

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่เป็นการศึกษาเพื่อให้เข้าถึงกระบวนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชน ระยะเวลาและช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 34-39 ปี

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย ได้ผลการศึกษาด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 1-6

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	178	44.5
หญิง	222	55.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.5 และเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 44.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
34 ปี	123	30.8
35 ปี	62	15.5
36 ปี	43	10.8
37 ปี	31	7.8
38 ปี	42	10.5
39 ปี	99	24.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคืออายุ 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.8 มีอายุ 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีอายุ 36 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.8 มีอายุ 38 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.5 และมีอายุ 37 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.8 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	177	44.3
แต่งงาน	205	51.3
หม้าย/หย่า	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาคือมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 44.3 และมีสถานภาพหม้าย/หย่า 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	7	1.8
มัธยมศึกษา	29	7.3
ปวส. , อนุปริญญา	30	7.5
ปริญญาตรี	265	66.3
ปริญญาโท	65	16.3
สูงกว่าปริญญาโท	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมามีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 16.3 มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปวส.,อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 7.3 มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 1.8 และมีระดับการศึกษาสูงสุดสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน, นักศึกษา	9	2.3
รับราชการ, รัฐวิสาหกิจ	185	46.3
ค้าขาย, กิจการส่วนตัว	63	15.8
พนักงานบริษัทเอกชนระดับปฏิบัติการ	96	24.0
พนักงานบริษัทเอกชนระดับผู้จัดการ / ผู้บริหาร	33	8.3
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	7	1.8
อื่นๆ	7	1.8
รวม	400	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ รับจ้างทั่วไป ว่างาน และนักวิจัย

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมามีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 24.0 มีอาชีพค้าขาย กิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 15.8 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนระดับผู้จัดการ / ผู้บริหาร คิดเป็นร้อยละ 8.3 มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.3 มีอาชีพเป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และมีอาชีพอื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป ว่างงาน นักวิจัย เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	84	21.0
10,001 – 15,000 บาท	112	28.0
15,001 – 20,000 บาท	57	14.3
20,001 – 25,000 บาท	51	12.8
มากกว่า 25,000 บาท	96	24.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชน

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชน โดยในส่วนแรกจะเป็นภาพรวมของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชน คือประเภทสื่อมวลชนที่มีในบ้าน สื่อมวลชนที่เปิดรับบ่อยที่สุดและเหตุผลที่เปิดรับสื่อมวลชน ถัดมาจะเป็นข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชน โดยจะนำเสนอทีละสื่อ เรียงตามลำดับคือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตและภาพยนตร์ โดยประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชน ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อมวลชน ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อมวลชน ช่องทางในการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละชนิด และประเภทรายการที่เปิดรับ ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 7 - 218

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อที่มีในบ้าน

สื่อมวลชน	จำนวน*	ร้อยละ
โทรทัศน์	395	98.8
วิทยุ	329	82.3
หนังสือพิมพ์	261	65.3
นิตยสาร	211	52.8
อินเทอร์เน็ต	221	55.3

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 400 คน)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 98.8 รองลงมามีวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 82.3 มีหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 65.3 มีอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 55.3 และมีนิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 52.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อมวลชนที่เปิดรับ

สื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	393	98.3
วิทยุ	266	66.5
หนังสือพิมพ์	302	75.5
นิตยสาร	225	56.3
ภาพยนตร์	175	43.8
อินเทอร์เน็ต	283	70.8
อื่นๆ	3	0.8

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 400 คน)

2. อื่น ๆ ได้แก่ เสียงตามสายของชุมชน ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 98.3 รองลงมาเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 75.5 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 70.8 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 66.5 นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 56.3 ภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 43.8 และสื่อมวลชนอื่น ๆ เช่น เสียงตามสายของชุมชน ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อมวลชนที่เปิดรับบ่อยที่สุด

สื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	336	84.0
วิทยุ	18	4.5
หนังสือพิมพ์	11	2.7
นิตยสาร	2	0.5
อินเทอร์เน็ต	33	8.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.0 รองลงมาเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 8.3 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 4.5 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 2.7 และนิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เปิดรับสื่อ

เหตุผลที่เปิดรับสื่อ	จำนวน*	ร้อยละ
สื่อฟรี	186	46.5
เป็นเจ้าของ / สมาชิกของสื่อ	26	6.5
สะดวกในการเข้าถึงเนื่องจากมีเครื่องรับสื่ออยู่ที่บ้าน	267	66.8
ที่ทำงานมีสื่อให้ใช้	123	30.8
ไม่มีอะไรทำ รับสื่อเพื่อฆ่าเวลา	39	9.8
ต้องการติดตามข่าวสาร	190	47.5

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 400 คน)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเปิดรับสื่อเนื่องจากสะดวกในการเข้าถึงเนื่องจากมีเครื่องรับสื่ออยู่ที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาเปิดรับสื่อเนื่องจากต้องการติดตามข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 47.5 เปิดรับสื่อเนื่องจากเป็นสื่อฟรี คิดเป็นร้อยละ 46.5 เปิดรับสื่อเนื่องจากที่ทำงานมีสื่อให้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 30.8 เปิดรับสื่อเนื่องจากไม่มีอะไรทำ รับสื่อเพื่อฆ่าเวลา คิดเป็นร้อยละ 9.8 และเปิดรับสื่อเนื่องจากเป็นเจ้าของ / สมาชิกของสื่อ คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

2.1 โทรทัศน์

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำ

การเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำ*	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	16	4.0
ชม	384	96.0
รวม	400	100.0

หมายเหตุ * เป็นประจำ หมายถึง ไม่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 96.0 และไม่รับชมโทรทัศน์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	3	0.8
สัปดาห์ละครั้ง	4	1.0
สัปดาห์ละ 2-3 วัน	34	8.9
สัปดาห์ละ 4-5 วัน	60	15.6
วันละครั้ง	134	33.9
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	149	38.8
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์วันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.9 เปิดรับสื่อโทรทัศน์สัปดาห์ละ 4-5 วัน คิดเป็นร้อยละ 15.6 เปิดรับสื่อโทรทัศน์สัปดาห์ละ 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 8.9 เปิดรับสื่อโทรทัศน์สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.0 และเปิดรับสื่อโทรทัศน์น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน*	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	371	96.6
เสาร์-อาทิตย์	357	93.5

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 384 คน)

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 96.6 และเปิดรับสื่อในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 93.5

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.0	
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	5	1.3	11
05.00-05.29 น.	3	0.8	13
05.30-05.59 น.	5	1.3	11
06.00-06.29 น.	51	13.7	2
06.30-06.59 น.	8	2.2	10
07.00-07.29 น.	68	18.3	1
07.30-07.59 น.	5	1.3	11
08.00-08.59 น.	9	2.4	9
09.00-09.59 น.	2	0.5	14
10.00-10.59 น.	2	0.5	14
11.00-11.59 น.	1	0.3	15
12.00-12.29 น.	5	1.3	11
12.30-12.59 น.	1	0.3	15
13.00-13.59 น.	1	0.3	15
14.00-14.59 น.	0	0.0	
15.00-15.59 น.	0	0.0	
16.00-16.29 น.	4	1.1	12
16.30-16.59 น.	3	0.8	13
17.00-17.29 น.	21	5.7	6

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
17.30-17.59 น.	5	1.3	11
18.00-18.29 น.	47	12.7	3
18.30-18.59 น.	12	3.2	8
19.00-19.29 น.	43	11.6	4
19.30-19.59 น.	9	2.4	9
20.00-20.29 น.	39	10.5	5
20.30-20.59 น.	3	0.8	13
21.00-21.59 น.	13	3.5	7
22.00-22.29 น.	4	1.1	12
22.30-22.59 น.	2	0.5	14
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 371 คน

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 07.00-07.29 น. คิดเป็นร้อยละ 18.3 รองลงมาคือ เวลา 06.00-06.29 น. คิดเป็นร้อยละ 13.7 เวลา 18.00-18.29 น. คิดเป็นร้อยละ 12.7 เวลา 19.00-19.29 น. คิดเป็นร้อยละ 11.6 เวลา 20.00-20.29 น. คิดเป็นร้อยละ 10.5 เวลา 17.00-17.29 น. คิดเป็นร้อยละ 5.7 เวลา 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.5 เวลา 08.00-08.59 น. 19.30-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.4 เท่ากัน เวลา 06.30-06.59 น. คิดเป็น ร้อยละ 2.2 เวลา 04.00-04.59 น. 05.30-05.59 น. 07.30-07.59 น. 12.00-12.29 น. และ 17.30-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน เวลา 16.00-16.29 น. และ 22.00-22.29 น. คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน เวลา 05.00-05.29 น. 16.30-16.59 น. และ 20.30-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 และเวลา 09.00-09.59 น. 10.00-10.59 น. และ 22.30-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.5 เท่ากัน เวลา 11.00-11.59 น. 12.30-12.59 น. และ 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.3 เท่ากันตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.29 น.	80	21.6	1
00.30-00.59 น.	2	0.5	14
01.00-01.29 น.	9	2.4	9
01.30-01.59 น.	1	0.3	15
02.00-02.59 น.	2	0.5	14
03.00-03.59 น.	2	0.5	14
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	1	0.3	15
07.00-07.29 น.	2	0.5	14
07.30-07.59 น.	1	0.3	15
08.00-08.29 น.	12	3.2	7
08.30-08.59 น.	7	1.9	10
09.00-09.59 น.	1	0.3	15
10.00-10.59 น.	0	0.0	
11.00-11.59 น.	3	0.8	13
12.00-12.29 น.	4	1.1	12
12.30-12.59 น.	2	0.5	14
13.00-13.59 น.	1	0.3	15
14.00-14.59 น.	0	0.0	
15.00-15.59 น.	1	0.3	15
16.00-16.59 น.	0	0.0	
17.00-17.59 น.	0	0.0	
18.00-18.59 น.	2	0.5	14
19.00-19.59 น.	5	1.3	11
20.00-20.29 น.	27	7.3	5

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
20.30-20.59 น.	11	3.0	8
21.00-21.29 น.	29	7.8	4
21.30-21.59 น.	5	1.3	11
22.00-22.29 น.	72	19.4	2
22.30-22.59 น.	23	6.2	6
23.00-23.29 น.	61	16.4	3
23.30-23.59 น.	5	1.3	11

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 371 คน

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 00.00-00.29 น. คิดเป็นร้อยละ 21.6 รองลงมาเวลา 22.00-22.29 น. คิดเป็นร้อยละ 19.4 เวลา 23.00-23.29 น. คิดเป็นร้อยละ 16.4 เวลา 21.00-21.29 น. คิดเป็นร้อยละ 7.8 เวลา 20.00-20.29 น. คิดเป็นร้อยละ 7.3 เวลา 22.30-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.2 เวลา 08.00-08.29 น. คิดเป็นร้อยละ 3.2 เวลา 20.30-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.0 เวลา 01.00-01.29 น. คิดเป็นร้อยละ 2.4 เวลา 19.00-19.59 น. 21.30-21.59 น. และ 23.30-23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน เวลา 12.00-12.29 น. คิดเป็นร้อยละ 1.0 เวลา 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 เวลา 02.00-02.59 น. 03.00-03.59 น. 07.00-07.29 น. 12.30-12.59 น. 18.00-18.59 น. และ 00.29-00.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.5 เท่ากัน และเวลา 01.00-01.29 น. 06.00-06.59 น. 07.30-07.59 น. 09.00-09.59 น. 13.00-13.59 น. และ 15.00-15.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.0	
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	1	0.3	17
05.00-05.29 น.	3	0.8	15
05.30-05.59 น.	2	0.6	16
06.00-06.29 น.	27	7.6	6
06.30-06.59 น.	2	0.6	16
07.00-07.29 น.	39	10.9	2
07.30-07.59 น.	4	1.1	14
08.00-08.29 น.	58	16.2	1
08.30-08.59 น.	7	2.0	12
09.00-09.29 น.	35	9.8	3
09.30-09.59 น.	8	2.2	11
10.00-10.29 น.	28	7.8	5
10.30-10.59 น.	2	0.6	16
11.00-11.59 น.	5	1.4	13
12.00-12.59 น.	13	3.6	9
13.00-13.59 น.	9	2.5	10
14.00-14.59 น.	2	0.6	16
15.00-15.59 น.	0	0.0	
16.00-16.29 น.	4	1.1	14
16.30-16.59 น.	1	0.3	17
17.00-17.59 น.	14	3.9	8
18.00-18.29 น.	30	8.4	4

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อ โทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ (ต่อ)

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
18.30-18.59 น.	4	1.1	14
19.00-19.29 น.	25	7.0	7
19.30-19.59 น.	1	0.3	17
20.00-20.29 น.	14	3.9	8
20.30-20.59 น.	2	0.6	16
21.00-21.29 น.	9	2.5	10
21.30-21.59 น.	2	0.6	16
22.00-22.29 น.	4	1.1	14
22.30-22.59 น.	2	0.6	16
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 357 คน

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์เวลา 08.00-08.29 น. คิดเป็นร้อยละ 16.2 รองลงมาเวลา 07.00-07.29 น. คิดเป็นร้อยละ 10.9 เวลา 09.00-09.29 น. คิดเป็นร้อยละ 9.8 เวลา 18.00-18.29 น. คิดเป็นร้อยละ 8.4 เวลา 10.00-10.29 น. คิดเป็นร้อยละ 7.8 เวลา 06.00-06.29 น. คิดเป็นร้อยละ 7.6 เวลา 19.00-19.29 น. คิดเป็นร้อยละ 7.0 เวลา 17.00-17.59 น. และ 20.00-20.29 น. คิดเป็นร้อยละ 3.9 เท่ากัน เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.6 เวลา 13.00-13.59 น. และ 21.00-21.29 น. คิดเป็นร้อยละ 2.5 เท่ากัน เวลา 09.30-09.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.2 เวลา 08.30-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.0 เวลา 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.4 เวลา 07.30-07.59 น. 16.00-16.29 น. 18.30-18.59 น. และ 22.00-22.29 น. คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน เวลา 05.00-05.29 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 เวลา 05.30-05.59 น. 06.30-06.59 น. 10.30-10.59 น. 14.00-15.00 น. 20.30-20.59 น. 21.30-21.59 น. และ 22.30-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.6 เท่ากัน และเวลา 04.00-04.59 น. 16.30-16.59 น. และ 19.30-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	72	20.2	1
01.00-01.29 น.	7	2.0	8
01.30-01.59 น.	2	0.6	12
02.00-02.59 น.	11	3.1	6
03.00-03.59 น.	2	0.6	12
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.29 น.	0	0.0	
08.00-08.29 น.	4	1.1	10
08.30-08.59 น.	1	0.3	13
09.00-09.59 น.	3	0.8	11
10.00-10.59 น.	2	0.6	12
11.00-11.59 น.	4	1.1	10
12.00-12.29 น.	22	6.2	5
12.30-12.59 น.	1	0.3	13
13.00-13.59 น.	3	0.8	11
14.00-14.59 น.	5	1.4	9
15.00-15.59 น.	2	0.6	12
16.00-16.59 น.	7	2.0	8
17.00-17.59 น.	4	1.1	10
18.00-18.59 น.	10	2.8	7
19.00-19.59 น.	7	2.0	8
20.00-20.29 น.	22	6.2	5
20.30-20.59 น.	11	3.1	6
21.00-21.29 น.	27	7.6	4

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ (ต่อ)

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
21.30-21.59 น.	5	1.4	9
22.00-22.29 น.	62	17.4	2
22.30-22.59 น.	10	2.8	7
23.00-23.29 น.	47	13.2	3
23.30-23.59 น.	4	1.1	10

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 357 คน

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 00.00-00.59 น. คิดเป็นร้อยละ 20.2 รองลงมาเวลา 22.00-22.29 น. คิดเป็นร้อยละ 17.4 เวลา 23.00-23.29 น. คิดเป็นร้อยละ 13.2 เวลา 21.00-21.29 น. คิดเป็นร้อยละ 7.6 เวลา 12.00-12.29 น. และ 20.00-20.29 น. คิดเป็นร้อยละ 6.2 เท่ากัน เวลา 02.00-02.59 น. และ 20.30-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.1 เท่ากัน เวลา 18.00-18.59 น. และ 22.30-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.8 เท่ากัน เวลา 01.00-01.29 น. 16.00-16.59 น. และ 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.0 เท่ากัน เวลา 14.00-14.59 น. และ 21.30-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.4 เท่ากัน เวลา 08.00-08.29 น. 11.00-11.59 น. 17.00-17.59 น. และ 23.30-23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน เวลา 09.00-09.59 น. และ 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 เท่ากัน เวลา 01.30-01.59 น. 03.00-03.59 น. 10.00-10.59 น. และ 15.00-15.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.6 เท่ากัน และเวลา 08.30-08.59 น. และ 12.30-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.3 เท่ากันตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	4	1.1	12
1 ชั่วโมง	28	7.5	5
1 ชั่วโมง 30 นาที	18	4.9	7
2 ชั่วโมง	92	24.8	1
2 ชั่วโมง 30 นาที	16	4.3	8
3 ชั่วโมง	53	14.3	2
3 ชั่วโมง 30 นาที	11	3.0	9
4 ชั่วโมง	52	14.0	3
5 ชั่วโมง	51	13.7	4
6 ชั่วโมง	22	5.9	6
6 ชั่วโมง 30 นาที	5	1.3	11
7 ชั่วโมง	10	2.7	10
7 ชั่วโมง 30 นาที	2	0.5	13
8 ชั่วโมง	2	0.5	13
10 ชั่วโมง	1	0.3	14
15 ชั่วโมง	4	1.1	12
รวม	371	100.0	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 3.44 ชั่วโมง หรือ 3 ชั่วโมง 26 นาที

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมาเป็นระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 14.3 ระยะเวลา 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 14.0 ระยะเวลา 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 13.7 ระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 7.5 ระยะเวลา 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.9 ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 4.9 ระยะเวลา 2 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 4.3 ระยะเวลา 3 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.0 ระยะเวลา 7 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.7 ระยะเวลา 6 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.3 ระยะเวลา 30 นาที และ 15 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน ระยะเวลา 7 ชั่วโมง

30 นาที และ 8 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.5 เท่ากัน และระยะเวลา 10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ 3.44 ชั่วโมงหรือ 3 ชั่วโมง 26 นาที

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	2	0.6	13
1 ชั่วโมง	11	3.1	7
1 ชั่วโมง 30 นาที	4	1.1	11
2 ชั่วโมง	64	17.9	2
2 ชั่วโมง 30 นาที	5	1.4	9
3 ชั่วโมง	45	12.6	4
3 ชั่วโมง 30 นาที	3	0.8	12
4 ชั่วโมง	58	16.2	3
4 ชั่วโมง 30 นาที	6	1.7	10
5 ชั่วโมง	71	19.9	1
6 ชั่วโมง	30	8.4	5
7 ชั่วโมง	12	3.4	6
8 ชั่วโมง	12	3.4	6
9 ชั่วโมง	2	0.6	13
10 ชั่วโมง	11	3.1	7
11 ชั่วโมง	2	0.6	13
12 ชั่วโมง	8	2.2	8
12 ชั่วโมง 30 นาที	5	1.4	9
14 ชั่วโมง	4	1.1	11
15 ชั่วโมง	1	0.3	14
20 ชั่วโมง	1	0.3	14
รวม	357	100.0	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 4.69 ชั่วโมงหรือ 4 ชั่วโมง 41 นาที

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 19.9 รองลงมาระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 17.9 ระยะเวลา 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 16.2 ระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 12.6 ระยะเวลา 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 8.4 ระยะเวลา 7 ชั่วโมง และ 8 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.4 เท่ากัน ระยะเวลา 1 ชั่วโมง และ 10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.1 ระยะเวลา 12 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.2 ระยะเวลา 4 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.7 ระยะเวลา 2 ชั่วโมง 30 นาที และ 12 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.4 เท่ากัน ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที และ 14 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน ระยะเวลา 3 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.8 ระยะเวลา 30 นาที , 9 ชั่วโมง และ 11 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.6 เท่ากัน และระยะเวลา 15 ชั่วโมง และ 20 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.3 เท่ากัน ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ 4.69 ชั่วโมงหรือ 4 ชั่วโมง 41 นาที

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีโทรทัศน์ที่ชมบ่อยที่สุด

สถานีที่ชมบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	164	42.7
ช่อง 5	3	0.8
ช่อง 7	68	17.7
ช่อง 9	62	16.1
ช่อง 11	5	1.3
ช่อง TiTV	41	10.7
ช่อง True Vision	40	10.4
WeTV	1	0.3
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชมสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 17.7 ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 16.1 ช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 10.7 ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 10.4 ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 1.3 ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 0.8 และช่อง WeTV คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภทของ
รายการโทรทัศน์

ประเภท / รายการ	จำนวน*	ร้อยละ
ข่าวประจำวัน	337	87.8
วิเคราะห์ข่าว	273	71.1
ละครไทย	150	39.1
เพลง / คอนเสิร์ต	83	21.6
เกมส์โชว์	141	36.7
ทอล์คโชว์	63	16.4
วาไรตี้โชว์	103	26.8
ภาพยนตร์ต่างประเทศ	111	28.9
รายการตลก	84	21.9
การ์ตูน	86	22.4
สารคดี	174	45.3
ท่องเที่ยว	90	23.4
กีฬา	114	29.7
รายการสอนการทำอาหาร	51	13.3
รายการเกี่ยวกับรถยนต์	31	8.1
รายการเพื่อการศึกษา	24	6.3
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	1	0.3

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 384 คน)

จากตารางที่ 21 พบว่าประเภทของรายการโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับคือ ข่าวประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 87.8 รองลงมาเป็นวิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 71.1 สารคดี คิดเป็นร้อยละ 45.3 ละครไทย คิดเป็นร้อยละ 39.1 เกมส์โชว์ คิดเป็นร้อยละ 36.7 กีฬา คิดเป็นร้อยละ 29.7 ภาพยนตร์ต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 28.9 วาไรตี้โชว์ คิดเป็นร้อยละ 26.8 ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 23.4 รายการตลก คิดเป็นร้อยละ 21.9 การ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 22.4 เพลง/คอนเสิร์ต คิดเป็นร้อยละ 21.6 ทอล์คโชว์ คิดเป็นร้อยละ 16.4 รายการสอนทำอาหาร คิดเป็นร้อยละ 13.3

รายการเกี่ยวกับรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 8.1 รายการเพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.3 และรายการอื่น ๆ คือ รายการธรรมะ คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการข่าวประจำวัน

การเปิดรับชมข่าวประจำวัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	47	12.2
ชม	337	87.8
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการข่าวประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 87.8 และไม่รับชม คิดเป็นร้อยละ 12.2

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการข่าวประจำวัน

สถานที่รับชมข่าวประจำวัน	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	157	46.6
ช่อง 5	4	1.2
ช่อง 7	35	10.4
ช่อง 9	54	16.0
ช่อง 11	6	1.8
ช่อง TiTV	66	19.6
ช่อง True Vision	14	4.2
WeTV	1	0.3
รวม	337	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รัชชมรายการข่าวประจำวันจาก สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมา คือ ช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 19.6 ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 16.0 ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 10.4 ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 4.2 ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 1.8 ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 1.2 และช่อง WeTV คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรัชชมรายการ วิเคราะห์ข่าว

การเปิดรัชชมรายการวิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	111	28.9
ชม	273	71.1
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รัชชมรายการวิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 71.1 และไม่รัชชม คิดเป็นร้อยละ 28.9

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รัชชมรายการ วิเคราะห์ข่าว

สถานีที่รัชชมรายการวิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	135	49.5
ช่อง 5	3	1.1
ช่อง 7	15	5.5
ช่อง 9	52	19.0
ช่อง 11	5	1.8
ช่อง TiTV	53	19.4
ช่อง True Vision	9	3.3
WeTV	1	0.4
รวม	273	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รัชชมรายการวิเคราะห์ข่าวจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา คือ ช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 19.4 ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 19.0 ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 5.5 ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 3.3 ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 1.8 ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 1.1 และช่อง WeTV คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการวิเคราะห์ข่าวที่รัชชม

รายการวิเคราะห์ข่าวที่รัชชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	6	2.2
เรื่องเล่าเช้านี้ (ช่อง 3)	94	34.4
จุมกมด (ช่อง 7)	11	4.0
เรื่องเด่นเย็นนี้ (ช่อง 3)	21	7.7
TiTV Hot news (ช่อง TiTV)	44	16.1
ข่าวข้นคนข่าว (ช่อง 9)	27	9.9
Econ news (ช่อง 9)	6	2.2
ชีพจรโลก (ช่อง 9)	15	5.5
ตีข่าวเล่าความ (ช่อง TiTV)	10	3.7
เช้าวันใหม่ (ช่อง 3)	16	5.9
จับกระแสโลก (ช่อง 9)	3	1.1
ข่าวเด็ดเจ็ดสี (ช่อง 7)	3	1.1
นิวส์24 (ช่อง True Vision)	9	3.3
ทันคนทันข่าว (ช่อง 11)	1	0.4
กรองสถานการณ์ (ช่อง 11)	3	1.1
สถานีสนามเป้า (ช่อง 5)	3	1.1
เนชั่นเชียงใหม่ (ช่อง WeTV)	1	0.4
รวม	273	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการวิเคราะห์ข่าว คือ รายการ เรื่องเล่าเช้านี้ คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมา คือ TiTV Hot news คิดเป็นร้อยละ 16.1 ข่าวข้นคนข่าว คิดเป็นร้อยละ 9.9 เรื่องเด่นเย็นนี้ คิดเป็นร้อยละ 7.7 เช้าวันใหม่ คิดเป็นร้อยละ 5.9 ซี้พจรโลก คิดเป็นร้อยละ 5.5 จมูกมด คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตีข่าวเล่าความ คิดเป็นร้อยละ 3.7 นิวส์24 คิดเป็นร้อยละ 3.3 ไม่ระบุ และEcon news คิดเป็นร้อยละ 2.2 จับกระแสโลก ข่าวเด็ดเจ็ดสี กรองสถานการณ์ สถานีสนามเป้า คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน และทันคนทันข่าว เนชั่นเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 0.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ ละครไทย

การเปิดรับชมรายการละครไทย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	234	60.9
ชม	150	39.1
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการละครไทย คิดเป็นร้อยละ 60.9 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 39.1

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ ละครไทย

สถานที่รับชมรายการละครไทย	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	87	58.0
ช่อง 5	2	1.3
ช่อง 7	52	34.7
ช่อง 9	4	2.7
ช่อง TiTV	5	3.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รัชชมรายการละครไทยจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมา คือ ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 34.7 ช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 3.3 ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 2.7 และช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการละครไทยที่รัชชม

รายการละครไทยที่รัชชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	4	2.7
เป็นต่อ (ช่อง 3)	9	6.0
บางรักซอย 9 (ช่อง 9)	2	1.3
สาวเป็นเจ้าเสน่ห์ (ช่อง 3)	9	6.0
บัวปริ่มน้ำ (ช่อง 3)	23	15.3
รั้งนกบนปลายไม้ (ช่อง 3)	23	15.3
เจ้าหญิงขอทาน (ช่อง 3)	34	22.7
ทะเลริษยา (ช่อง 5)	2	1.3
กลรักเกมพยาบาท (ช่อง 7)	5	3.3
ลิขิตหัวใจ (ช่อง 7)	12	8.0
ภารกิจพิชิตดอกฟ้า (ช่อง 7)	3	2.0
แรงฤทธิ์พิศวาส (ช่อง 7)	17	11.3
บ้านนี้มีรัก (ช่อง 9)	2	1.3
นรสิงห์ (ช่อง TiTV)	2	1.3
คมรักคมเสน่ห์ (ช่อง TiTV)	3	2.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการละครไทย คือ เจ้าหญิง
 ขอทาน คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมา คือ บัวปริ่มน้ำ และรั้งนภนปลายไม้ คิดเป็นร้อยละ 15.3
 เท่ากัน แรงฤทธิ์พิศวาส คิดเป็นร้อยละ 11.3 ลิขิตหัวใจ คิดเป็นร้อยละ 8.0 เป็นต้น และสาวเป็น
 เจ้าเสน่ห์ คิดเป็นร้อยละ 6.0 เท่ากัน กลรักเกมพยาบาท คิดเป็นร้อยละ 3.3 ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 2.7
 ภารกิจพิชิตดอกฟ้า และคมรักคมเสน่ห์ คิดเป็นร้อยละ 2.0 เท่ากัน และบางรักซอย 9 ทะเลริษยา
 บ้านนี้มีรัก และนรสิงห์ คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากันตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
 เพลง/คอนเสิร์ต

การเปิดรับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	301	78.4
ชม	83	21.6
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ต
 คิดเป็นร้อยละ 78.4 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 21.6

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ
 เพลง/คอนเสิร์ต

สถานที่รับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ต	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	14	16.9
ช่อง 5	16	19.3
ช่อง 7	37	44.6
ช่อง 9	2	2.4
ช่อง True Vision	14	16.9
รวม	83	100.0

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รัชชมรายการเพลง/คอนเสิร์ตจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมา คือ ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 19.3 ช่อง 3 และช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 16.9 เท่ากัน และช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการเพลง/คอนเสิร์ตที่รัชชม

รายการเพลง/คอนเสิร์ตที่รัชชม	จำนวน	ร้อยละ
7 สี คอนเสิร์ต (ช่อง 7)	28	33.7
เขียนโอเค (ช่อง 7)	5	6.0
5 Live (ช่อง 5)	3	3.6
True Music (ช่อง True Vision)	5	6.0
OIC (ช่อง 5)	9	10.8
Wake club (ช่อง 5)	4	4.8
CH[V] (ช่อง True Vision)	9	10.8
Seed TV (ช่อง 9)	2	2.4
แมลงมัน (ช่อง 7)	4	4.8
Club X (ช่อง 3)	14	16.9
รวม	83	100.0

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รัชชมรายการเพลง/คอนเสิร์ต คือ รายการ 7 สี คอนเสิร์ต คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมา คือ Club X คิดเป็นร้อยละ 16.9 OIC และ CH[V] คิดเป็นร้อยละ 10.8 เท่ากัน เขียนโอเค และ True Music คิดเป็นร้อยละ 6.0 เท่ากัน Wake club และแมลงมัน คิดเป็นร้อยละ 4.8 เท่ากัน 5 Live คิดเป็นร้อยละ 3.6 และ Seed TV คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
เกมโชว์

การเปิดรับชมรายการเกมโชว์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	243	63.3
ชม	141	36.7
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 63.3 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 36.7

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ
เกมโชว์

สถานีที่รับชมรายการเกมโชว์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	42	29.8
ช่อง 5	15	10.6
ช่อง 7	42	29.8
ช่อง 9	28	19.9
ช่อง TiTV	14	9.9
รวม	141	100.0

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการเกมโชว์จากสถานี
โทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 29.8 เท่ากัน รองลงมา คือ ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 19.9
ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 10.6 และช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการเกม
โชว์ที่รับชม

รายการเกมโชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	1.4
เกมทศกัณฐ์ (ช่อง 9)	18	12.8
อัจฉริยะข้ามคืน (ช่อง 3)	21	14.9
ชิงร้อยชิงล้าน (ช่อง 7)	37	26.2
แฟนพันธุ์แท้ (ช่อง 5)	14	9.9
เกมเศรษฐี (ช่อง TiTV)	11	7.8
เกมพันหน้า (ช่อง 7)	5	3.5
What is it? (ช่อง TiTV)	3	2.1
กล่องดำ (ช่อง 3)	5	3.5
Mega Clever (ช่อง 9)	10	7.1
รู้จริงปะ (ช่อง 3)	8	5.7
ท้าเรียง (ช่อง 3)	2	1.4
คู่ซ้อเงิน (ช่อง 3)	1	0.7
โกโกริโกะ เกมสร้างตำนาน (ช่อง 3)	4	2.8
รวม	141	100.0

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเกมโชว์ คือ รายการชิงร้อยชิงล้าน คิดเป็นร้อยละ 26.2 รองลงมา คือ อัจฉริยะข้ามคืน คิดเป็นร้อยละ 14.9 เกมทศกัณฐ์ คิดเป็นร้อยละ 12.8 แฟนพันธุ์แท้ คิดเป็นร้อยละ 9.9 เกมเศรษฐี คิดเป็นร้อยละ 7.8 Mega Clever คิดเป็นร้อยละ 7.1 รู้จริงปะ คิดเป็นร้อยละ 5.7 เกมพันหน้า และกล่องดำ คิดเป็นร้อยละ 3.5 เท่ากัน โกอโกริโกะ เกมสร้างตำนาน คิดเป็นร้อยละ 2.8 What is it? คิดเป็นร้อยละ 2.1 ไม่ระบุ และท้าเรียง คิดเป็นร้อยละ 1.4 เท่ากัน และคู่ซ้อเงิน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
ทอล์คโชว์

การเปิดรับชมรายการทอล์คโชว์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	321	83.6
ชม	63	16.4
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการทอล์คโชว์ คิดเป็นร้อยละ 83.6 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 16.4

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ
ทอล์คโชว์

สถานีที่รับชมรายการทอล์คโชว์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	5	7.9
ช่อง 5	8	12.7
ช่อง 7	17	27.0
ช่อง 9	14	22.2
ช่อง TiTV	16	25.4
ช่อง True Vision	3	4.8
รวม	63	100.0

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการทอล์คโชว์จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมา คือ ช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 25.4 ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 22.2 ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 12.7 ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 7.9 และช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
ทอล์คโชว์ที่รับชม

รายการทอล์คโชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	3	4.8
The Icon (ช่อง 9)	3	4.8
สุริวิภา (ช่อง 9)	8	12.7
เจาะใจ (ช่อง 5)	6	9.5
สาระแนจิง (ช่อง TiTV)	7	11.1
VIP (ช่อง 9)	3	4.8
วันวานยังหวานอยู่ (ช่อง 7)	2	3.2
สัญญามหาชน (ช่อง 7)	6	9.5
ที่นี่หมอชิต (ช่อง 7)	5	7.9
จันทร์พันดาว (ช่อง 7)	4	6.3
ก๊อ ก๊อ ก๊อ (ช่อง TiTV)	2	3.2
ร้านชำยามเช้า (ช่อง TiTV)	7	11.1
สะบัดช่อ (ช่อง TiTV)	2	3.2
ผู้หญิงถึงผู้หญิง (ช่อง 3)	5	7.9
รวม	63	100.0

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการทอล์คโชว์ คือ รายการ
สุริวิภา คิดเป็นร้อยละ 12.7 รองลงมา คือ สาระแนจิง และร้านชำยามเช้า คิดเป็นร้อยละ 11.1 เท่ากัน
เจาะใจ และสัญญามหาชน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เท่ากัน ที่นี่หมอชิต และผู้หญิงถึงผู้หญิง คิดเป็น
ร้อยละ 7.9 เท่ากัน จันทร์พันดาว คิดเป็นร้อยละ 6.3 ไม่ระบุ The Icon และVIP คิดเป็นร้อยละ 4.8
เท่ากัน วันวานยังหวานอยู่ ก๊อ ก๊อ ก๊อ และสะบัดช่อ คิดเป็นร้อยละ 3.2 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
วาไรตี้โชว์

การเปิดรับชมรายการวาไรตี้โชว์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	281	73.2
ชม	103	26.8
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการวาไรตี้โชว์ คิดเป็นร้อยละ 73.2 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 26.8

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ
วาไรตี้โชว์

สถานที่รับชมรายการวาไรตี้โชว์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	57	55.3
ช่อง 5	5	4.9
ช่อง 7	15	14.6
ช่อง 9	10	9.7
ช่อง TiTV	12	11.7
ช่อง True Vision	3	2.9
ช่อง WeTV	1	1.0
รวม	103	100.0

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการวาไรตี้โชว์จาก
สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมา คือ ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 14.6 ช่อง TiTV
คิดเป็นร้อยละ 11.7 ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 9.7 ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 4.9 ช่อง True Vision คิดเป็น
ร้อยละ 2.9 และช่อง WeTV คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
วาไรตี้โชว์ที่รับชม

รายการวาไรตี้โชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	10	9.7
ทีลีสป (ช่อง 3)	45	43.7
ทไวไลท์โชว์ (ช่อง TiTV)	11	10.7
มหานคร (ช่อง 7)	10	9.7
คุณพระช่วย (ช่อง 9)	6	5.8
ราตรีสโมสร (ช่อง 3)	9	8.7
ชัยบดินทร์โชว์ (ช่อง 9)	5	4.9
ตลาดสดสนามเป้า (ช่อง 5)	5	4.9
07 โชว์ (ช่อง 7)	2	1.9
รวม	103	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการวาไรตี้โชว์ คือ รายการ
ทีลีสป คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมา คือ ทไวไลท์โชว์ คิดเป็นร้อยละ 10.7 ไม่ระบุ และมหานคร
คิดเป็นร้อยละ 9.7 ราตรีสโมสร คิดเป็นร้อยละ 8.7 คุณพระช่วย คิดเป็นร้อยละ 5.8 ชัยบดินทร์โชว์
และตลาดสดสนามเป้า คิดเป็นร้อยละ 4.9 เท่ากัน และ 07 โชว์ คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
ภาพยนตร์ต่างประเทศ

การเปิดรับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	273	71.1
ชม	111	28.9
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศ
คิดเป็นร้อยละ 71.1 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 28.9

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ
ภาพยนตร์ต่างประเทศ

สถานีที่รับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	22	19.8
ช่อง 7	42	37.8
ช่อง TiTV	3	2.7
ช่อง True Vision	41	36.9
ช่อง WeTV	3	2.7
รวม	111	100.0

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา คือ ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 36.9 ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 19.8 และช่อง TiTV และ WeTV คิดเป็นร้อยละ 2.7 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
ภาพยนตร์ต่างประเทศที่รับชม

รายการภาพยนตร์ต่างประเทศที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	4	3.6
My girl (ช่อง 7)	11	9.9
เป่าปู้จิ้น (ช่อง 3)	4	3.6
ซอดองโย (ช่อง 3)	2	1.8
Big Cinema (ช่อง 7)	21	18.9
HBO (ช่อง True Vision)	29	26.1
หนังคังแดนมังกร (ช่อง 3)	3	2.7
M1 (ช่อง WeTV)	3	2.7
Film Asia (ช่อง WeTV)	2	1.8
Movie on Three (ช่อง 3)	11	9.9
Star Movie (ช่อง True Vision)	9	8.1
ไอทีวี เอเชีย นชีรี่ (ช่อง TiTV)	3	2.7
ขอลภาพยนตร์นานาชาติ (ช่อง 7)	5	4.5
หนังรอบเช้า (ช่อง 7)	4	3.6
รวม	111	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศ
คือ รายการ HBO คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาคือ Big Cinema คิดเป็นร้อยละ 18.9 My girl และ
Movie on Three คิดเป็นร้อยละ 9.9 เท่ากัน Star Movie คิดเป็นร้อยละ 8.1 ขอลภาพยนตร์นานาชาติ
คิดเป็นร้อยละ 4.5 ไม่ระบุ เป่าปู้จิ้น และหนังรอบเช้า คิดเป็นร้อยละ 3.6 เท่ากัน หนังคังแดนมังกร
M1 และ ไอทีวี เอเชีย นชีรี่ คิดเป็นร้อยละ 2.7 เท่ากัน และซอดองโย และ Film Asia คิดเป็นร้อยละ
1.8 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการตลก

การเปิดรับชมรายการตลก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	300	78.1
ชม	84	21.9
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการตลก คิดเป็นร้อยละ 78.1 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 21.9

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการตลก

สถานีที่รับชมรายการตลก	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	31	36.9
ช่อง 5	18	21.4
ช่อง 7	11	13.1
ช่อง 9	1	1.2
ช่อง TiTV	20	23.8
ช่อง True Vision	3	3.6
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการตลกจากสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 36.9 รองลงมา คือ ช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 23.8 ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 21.4 ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 13.1 ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 3.6 และช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อรายการตลกที่รับชม

รายการตลกที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	9	10.7
ก่อนบ่ายคลายเครียด (ช่อง 3)	28	33.3
หม่าโห้ว (ช่อง 5)	5	6.0
ระเบิดเถิดเทิง (ช่อง 5)	12	14.3
ชวนขึ้นกาแฟ (ช่อง TiTV)	17	20.2
ยุทธการบันเทิง (ช่อง TiTV)	2	2.4
คดีเด็ด (ช่อง 7)	6	7.1
จ้อจี้ (ช่อง 7)	5	6.0
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการตลก คือ รายการก่อนบ่ายคลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ ชวนขึ้นกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 20.2 ระเบิดเถิดเทิง คิดเป็นร้อยละ 14.3 ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 10.7 คดีเด็ด คิดเป็นร้อยละ 7.1 หม่าโห้ว และจ้อจี้ คิดเป็นร้อยละ 6.0 เท่ากัน และยุทธการบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการการ์ตูน

การเปิดรับชมรายการการ์ตูน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	298	77.6
ชม	86	22.4
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 77.6 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 22.4

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ
การ์ตูน

สถานีที่รับชมรายการการ์ตูน	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	6	7.0
ช่อง 7	13	15.1
ช่อง 9	55	64.0
ช่อง TiTV	3	3.5
ช่อง True Vision	9	10.5
รวม	86	100.0

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการการ์ตูนจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา คือ ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 15.1 ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 10.5 ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 7.0 และช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการ
การ์ตูนที่รับชม

รายการการ์ตูนที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	3	3.5
ช่อง 9 การ์ตูน (ช่อง 9)	52	60.5
การ์ตูนช่อง 7 (ช่อง 7)	8	9.3
TiTV การ์ตูนคลับ (ช่อง TiTV)	3	3.5
Cartoon Network (ช่อง True Vision)	3	3.5
ดิสนีย์คลับ (ช่อง 7)	6	7.0
Spark (ช่อง True Vision)	2	2.3
การ์ตูนโลกนิทาน (ช่อง 3)	6	7.0
Disney Channel (ช่อง True Vision)	3	3.5
รวม	86	100.0

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการการ์ตูน คือ รายการช่อง 9 การ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมา คือ การ์ตูนช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 9.3 คิสนีย์ คลับ และ การ์ตูนโลกนิทาน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ไม่ระบุ TiTV การ์ตูนคลับ Cartoon Network และ Disney Channel คิดเป็นร้อยละ 3.5 เท่ากัน และ Spark คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
สารคดี

การเปิดรับชมรายการสารคดี	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	210	54.7
ชม	174	45.3
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 54.7 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 45.3

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ
สารคดี

สถานที่รับชมรายการสารคดี	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	13	7.5
ช่อง 5	2	1.1
ช่อง 7	9	5.2
ช่อง 9	106	60.9
ช่อง 11	10	5.7
ช่อง TiTV	10	5.7
ช่อง True Vision	23	13.2
ช่อง WeTV	1	0.6
รวม	174	100.0

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการสารคดีจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมา คือ ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 13.2 ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 7.5 ช่อง 11 และช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 5.7 เท่ากัน ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 5.2 ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 1.1 และช่อง WeTV คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการสารคดีที่รับชม

รายการสารคดีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	1.1
แดนสนธยา (ช่อง 9)	20	11.5
สำรวจโลก (ช่อง 5)	21	12.1
กบนอกกะลา (ช่อง 9)	12	6.9
ส่องโลก (ช่อง TiTV)	4	2.3
ปฐพีชีวิต (ช่อง 9)	15	8.6
ย้อนรอย (ช่อง TiTV)	8	4.6
จอโลก (ช่อง 9)	13	7.5
Discovery Channel (ช่อง True Vision)	16	9.2
ขำกลิ้งถึงกับหมา (ช่อง 9)	19	10.9
BBC Documentary (ช่อง True Vision)	5	2.9
ทุ่งแสงตะวัน (ช่อง 3)	11	6.3
National Geographic(ช่อง True Vision)	8	4.6
เรื่องจริงผ่านจอ (ช่อง 7)	9	5.2
โลก 360 องศา (ช่อง 5)	1	0.6
My Sci คิดค้นพบ (ช่อง 11)	10	5.7
รวม	174	100.0

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการสารคดี คือ รายการสำรวจโลก คิดเป็นร้อยละ 12.1 รองลงมา คือ แคนสนธยา คิดเป็นร้อยละ 11.5 ข่ากลิ่งลิ่งกับหมา คิดเป็นร้อยละ 10.9 Discovery Channel คิดเป็นร้อยละ 9.2 ปฐพีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 8.6 จอโลก คิดเป็นร้อยละ 7.5 กบนอกกะลา คิดเป็นร้อยละ 6.9 ทุงแสงตะวัน คิดเป็นร้อยละ 6.3 My Sci คิดค้นพบ คิดเป็นร้อยละ 5.7 เรื่องจริงผ่านจอ คิดเป็นร้อยละ 5.2 ย้อนรอย และ National Geographic คิดเป็นร้อยละ 4.6 เท่ากัน BBC Documentary คิดเป็นร้อยละ 2.9 ส่องโลก คิดเป็นร้อยละ 2.3 ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 1.1 และ โลก 360 องศา คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการท่องเที่ยว

การเปิดรับชมรายการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	294	76.6
ชม	90	23.4
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 76.6 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 23.4

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการท่องเที่ยว

สถานที่รับชมรายการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	56	62.2
ช่อง 5	18	20.0
ช่อง 9	3	3.3
ช่อง True Vision	13	14.4
รวม	90	100.0

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการท่องเที่ยวจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมา คือ ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 20.0 ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 14.4 และช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการท่องเที่ยวที่รับชม

รายการท่องเที่ยวที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	4	4.4
เปิดเมืองแปลก (ช่อง 3)	15	16.7
เปิดเลนส์ส่องโลก (ช่อง 3)	10	11.1
Wherever (ช่อง 3)	11	12.2
Say Hi (ช่อง 3)	10	11.1
Amazing Race(ช่อง True Vision)	5	5.6
สมุดโคจร (ช่อง 5)	7	7.8
เที่ยวละไมไทยแลนด์ (ช่อง 3)	9	10.0
ผจญภัยไร้พรมแดน (ช่อง 5)	11	12.2
Nat Geo Adventure (ช่อง True Vision)	8	8.9
รวม	90	100.0

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการท่องเที่ยว คือ รายการเปิดเมืองแปลก คิดเป็นร้อยละ 16.7 รองลงมา คือ Wherever และผจญภัยไร้พรมแดน คิดเป็นร้อยละ 12.2 เปิดเลนส์ส่องโลก และ Say Hi คิดเป็นร้อยละ 11.1 เที่ยวละไมไทยแลนด์ คิดเป็นร้อยละ 10.0 Nat Geo Adventure คิดเป็นร้อยละ 8.9 สมุดโคจร คิดเป็นร้อยละ 7.8 Amazing Race คิดเป็นร้อยละ 5.6 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการกีฬา

การเปิดรับชมรายการกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	270	70.3
ชม	114	29.7
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการกีฬา คิดเป็นร้อยละ 70.3 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 29.7

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการกีฬา

สถานีที่รับชมรายการกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	42	36.8
ช่อง 5	4	3.5
ช่อง 7	33	28.9
ช่อง 9	4	3.5
ช่อง TiTV	7	6.1
ช่อง True Vision	21	18.4
ช่อง WeTV	3	2.6
รวม	114	100.0

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการกีฬาจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมา คือ ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 28.9 ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 18.4 ช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 6.1 ช่อง 5 และช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 3.5 เท่ากัน และช่อง WeTV คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการกีฬาที่รับชม

รายการกีฬาที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ถ่ายทอดสด	15	13.2
ข่าวกีฬา	24	21.1
มวยไทย 7 สี (ช่อง 7)	7	6.1
ทันโลกกีฬา (ช่อง 3)	13	11.4
Super Sport (ช่อง True Vision)	9	7.9
ESPN (ช่อง True Vision)	12	10.5
สตาร์สปอร์ต (ช่อง 3)	8	7.0
แฟนซ่ากีฬามันส์ (ช่อง 7)	8	7.0
สดก่อนเกม@ไนท์ (ช่อง 7)	6	5.3
กีฬาไม่น่าเชื่อ (ช่อง 7)	7	6.1
WeTV Sport (ช่อง WeTV)	3	2.6
Sport for fun (ช่อง TiTV)	2	1.8
รวม	114	100.0

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการกีฬา คือ รายการข่าวกีฬา คิดเป็นร้อยละ 21.1 รองลงมา คือ ถ่ายทอดสด คิดเป็นร้อยละ 13.2 ทันโลกกีฬา คิดเป็นร้อยละ 11.4 ESPN คิดเป็นร้อยละ 10.5 Super Sport คิดเป็นร้อยละ 7.9 สตาร์สปอร์ต และแฟนซ่ากีฬามันส์ คิดเป็นร้อยละ 7.0 เท่ากัน มวยไทย 7 สี และกีฬาไม่น่าเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 6.1 เท่ากัน สดก่อนเกม@ไนท์ คิดเป็นร้อยละ 5.3 WeTV Sport คิดเป็นร้อยละ 2.6 และ Sport for fun คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
สอนการทำอาหาร

การเปิดรับชมรายการสอนการทำอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	333	86.7
ชม	51	13.3
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการสอนการทำอาหาร
คิดเป็นร้อยละ 86.7 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 13.3

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ
สอนการทำอาหาร

สถานีที่รับชมรายการสอนการทำอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	19	37.3
ช่อง 5	18	35.3
ช่อง 9	1	2.0
ช่อง TiTV	7	13.7
ช่อง True Vision	6	11.8
รวม	51	100.0

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการสอนการทำอาหารจาก
สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา คือ ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 35.3 ช่อง TiTV
คิดเป็นร้อยละ 13.7 ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 11.8 และช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการสอน
การทำอาหารที่รับชม

รายการสอนการทำอาหารที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	6	11.8
ชิมไปบ่นไป (ช่อง TiTV)	4	7.8
หมึกแดงส'เวิลด์ (ช่อง TiTV)	5	9.8
เปรี้ยวปาก (ช่อง 3)	12	23.5
พ่อครัวบันเทิง (ช่อง 5)	8	15.7
อร้อยช่อง 5 (ช่อง 5)	9	17.6
ครัวคุณหรีด (ช่อง 3)	7	13.7
รวม	51	100.0

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการสอนการทำอาหาร คือ รายการเปรี้ยวปาก คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมา คือ อร้อยช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 17.6 พ่อครัวบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 15.7 ครัวคุณหรีด คิดเป็นร้อยละ 13.7 ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 11.8 หมึกแดงส'เวิลด์ คิดเป็นร้อยละ 9.8 และชิมไปบ่นไป คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
เกี่ยวกับรถยนต์

การเปิดรับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	353	91.9
ชม	31	8.1
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 91.9 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 8.1

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์

สถานีที่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 5	16	51.6
ช่อง TiTV	10	32.3
ช่อง True Vision	5	16.1
รวม	31	100.0

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมา คือ ช่อง TiTV คิดเป็นร้อยละ 32.3 และช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการเกี่ยวกับรถยนต์ที่รับชม

รายการเกี่ยวกับรถยนต์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	5	16.1
ค.คนรักรถ (ช่อง 5)	9	29.0
มอเตอร์สปอร์ตวาไรตี้ (ช่อง 5)	7	22.6
บางกอกอโต้แจม (ช่อง TiTV)	10	32.3
รวม	31	100.0

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์ คือ รายการบางกอกอโต้แจม คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมา คือ ค.คนรักรถ คิดเป็นร้อยละ 29.0 มอเตอร์สปอร์ตวาไรตี้ คิดเป็นร้อยละ 22.6 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการเพื่อการศึกษา

การเปิดรับชมรายการเพื่อการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	360	93.8
ชม	24	6.3
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการเพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 93.8 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการเพื่อการศึกษา

สถานที่รับชมรายการเพื่อการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 11	20	83.3
ช่อง True Vision	4	16.7
รวม	24	100.0

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเพื่อการศึกษาจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 83.3 และช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการเพื่อการศึกษาที่รับชม

รายการเพื่อการศึกษาที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	4	16.7
มสธ.	20	83.3
รวม	24	100.0

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเพื่อการศึกษา คือ รายการ มสธ. คิดเป็นร้อยละ 83.3 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการอื่น ๆ

การเปิดรับชมรายการอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	383	99.7
ชม	1	0.3
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 99.7 และรับชม คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการอื่น ๆ

สถานที่ที่รับชมรายการอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง True Vision	1	100.0
รวม	1	100.0

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการอื่น ๆ จากสถานีโทรทัศน์ช่อง True Vision คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อบุคคลอื่น ๆ ที่รับชม

รายการอื่น ๆ ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมะ ฝันในฝัน	1	100.0
รวม	1	100.0

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รัชชมรายการอื่น ๆ คือ รายการ
ธรรมชาติในฝัน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
โทรทัศน์

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับสื่ออย่างเดียว	155	40.4
เปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน	57	14.8
เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น	172	44.8
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์
แบบเปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา คือ เปิดรับสื่ออย่างเดียว คิด
เป็นร้อยละ 40.4 และเปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

2.2 วิทยุ

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อวิทยุเป็นประจำ

การเปิดรับสื่อวิทยุเป็นประจำ*	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟัง	145	36.3
ฟัง	255	63.8
รวม	400	100.0

หมายเหตุ * เป็นประจำ หมายถึง ไม่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 63.8 และไม่ฟังวิทยุเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 36.3

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อวิทยุ

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	22	8.6
สัปดาห์ละครั้ง	16	6.3
สัปดาห์ละ 2-3 วัน	56	22.0
สัปดาห์ละ 4-5 วัน	40	15.7
วันละครั้ง	72	28.2
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	49	19.2
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิทยุวันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.2 รองลงมาเปิดรับสื่อวิทยุ สัปดาห์ละ 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 22.0 วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 19.2 สัปดาห์ละ 4-5 วัน คิดเป็นร้อยละ 15.7 น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.6 และสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
วิทยุ

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน*	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	236	92.5
เสาร์-อาทิตย์	129	50.6

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 255 คน)

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 92.5 และเปิดรับสื่อในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 50.6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 76 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อวิทยุ(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0	
01.00-01.59 น.	0	0	
02.00-02.59 น.	0	0	
03.00-03.59 น.	0	0	
04.00-04.59 น.	2	0.8	13
05.00-05.59 น.	10	4.2	7
06.00-06.29 น.	14	5.9	5
06.30-06.59 น.	10	4.2	7
07.00-07.29 น.	42	17.8	2
07.30-07.59 น.	23	9.7	3
08.00-08.59น.	47	19.9	1
09.00-09.59 น.	9	3.8	8
10.00-10.59 น.	7	3.0	9
11.00-11.59 น.	0	0	
12.00-12.59 น.	6	2.5	10
13.00-13.59 น.	2	0.8	13
14.00-14.59 น.	0	0	
15.00-15.59 น.	0	0	
16.00-16.59 น.	7	3.0	9
17.00-17.59 น.	17	7.2	4
18.00-18.29 น.	9	3.8	8
18.30-18.59 น.	4	1.7	12
19.00-19.59 น.	1	0.4	14
20.00-20.29 น.	12	5.1	6
20.30-20.59 น.	2	0.8	13
21.00-21.59 น.	0	0	
22.00-22.59 น.	7	3.0	9
23.00-23.59 น.	5	2.1	11

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 236 คน

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.00-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 19.9 รองลงมา เวลา 07.00-07.29 น. คิดเป็นร้อยละ 17.8 เวลา 07.30-07.59 น. คิดเป็นร้อยละ 9.7 เวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 7.2 เวลา 06.00-06.29 น. คิดเป็นร้อยละ 5.9 เวลา 20.00-20.29 น. คิดเป็นร้อยละ 5.1 เวลา 05.00-05.59 น. และ 06.30-06.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.2 เท่ากัน เวลา 09.00-09.59 น. และ 18.00-08.29 น. คิดเป็นร้อยละ 3.8 เท่ากัน เวลา 10.00-10.59 น. และ 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.0 เท่ากัน เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.5 เวลา 23.00-23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.1 เวลา 18.30-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.7 เวลา 04.00-04.59 น. 13.00-13.59 น. และ 20.30-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 เท่ากัน และเวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 77 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อวิทยุ(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	17	7.2	5
01.00-01.59 น.	4	1.7	13
02.00-02.59 น.	0	0	
03.00-03.59 น.	0	0	
04.00-04.59 น.	0	0	
05.00-05.59 น.	0	0	
06.00-06.29 น.	3	1.3	14
06.30-06.59 น.	2	0.8	15
07.00-07.29 น.	10	4.2	8
07.30-07.59 น.	10	4.2	8
08.00-08.29 น.	39	16.5	1
08.30-08.59 น.	25	10.6	2
09.00-09.59 น.	8	3.4	10
10.00-10.59 น.	4	1.7	13
11.00-11.59 น.	2	0.8	15
12.00-12.29 น.	15	6.4	7
12.30-12.59 น.	2	0.8	15
13.00-13.59 น.	5	2.1	12
14.00-14.59 น.	0	0	
15.00-15.59 น.	0	0	
16.00-16.29 น.	1	0.4	16
16.30-16.59 น.	4	1.7	13
17.00-17.59 น.	20	8.5	4
18.00-18.59 น.	22	9.3	3
19.00-19.29 น.	16	6.8	6
19.30-19.59 น.	4	1.7	13

ตารางที่ 77 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อวิทยุ(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
20.00-20.59 น.	9	3.8	9
21.00-21.59 น.	8	3.4	10
22.00-22.59 น.	6	2.5	11
23.00-23.59 น.	0	0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 236 คน

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์เวลา 08.00-08.29 น. คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมาเวลา 08.30-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 10.6 เวลา 18.00-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 9.3 เวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 8.5 เวลา 00.00-00.59 น. คิดเป็นร้อยละ 7.2 เวลา 19.00-19.29 น. คิดเป็นร้อยละ 6.8 เวลา 12.00-12.29 น. คิดเป็นร้อยละ 6.4 เวลา 07.00-07.29 น. และ 07.30-07.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.2 เท่ากัน เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.8 เวลา 09.00-09.59 น. และ 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.4 เท่ากัน เวลา 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.5 เวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.1 เวลา 01.00-01.59 น. 10.00-10.59 น. 16.30-16.59 น. และ 19.30-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.7 เท่ากัน เวลา 06.00-06.29 น. คิดเป็นร้อยละ 1.3 เวลา 06.30-06.59 น. 11.00-11.59 น. และ 12.30-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 เท่ากัน เวลา 16.00-16.29 น. คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อวิทยุ(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0	
01.00-01.59 น.	0	0	
02.00-02.59 น.	0	0	
03.00-03.59 น.	0	0	
04.00-04.59 น.	0	0	
05.00-05.59 น.	3	2.3	10
06.00-06.29 น.	7	5.4	6
06.30-06.59 น.	7	5.4	6
07.00-07.29 น.	11	8.5	4
07.30-07.59 น.	2	1.6	11
08.00-08.29 น.	21	16.3	1
08.30-08.59 น.	4	3.1	9
09.00-09.59 น.	12	9.3	3
10.00-10.59 น.	15	11.6	2
11.00-11.59 น.	0	0	
12.00-12.59 น.	6	4.7	7
13.00-13.59 น.	4	3.1	9
14.00-14.59 น.	1	0.8	12
15.00-15.59 น.	2	1.6	11
16.00-16.59 น.	1	0.8	12
17.00-17.59 น.	7	5.4	6
18.00-18.59 น.	3	2.3	10
19.00-19.29 น.	1	0.8	12
19.30-19.59 น.	2	1.6	11
20.00-20.59 น.	8	6.2	5
21.00-21.59 น.	5	3.9	8

ตารางที่ 78 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์ (ต่อ)

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อวิทยุ(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
22.00-22.29 น.	3	2.3	10
22.30-22.59 น.	2	1.6	11
23.00-23.29 น.	0	0	
23.30-23.59 น.	2	1.6	11

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 129 คน

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์เวลา 08.00-08.29 น. คิดเป็นร้อยละ 16.3 รองลงมาเวลา 10.00-10.59 น. คิดเป็นร้อยละ 11.6 เวลา 09.00-09.59 น. คิดเป็นร้อยละ 9.3 เวลา 07.00-07.29 น. คิดเป็นร้อยละ 8.5 เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.2 เวลา 06.00-06.29 น. 06.30-06.59 น. และ 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.4 เท่ากัน เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.7 เวลา 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.9 เวลา 08.30-08.59 น. และ 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.1 เท่ากัน เวลา 05.00-05.59 น. 18.00-18.59 น. และ 22.00-22.29 น. คิดเป็นร้อยละ 2.3 เท่ากัน เวลา 07.30-07.59 น. 15.00-15.59 น. 19.30-19.59 น. 22.30-22.59 น. และ 23.30-23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.6 เท่ากัน เวลา 14.00-14.59 น. 16.00-16.59 น. และ 19.00-19.29 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 79 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อวิทยุ(น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	11	8.5	3
01.00-01.29 น.	1	0.8	10
01.30-01.59 น.	1	0.8	10
02.00-02.59 น.	0	0	
03.00-03.59 น.	0	0	
04.00-04.59 น.	0	0	
05.00-05.59 น.	0	0	
06.00-06.59 น.	0	0	
07.00-07.59 น.	4	3.1	7
08.00-08.29 น.	12	9.3	2
08.30-08.59 น.	7	5.4	4
09.00-09.59 น.	4	3.1	7
10.00-10.59 น.	5	3.9	6
11.00-11.59 น.	4	3.1	7
12.00-12.59 น.	22	17.1	1
13.00-13.59 น.	0	0	
14.00-14.59 น.	2	1.6	9
15.00-15.59 น.	6	4.7	5
16.00-16.29 น.	5	3.9	6
16.30-16.59 น.	1	0.8	10
17.00-17.29 น.	6	4.7	5
17.30-17.59 น.	2	1.6	9
18.00-18.29 น.	11	8.5	3
18.30-18.59 น.	2	1.6	9
19.00-19.59 น.	6	4.7	5
20.00-20.59 น.	3	2.3	8
21.00-21.59 น.	4	3.1	7
22.00-22.59 น.	6	4.7	5
23.00-23.59 น.	4	3.1	7

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 129 คน

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 17.1 รองลงมาเวลา 08.00-08.29 น. คิดเป็นร้อยละ 9.3 เวลา 18.00-18.29 น. และ 00.00-00.59 น. คิดเป็นร้อยละ 8.5 เท่ากัน เวลา 08.30-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.4 เวลา 15.00-15.59 น. 17.00-17.29 น. 19.00-19.59 และ 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.7 เท่ากัน เวลา 10.00-10.59 น. และ 16.00-16.29 น. คิดเป็นร้อยละ 3.9 เท่ากัน เวลา 07.00-07.59 น. 09.00-09.59 น. 11.00-11.59 น. 21.00-21.59 น. และ 23.00-23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.1 เท่ากัน เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.3 เวลา 14.00-14.59 น. 17.30-17.59 น. และ 18.30-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.6 เท่ากัน เวลา 01.00-01.29 น. 01.30-01.59 น. และ 16.30-16.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 80 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	44	18.6	2
1 ชั่วโมง	89	37.7	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	10	4.2	5
2 ชั่วโมง	36	15.3	3
2 ชั่วโมง 30 นาที	8	3.4	6
3 ชั่วโมง	19	8.1	4
3 ชั่วโมง 30 นาที	2	0.8	11
4 ชั่วโมง	6	2.5	8
5 ชั่วโมง	4	1.7	9
6 ชั่วโมง	2	0.8	11
7 ชั่วโมง	2	0.8	11
8 ชั่วโมง	7	3.0	7
9 ชั่วโมง	3	1.3	10
10 ชั่วโมง	2	0.8	11
10 ชั่วโมง 30 นาที	2	0.8	11
รวม	236	100.0	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 2.02 ชั่วโมงหรือ 2 ชั่วโมง 1 นาที

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาเป็นระยะเวลา 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 18.6 ระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15.3 ระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 8.1 ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 4.2 ระยะเวลา 2 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.4 ระยะเวลา 8 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.0 ระยะเวลา 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.5 ระยะเวลา 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.7 ระยะเวลา 9 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.3 ระยะเวลา 3 ชั่วโมง 30 นาที 6 ชั่วโมง 7 ชั่วโมง 10 ชั่วโมง และ 10 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.8 เท่ากัน ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์ 2.02 ชั่วโมงหรือ 2 ชั่วโมง 1 นาที

ตารางที่ 81 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	13	10.1	3
1 ชั่วโมง	37	28.7	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	5	3.9	6
2 ชั่วโมง	30	23.3	2
2 ชั่วโมง 30 นาที	7	5.4	4
3 ชั่วโมง	13	10.1	3
4 ชั่วโมง	7	5.4	4
4 ชั่วโมง 30 นาที	6	4.7	5
5 ชั่วโมง	2	1.6	8
5 ชั่วโมง 30 นาที	4	3.1	7
8 ชั่วโมง	5	3.9	6
รวม	129	100.0	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 2.28 ชั่วโมงหรือ 2 ชั่วโมง 17 นาที

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.7 รองลงมาเป็นระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 23.3 ระยะเวลา 30 นาที และ 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.1 เท่ากัน ระยะเวลา 2 ชั่วโมง 30 นาที และ 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.4 เท่ากัน ระยะเวลา 4 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 4.7 ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที และ 8 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.9 เท่ากัน ระยะเวลา 5 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.1 และระยะเวลา 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์ 2.28 ชั่วโมงหรือ 2 ชั่วโมง 17 นาที

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ฟังวิทยุเป็นประจำ

สถานที่ฟังวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน / หอพัก	107	42.0
ที่ทำงาน	39	15.3
ขณะขับรถยนต์	109	42.7
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ฟังวิทยุขณะขับรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ บ้าน / หอพัก คิดเป็นร้อยละ 42.0 และที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้ในการฟังวิทยุ

อุปกรณ์ที่ใช้ฟังวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องเล่นวิทยุ	212	83.1
วิทยุพกพา	14	5.5
คอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)	12	4.7
โทรศัพท์มือถือ	17	6.7
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุจากเครื่องเล่นวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 83.1 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 6.7 วิทยุพกพา คิดเป็นร้อยละ 5.5 และคอมพิวเตอร์(อินเทอร์เน็ต) คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีวิทยุที่ฟังบ่อยที่สุด

สถานีวิทยุที่ฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	9	3.5
FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่	21	8.2
FM88.5 FM Max	17	6.7
FM91.5 HOT WAVE	8	3.1
FM93.25 สทท.เชียงใหม่	28	11.0
FM94 EFM	4	1.6
FM100 เสียงสี่สารมวลชน	43	16.9
FM100.75 อสมท.	68	26.7
FM102.5 ทอ.เชียงใหม่	7	2.7
FM105.5 virgin hitz	8	3.1
FM105.75 เสียงสามร้อยยอด	29	11.4
อื่น ๆ	13	5.1
รวม	255	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ FM96.5 FM91.25 FM91.5 FM89.0 FM96.75 FM93.5 FM7.5 FM99 FM106.75 FM100.25 FM97.25

