

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องรูปแบบการใช้ชีวิตของวัยรุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของวัยรุ่น ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจของวัยรุ่น และ ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของวัยรุ่น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐานของวัยรุ่นที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แหล่งที่มาของรายได้ ประเภทของที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง พื้นเพเดิมที่อยู่อาศัย จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประเภทสถานศึกษาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน ได้นำเสนอในตารางที่ 1-9

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของวัยรุ่น

กิจกรรมที่เกี่ยวกับการช้อปปิ้ง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว ร้านอาหาร สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจได้นำเสนอในตารางที่ 10-29

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจของวัยรุ่น

ความสนใจที่เกี่ยวกับการช้อปปิ้ง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการการท่องเที่ยว ร้านอาหาร สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจได้นำเสนอในตารางที่ 30-39

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของวัยรุ่น

ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการช้อปปิ้ง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว ร้านอาหาร สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจได้นำเสนอในตารางที่ 40-41

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	150	50.0
หญิง	150	50.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 50 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50

ตารางที่ 2 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
15 ปี	25	16.7	20	13.3	45	15.0
16 ปี	20	13.3	27	18.0	47	15.7
17 ปี	17	11.3	31	20.7	48	16.0
18 ปี	44	29.3	41	27.3	85	28.3
19 ปี	44	29.3	31	20.7	75	25.0
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอายุ 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมาคือ อายุ 19 ปี และอายุ 17 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 16.0 ตามลำดับ อายุ 16 ปี จำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดมีอายุ 18-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ อายุ 15 ปี และอายุ 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ 13.3 ตามลำดับ จำนวนน้อยที่สุดอายุ 17 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดมีอายุ 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาคือ อายุ 17 และ 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.7 เท่ากัน และอายุ 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.0 จำนวนน้อยที่สุดอายุ 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3

ตารางที่ 3 แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	22	14.7	21	14.0	43	14.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย	31	20.7	40	26.7	71	23.7
ปวช.	20	13.3	31	20.7	51	17.0
ปวส.	39	26.0	26	17.3	65	21.7
อนุปริญญา	2	1.3	2	1.3	4	1.3
ปริญญาตรี	36	24.0	30	20.0	66	22.0
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 23.7 รองลงมาคือ ระดับ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 21.7 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุดศึกษาอยู่ระดับอนุปริญญาคิดเป็นร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดศึกษาอยู่ระดับปวส. คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรีและมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 24.0 และ 20.7 ตามลำดับ โดยศึกษาอยู่ในระดับอนุปภูมามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมาคือ ระดับ ปวช. และ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 20.7 และ 22.0 ตามลำดับ โดยศึกษาอยู่ในระดับอนุปภูมามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	28	18.7	19	12.7	47	15.7
1,001 – 2,000 บาท	59	29.3	65	43.3	124	41.3
2,001 – 3,000 บาท	28	18.3	27	18.0	55	18.3
3,001 – 4,000 บาท	17	11.3	15	10.0	32	10.7
4,001 – 5,000 บาท	6	4.0	6	4.0	12	4.0
5,000 – 8,000 บาท	8	5.3	12	8.0	20	6.7
มากกว่า 8,000 บาท	3	2.0	3	2.0	6	2.0
ไม่ตอบ	1	0.7	3	2.0	4	1.3
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีรายได้อยู่ระหว่าง 1,001 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ อยู่ระหว่าง 2,001 - 3,000 บาท และ น้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็น 18.3 และ 15.7 ตามลำดับ โดยมีรายได้มากกว่า 8,000 บาท จำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดมีรายได้อยู่ระหว่าง 1,001 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1,000 บาท และ อยู่ระหว่าง 2,001 - 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.7 และ 18.3 ตามลำดับ โดยมีรายมากกว่า 8,000 บาท จำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดมีรายได้อยู่ระหว่าง 1,001 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ อยู่ระหว่าง 2,001 - 3,000 บาท และ น้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.0 และ 12.7 ตามลำดับ และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 5 แสดงแหล่งที่มาของรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แหล่งที่มาของรายได้	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำงานพิเศษ	20	13.3	8	5.3	28	9.3
งานประจำ	3	2.0	1	0.7	4	1.3
คุณพ่อคุณแม่	98	65.3	105	70.0	203	67.7
ผู้ปกครองญาติพี่น้อง	44	29.3	37	24.7	81	27.0
ทุนการศึกษา	8	5.3	7	4.7	15	5.0
เงินกู้	31	20.7	38	25.3	69	23.0
อื่น ๆ (ผู้อุปการะ, ไม่ตอบ)	3	2.0	3	2.0	6	2.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีรายได้จากคุณพ่อคุณแม่คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาคือ ผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ เงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 23.0 โดยแหล่งที่มาของรายได้จากงานประจำมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดมีรายได้จากคุณพ่อคุณแม่คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาคือ ผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 29.3 และ เงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 20.7 โดยแหล่งที่มาของรายได้จากงานประจำและ อื่นๆ(ผู้อุปการะ...ไม่ตอบ...) มีจำนวนน้อยที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดมีรายได้จากคุณพ่อคุณแม่คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ เงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 25.3 ผู้ปกครอง ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 24.7 โดยแหล่งที่มาของรายได้จากงานประจำมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 6 แสดงแหล่งที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านพ่อแม่	63	42.0	71	47.3	134	44.7
บ้านญาติพี่น้อง	17	11.3	9	6.0	26	8.7
หอพัก	50	33.3	57	38.0	107	35.7
บ้านเช่า	5	3.3	4	2.7	9	3.0
คอนโด	6	4.0	4	2.7	10	3.3
อื่น ๆ (บ้านพักข้าราชการ)	9	6.0	5	3.3	14	4.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีที่พักอาศัยคือ บ้านพ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาคือ หอพัก และ บ้านญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 35.7 และ 8.7 ตามลำดับ โดยพักอาศัยบ้านเช่ามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดมีที่พักอาศัยคือ บ้านพ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ หอพัก และบ้านญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 11.3 ตามลำดับ โดยพักอาศัยบ้านเช่ามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดมีที่พักอาศัยคือ บ้านพ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ หอพัก และบ้านญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ 6.0 ตามลำดับ โดยพักอาศัยบ้านเช่าและคอนโดมีจำนวนน้อยที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 7 แสดงพื้นเพเดิมของผู้ตอบแบบสอบถาม

พื้นเพเดิมที่อยู่อาศัย	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นคน อำเภอเมืองเชียงใหม่โดยกำเนิด	56	37.3	51	34.0	107	35.7
มาจากต่างอำเภอของ จ.เชียงใหม่	52	34.7	56	37.3	108	36.0
มาจากต่างจังหวัดในเขตภาคเหนือ	33	22.0	30	20.0	63	21.0
มาจากต่างจังหวัดนอกเขตภาคเหนือ	4	2.7	5	3.3	9	3.0
มาจากกรุงเทพ	4	2.7	5	3.3	9	3.0
อื่น ๆ (ภาคกลาง, ต่างจังหวัด)	1	0.7	3	2.0	4	1.3
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมาจากต่างอำเภอของ จ.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ เป็นคนอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยกำเนิด และ มาจากต่างจังหวัดในเขตภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 35.7 และ 21.0 ตามลำดับ โดยพื้นเพเดิมที่มาจากภาคกลางและต่างจังหวัด มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดเป็นคนอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยกำเนิด คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ มาจากต่างอำเภอของ จ.เชียงใหม่ และ มาจากต่างจังหวัดในเขตภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 34.7 และ 22.0 ตามลำดับ โดยพื้นเพเดิมที่มาจากภาคกลางและต่างจังหวัด มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดมาจากต่างอำเภอของ จ.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ เป็นคนอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยกำเนิด และ มาจากต่างจังหวัดในเขตภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 34.0 และ 20.0 ตามลำดับ โดยพื้นเพเดิมที่มาจากภาคกลางและต่างจังหวัด มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนสมาชิกในครอบครัวรวมทั้งตัวท่าน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2 คน	7	4.7	5	3.3	12	4.0
3 คน	26	17.3	26	17.3	52	17.3
4 คน	62	41.3	66	44.0	128	42.7
5 คน	30	20.0	29	19.3	59	19.7
6 คน	13	8.7	16	10.7	29	9.7
มากกว่า 6 คน	12	8.0	8	5.3	20	6.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวคือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ 5 คน และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และ 17.3 ตามลำดับ โดยจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 คน มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวคือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ 5 คน และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ 17.3 ตามลำดับ โดยจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 คน มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวคือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ 5 คน และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ 17.3 ตามลำดับ โดยจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 คน มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 9 แสดงข้อมูลประเภทสถานศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน

ประเภทสถานศึกษาที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษาของรัฐบาล	80	53.3	75	50.0	155	51.7
สถานศึกษาของเอกชน	70	46.7	75	50.0	145	48.3
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด กำลังศึกษาอยู่ในสถานศึกษาของรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 51.7 สถานศึกษาของเอกชนคิดเป็นร้อยละ 48.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุด กำลังศึกษาอยู่ในสถานศึกษาของรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 53.3 สถานศึกษาของเอกชนคิดเป็นร้อยละ 46.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงกำลังศึกษาอยู่ในสถานศึกษาของรัฐบาลและเอกชนคิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน

ส่วนที่ 2 กิจกรรมที่เกี่ยวกับการขอปิ้ง กิฬา และสันตนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว ร้านอาหาร สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับงานที่ทำนอกเหนือจากการเรียน

งานที่ทำนอกเหนือจากการเรียน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำงานบ้านช่วยพ่อแม่	47	31.3	68	45.3	115	38.3
ทำงานประจำหลังเลิกเรียน	11	7.3	2	1.3	13	4.3
ทำงานพิเศษหารายได้เป็นครั้งคราว	25	16.7	16	10.7	41	13.7
ช่วยกิจการของครอบครัว	20	13.3	20	13.3	40	13.3
ดูแลตัวเองเช่น ซักผ้ารีดผ้าเอง	59	39.3	60	40.0	119	39.7
ไม่ได้ทำ	25	16.7	28	18.7	53	17.7
อื่นๆ (เรียนพิเศษ, ซ้อมกีฬา)	4	2.7	4	2.7	8	2.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 10 พบว่างานที่ทำนอกเหนือจากการเรียนของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด คือ ดูแลตัวเองเช่น ซักผ้ารีดผ้าเอง คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ ทำงานบ้านช่วยพ่อแม่ และไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 38.3 และ 17.7 ตามลำดับ เรียนพิเศษและซ้อมกีฬามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.7

งานที่ทำนอกเหนือจากการเรียนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุด คือ ดูแลตัวเองเช่น ซักผ้ารีดผ้าเอง คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ ทำงานบ้านช่วยพ่อแม่ ทำงานพิเศษหารายได้เป็นครั้งคราว และไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 31.3 16.7 และ 16.7 ตามลำดับเรียนพิเศษและซ้อมกีฬามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.7

งานที่ทำนอกเหนือจากการเรียนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุด คือ ทำงานบ้านช่วยพ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือดูแลตัวเองเช่น ซักผ้ารีดผ้า และไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และ 18.7 ตามลำดับ เรียนพิเศษและซ้อมกีฬามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชา

การเรียนกวดวิชา	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เรียน	52	34.7	67	44.7	119	39.7
ไม่ได้เรียน	96	64.0	82	54.7	178	59.3
อื่น ๆ (ซ้อมกีฬา)	2	1.3	1	0.7	3	1.0
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 11 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ไม่ได้เรียนกวดวิชา คิดเป็นร้อยละ 59.3 ส่วนผู้ที่เรียนกวดวิชา คิดเป็นร้อยละ 39.7 ซ้อมกีฬามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุด ไม่ได้เรียนกวดวิชา คิดเป็นร้อยละ 64.0 ส่วนผู้ที่เรียนกวดวิชา คิดเป็นร้อยละ 34.7 ซ้อมกีฬามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุด ไม่ได้เรียนกวดวิชา คิดเป็นร้อยละ 54.7 ส่วนผู้ที่เรียนกวดวิชา คิดเป็นร้อยละ 44.7 ซ้อมกีฬามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้เวลาในการพักผ่อน (นอกเหนือจากการทำงาน)

การพักผ่อน (นอกเหนือจากการทำงาน)	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เล่น Internet	72	48.0	52	34.7	124	41.3
เล่นเกม	92	61.3	37	24.7	129	43.0
ฟังวิทยุ	89	59.3	113	75.3	202	67.3
ดูโทรทัศน์	121	80.7	121	80.7	242	80.7
นัดเจอเพื่อน ๆ	54	36.0	45	30.0	99	33.0
เล่นกีฬา	105	70.0	41	27.3	146	48.7
อ่านการ์ตูน	65	43.3	72	48.0	137	45.7
โทรคุยกับเพื่อน	56	37.3	65	43.3	121	40.3
เดินเล่นตามศูนย์การค้า	51	34.0	73	48.7	124	41.3
ชมภาพยนตร์	77	51.3	75	50.0	152	50.7
ดูคอนเสิร์ต	21	14.0	8	5.3	29	9.7
เที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ	52	34.7	47	31.3	99	33.0
อื่น ๆ (เล่นดนตรี, ไปบ้านเพื่อน, อ่านหนังสือ)	8	5.3	3	2.0	11	3.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดใช้เวลาในการพักผ่อน (นอกเหนือจากเวลาเรียน และทำงาน) คือ ดูโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือ ฟังวิทยุ และชมภาพยนตร์คิดเป็นร้อยละ 67.3 และ 50.7 ตามลำดับ ใช้เวลาในการพักผ่อนเล่นดนตรี ไปบ้านเพื่อน และอ่านหนังสือ มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 3.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุด ใช้เวลาในการพักผ่อน (นอกเหนือจากเวลาเรียน และทำงาน) คือ ดูโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือ เล่นกีฬา และเล่นเกมคิดเป็นร้อยละ 70.0 และ 61.3 ตามลำดับ ใช้เวลาในการพักผ่อนใช้เวลาในการพักผ่อนเล่นดนตรี ไปบ้านเพื่อน และอ่านหนังสือ มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 5.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุด ใช้เวลาในการพักผ่อน (นอกเหนือจากเวลาเรียน และทำงาน) คือ ดูโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือ ฟังวิทยุ และชมภาพยนตร์คิดเป็นร้อยละ 75.3 และ 50.0 ตามลำดับ ใช้เวลาในการพักผ่อนเล่นดนตรี ไปบ้านเพื่อน และอ่านหนังสือ มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ของการเดิน Shopping

ความถี่ของการเดิน Shopping (ซื้อหรือไม่ซื้อก็ได้)	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้ง	33	22.0	15	10.0	48	16.0
เดือนละ 2-3 ครั้ง	47	31.3	61	40.7	108	36.0
สัปดาห์ละครั้ง	26	17.3	35	23.3	61	20.3
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	17	11.3	24	16.0	41	13.7
เกือบทุกวัน	5	3.3	8	5.3	13	4.3
ไม่ได้ไปเลย	11	7.3	0	0.0	11	3.7
อื่น ๆ (แล้วแต่โอกาส, แล้วแต่อารมณ์)	11	7.3	7	4.7	18	6.0
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดไปเดิน Shopping เดือนละ 2-3 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ สัปดาห์ละครั้ง และเดือนละครั้งคิดเป็นร้อยละ 20.3 และ 16.0 ตามลำดับ ไม่ได้ไปเลยมีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 3.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุด ไปเดิน Shopping เดือนละ 2-3 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ เดือนละครั้ง และสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ 17.3 ตามลำดับ ไปเกือบทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุด จำนวนมากที่สุดไปเดิน Shopping เดือนละ 2-3 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ สัปดาห์ละครั้ง และสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 16.0 ตามลำดับ ไม่ได้ไปเดินเลยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทสินค้าที่ Shopping เป็นประจำ

ประเภทสินค้าที่ Shopping เป็นประจำ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้า	84	56.0	125	83.3	209	69.7
อุปกรณ์กีฬา	37	24.7	4	2.7	41	13.7
อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ Computer & Games	35	23.3	16	10.7	51	17.0
เทปและซีดี	66	44.0	49	32.7	115	38.3
การ์ตูน นิตยสาร	48	32.0	34	22.7	82	27.3
เครื่องเสียงและ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	26	17.3	4	2.7	30	10.0
เครื่องประดับ	14	9.3	55	36.7	69	23.0
รองเท้ากีฬา	26	17.3	9	6.0	35	11.7
กล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	2	1.3	-	0.0	2	0.7
ของขวัญตาม Gift Shop	18	12.0	51	34.0	69	23.0
อื่น ๆ (ของใช้ส่วนตัว, ขนมขบเคี้ยว,อาหาร)	25	16.7	15	10.0	40	13.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ n (ชาย) = n (หญิง) = 150

จากตารางที่ 14 พบว่าประเภทสินค้าที่ Shopping เป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดคือ เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมาคือ เทปและซีดี และ การ์ตูน นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 38.3 และ 27.3 ตามลำดับ ส่วนประเภทสินค้าที่ Shopping น้อยที่สุดคือกล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 0.7

ประเภทสินค้าที่ Shopping เป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดคือ เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ เทปและซีดี และ การ์ตูน นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 44.0 และ 32.0 ตามลำดับ ส่วนประเภทสินค้าที่ Shopping น้อยที่สุดคือกล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 1.3

ประเภทสินค้าที่ Shopping เป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดคือ เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ เครื่องประดับ และของขวัญตาม Gift Shop คิดเป็นร้อยละ 36.7 และ 34.0 ตามลำดับ ส่วนประเภทสินค้าที่ Shopping น้อยที่สุดคือกล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ Shopping

สถานที่ Shopping	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าทั่วไป	40	26.7	20	13.3	60	20.0
Supermarket เช่น Lotus , Big C	48	32.0	43	28.7	91	30.3
ตลาดนัดสินค้าราคาถูก หรือฟู้ดบาท Shopping	41	27.3	32	21.3	73	24.3
ห้างสรรพสินค้า	73	48.7	93	62.0	166	55.3
Shopping ใน Internet	6	4.0	0	0.0	6	2.0
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1	0.7	3	2.0	3	1.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 15 พบว่าสถานที่ที่ไปเดิน Shopping บ่อยที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนมากที่สุดคือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ Supermarket เช่น Lotus , Big C และ ตลาดนัดสินค้าราคาถูก หรือฟู้ดบาท Shopping คิดเป็นร้อยละ 30.3 และ 24.3 ตามลำดับ ส่วนสถานที่ที่ Shopping น้อยที่สุด ไม่ได้ระบุ คิดเป็นร้อยละ 1.0

สถานที่ที่ไปเดิน Shopping บ่อยที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุด คือห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาคือ Supermarket เช่น Lotus , Big C และ ตลาดนัดสินค้าราคาถูก หรือฟู้ดบาท Shopping คิดเป็นร้อยละ 32.0 และ 27.3 ตามลำดับ ส่วนสถานที่ที่ Shopping น้อยที่สุด ไม่ได้ระบุ คิดเป็นร้อยละ 0.7

สถานที่ที่ไปเดิน Shopping บ่อยที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุด คือห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ Supermarket เช่น Lotus , Big C และ ตลาดนัดสินค้าราคาถูก หรือฟู้ดบาท Shopping คิดเป็นร้อยละ 28.7 และ 21.3 ตามลำดับ ส่วนสถานที่ที่ Shopping น้อยที่สุด ไม่ได้ระบุ คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทสินค้าทันสมัยที่มีเป็นของตัวเอง

ประเภทสินค้าทันสมัยที่มีเป็นของตัวเอง	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ	55	36.7	68	45.3	124	41.3
คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ	57	38.0	46	30.7	103	34.3
มินิคอมพิวเตอร์แบบพกพา	8	5.3	2	1.3	10	3.3
เพจเจอร์	12	8.0	29	19.3	41	13.7
ดิกชันนารีอิเล็กทรอนิกส์	9	6.0	13	8.7	22	7.3
นาฬิกามือถือ	41	27.3	41	27.3	82	27.3
รองเท้ากีฬาหุ้มข้อ	57	38.0	19	12.7	76	25.3
กล้องถ่ายรูป Digital	12	8.0	5	3.3	17	5.7
เครื่องเสียง	58	38.7	47	31.3	105	35.0
เครื่องใช้ไฟฟ้า & สินค้า High Tech.	32	21.3	26	17.3	58	19.3
อื่น ๆ (ไม่มี, Digimon)	12	8.0	10	6.7	22	7.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 16 พบว่าสินค้าทันสมัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีเป็นของตัวเองจำนวนมากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ เครื่องเสียง และ คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 35.0 และ 34.3 ตามลำดับ สินค้าทันสมัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีเป็นของตัวเองจำนวนน้อยที่สุดคือมินิคอมพิวเตอร์แบบพกพา คิดเป็นร้อยละ 3.3

สินค้าทันสมัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีเป็นของตัวเองจำนวนมากที่สุดคือ เครื่องเสียงคิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ รองเท้ากีฬาหุ้มข้อ คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 38.0 เท่ากัน โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 36.7 สินค้าทันสมัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีเป็นของตัวเองจำนวนน้อยที่สุดคือมินิคอมพิวเตอร์แบบพกพา คิดเป็นร้อยละ 5.3

สินค้าทันสมัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีเป็นของตัวเองจำนวนมากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ เครื่องเสียงและ คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ 30.7 ตามลำดับ สินค้าทันสมัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีเป็นของตัวเองจำนวนน้อยที่สุดคือมินิคอมพิวเตอร์แบบพกพา คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกีฬาที่เล่นเป็นประจำ

กีฬาที่เล่นเป็นประจำ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ฟุตบอล	102	68.0	0	0.0	102	34.0
ว่ายน้ำ	23	15.3	38	25.3	62	20.7
บาสเกตบอล	43	28.7	20	13.3	63	21.0
เทนนิส	7	4.7	6	4.0	13	4.3
วอลเลย์บอล	12	8.0	26	17.3	38	12.7
ตะกร้อ	21	14.0	2	1.3	23	7.7
แบดมินตัน	31	20.7	44	29.3	75	25.0
โบว์ลิ่ง	23	15.3	6	4.0	29	9.7
สนุกเกอร์	39	26.0	2	1.3	41	13.7
สเก็ตบอร์ด	11	7.3	3	2.0	14	4.7
ไม่ได้เล่น	8	5.3	53	35.3	61	20.3
อื่น ๆ (ปีโปง, วิ่ง, ปั่นจักรยาน)	13	8.7	14	9.3	27	9.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ n (ชาย) = n (หญิง) = 150

จากตารางที่ 17 พบว่ากีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเล่นประจำ คือ ฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ แบดมินตัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 บาสเกตบอล คิดเป็นร้อยละ 21.0 เล่นเทนนิสน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.3

กีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดเล่นประจำ คือ ฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ บาสเกตบอล และ สนุกเกอร์ คิดเป็นร้อยละ 28.7 และ 26.0 ตามลำดับ สำหรับผู้ที่เล่นเทนนิสน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.7

กีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดไม่ได้เล่น คิดเป็นร้อยละ 35.3 ส่วนที่เล่นประจำจำนวนมากที่สุดคือแบดมินตัน ว่ายน้ำ คิดเป็นร้อยละ 29.3 และ 25.3 ตามลำดับ โดยกีฬาฟุตบอลมีจำนวนที่น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0

ผลตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ของการเล่นกีฬา

ความถี่ในการเล่นกีฬา	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้ง	6	4.0	27	18.0	33	11.0
เดือนละ 2 – 3 ครั้ง	19	12.7	31	20.7	50	16.7
สัปดาห์ละครั้ง	19	12.7	22	14.7	41	13.7
สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	35	23.3	17	11.3	52	17.3
เกือบทุกวัน	66	44.0	11	7.3	77	25.7
ไม่ได้เล่นเลย	1	0.7	33	22.0	34	11.3
อื่น ๆ (ยามว่าง, นาน ๆ ครั้ง)	4	2.7	9	6.0	13	4.3
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเล่นกีฬา เกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 25.7 รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และ เดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.3 และ 16.7 ตามลำดับ ความถี่ของการเล่นกีฬาน้อยที่สุดคือเล่นกีฬายามว่างและนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดเล่นกีฬา เกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.3 เล่นกีฬาเดือนละ 2-3 ครั้งและ สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.7 เท่ากัน ความถี่ของการไม่เล่นกีฬาเลยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดไม่ได้เล่นเลยคิดเป็นร้อยละ 22.0 เล่นกีฬา เดือนละ 2 – 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.7 รองลงมาคือ เดือนละครั้งคิดเป็นร้อยละ 18.0 ความถี่ของการเล่นกีฬามีจำนวนน้อยที่สุดเล่นกีฬายามว่างและนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่เล่นกีฬา

สถานที่เล่นกีฬา	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สนามกีฬาใกล้บ้าน	75	50.0	52	34.7	127	42.3
สนามกีฬาในสถานศึกษา	72	48.0	42	28.0	114	38.0
สนามกีฬาของเอกชน เช่น สนาม โบว์ลิ่ง	16	10.7	6	4.0	22	7.3
ลานกีฬาในชุมชน	29	19.3	18	12.0	47	15.7
สนามของสโมสรที่เป็นสมาชิก	9	6.0	20	13.3	29	9.7
อื่น ๆ (ไม่ได้เล่น, ร้านสนุกเกอร์)	15	10.0	34	22.7	49	16.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเล่นกีฬาที่สนามกีฬาใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือ สนามกีฬาในสถานศึกษาและไม่ได้เล่นกีฬา คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ 16.3 ตามลำดับ สนามกีฬาของเอกชน มีจำนวนผู้เล่นน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดเล่นกีฬาที่สนามกีฬาใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ สนามกีฬาในสถานศึกษาและลานกีฬาในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 48.0 และ 19.3 ตามลำดับ สนามของสโมสรที่เป็นสมาชิกมีจำนวนผู้เล่นกีฬาน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดเล่นกีฬาที่สนามกีฬาใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาคือ สนามกีฬาในสถานศึกษา และไม่ได้เล่น คิดเป็นร้อยละ 28.0 และ 22.7 ตามลำดับ สนามกีฬาของเอกชน มีจำนวนผู้เล่นกีฬาน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของการรับประทานอาหารนอกบ้าน (ไม่รวมอาหารกลางวันในสถานศึกษา)

ประเภทของอาหารที่รับประทานนอกบ้าน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารตามสั่งจานเดียวทั่วไป	120	80.0	115	76.7	235	78.3
อาหารว่าง เช่น เค้ก, ไอศกรีม	32	21.3	51	34.0	83	27.7
Fast food เช่น KFC, Mc Donald	40	26.7	52	34.7	92	30.7
อาหารไทย	33	22.0	39	26.0	72	24.0
อาหารฝรั่ง	18	12.0	6	4.0	24	8.0
อื่น ๆ (อาหารญี่ปุ่น, อาหารจีน, หมูกระทะ)	9	6.0	3	2.0	12	4.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 20 พบว่าประเภทของอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดรับประทานนอกบ้านเป็นประจำ คือ อาหารตามสั่งจานเดียวทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมาคือ Fast food เช่น KFC, Mc Donald และ อาหารว่าง เช่น เค้ก ไอศกรีม คิดเป็นร้อยละ 30.7 และ 27.7 ตามลำดับ ประเภทอาหารญี่ปุ่น อาหารจีนและหมูกระทะ มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.0

ประเภทของอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดรับประทานนอกบ้านเป็นประจำ คือ อาหารตามสั่งจานเดียวทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ Fast food เช่น KFC, Mc Donald และ อาหารไทย คิดเป็นร้อยละ 26.7 และ 21.3 ตามลำดับ ประเภทอาหารญี่ปุ่น อาหารจีนและหมูกระทะ มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.0

ประเภทของอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดรับประทานนอกบ้านเป็นประจำคืออาหารตามสั่งจานเดียวทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาคือ Fast food เช่น KFC, Mc Donald และ อาหารว่าง เช่น เค้ก ไอศกรีม คิดเป็นร้อยละ 34.7 และ 34.0 ตามลำดับ ประเภทอาหารญี่ปุ่น อาหารจีนและหมูกระทะ มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน (ไม่รวมอาหารกลางวันในสถานศึกษา)

ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้ง	13	8.7	11	7.3	24	8.0
เดือนละ 2-3 ครั้ง	31	20.7	36	24.0	67	22.3
สัปดาห์ละครั้ง	11	7.3	28	18.7	39	13.0
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	28	18.7	14	9.3	42	14.0
เกือบทุกวัน	58	38.7	52	34.7	110	36.7
ไม่ได้ไปเลย	4	2.7	3	2.0	7	2.3
อื่นๆ (แล้วแต่โอกาส)	5	3.3	6	4.0	11	3.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดรับประทานอาหารนอกบ้านเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ เดือนละ 2-3 ครั้ง และ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.3 และ 14.0 ตามลำดับ และจำนวนน้อยที่สุดคือไม่ได้ไปเลย คิดเป็นร้อยละ 2.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดรับประทานอาหารนอกบ้านเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ เดือนละ 2-3 ครั้ง และ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.7 และ 18.7 ตามลำดับ และจำนวนน้อยที่สุดคือไม่ได้ไปเลย คิดเป็นร้อยละ 2.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดรับประทานอาหารนอกบ้านเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาคือ เดือนละ 2-3 ครั้ง และ สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.0 และ 18.7 ตามลำดับ และจำนวนน้อยที่สุดคือไม่ได้ไปเลย คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่รับประทานอาหารนอกบ้านที่ไปเป็นประจำ (ไม่รวมอาหารกลางวันในสถานศึกษา)

สถานที่รับประทานอาหารนอกบ้านเป็นประจำ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารข้างทาง ตลาด ใต้รุ่ง	103	68.7	79	52.7	182	60.7
ร้านอาหารไทย จีน ซีฟู้ด	29	19.3	23	15.3	52	17.3
ศูนย์อาหาร Food Center	36	24.0	49	32.7	85	28.3
Fast food	30	20.0	44	29.3	74	24.7
ร้านอาหารฝรั่ง	16	10.7	6	4.0	22	7.3
ร้านนม	33	22.0	42	28.0	75	25.0
ร้านชามุก	1	0.7	2	1.3	3	1.0
ร้านหมุกะทะ	60	40.0	69	46.0	129	43.0
อื่น ๆ (ร้านก๋วยเตี๋ยว, ร้านอาหารทั่วไป)	6	4.0	5	3.3	11	3.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 22 พบว่าสถานที่รับประทานอาหารนอกบ้านที่ไปเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด คือ ร้านอาหารข้างทาง ตลาด ใต้รุ่ง คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ ร้านหมุกะทะ และ ศูนย์อาหาร Food Center คิดเป็นร้อยละ 43.0 และ 28.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดที่ร้านชาไข่มุก คิดเป็นร้อยละ 1.0

สถานที่รับประทานอาหารนอกบ้านที่ไปเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุด คือ ร้านอาหารข้างทาง ตลาด ใต้รุ่ง คิดเป็นร้อยละ 68.7 รองลงมาคือ ร้านหมุกะทะ และ ศูนย์อาหาร Food Center คิดเป็นร้อยละ 40.0 และ 24.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดที่ร้านชาไข่มุก คิดเป็นร้อยละ 0.7

สถานที่รับประทานอาหารนอกบ้านที่ไปเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุด คือ ร้านอาหารข้างทาง ตลาด ใต้รุ่ง คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาคือ ร้านหมุกะทะ และ ศูนย์อาหาร Food Center คิดเป็นร้อยละ 46.0 และ 32.7 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดที่ร้านชาไข่มุก คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสาเหตุที่ออกไปทานอาหารนอกบ้าน(ไม่รวมอาหารกลางวันในสถานศึกษา)

สาเหตุที่ไปทานอาหารนอกบ้าน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นัดเจอเพื่อน ๆ	71	47.3	65	43.3	136	45.3
ไปกับครอบครัว	65	43.3	79	52.7	144	48.0
อยู่หอพัก คอนโด ไม่ได้ทำกับข้าว	47	31.3	43	28.7	90	30.0
เฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ	45	30.0	51	34.0	96	32.0
ไปกับคนรัก	28	18.7	31	20.7	59	19.7
อื่น ๆ (เรียนกวดวิชา, กลับดึก, อายากิน)	10	6.7	6	4.0	16	5.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 23 พบว่าสาเหตุที่ไปทานอาหารนอกบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด คือไปกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ นัดเจอเพื่อน ๆ และ เฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 45.3 และ 32.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือเรียนกวดวิชา กลับดึก และอายากิน คิดเป็นร้อยละ 5.3

สาเหตุที่ไปทานอาหารนอกบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุด คือนัดเจอเพื่อน ๆ คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือไปกับครอบครัว และ อยู่หอพัก คอนโด ไม่ได้ทำกับข้าว คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 31.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือเรียนกวดวิชา กลับดึก และอายากิน คิดเป็นร้อยละ 6.7

สาเหตุที่ไปทานอาหารนอกบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุด คือไปกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาคือ นัดเจอเพื่อน ๆ และ เฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 43.3 และ 34.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือเรียนกวดวิชา กลับดึก และอายากิน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานบันเทิงที่ไปใช้บริการเป็นประจำ

สถานบันเทิงที่ใช้บริการเป็นประจำ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โรงภาพยนตร์	76	50.7	91	60.7	167	55.7
Pub, Disco Teque	38	25.3	19	12.7	57	19.0
ตู้เกมส์ สวนสนุกตามห้างสรรพสินค้า	48	32.0	23	15.3	71	23.7
ร้านอาหารที่มีดนตรีฟัง	48	32.0	40	26.7	88	29.3
ร้านคาราโอเกะ	30	20.0	27	18.0	57	19.0
อื่น ๆ (ร้านเกมส์, ไม่ได้ไป, ไม่มีที่ประจำ)	19	12.7	10	6.7	29	9.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 24 พบว่าสถานบันเทิงที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดไปใช้บริการเป็นประจำ คือ โรงภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ ร้านอาหารที่มีดนตรีฟัง และ ตู้เกมส์ สวนสนุกตามห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 29.3 และ 23.7 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือไปร้านเกมส์ ไม่ได้ไป และ ไม่มีที่ประจำ คิดเป็นร้อยละ 9.7

สถานบันเทิงที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดไปใช้บริการเป็นประจำ คือ โรงภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ ร้านอาหารที่มีดนตรีฟัง และ ตู้เกมส์ สวนสนุกตามห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 32.0 เท่ากัน โดยจำนวนน้อยที่สุดคือไปร้านเกมส์ ไม่ได้ไป และ ไม่มีที่ประจำ คิดเป็นร้อยละ 12.7

สถานบันเทิงที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดไปใช้บริการเป็นประจำ คือ โรงภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ ร้านอาหารที่มีดนตรีฟัง ร้านคาราโอเกะ คิดเป็นร้อยละ 26.7 และ 18.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือไปร้านเกมส์ ไม่ได้ไป และ ไม่มีที่ประจำ คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการสถาน
บันเทิงดังกล่าว

ความถี่ในการใช้บริการสถานบันเทิง	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้ง	35	23.3	37	24.7	72	24.0
เดือนละ 2 – 3 ครั้ง	37	24.7	47	31.3	84	28.0
สัปดาห์และครั้ง	16	10.7	14	9.3	30	10.0
สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	20	13.3	12	8.0	32	10.7
เกือบทุกวัน	12	8.0	2	1.3	14	4.7
ไม่ได้ไปเลย	16	10.7	23	15.3	39	13.0
อื่น ๆ (นานๆครั้ง, แล้วแต่ว่าง)	14	9.3	15	10.0	29	9.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่าความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดไปใช้บริการสถาน
บันเทิงดังกล่าวคือ เดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือ เดือนละครั้ง และ ไม่ได้ไป
เลย คิดเป็นร้อยละ 24.0 และ 13.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 4.7

ความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดไปใช้บริการสถานบันเทิงดังกล่าวคือ
เดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.7 รองลงมาคือ เดือนละครั้ง และ ไม่ได้ไป คิดเป็นร้อยละ 23.3
และ 13.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 8.0

ความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดไปใช้บริการสถานบันเทิงดังกล่าว
คือ เดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ เดือนละครั้ง และ ไม่ได้ไป คิดเป็นร้อยละ
24.7 และ 15.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเป็นสมาชิกชมรมหรือสโมสร

ชมรมหรือสโมสรที่เป็นสมาชิก	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สมาชิกสโมสรกีฬา	25	16.7	13	8.7	38	12.7
สมาชิกแฟนคลับคารา นักร้อง	6	4.0	5	3.3	11	3.7
สมาชิก ICQ	7	4.7	16	10.7	23	7.7
สมาชิกรายการวิทยุ	3	2.0	4	2.7	7	2.3
สมาชิกชมรมดนตรี	13	8.7	7	4.7	20	6.7
สมาชิกชมรมถ่ายภาพ	1	0.7	2	1.3	3	1.0
ไม่ได้เป็น	91	60.7	111	74.0	202	67.3
อื่นๆ (อินเทอร์เน็ต, หมากระดาน, ดูนก)	10	6.7	6	4.0	16	5.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดไม่ได้เป็นสมาชิกชมรมคิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมาคือ สมาชิกสโมสรกีฬาและ สมาชิก ICQ คิดเป็นร้อยละ 12.7 และ 7.7 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดเป็นสมาชิกชมรมถ่ายภาพ คิดเป็นร้อยละ 1.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดไม่ได้เป็นสมาชิกชมรมคิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ สมาชิกสโมสรกีฬา และ สมาชิกชมรมดนตรี คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ 8.7 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดเป็นสมาชิกชมรมถ่ายภาพ คิดเป็นร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดไม่ได้เป็นสมาชิกชมรมคิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือ สมาชิก ICQ และสมาชิกสโมสรกีฬา คิดเป็นร้อยละ 10.7 และ 8.7 โดยจำนวนน้อยที่สุดเป็นสมาชิกชมรมถ่ายภาพ คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไป

สถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไป	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทะเล / เกาะ	94	62.7	109	72.7	203	67.7
สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	80	53.3	69	46.0	149	49.7
สถานที่ท่องเที่ยวตามป่าเขาลำเนาไพร	112	74.7	111	74.0	223	74.3
แหล่งท่องเที่ยวเอกชน เช่น ฟาร์มผีเสื้อ รีสอร์ท	64	42.7	78	52.0	142	47.3
ต่างประเทศ	33	22.0	24	16.0	57	19.0
ไม่เคยไปเลย	7	4.7	3	2.0	10	3.3
อื่น ๆ (น้ำตก, ยอดคอย)	6	4.0	1	0.7	7	2.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 27 พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเคยไป คือ สถานที่เที่ยวตามป่าเขาลำเนาไพร คิดเป็นร้อยละ 74.3 รองลงมาคือ ทะเล / เกาะ และ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 67.7 และ 49.7 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือเที่ยวน้ำตก และยอดคอย คิดเป็นร้อยละ 2.3

สถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดเคยไป คือ สถานที่เที่ยวตามป่าเขาลำเนาไพร คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมาคือ ทะเล / เกาะ และ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 62.7 และ 53.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือเที่ยวน้ำตก และยอดคอย คิดเป็นร้อยละ 4.0

สถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดเคยไป คือ สถานที่เที่ยวตามป่าเขาลำเนาไพร คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือ ทะเล / เกาะ และ แหล่งท่องเที่ยวเอกชน เช่น ฟาร์มผีเสื้อ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 72.7 และ 52.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือเที่ยวน้ำตก และยอดคอย คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามการไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครบ่อยที่สุด

ไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครบ่อย	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณพ่อคุณแม่	69	46.0	83	55.3	152	50.7
ญาติพี่น้อง	34	22.7	38	25.3	72	24.0
เพื่อน ๆ	86	57.3	67	44.7	153	51.0
ไปกับสถานศึกษา	12	8.0	6	4.0	18	6.0
กรุ๊ปทัวร์	9	6.0	5	3.3	14	4.7
อื่น ๆ (ญาติของเพื่อน, คนรัก)	9	6.0	5	3.3	14	4.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ n (ชาย) = n (หญิง) = 150

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนๆ คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ คุณพ่อคุณแม่ และ ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 50.7 และ 24.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือไปกับกรุ๊ปทัวร์ ญาติของเพื่อน และคนรัก คิดเป็นร้อยละ 4.7 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนๆ คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ คุณพ่อคุณแม่ และ ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 46.0 และ 22.7 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือไปกับกรุ๊ปทัวร์ ญาติของเพื่อน และคนรัก คิดเป็นร้อยละ 6.0 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณพ่อคุณแม่ คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือเพื่อนๆ และ ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 44.7 และ 25.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดคือไปกับกรุ๊ปทัวร์ ญาติของเพื่อน และคนรัก คิดเป็นร้อยละ 3.3 เท่ากัน

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่นัดพบปะเพื่อนเป็นประจำ

สถานที่นัดพบปะเพื่อน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า Central	60	40.0	76	50.7	136	45.3
หอพัก อพาร์ทเม้นของเพื่อน	65	43.3	58	38.7	123	41.0
ร้านอาหาร Fast food / ร้านนมสด	23	15.3	26	17.3	49	16.3
ห้างสรรพสินค้า Robinson	29	19.3	25	16.7	54	18.0
บริเวณสถานศึกษา	66	44.0	88	58.7	154	51.3
Pub , Disco Teque	16	10.7	9	6.0	25	8.3
Coffee Shop	2	1.3	4	2.7	6	2.0
อื่น ๆ (บ้านตัวเอง, บ้านเพื่อน, ร้านเกษตร)	14	9.3	14	9.3	28	9.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 29 พบว่าสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมักจะนัดพบปะเพื่อนฝูงเป็นประจำ คือ บริเวณสถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า Central และหอพัก อพาร์ทเม้นของเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45.3 และ 41.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดนัดพบกันที่ Coffee Shop คิดเป็นร้อยละ 2.0

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดมักจะนัดพบปะเพื่อนฝูงเป็นประจำ คือ บริเวณสถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ หอพัก อพาร์ทเม้นของเพื่อน และ ห้างสรรพสินค้า Central คิดเป็นร้อยละ 43.3 และ 40.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดนัดพบกันที่ Coffee Shop คิดเป็นร้อยละ 1.3

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดมักจะนัดพบปะเพื่อนฝูงเป็นประจำ คือ บริเวณสถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า Central และ หอพัก อพาร์ทเม้นของเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 50.7 และ 38.7 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดนัดพบกันที่ Coffee Shop คิดเป็นร้อยละ 2.7

ส่วนที่ 3 ความสนใจที่เกี่ยวกับการชอปปิ้ง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยความสนใจเกี่ยวกับความสนใจเกี่ยวกับการชอปปิ้ง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ

รายการ	วัยรุ่นชาย		วัยรุ่นหญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปดผล	ค่าเฉลี่ย	แปดผล	ค่าเฉลี่ย	แปดผล
1. หากมีเวลว่างฉันมักจะไปเดินชอปปิ้งเสมอ	2.99	เลข๓	3.33	เลข๓	3.16	เลข๓
2. ฉันสนใจรูปทรงที่ทันสมัยของสินค้ามากกว่าคุณภาพและความคงทน	2.79	เลข๓	2.53	เลข๓	2.66	เลข๓
3. ฉันสนใจราคามากกว่าตรายี่ห้อ	3.20	เลข๓	3.56	เห็นด้วย	3.38	เลข๓
4. ฉันมักจะแสวงหาสินค้าแปลกใหม่ล่าสุดกว่าเพื่อนเสมอ	3.02	เลข๓	2.27	เลข๓	2.94	เลข๓
5. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นใหม่ล่าสุดเป็นสิ่งที่ไม่สนใจมากสำหรับฉัน	2.99	เลข๓	3.30	เลข๓	3.15	เลข๓
6. ฉันสนใจที่จะใช้เครื่องสำอาง เช่น น้ำหอม ยาระงับกลิ่นกายเพื่อเสริมบุคลิกภาพ	3.32	เลข๓	3.51	เห็นด้วย	3.41	เลข๓
7. หากมีเวลว่างฉันมักจะเล่นกีฬาเสมอ	4.02	เห็นด้วย	3.47	เลข๓	3.75	เห็นด้วย
8. หากมีโอกาสดฉันมักจะไปทานอาหารนอกบ้านเสมอ	3.31	เลข๓	3.23	เลข๓	3.27	เลข๓
9. ทานอาหารที่ร้านอาหารกับเพื่อน ๆ อร่อยกว่าทานข้าวที่บ้านตั้งเยอะ	3.07	เลข๓	2.83	เลข๓	2.95	เลข๓
10. หากมีโอกาสดฉันมักจะไปเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติเสมอ	3.77	เห็นด้วย	3.92	เห็นด้วย	3.85	เห็นด้วย
11. การเที่ยวชมความงามของธรรมชาติสนุกกว่าเที่ยวสถานบันเทิงเป็นไหน ๆ	4.05	เห็นด้วย	4.15	เห็นด้วย	4.10	เห็นด้วย
12. หากมีโอกาสดฉันมักจะไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืนเสมอ	2.80	เลข๓	2.15	ไม่เห็นด้วย	2.48	เลข๓
13. ไปเที่ยวผับ/รค กับเพื่อน ๆ สนุกกว่าเล่นกีฬาตั้งเยอะ	2.71	เลข๓	2.10	ไม่เห็นด้วย	2.41	ไม่เห็นด้วย
14. ฉันชอบใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่นับเพื่อนมากกว่าพ่อแม่	3.35	เลข๓	3.25	เลข๓	3.30	เลข๓

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสนใจในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการขอปิ้ง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจในระดับ “เฉยๆ” ยกเว้นในเรื่องการเที่ยวชมความงามธรรมชาติสนุกกว่าเที่ยวสถานบันเทิงเป็นไหนๆ หากมีโอกาสนั้นมักจะไปเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติเสมอ หากมีเวลาว่างฉันมักจะเล่นกีฬาเสมอ เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “สนใจ และไปเที่ยวผับ / เเรค กับเพื่อนๆ สนุกกว่าเล่นกีฬาตั้งเเยะ เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “ไม่สนใจ”

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าเฉลี่ยระดับความสนใจที่เกี่ยวกับการขอปิ้ง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจในระดับ “เฉยๆ” ยกเว้นในเรื่องการเที่ยวชมความงามธรรมชาติสนุกกว่าเที่ยวสถานบันเทิงเป็นไหนๆ หากมีโอกาสนั้นมักจะไปเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติเสมอ หากมีเวลาว่างฉันมักจะเล่นกีฬาเสมอ เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “สนใจ”

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยระดับความสนใจที่เกี่ยวกับการขอปิ้ง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจในระดับ “เฉยๆ” ยกเว้นความสนใจในเรื่องราคามากกว่าตราหื้อ การเที่ยวชมความงามธรรมชาติสนุกกว่าเที่ยวสถานบันเทิงเป็นไหนๆ หากมีโอกาสนั้นมักจะไปเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติเสมอ หากมีเวลาว่างฉันมักจะเล่นกีฬาเสมอ เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “สนใจ” หากมีโอกาสนั้นมักจะไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืนเสมอและไปเที่ยวผับ / เเรค กับเพื่อนๆ สนุกกว่าเล่นกีฬาตั้งเเยะ เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “ไม่สนใจ”

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่ให้ความสนใจมากที่สุด

กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคา	120	80.0	133	88.7	253	84.3
การส่งชิงโชค	27	18.0	20	13.3	47	15.7
คาราคน โปรคเป็นฟรีเซนต์อร์	11	7.3	18	12.0	29	9.7
การแจกสินค้าตัวอย่าง	62	41.3	73	48.7	135	45.0
การแจกของแถม	86	57.3	81	54.0	167	55.7
ได้แสดมปีสะสมไว้แลกซื้อครั้งต่อไป	9	6.0	33	22.0	42	14.0
การขายตรงโดยเพื่อน	7	4.7	4	2.7	11	3.7
การมีคูปองส่วนลด	56	37.3	57	38.0	113	37.7
อื่น ๆ (ความแปลกใหม่, ซิมฟรี, บริการหลังการขาย)	5	3.3	1	0.7	6	2.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 31 พบว่ากลยุทธ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดให้ความสนใจคือ การลดราคา คิดเป็นร้อยละ 84.3 รองลงมาคือ การแจกของแถม และการแจกสินค้าตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 55.7 และ 45.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดสนใจความแปลกใหม่ ซิมฟรี และบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 2.0

กลยุทธ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดให้ความสนใจคือ การลดราคา คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ การแจกของแถม และ การแจกสินค้าตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 57.3 และ 41.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดสนใจความแปลกใหม่ ซิมฟรี และบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 3.3

กลยุทธ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดให้ความสนใจคือ การลดราคา คิดเป็นร้อยละ 88.7 รองลงมาคือ การแจกของแถม และ การแจกสินค้าตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 54.0 และ 48.7 โดยจำนวนน้อยที่สุดสนใจความแปลกใหม่ ซิมฟรี และบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากแหล่งข้อมูลใด

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	108	72.0	111	74.0	219	73.0
นิตยสาร	47	31.3	51	34.0	98	32.7
แผ่นพับโฆษณา	62	41.3	71	47.3	133	44.3
วิทยุ	29	19.3	25	16.7	54	18.0
หนังสือพิมพ์	72	48.0	31	20.7	103	34.3
อินเทอร์เน็ต	41	27.3	16	10.7	57	19.0
ถามเพื่อน	43	28.7	60	40.0	103	34.3
คำแนะนำจากพนักงานขาย	21	14.0	37	24.7	58	19.3
พ่อแม่ผู้ปกครอง	15	10.0	22	14.7	37	12.3
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1	0.7	1	0.7	2	0.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 32 พบว่าในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดสนใจหาจากโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือ แผ่นพับโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 44.3 หนังสือพิมพ์ และ ถามเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 34.3 เท่ากัน และนิตยสารคิดเป็นร้อยละ 32.7 โดยจำนวนน้อยที่สุด ไม่ได้ระบุการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า คิดเป็นร้อยละ 0.7

การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดสนใจหาจากโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และ แผ่นพับโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 48.0 และ 41.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุด ไม่ได้ระบุการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า คิดเป็นร้อยละ 0.7

การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดสนใจหาจากโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือ แผ่นพับโฆษณา และ ถามเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 47.3 และ 40.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุด ไม่ได้ระบุการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับชนิดของความบันเทิงในบ้านที่ชื่นชอบ

ความบันเทิงที่ชื่นชอบ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดู TV	100	66.7	88	58.7	188	62.7
เล่นเกม & Internet	58	38.7	26	17.3	84	28
ฟังวิทยุ	38	25.3	47	31.3	85	28.3
อ่านนิตยสาร นิตยสาร การ์ตูน	22	14.7	23	15.3	45	15.0
โทรศัพท์คุยกับเพื่อน	16	10.7	25	16.7	41	13.7
อื่น ๆ (ดู ซีดี, วิดีโอ, เล่นกีตาร์)	5	3.3	3	2.0	8	2.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 33 พบว่าความบันเทิงในบ้านที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดคือ ดู TV คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคือ ฟังวิทยุ และ เล่นเกม & Internet คิดเป็นร้อยละ 28.3 และ 28.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุด ดูซีดี วิดีโอ และเล่นกีตาร์ คิดเป็นร้อยละ 2.7

ความบันเทิงในบ้านที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดคือ ดู TV คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ เล่นเกม & Internet และฟังวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 38.7 และ 25.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุด ดูซีดี วิดีโอ และเล่นกีตาร์ คิดเป็นร้อยละ 3.3

ความบันเทิงในบ้านที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดคือ ดู TV คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือ ฟังวิทยุ และ เล่นเกม & Internet คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ 17.3 โดยจำนวนน้อยที่สุด ดูซีดี วิดีโอ และเล่นกีตาร์ คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรายการทีวีที่ชื่นชอบ

รายการทีวีที่ชื่นชอบ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เกมส์โชว์	53	35.3	50	33.3	103	34.3
ละครหลังข่าว	27	18.0	81	54.0	108	36.0
ข่าว	24	16.0	16	10.7	40	13.3
กีฬา	81	54.0	7	4.7	88	29.3
ละครตลก	46	30.7	36	24.0	82	27.3
เพลง และมิวสิควีดีโอ	86	57.3	108	72.0	194	64.7
หนังสือวันหยุด	60	40.0	43	28.7	103	34.3
ทอล์กโชว์	34	22.7	39	26.0	73	24.3
อื่น ๆ (สารคดี, ซิงร้อยชิงล้าน)	3	2.0	5	3.3	8	2.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 34 พบว่ารายการทีวีที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดคือ เพลงและมิวสิควีดีโอ คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาคือ ละครหลังข่าวคิดเป็นร้อยละ 36.0 เกมส์โชว์ และ หนังสือวันหยุด คิดเป็นร้อยละ 34.3 เท่ากัน รายการทีวีที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุดคือรายการสารคดีและซิงร้อยชิงล้าน คิดเป็นร้อยละ 2.7

รายการทีวีที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดคือ เพลงและมิวสิควีดีโอ คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ รายการกีฬา และ หนังสือวันหยุด คิดเป็นร้อยละ 54.0 และ 40.0 ตามลำดับ รายการทีวีที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุดคือรายการสารคดีและซิงร้อยชิงล้าน คิดเป็นร้อยละ 2.0

รายการทีวีที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุด คือ เพลงและมิวสิควีดีโอ คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาคือ ละครหลังข่าว และ เกมส์โชว์ คิดเป็นร้อยละ 54.0 และ 33.3 รายการทีวีที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุดคือรายการสารคดีและซิงร้อยชิงล้าน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของเพลงที่ชอบ

ประเภทของเพลงที่ชอบ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพลงรักฟังสบาย	110	73.3	125	83.3	236	78.7
เพลงร็อก & แร็ป	80	53.3	68	45.3	148	49.3
เพลงลูกทุ่ง	11	7.3	13	8.7	24	8.0
เพลงโฟล์คซอง	43	28.7	36	24.0	79	26.3
เพลงไทยเดิม & ดนตรีไทย	4	2.7	8	5.3	12	4.0
เพลงคำเมือง	10	6.7	16	10.7	26	8.7
เพลงเพื่อชีวิต	47	31.3	24	16.0	71	23.7
เพลงสากล	80	53.3	94	62.7	174	58.0
ไม่ชอบฟัง	2	1.3	1	0.7	3	1.0
อื่น ๆ (ป๊อป, คลาสสิก, อะคูสติค)	3	2.0	7	4.7	10	3.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 35 พบว่าประเภทของเพลงที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดคือ เพลงรักฟังสบาย คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมาคือ เพลงสากล และ เพลงร็อก & แร็ป คิดเป็นร้อยละ 58.0 และ 49.3 ตามลำดับ ประเภทของเพลงที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุดไม่ชอบฟังเพลงคิดเป็นร้อยละ 1.0

ประเภทของเพลงที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดคือ เพลงรักฟังสบาย คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ เพลงสากล และ เพลงร็อก & แร็ป คิดเป็นร้อยละ 53.3 เท่ากัน ประเภทของเพลงที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุดไม่ชอบฟังเพลงคิดเป็นร้อยละ 1.3

ประเภทของเพลงที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดคือ เพลงรักฟังสบาย คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ เพลงสากล และ เพลงร็อก & แร็ป คิดเป็นร้อยละ 62.7 และ 45.3 ตามลำดับ ประเภทของเพลงที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุดไม่ชอบฟังเพลงคิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอาหารที่ชื่นชอบ

ประเภทของอาหารที่ชื่นชอบ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารไทย ข้าวราดแกง	73	48.7	53	35.3	126	42.0
อาหารพื้นเมือง	48	32.0	32	21.3	80	26.7
อาหาร Fast food เช่น Hamburger , KFC	24	16.0	35	23.3	59	19.7
อาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว	37	24.7	54	36.0	91	30.3
อาหารจีน	10	6.7	11	7.3	21	7.0
อาหารญี่ปุ่น	16	10.7	11	7.3	27	9.0
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	4	2.7	2	1.3	6	2.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 36 พบว่าประเภทของอาหารที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดคือ อาหารไทย ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ อาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว และ อาหารพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 30.3 และ 26.7 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดไม่ระบุประเภทอาหารที่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 2.0

ประเภทของอาหารที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดคือ คือ อาหารไทย ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาคือ อาหารพื้นเมือง และ อาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 32.0 และ 24.7 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดไม่ระบุประเภทอาหารที่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 2.7

ประเภทของอาหารที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดคือ คือ อาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ อาหารไทย ข้าวราดแกง และ Fast Food เช่น Hamburger , KFC คิดเป็นร้อยละ 35.3 และ 23.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดไม่ระบุประเภทอาหารที่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบร้านอาหารที่ชื่นชอบ

ประเภทของรูปแบบร้านอาหารที่ชื่นชอบ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทันสมัย บริการตัวเอง	43	28.7	81	54.0	124	41.3
ตกแต่งในสไตล์วัยรุ่น	24	16.0	72	48.0	96	32.0
บรรยากาศหรู โรแมนติก	18	12.0	44	29.3	62	20.6
มีดนตรีเล่นด้วย	47	31.3	74	49.3	121	40.3
บุฟเฟต์	47	31.3	90	60.0	137	45.7
อื่น ๆ (มีเกมส์, สะอาด, รสชาติดี)	13	8.7	22	14.7	35	11.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ n (ชาย) = n (หญิง) = 150

จากตารางที่ 37 พบว่ารูปแบบของร้านอาหารที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดคือ บุฟเฟต์คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ ทันสมัย บริการตัวเอง และ มีดนตรีเล่นด้วย คิดเป็นร้อยละ 41.3 และ 40.3 ตามลำดับ จำนวนน้อยที่สุดชอบมีเกมส์ สะอาด และมีรสชาติดี คิดเป็นร้อยละ 8.7

รูปแบบของร้านอาหารที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดคือ บุฟเฟต์ และมีดนตรีเล่นด้วย คิดเป็นร้อยละ 31.3 เท่ากัน รองลงมาคือ ทันสมัย บริการตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 28.7 และ ตกแต่งในสไตล์วัยรุ่น คิดเป็นร้อยละ 16.0 จำนวนน้อยที่สุดชอบมีเกมส์ สะอาด และมีรสชาติดี คิดเป็นร้อยละ 8.7

รูปแบบของร้านอาหารที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดคือ บุฟเฟต์คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ทันสมัย บริการตัวเอง และ มีดนตรีเล่นด้วย คิดเป็นร้อยละ 54.0 และ 49.3 ตามลำดับ จำนวนน้อยที่สุดชอบมีเกมส์ สะอาด และมีรสชาติดี คิดเป็นร้อยละ 14.7

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบและอยากไปเป็นพิเศษ

สถานที่ท่องเที่ยว	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทะเล / เกาะ	81	54.0	88	58.7	169	56.3
สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	23	15.3	12	8.0	35	11.7
สถานที่เที่ยวตามป่าเขาลำเนาไพร	39	26.0	31	20.7	70	23.3
แหล่งท่องเที่ยวเอกชน เช่น ฟาร์มผีเสื้อ รีสอร์ท	11	7.3	4	2.7	15	5.0
ต่างประเทศ	45	30.0	42	28.0	87	29.0
ไม่เคยไปเลย	3	2.0	0	0.0	3	1.0
อื่น ๆ (ประเทศญี่ปุ่น, ไม่ระบุ)	3	2.0	0	0.0	3	1.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 38 พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดชื่นชอบและอยากไปเป็นพิเศษ คือ ทะเล / เกาะ คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือ ต่างประเทศ และ สถานที่เที่ยวตามป่าเขาลำเนาไพร คิดเป็นร้อยละ 29.0 และ 23.3 ตามลำดับ จำนวนน้อยที่สุดคือไม่เคยไปเลย ซึ่งชอบประเทศญี่ปุ่น และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 1.0 เท่ากัน

สถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดชื่นชอบและอยากไปเป็นพิเศษ คือ ทะเล / เกาะ คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ ต่างประเทศ และ สถานที่เที่ยวตามป่าเขาลำเนาไพร คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ 26.0 ตามลำดับ จำนวนน้อยที่สุดคือไม่เคยไปเลย ซึ่งชอบประเทศญี่ปุ่น และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 2.0 เท่ากัน

สถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดชื่นชอบและอยากไปเป็นพิเศษ คือ ทะเล / เกาะ คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือ ต่างประเทศ และ สถานที่เที่ยวตามป่าเขาลำเนาไพร คิดเป็นร้อยละ 28.0 และ 20.7 ตามลำดับ จำนวนน้อยที่สุดคือไม่เคยไปเลย ซึ่งชอบประเทศญี่ปุ่น และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 0.0 เท่ากัน

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเป็นพิเศษ

รูปแบบการท่องเที่ยว	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อบริการกรุ๊ปทัวร์	9	6.0	15	10.0	24	8.0
ไปแคมป์ / ผจญภัย	90	60.0	93	62.0	183	61.0
เที่ยวแบบซ่าเหมา / Back Packer	9	6.0	7	4.7	16	5.3
ทัศนศึกษา	31	20.7	24	16.0	55	18.3
แรลลี่กับครอบครัว	33	22.0	33	22.0	66	22.0
อื่น ๆ (แล้วแต่เพื่อน, ไม่ระบุ)	6	4.0	5	3.3	11	3.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ n (ชาย) = n (หญิง) = 150

จากตารางที่ 39 พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดชื่นชอบเป็นพิเศษ คือ ไปแคมป์ / ผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคือ แรลลี่กับครอบครัว และ ทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ 18.3 ตามลำดับ จำนวนน้อยที่สุดคือแล้วแต่เพื่อน ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 3.7

รูปแบบการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดชื่นชอบเป็นพิเศษ คือ ไปแคมป์ / ผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ แรลลี่กับครอบครัว และ ทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ 20.7 ตามลำดับ จำนวนน้อยที่สุดคือแล้วแต่เพื่อน ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 4.0

รูปแบบการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดชื่นชอบเป็นพิเศษ คือ ไปแคมป์ / ผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ แรลลี่กับครอบครัว และ ทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ 16.0 ตามลำดับ จำนวนน้อยที่สุดคือแล้วแต่เพื่อน ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 3.3

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการช้อปปิ้ง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว ร้านอาหาร สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการสั่งซื้อทางไปรษณีย์หรืออินเทอร์เน็ต

ความคิดเห็นต่อการสั่งซื้อทางไปรษณีย์	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สะดวก	68	45.3	51	34.0	119	39.7
มีสินค้าให้เลือกซื้อมากกว่า	33	22.0	13	8.7	46	15.3
มีเวลาพิจารณารายละเอียดมากกว่า	29	19.3	5	3.3	34	11.3
ไม่เสียเวลาไปเลือกซื้อ	26	17.3	17	11.3	43	14.3
ไม่สะดวกเพราะไม่มีบัตรเครดิต	38	25.3	17	11.3	55	18.3
กลัวไม่ได้ของเหมือนในภาพ	57	38.0	84	56.0	141	47.0
ราคาแพง	33	22.0	41	27.3	74	24.7
ไม่ชอบเพราะไม่ได้เลือกกับมือ	68	45.3	89	59.3	153	51.0
เหมาะกับสินค้าบางประเภทเท่านั้น	43	28.7	57	38.0	100	33.3
อื่น ๆ (ไม่นิยมเพราะไม่ต้องการให้ข้อมูลส่วนตัว)	6	4.0	1	0.7	7	2.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ $n = 300$ $n(\text{ชาย}) = n(\text{หญิง}) = 150$

จากตารางที่ 40 พบว่าความคิดเห็นต่อการสั่งซื้อทางไปรษณีย์ หรืออินเทอร์เน็ต ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดคือ ไม่ชอบเพราะไม่ได้เลือกกับมือ คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ กลัวไม่ได้ของเหมือนในภาพ สะดวก และ เหมาะกับสินค้าบางประเภทเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 47.0 39.7 และ 33.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดจะไม่นิยมเพราะไม่ต้องการให้ข้อมูลส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 2.3

ความคิดเห็นต่อการสั่งซื้อทางไปรษณีย์ หรืออินเทอร์เน็ต ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนมากที่สุดคือ สะดวก และ ไม่ชอบเพราะไม่ได้เลือกกับมือ คิดเป็นร้อยละ 45.3 เท่ากัน รองลงมาคือ กลัวไม่ได้ของเหมือนในภาพ ไม่สะดวกเพราะไม่มีบัตรเครดิตคิดเป็นร้อยละ 38.0 และ 25.3 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดจะไม่นิยมเพราะไม่ต้องการให้ข้อมูลส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 4.0

ความคิดเห็นต่อการสั่งซื้อทางไปรษณีย์ หรืออินเทอร์เน็ต ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวนมากที่สุดคือ ไม่ชอบเพราะไม่ได้เลือกกับมือ คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ กลัวไม่ได้ของ

เหมือนในภาพ เหมาะกับสินค้าบางประเภทเท่านั้น และสะดวก คิดเป็นร้อยละ 56.0 38.0 และ 34.0 ตามลำดับ โดยจำนวนน้อยที่สุดจะไม่นิยมเพราะไม่ต้องการให้ข้อมูลส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 0.7

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของวัยรุ่นที่เกี่ยวกับการชอปปิ้ง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว ร้านอาหาร สถาบันบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ

รายการ	วัยรุ่นชาย		วัยรุ่นหญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ฉันเป็นคนชอบลองของใหม่แต่ก็หยาบเร็ว	3.04	เฉยๆ	3.23	เฉยๆ	3.14	เฉยๆ
2. ฉันยอมอดข้าวเพื่อเก็บเงินซื้อของราคาแพงที่ฉันอยากได้	2.78	เฉยๆ	2.53	เฉยๆ	2.66	เฉยๆ
3. การมีบัตรเครดิต ให้อือเป็นการปกป้องฐานะและความทันสมัย	2.61	เฉยๆ	2.27	ไม่เห็นด้วย	2.44	ไม่เห็นด้วย
4. การไปชอปปิ้งตามร้านขายของถูกข้างถนนดีกว่า เพราะของเหมือนกันแต่ประหยัดกว่า	3.74	เห็นด้วย	3.76	เห็นด้วย	3.75	เห็นด้วย
5. สินค้าไทยยังไม่มีความทันสมัยสินค้านำเข้า	2.99	เฉยๆ	2.96	เฉยๆ	2.97	เฉยๆ
6. สินค้าที่ดีต้องเป็นสินค้านำเข้าที่รู้จัก และยอมรับของคนทั่วไป	3.12	เฉยๆ	2.95	เฉยๆ	3.04	เฉยๆ
7. การใช้สินค้าที่มีตราสัญลักษณ์ที่รู้จัก เป็นสิ่งสำคัญในการเสริมบุคลิกภาพ	2.99	เฉยๆ	2.84	เฉยๆ	2.92	เฉยๆ
8. เวลาซื้อของฉันชอบถามเพื่อนมากกว่าถามพ่อแม่	3.31	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ
9. สุขภาพนับเป็นเรื่องที่สำคัญมาก	4.32	เห็นด้วย	4.45	เห็นด้วย	4.39	เห็นด้วย
10. การเล่นเกมทำให้ห่างไกลยาเสพติดได้จริงๆ นะ	4.01	เห็นด้วย	4.24	เห็นด้วย	4.13	เห็นด้วย
11. การเล่นเกมทำให้สุขภาพดี รูปร่างดี	4.36	เห็นด้วย	4.31	เห็นด้วย	4.33	เห็นด้วย
12. ใครที่เล่น Internet ไม่เป็น เป็นคนที่เซยมาก	3.05	เฉยๆ	2.97	เฉยๆ	3.01	เฉยๆ
13. การเรียนเสริม หรือเรียนกวดวิชาเป็นเรื่องที่ไม่จำเป็น	3.02	เฉยๆ	2.81	เฉยๆ	2.91	เฉยๆ

ตารางที่ 41 ต่อ

รายการ	วัยรุ่นชาย		วัยรุ่นหญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
14. การรับประทานอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งที่ไม่ดี	3.27	เลขฯ	3.21	เลขฯ	3.24	เลขฯ
15. ร้านอาหารที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่นควรมีการตกแต่ง และมีประเภทของอาหารที่แตกต่างจากร้านอาหารทั่วไป	3.20	เลขฯ	3.19	เลขฯ	3.19	เลขฯ
16. การทดลองดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่น่าจะเป็นเรื่องเสียหายอะไร	3.07	เลขฯ	2.75	เลขฯ	2.91	เลขฯ
17. การทดลองสูบบุหรี่ไม่น่าจะเป็นเรื่องเสียหายอะไร	2.47	ไม่เห็นด้วย	1.95	ไม่เห็นด้วย	2.21	ไม่เห็นด้วย
18. การจัดระเบียบทางสังคมและแจ้งมรดกกับวัยรุ่นไม่ให้เข้าไปเที่ยวสถานบันเทิงกลางคืนนับเป็นสิ่งที่ดี	3.35	เลขฯ	3.75	เห็นด้วย	3.55	เห็นด้วย
19. ถึงแม้จะมีสถานบันเทิงสำหรับวัยรุ่น โดยเฉพาะก็ยังไม่ไปเพราะมันไม่ดี	3.27	เลขฯ	3.51	เห็นด้วย	3.39	เลขฯ
20. การดูฟุตบอลให้สนุกต้องมีการพนันด้วย	2.48	ไม่เห็นด้วย	1.72	ไม่เห็นด้วย	2.10	ไม่เห็นด้วย
21. การได้ไปเที่ยวต่างประเทศเป็นสิ่งที่ดี	2.95	เลขฯ	2.63	เลขฯ	2.79	เลขฯ
22. การท่องเที่ยวในที่พักใหม่เป็นสิ่งที่ดีที่สร้างเสริมประสบการณ์มากกว่าเป็นการพักผ่อน	3.69	เห็นด้วย	3.81	เห็นด้วย	3.75	เห็นด้วย
23. การเที่ยวชมธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดีและควรได้รับการสนับสนุน	4.27	เห็นด้วย	4.35	เห็นด้วย	4.31	เห็นด้วย

จากตาราง 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการ ขอป้ัง กีฬา และสันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจในระดับ “เฉยๆ” ยกเว้นในเรื่อง การไปขอป้ตามร้านขายของของถูกข้างถนนดีกว่า เพราะของเหมือนกันแต่ประหยัดกว่า สุขภาพนับเป็นสิ่งที่สำคัญมาก การเล่นเกมทำให้ห่างไกลยาเสพติดได้ ทำให้สุขภาพดี รูปร่างดี การท่องเที่ยวในที่แปลกใหม่เป็นสิ่งที่สร้างเสริมประสบการณ์มากกว่าเป็นการฟุ่มเฟือย การเที่ยวชมธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดีและควรได้รับการสนับสนุน การจัดระเบียบทางสังคม และเข้มงวดกับวัยรุ่นไม่ให้เข้าไปเที่ยวสถานบันเทิงกลางคืนนับเป็นสิ่งที่ดี เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “เห็นด้วย” และการมีบัตรเครดิตใช้ถือเป็นการบ่งบอกฐานะและความทันสมัย การทดลองสูบบุหรี่ไม่น่าจะเป็นเรื่องเสียหายอะไร การดูฟุตบอลให้สนุกต้องมีการพนันด้วย เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “ไม่เห็นด้วย”

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการ ขอป้ัง กีฬา และ สันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจในระดับ “เฉยๆ” ยกเว้นในเรื่อง การไปขอป้ตามร้านขายของของถูกข้างถนนดีกว่า เพราะของเหมือนกันแต่ประหยัดกว่า สุขภาพนับเป็นสิ่งที่สำคัญมาก การเล่นเกมทำให้ห่างไกลยาเสพติดได้ ทำให้สุขภาพดี รูปร่างดี การท่องเที่ยวในที่แปลกใหม่เป็นสิ่งที่สร้างเสริมประสบการณ์มากกว่าเป็นการฟุ่มเฟือย การเที่ยวชมธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดีและควรได้รับการสนับสนุน เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “เห็นด้วย” และ การทดลองสูบบุหรี่ไม่น่าจะเป็นเรื่องเสียหายอะไร การดูฟุตบอลให้สนุกต้องมีการพนันด้วย เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “ไม่เห็นด้วย”

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการ ขอป้ัง กีฬา และ สันทนาการ การใช้บริการ การท่องเที่ยว สถานบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจในระดับ “เฉยๆ” ยกเว้นในเรื่อง การไปขอป้ตามร้านขายของของถูกข้างถนนดีกว่า เพราะของเหมือนกันแต่ประหยัดกว่า สุขภาพนับเป็นสิ่งที่สำคัญมาก การเล่นเกมทำให้ห่างไกลยาเสพติดได้ ทำให้สุขภาพดี รูปร่างดี การท่องเที่ยวในที่แปลกใหม่เป็นสิ่งที่สร้างเสริมประสบการณ์มากกว่าเป็นการฟุ่มเฟือย การเที่ยวชมธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดีและควรได้รับการสนับสนุน ถึงแม้จะมีสถานบันเทิงสำหรับวัยรุ่นโดยเฉพาะ ก็คงไม่ไปเพราะมันไม่ดี การจัดระเบียบทางสังคมและเข้มงวดกับวัยรุ่นไม่ให้เข้าไปเที่ยวสถานบันเทิงกลางคืนนับเป็นสิ่งที่ดี เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “เห็นด้วย” และการมีบัตรเครดิตใช้ถือเป็นการบ่งบอกฐานะและความทันสมัย การทดลองสูบบุหรี่ไม่น่าจะเป็นเรื่องเสียหายอะไร การดูฟุตบอลให้สนุกต้องมีการพนันด้วย เป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจระดับ “ไม่เห็นด้วย”