

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวอรอนงค์ ทิพย์เสถียรกุล

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ดันติประภา ประธานกรรมการ  
อาจารย์เรณัฐ เสริมบุญสร้าง กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 34-39 ปี หรือที่เรียกว่าเจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์ จำนวน 400 ราย แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเป็นเพศหญิง มีอายุ 34 ปี สถานภาพแต่งงาน มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท สำหรับสื่อมวลชนที่เจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เปิดรับมากที่สุดเรียงตามลำดับ คือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ นิตยสารและภาพยนตร์ โดยแบ่งตามประเภทสื่อมวลชน ดังนี้

โทรทัศน์ ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด โดยชมโทรทัศน์วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า และมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 3 ชั่วโมง 26 นาที สถานีโทรทัศน์ที่ชมบ่อยที่สุด คือ ช่อง 3 และชมรายการประเภทข่าวประจำวันมากที่สุด มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แบบเปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่นร่วมด้วย

หนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด โดยอ่านหนังสือพิมพ์วันละครั้งและช่วงเวลาที่อ่าน คือ ช่วงพักกลางวัน (12.00-12.29 น.) โดยในแต่ละครั้งจะอ่านหนังสือพิมพ์นานประมาณ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทยที่

นิยมนอ่านมากที่สุด คือ ไทยรัฐ โดยรายการของหนังสือพิมพ์ที่อ่านส่วนใหญ่ คือ พาดหัวข่าว รองลงมาคือ เศรษฐกิจ และการเมือง และนิยมนอ่านทั้งเล่ม มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบบเปิดรับเพียงสื่อเดียว

อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมนใช้อินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป โดยใช้อินเทอร์เน็ตวันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า และมีระยะเวลาใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 3 ชั่วโมง สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าใช้ประจำ คือ Hotmail และ Google เพื่อใช้ในการรับส่งอีเมล และค้นหาข้อมูลข่าวสาร มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบบเปิดรับเพียงสื่อเดียว

วิทยุ ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด โดยรับฟังวิทยุวันละครั้ง และมีระยะเวลาฟังต่อครั้งประมาณ 30 นาที 1 ชั่วโมง ส่วนใหญ่เลือกรับฟังประเภทหรือรายการเพลง โดยจะรับฟังวิทยุขณะขับรถยนต์รองลงมาคือ ที่บ้าน และรับฟังจากเครื่องเล่นวิทยุมากที่สุด มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบบเปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่นร่วมด้วย

นิตยสาร ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด โดยอ่านนิตยสารสัปดาห์ละครั้ง มีเวลาอ่านนิตยสารในเวลาว่าง ช่วงเช้าหรือช่วงเย็น โดยมีระยะเวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 1 ชั่วโมง ประเภทหรือรายการของนิตยสารที่ส่วนใหญ่อ่าน คือ นิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน รองลงมาเป็นบันเทิง ดาราและนิยมนอ่านทั้งเล่มมากกว่าแยกอ่านเป็นคอลัมน์ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบบเปิดรับเพียงสื่อเดียว

ภาพยนตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมชมภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด โดยชมภาพยนตร์น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง เวลาชมภาพยนตร์คือ 12.00-15.00 น. นิยมชมภาพยนตร์แนวแอคชั่น ผจญภัย รองลงมาคือ ตลก และรัก โรแมนติก และนิยมชมภาพยนตร์คนแฟน/คนรัก

สำหรับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น กลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ ต้องการรับสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความบันเทิงและต้องการด้านสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเอง โดยมีความต้องการด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเป็นลำดับสุดท้าย

**Independent Study Title**            Generation X’s Exposure Behavior Towards Mass Media  
in Mueang District, Chiang Mai Province

**Author**                                    Miss Onanong Tipsathienkul

**Degree**                                    Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assistance Professor Dr.Patchara Tantiprabha    Chairperson

Lecturer Renus Seramboonsang                                    Member

### **Abstract**

The objective of this research was to study generation X’s exposure behavior towards mass media in Mueang District, Chiang Mai. The data was collected from questionnaire distributed to 400 generation X members aging 34-39 years. The data was from convenience sampling. The data was then analyzed using frequency, percentage and mean.

The result of the study showed that most respondents were female of 34 years of age, married, with college education. They were government officials or worked with government enterprises. Their salary was 10,001-15,000 baht. Mass media of their choices were television, newspaper, internet, radio, magazines, and movies.

The details of the analysis for each type of media were as follow. 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 26 minutes. The most frequented channel was Channel 3. They watched daily news the most. They watched television while doing other activities.

For newspaper, the respondents read them the most during Monday-Friday. Most read them once a day, during lunch breaks. The average period of reading was 30 minutes to one hour. The most preferred daily Thai newspaper was Thairath. The section most preferred was headline

news. Other preferred sections were economics, politics they also preferred reading the whole newspaper. While reading newspaper, they did not do other activities.

For 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 3 hours. The most frequented website was Hotmail, to e-mail and the second frequented website was Google, to search for information. While using internet, they did not do other activities.

For radio, the respondents listened to it the most during Monday-Friday. They turned on radio once a day with the average period of listening was 30 minutes to one hour. Most of them chose music program. They listened to the radio mostly while driving. They listened the most from audio player. They listened to the radio while doing other activities.

For magazines, the respondents read them the most during Saturday and Sunday. They read them once a week, mostly in the morning or evening. The average reading period was 1 hour. The most preferred type of magazine was home and home decoration. Other choices were entertainment and movie star magazines, respectively. They preferred reading the whole magazine rather than by sections. While reading magazine, they did not do other activities.

For movie, the respondents watched movies the most on Saturday and Sunday, less than once a month. Their viewing times were 12 am. – 3 pm. 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.