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุจากสถานีวิทยุ FM100.75 อสมท. คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมาคือ FM100 เสียงสี่สารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 16.9 FM105.75 เสียงสามร้อยยอด คิดเป็นร้อยละ 11.4 FM93.25 สทท.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 11.0 FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 8.2 FM88.5 FM Max คิดเป็นร้อยละ 6.7 อื่น ๆ ได้แก่ FM96.5 FM91.25 FM91.5 FM89.0 FM96.75 FM93.5 FM7.5 FM99 FM106.75 FM100.25 FM97.25 คิดเป็น ร้อยละ 5.1 ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 3.5 FM91.5 HOT WAVE และ FM105.5

virgin hitz คิดเป็น ร้อยละ 3.1 เท่ากัน FM102.5 ทอ.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 2.7 FM94 EFM คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภท / รายการของวิทยุ

ประเภท / รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวประจำวัน	108	42.4
วิเคราะห์ข่าว	48	18.8
ละครวิทยุ	2	0.8
เพลง	192	75.3
การทนายปัญหา / การแข่งขันเกม	10	3.9
สารคดี / ความรู้ทั่วไป	29	11.4
วิทยุเพื่อการศึกษา	8	3.1
อื่น ๆ	2	0.8

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบเลือกผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 255 คน)

2. อื่น ๆ คือ รายการธรรมะ

จากตารางที่ 85 พบว่าประเภทของรายการวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับคือรายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมา คือ ข่าวประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 42.4 วิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 18.8 สารคดี / ความรู้ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 11.4 การทนายปัญหา / การแข่งขันเกม คิดเป็นร้อยละ 3.9 วิทยุเพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.1 ละครวิทยุ และอื่นๆ คือ รายการธรรมะ คิดเป็นร้อยละ 0.8 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 86 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการข่าวประจำวัน

การเปิดรับฟังรายการข่าวประจำวัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟัง	147	57.6
ฟัง	108	42.4
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการข่าวประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 57.6 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 42.4

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับฟังรายการข่าวประจำวัน

สถานที่ที่รับฟังรายการข่าวประจำวัน	จำนวน	ร้อยละ
FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่	14	13.0
FM88.5 FM Max	8	7.4
FM93.25 สทท.เชียงใหม่	10	9.3
FM100 เสียงสื่อสารมวลชน	23	21.3
FM100.75 อสมท.	32	29.6
FM102.5 ทอ.เชียงใหม่	5	4.6
FM105.5 virgin hitz	2	1.9
FM105.75 เสียงสามร้อยยอด	11	10.2
อื่น ๆ	3	2.8
รวม	108	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ FM96.5 FM106.75 FM97.25

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการข่าวประจำวันจากสถานีวิทยุ FM100.75 อสมท. คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมา คือ FM100 เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 21.3 FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 13.0 FM105.75 เสียงสามร้อยยอด คิดเป็นร้อยละ 10.2 FM93.25 สทท.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 9.3 FM88.5 FM Max คิดเป็นร้อยละ 7.4 FM102.5 ทอ.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 4.6 อื่น ๆ ได้แก่ FM96.5 FM106.75 FM97.25 คิดเป็นร้อยละ 2.8 และ FM105.5 virgin hitz คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว

การเปิดรับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟัง	207	81.2
ฟัง	48	18.8
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 81.2 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 18.8

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว

สถานีที่รับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่	3	6.3
FM93.25 สวท.เชียงใหม่	12	25.0
FM100 เสียงสื่อสารมวลชน	5	10.4
FM100.75 อสมท.	21	43.8
FM105.5 virgin hitz	2	4.2
FM105.75 เสียงสามร้อยยอด	4	8.3
อื่น ๆ	1	2.1
รวม	48	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ FM96.5

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการวิเคราะห์ข่าวจากสถานีวิทยุ FM100.75 อสมท. คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา คือ FM93.25 สวท.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 25.0 FM100 เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 10.4 FM105.75 เสียงสามร้อยยอด คิดเป็นร้อยละ 8.3 FM88.0 สทท.11 เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 6.3 FM105.5 virgin hitz คิดเป็นร้อยละ 4.2 และอื่น ๆ ได้แก่ FM96.5 คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 90 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อบริษัท
วิเคราะห์ข่าวที่รับฟัง

รายการวิเคราะห์ข่าวที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	25	52.1
VOA (FM100 เสียงสื่อสารมวลชน)	5	10.4
คว๊าข่าวมาคุย (FM100 เสียงสื่อสารมวลชน)	10	20.8
ก้าวทันข่าว (FM100.75 อสมท.)	8	16.7
รวม	48	100.0

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการวิเคราะห์ข่าวคือ รายการคว๊าข่าวมาคุย คิดเป็นร้อยละ 20.8 รองลงมา คือ ก้าวทันข่าว คิดเป็นร้อยละ 16.7 VOA คิดเป็นร้อยละ 10.4 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 52.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 91 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการละครวิทยุ

การเปิดรับฟังรายการละครวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟัง	253	99.2
ฟัง	2	0.8
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการละครวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 99.2 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการ
ละครวิทยุ

สถานีที่รับฟังรายการละครวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
FM93.25 สวท.เชียงใหม่	2	100.0
รวม	2	100.0

จากตารางที่ 92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการละครวิทยุจากสถานีวิทยุ
FM93.25 สวท.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 93 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการเพลง

การเปิดรับฟังรายการเพลง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟัง	63	24.7
ฟัง	192	75.3
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 75.3
และไม่รับฟัง คิดเป็นร้อยละ 24.7

ตารางที่ 94 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการเพลง

สถานีที่รับฟังรายการเพลง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	5	2.6
FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่	17	8.9
FM88.5 FM Max	12	6.3
FM91.5 HOT WAVE	8	4.2
FM93.25 สทท.เชียงใหม่	21	10.9
FM94 EFM	4	2.1
FM100 เสียงสื่อสารมวลชน	27	14.1
FM100.75 อสมท.	44	22.9
FM102.5 ทอ.เชียงใหม่	3	1.6
FM105.5 virgin hitz	13	6.8
FM105.75 เสียงสามร้อยยอด	28	14.6
อื่น ๆ	10	5.2
รวม	192	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ FM90.5 FM89.0 FM96.75 FM93.5 FM99 FM97.25

จากตารางที่ 94 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการเพลงจากสถานีวิทยุ FM100.75 อสมท. คิดเป็นร้อยละ 22.9 รองลงมา คือ FM105.75 เสียงสามร้อยยอด คิดเป็นร้อยละ 14.6 FM100 เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 14.1 FM93.25 สทท.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 10.9 FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 8.9 FM105.5 virgin hitz คิดเป็นร้อยละ 6.8 FM88.5 FM Max คิดเป็นร้อยละ 6.3 อื่น ๆ ได้แก่ FM90.5 FM89.0 FM96.75 FM93.5 FM99 FM97.25 คิดเป็นร้อยละ 5.2 FM91.5 HOT WAVE คิดเป็นร้อยละ 4.2 ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 2.6 FM94 EFM คิดเป็นร้อยละ 2.1 และ FM102.5 ทอ.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 95 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการเพลงที่รับฟัง

รายการเพลงที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	171	89.1
Modern Radio (FM100.75 อสมท.)	4	2.1
Happy Time (FM105.75 เสียงสามร้อยยอด)	6	3.1
Seed FM (FM100.75 อสมท.)	7	3.6
วิหคเรดิโอ (FM89.0)	2	1.0
ดนตรีสี่ส้น (FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่)	2	1.0
รวม	192	100.0

จากตารางที่ 95 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการเพลงคือ รายการSeed FM คิดเป็นร้อยละ 3.6 รองลงมา คือ Happy Time คิดเป็นร้อยละ 3.1 Modern Radio คิดเป็นร้อยละ 2.1 วิหคเรดิโอและดนตรีสี่ส้น คิดเป็นร้อยละ 1.0 เท่ากัน และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 89.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 96 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการการทนายปัญหา / การแข่งขันเล่นเกม

การเปิดรับฟังรายการการทนายปัญหา / การแข่งขันเล่นเกม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟัง	245	96.1
ฟัง	10	3.9
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 96 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการการทนายปัญหา / การแข่งขันเล่นเกม คิดเป็นร้อยละ 96.1 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 3.9

ตารางที่ 97 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับฟังรายการ
การทนายปัญหา / การแข่งขันเล่นเกม

สถานที่รับฟังรายการการทนายปัญหา / การแข่งขันเล่นเกม	จำนวน	ร้อยละ
FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่	1	10.0
FM88.5 FM Max	2	20.0
FM93.25 สทท.เชียงใหม่	3	30.0
FM100 เสียงสื่อสารมวลชน	1	10.0
อื่น ๆ	3	30.0
รวม	10	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ FM89.0

จากตารางที่ 97 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการการทนายปัญหา / การแข่งขันเล่นเกมจากสถานีวิทยุ FM93.25 สทท.เชียงใหม่ และอื่น ๆ ได้แก่ FM89.0 คิดเป็นร้อยละ 30.0 เท่ากัน รองลงมา คือ FM88.5 FM Max คิดเป็นร้อยละ 20.0 FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่ และ FM100 เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 10.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 98 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการ
สารคดี / ความรู้ทั่วไป

การเปิดรับฟังรายการสารคดี / ความรู้ทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟัง	224	87.6
ฟัง	29	11.4
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 98 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการสารคดี / ความรู้ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 87.6 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตารางที่ 99 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการ
สารคดี / ความรู้ทั่วไป

สถานีที่รับฟังรายการสารคดี / ความรู้ทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	6.9
FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่	3	10.3
FM88.5 FM Max	4	13.8
FM93.25 สทท.เชียงใหม่	2	6.9
FM100 เสียงสื่อสารมวลชน	10	34.5
FM100.75 อสมท.	2	6.9
FM102.5 ทอ.เชียงใหม่	4	13.8
FM105.75 เสียงสามร้อยยอด	2	6.9
รวม	29	100.0

จากตารางที่ 99 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการสารคดี / ความรู้ทั่วไป จากสถานีวิทยุ FM100 เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา คือ FM88.5 FM Max และ FM102.5 ทอ.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 13.8 เท่ากัน FM88.0 สทท 11 เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 10.3 ไม่ระบุ FM93.25 สทท.เชียงใหม่ FM100.75 อสมท. และ FM105.75 เสียงสามร้อยยอด คิดเป็น ร้อยละ 6.9 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 100 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการ
สารคดี / ความรู้ทั่วไปที่รับฟัง

รายการสารคดี / ความรู้ทั่วไปที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	19	65.5
ทำมาหากิน (FM100 เสียงสื่อสารมวลชน)	6	20.6
ร่วมด้วยช่วยกัน (FM100 เสียงสื่อสารมวลชน)	3	10.5
คุยเฟื่องเรื่อง ไอที (FM100 เสียงสื่อสารมวลชน)	1	3.4
รวม	29	100.0

