการเข้าไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 42.19 รองลงมาคือ โปรโมชั่นพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 26.56 และอัตราค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 19.27

ตารางที่ 254 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ใช้โทรศัพท์ที่เคลื่อนที่เป็นประจำ

สถานที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน/หอพัก	230	59.90
สถานที่ทำงาน	130	33.85
ทุกที่เนื่องจากใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือ	236	61.46

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 384 ราย)

จากตารางที่ 254 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือทุกที่เนื่องจากใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 61.46 รองลงมาใช้โทรศัพท์ที่บ้าน/หอพัก คิดเป็นร้อยละ 59.90 และสถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 33.85

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการเปิดรับสื่อ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการเปิดรับสื่อของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน และจากผลการศึกษาได้ทำการรวมคำตอบของระดับเหตุผลมากที่สุดกับมาก เป็นระดับเหตุผลมาก และรวมคำตอบของระดับเหตุผลปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เป็นระดับเหตุผลน้อย ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 255

ตารางที่ 255 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับเหตุผลในการเปิดรับ

	ระดับเหตุผล						ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
	มากที่สุด		ปานกลาง		น้อย					น้อยที่สุด
	จำนวน	มาก	จำนวน	ปานกลาง	จำนวน	น้อย				
เหตุผล	142	160	88	10	0	0	4.09	มาก	2	
เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ยากู	124	202	66	8	0	0	4.11	มาก	1	
เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ต่างๆ	104	168	92	30	6	6	3.84	มาก	4	
เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	106	178	94	18	4	4	3.91	มาก	3	
เพื่อรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม	74	154	136	32	4	4	3.66	มาก	8	
เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย	60	122	132	68	18	18	3.35	ปานกลาง	14	
เพื่อการอยู่ร่วมกันกับครอบครัว	54	156	134	42	14	14	3.49	ปานกลาง	12	
เพื่อให้มีความเข้าใจต่อสังคม	42	124	130	78	26	26	3.21	ปานกลาง	16	

ตารางที่ 255 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของระดับเหตุผลในการเปิดรับ

เหตุผล	ระดับเหตุผล										แปลผล	ลำดับ	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ	82	100	158	100	108	100	42	100	10	100	3.65	มาก	9
เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	106	100	134	100	102	100	46	100	12	100	3.69	มาก	6
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	102	100	134	100	110	100	38	100	16	100	3.67	มาก	7
เพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงา	86	100	120	100	116	100	64	100	14	100	3.50	มาก	11
เพื่อพัฒนาความคิดของตนเอง	102	100	162	100	86	100	38	100	12	100	3.76	มาก	5
เพื่อเป็นแบบแผนในชีวิต	56	100	126	100	134	100	66	100	18	100	3.34	ปานกลาง	15
เพื่อเป็นคนทันสมัย	68	100	150	100	116	100	52	100	14	100	3.52	มาก	10
เพื่อสร้างความมั่นใจให้ตนเอง	64	100	128	100	144	100	46	100	18	100	3.44	ปานกลาง	13
เพื่อหลีกเลี่ยงสังคม	30	100	76	100	130	100	84	100	80	100	2.73	ปานกลาง	17

จากตารางที่ 255 พบว่าเหตุผลในการเปิดรับสื่อที่มีระดับเหตุผลอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.11 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่อยากรู้ ค่าเฉลี่ย 4.09 เพื่อรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม ค่าเฉลี่ย 3.91 เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 3.84 เพื่อพัฒนาความคิดของตนเอง ค่าเฉลี่ย 3.76 เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ค่าเฉลี่ย 3.69 เพื่อผ่อนคลายความเครียด ค่าเฉลี่ย 3.67 เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ค่าเฉลี่ย 3.66 เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ค่าเฉลี่ย 3.65 เพื่อเป็นคนทันสมัย ค่าเฉลี่ย 3.52 เพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงา ค่าเฉลี่ย 3.50

ส่วนเหตุผลในการเปิดรับสื่อที่มีระดับเหตุผลอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ เพื่อให้มีความเข้าใจต่อสังคม ค่าเฉลี่ย 3.49 เพื่อสร้างความมั่นใจให้ตนเอง ค่าเฉลี่ย 3.44 เพื่อการอยู่ร่วมกันกับครอบครัว ค่าเฉลี่ย 3.35 เพื่อเป็นแบบแผนในชีวิต ค่าเฉลี่ย 3.34 เพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม ค่าเฉลี่ย 3.21 เพื่อหลีกเลี่ยงสังคม ค่าเฉลี่ย 2.73

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved