

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสารมวลชนของเจนเนอร์ชั้นวัย  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวอัญชณี วิเลิศศักดิ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา ประธานกรรมการ  
อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเนอร์ชั้นวัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 25-33 ปี หรือที่เรียกว่าเจนเนอร์ชั้นวัย จำนวน 386 ราย แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเป็นเพศหญิง มีอายุ 25 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาทและ10,001-15,000 บาท ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน สำหรับสื่อมวลชนที่เจนเนอร์ชั้นวัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เปิดรับมากที่สุดเรียงตามลำดับ คือ โทรทัศน์ (ร้อยละ 94.8) อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 84.2) วิทยุ (ร้อยละ 73.6) หนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 71.8) นิตยสาร (ร้อยละ 56.7) และภาพยนตร์ (ร้อยละ 54.7) โดยแบ่งตามประเภทสื่อมวลชน ดังนี้

โทรทัศน์ ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด โดยชมโทรทัศน์วันละ 2 ครั้ง หรือมากกว่า และมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 3 ชั่วโมง 53 นาที สถานีโทรทัศน์ที่ชมบ่อยที่สุด คือ ช่อง 3 และชมรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวประจำวันมากที่สุด

อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในวันจันทร์- ศุกร์มากที่สุด โดยใช้อินเทอร์เน็ตวันละ 2 ครั้ง หรือมากกว่า และมีระยะเวลาใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 4 ชั่วโมง สำหรับเว็บไซต์ (Website) ที่เข้าใช้ประจำ คือ Google เพื่อใช้ในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร รองลงมาเป็นเว็บไซต์ที่ใช้รับส่งอีเมลล์ เช่น Hotmail, Yahoo, Kapook เป็นต้น

วิทยุ ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังวิทยุในวันจันทร์ - ศุกร์มากที่สุด โดยไม่มีสถานีวิทยุที่รับฟังประจำจะหมุนเปลี่ยนคลื่นไปเรื่อยๆ และเปิดรับสื่อวิทยุวันละครั้ง โดยมีระยะเวลารับฟังเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 1 ชั่วโมง ส่วนใหญ่เลือกรับฟังประเภทหรือรายการเพลง โดยจะรับฟังรายการวิทยุที่บ้านหรือหอพัก รองลงมาคือ ขณะขับรถยนต์ และรับฟังจากเครื่องเล่นเสียงมากที่สุด

หนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์- ศุกร์มากที่สุด โดยอ่านหนังสือพิมพ์วันละครั้งและช่วงเวลาที่อ่าน คือ ช่วงพักกลางวัน (12.00-12.59 น.) โดยในแต่ละครั้งจะอ่านหนังสือพิมพ์นานประมาณ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทยที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไทยรัฐ โดยรายการของหนังสือพิมพ์ที่ส่วนใหญ่อ่าน คือ พาดหัวข่าว รองลงมาเป็นบันเทิง ดารา และการเมือง

นิตยสาร ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารในวันจันทร์- ศุกร์มากที่สุด โดยอ่านนิตยสารสัปดาห์ละครั้ง มีเวลาอ่านนิตยสารในเวลาว่าง ช่วงบ่ายหรือช่วงเย็น โดยมีระยะเวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 1-2 ชั่วโมง ประเภทหรือ รายการของนิตยสารที่ส่วนใหญ่อ่าน คือ นิตยสารผู้หญิง รองลงมาเป็นบันเทิง ดารา และนิยมอ่านทั้งเล่มมากกว่าแยกเป็นคอลัมน์

ภาพยนตร์ ผู้ตอบแบบสอบถาม นิยมชมภาพยนตร์ในวันเสาร์ – อาทิตย์มากที่สุด โดยชมภาพยนตร์เดือนละ 1 ครั้ง เวลาชมภาพยนตร์ในวันเสาร์ – อาทิตย์ คือ เวลา 12.00 – 24.00 น. ส่วนช่วงเวลาที่ชมภาพยนตร์ในวันจันทร์- ศุกร์ คือ เวลา 20.00 – 24.00 น. และชมภาพยนตร์เอกชน ผจญภัย รองลงมา คือ ตลกและรัก โรแมนติก

สำหรับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ต้องการรับสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความบันเทิงและต้องการด้านการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง โดยมีความต้องการด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลเป็นลำดับสุดท้าย

**Independent Study Title**      Generation Y's Behavior Towards Exposure of Mass Media  
in Mueang District Chiang Mai Province

**Author**                              Miss Aunchalee Wiloedsak

**Degree**                              Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assistance Professor Dr. Patchara Tantiprapa	Chairperson
Lecturer Ranus Sermboonsang	Member

### **Abstract**

The objective of this research was to study generation Y's behaviors towards the exposure to mass media in Mueang District, Chiang Mai. The data was collected from questionnaire distributed to 386 generation Y members aging 25-33 years. The data was from convenience sampling. The data was then analyzed using frequency, percentage and mean.

The results of the study showed that most questionnaire respondents were female of 25 years of age, single, with college education. They were government officials or worked with government enterprises. Their salary was 5,001-10,000 baht and 10,001-15,000 baht. Employees with these two ranges of salary were somewhat equal in number. Mass media of their choices were television (94.8%), the Internet (84.2), radio (73.6), newspapers (71.8%), magazines (56.7%), and movies (54.7%).

The details of the analysis for each type of media were as follows. For television, the respondents watched television the most during Monday-Friday and turned on the television twice a day or more. The average viewing period for each time was 3 hours 53 minutes. The most frequented channel was Channel 3. They watched daily news the most.

For the Internet, the respondents used it the most during Monday-Friday and used it twice a day or more. The average period of each use was 4 hours. The most frequented website was Google, to search for information, and the second frequented websites were e-mail related sites such as Hotmail, Yahoo, and Kapook.

For radio, the respondents listened to it the most during Monday-Friday without any specific stations; they preferred changing stations while listening. They turned on the radio once a day with the average period of listening of 1 hour. Most chose music stations. They listened to the radio mostly at home or apartment; the second choice of place was while driving. They listened the most from audio player.

For newspapers, the respondents read them the most during Monday-Friday. Most read them once a day, during lunch break (12:00-12:59). The average period of reading was 30 minutes to one hour. The most preferred daily Thai newspaper was Thairat. The section most preferred was headline news. Other preferred sections were entertainment, movie star news and politics, respectively.

For magazines, the respondents read them the most during Monday-Friday. They read them once a week, mostly in the afternoon or evening. The average reading period was 1-2 hours. The most preferred type of magazine was women's magazines. Other choices were entertainment, and movie stars, respectively. They preferred reading the whole magazine rather than by sections.

For movies, the respondents saw movies the most on Saturday and Sunday, once a month. On Saturday and Sunday, their viewing times were 12:00-24:00. On Monday-Friday, their viewing times were 20:00-24:00. They preferred action movies the most. Other choices were comedy and romantic movies respectively.

The reasons for exposing themselves to the media were as follows: demand for current information, entertainment, image, and interaction with people, respectively.