จากตารางที่ 100 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการสารคดี / ความรู้ทั่วไป คือ รายการทำมาหากิน คิดเป็นร้อยละ 20.6 รองลงมา คือ ร่วมด้วยช่วยกัน คิดเป็นร้อยละ 10.5 คุยเฟื่องเรื่องไอที คิดเป็นร้อยละ 3.4 และไม้ระนุ คิดเป็นร้อยละ 65.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 101 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการเพื่อการศึกษา

การเปิดรับฟังรายการเพื่อการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟัง	247	96.9
ฟัง	8	3.1
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 101 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการเพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 96.9 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตารางที่ 102 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการเพื่อการศึกษา

สถานีที่รับฟังรายการเพื่อการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
FM88.5 FM Max	3	37.5
FM93.25 สวท.เชียงใหม่	2	25.0
FM100 เสียงสื่อสารมวลชน	1	12.5
FM100.75 อสมท.	2	25.0
รวม	8	100.0

จากตารางที่ 102 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการเพื่อการศึกษาจากสถานีวิทยุ FM88.5 FM Max คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ FM93.25 สวท.เชียงใหม่ และ FM100.75 อสมท. คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ FM100 เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 103 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการ
อื่นๆ

การเปิดรับฟังรายการอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ฟัง	253	99.2
ฟัง	2	0.8
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 103 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟังรายการอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 99.2 และรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 104 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับฟังรายการ
อื่นๆ

สถานที่ที่รับฟังรายการอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
FM100.25 (วิทยุชุมชน)	2	100.0
รวม	2	100.0

จากตารางที่ 104 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการอื่น ๆ จากสถานีวิทยุ FM100.25 (วิทยุชุมชน) คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 105 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการ
อื่นๆ ที่รับฟัง

รายการอื่น ๆ ที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมะ (FM100.25วิทยุชุมชน)	2	100.0
รวม	2	100.0

จากตารางที่ 105 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการธรรมะ FM100.25 คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 106 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
วิทยุ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับสื่ออย่างเดียว	62	24.3
เปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน	11	4.3
เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น	182	71.4
รวม	255	100.0

จากตารางที่ 106 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ คือ
เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมา คือ เปิดรับสื่ออย่างเดียว คิดเป็น
ร้อยละ 24.3 และเปิดรับสื่ออย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

2.3 หนังสือพิมพ์

ตารางที่ 107 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นประจำ

การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นประจำ*	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	98	24.5
อ่าน	302	75.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ เป็นประจำ หมายถึง ไม่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 107 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 75.5 และไม่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 24.5

ตารางที่ 108 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	13	4.3
สัปดาห์ละครั้ง	22	7.3
สัปดาห์ละ 2-3 วัน	63	20.9
สัปดาห์ละ 4-5 วัน	62	20.5
วันละครั้ง	134	44.4
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	8	2.6
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 108 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์วันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์สัปดาห์ละ 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.9 สัปดาห์ละ 4-5 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.5 สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.3 น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3 และวันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 109 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน*	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	284	94.7
เสาร์-อาทิตย์	187	61.9

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 302 คน)

จากตารางที่ 109 พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 94.7 และเปิดรับสื่อในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 61.6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 110 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.0	
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	5	1.8	13
07.00-07.29 น.	15	5.3	5
07.30-07.59 น.	1	0.4	16
08.00-08.29 น.	29	10.2	3
08.30-08.59 น.	7	2.5	11
09.00-09.59 น.	18	6.3	4
10.00-10.59 น.	6	2.1	12
11.00-11.59 น.	4	1.4	14
12.00-12.29 น.	78	27.5	1
12.30-12.59 น.	9	3.2	9
13.00-13.59 น.	13	4.6	7
14.00-14.59 น.	5	1.8	13
15.00-15.59 น.	1	0.4	16
16.00-16.29 น.	9	3.2	9
16.30-16.59 น.	3	1.1	15
17.00-17.59 น.	14	4.9	6
18.00-18.29 น.	32	11.3	2
18.30-18.59 น.	6	2.1	12
19.00-19.29 น.	12	4.2	8
19.30-19.59 น.	3	1.1	15

ตารางที่ 110 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
20.00-20.59 น.	8	2.8	10
21.00-21.59 น.	6	2.1	12
22.00-22.59 น.	0	0.0	
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 284 คน

จากตารางที่ 110 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 12.00-12.29 น. คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาเวลา 18.00-18.29 น. คิดเป็นร้อยละ 11.3 เวลา 08.00-08.29 น. คิดเป็นร้อยละ 10.2 เวลา 09.00-09.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.3 เวลา 07.00-07.29 น. คิดเป็นร้อยละ 5.3 เวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.9 เวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.6 เวลา 19.00-19.29 น. คิดเป็นร้อยละ 4.2 เวลา 12.30-12.59 น. และ 16.00-16.29 น. คิดเป็นร้อยละ 3.2 เท่ากัน เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.8 เวลา 08.30-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.5 เวลา 10.00-10.59 น. 18.30-18.59 น. และ 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.1 เท่ากัน เวลา 06.00-06.59 น. และ 14.00-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.8 เท่ากัน เวลา 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.4 เวลา 16.30-16.59 น. และ 19.30-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน และเวลา 07.30-07.59 น. และ 15.00-15.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 111 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	1	0.4	
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.29 น.	4	1.4	13
07.30-07.59 น.	3	1.1	14
08.00-08.29 น.	11	3.9	7
08.30-08.59 น.	8	2.8	10
09.00-09.29 น.	16	5.6	5
09.30-09.59 น.	8	2.8	10
10.00-10.29 น.	8	2.8	10
10.30-10.59 น.	2	0.7	15
11.00-11.59 น.	1	0.4	16
12.00-12.29 น.	10	3.5	8
12.30-12.59 น.	14	4.9	6
13.00-13.29 น.	67	23.6	1
13.30-13.59 น.	9	3.2	9
14.00-14.29 น.	8	2.8	10
14.30-14.59 น.	4	1.4	13
15.00-15.59 น.	1	0.4	16
16.00-16.59 น.	6	2.1	11
17.00-17.59 น.	18	6.3	4
18.00-18.29 น.	9	3.2	9

ตารางที่ 111 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
18.30-18.59 น.	10	3.5	8
19.00-19.59 น.	27	9.5	2
20.00-20.59 น.	20	7.0	3
21.00-21.59 น.	5	1.8	12
22.00-22.59 น.	14	4.9	6
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 284 คน

จากตารางที่ 111 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 13.00-13.29 น. คิดเป็นร้อยละ 23.6 รองลงมาเวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 9.5 เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 7.0 เวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.3 เวลา 09.00-09.29 น. คิดเป็นร้อยละ 5.6 เวลา 12.30-12.59 น. และ 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.9 เท่ากัน เวลา 08.00-08.29 น. คิดเป็นร้อยละ 3.9 เวลา 12.00-12.29 น. และ 18.30-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.5 เท่ากัน เวลา 13.30-13.59 น. และ 18.00-18.29 น. คิดเป็นร้อยละ 3.2 เท่ากัน เวลา 08.30-08.59 น. 09.30-09.59 น. 10.00-10.29 น. และ 14.00-14.29 น. คิดเป็นร้อยละ 2.8 เท่ากัน เวลา 16.00-16.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.1 เวลา 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.8 เวลา 07.00-07.29 น. และ 14.30-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.4 เท่ากัน เวลา 07.30-07.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.1 เวลา 10.30-10.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.7 เวลา 11.00-11.59 น. 15.00-15.59 น. และ 00.00-00.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 112 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.0	
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.29 น.	1	0.5	12
06.30-06.59 น.	1	0.5	12
07.00-07.59 น.	5	2.7	9
08.00-08.29 น.	23	12.3	3
08.30-08.59 น.	10	5.3	5
09.00-09.59 น.	28	15.0	2
10.00-10.59 น.	18	9.6	4
11.00-11.59 น.	18	9.6	4
12.00-12.29 น.	38	20.3	1
12.30-12.59 น.	2	1.1	11
13.00-13.59 น.	8	4.3	6
14.00-14.59 น.	2	1.1	11
15.00-15.59 น.	6	3.2	8
16.00-16.59 น.	5	2.7	9
17.00-17.59 น.	3	1.6	10
18.00-18.29 น.	5	2.7	9
18.30-18.59 น.	1	0.5	12
19.00-19.59 น.	7	3.7	7
20.00-20.59 น.	6	3.2	
21.00-21.59 น.	0	0.0	

ตารางที่ 112 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์ (ต่อ)

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
22.00-22.59 น.	0	0.0	
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 187 คน

จากตารางที่ 112 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 12.00-12.29 น. คิดเป็นร้อยละ 20.3 รองลงมาเวลา 09.00-09.59 น. คิดเป็นร้อยละ 15.0 เวลา 08.00-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 12.3 เวลา 10.00-10.59 น. และ 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 9.6 เท่ากัน เวลา 08.30-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.3 เวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.3 เวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.7 เวลา 15.00-15.59 น. และ 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.2 เท่ากัน เวลา 07.00-07.59 น. และ 18.00-18.29 น. คิดเป็นร้อยละ 2.7 เท่ากัน เวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.6 เวลา 12.30-12.59 น. และ 14.00-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน และเวลา 06.00-06.29 น. 06.30-06.59 น. และ 18.30-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.5 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 113 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.0	
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.59 น.	0	0.0	
08.00-08.29 น.	2	1.1	12
08.30-08.59 น.	5	2.7	10
09.00-09.29 น.	16	8.6	3
09.30-09.59 น.	11	5.9	6
10.00-10.29 น.	13	7.0	5
10.30-10.59 น.	4	2.1	11
11.00-11.59 น.	14	7.5	4
12.00-12.29 น.	27	14.4	2
12.30-12.59 น.	5	2.7	10
13.00-13.59 น.	39	20.9	1
14.00-14.59 น.	4	2.1	11
15.00-15.29 น.	8	4.3	7
15.30-15.59 น.	4	2.1	11
16.00-16.59 น.	0	0.0	
17.00-17.59 น.	6	3.2	9
18.00-18.29 น.	4	2.1	11
18.30-18.59 น.	2	1.1	12
19.00-19.59 น.	8	4.3	7

ตารางที่ 113 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์ (ต่อ)

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
20.00-20.59 น.	7	3.7	8
21.00-21.59 น.	0	0.0	
22.00-22.59 น.	8	4.3	7
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 187 คน

จากตารางที่ 113 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 20.9 รองลงมาเวลา 12.00-12.29 น. คิดเป็นร้อยละ 14.4 เวลา 09.00-09.29 น. คิดเป็นร้อยละ 8.6 เวลา 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 7.5 เวลา 10.00-10.29 น. คิดเป็นร้อยละ 7.0 เวลา 09.30-09.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.9 เวลา 15.00-15.29 น. 19.00-19.59 น. และ 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.3 เท่ากัน เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.7 เวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.2 เวลา 08.30-08.59 น. และ 12.30-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.7 เท่ากัน เวลา 10.30-10.59 น. 14.00-14.59 น. 15.30-15.59 น. และ 18.00-18.29 น. คิดเป็นร้อยละ 2.1 เท่ากัน และเวลา 08.00-08.29 น. และ 18.30-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 114 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	116	40.8	2
1 ชั่วโมง	141	49.6	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	6	2.1	4
2 ชั่วโมง	16	5.6	3
3 ชั่วโมง	2	0.7	5
3 ชั่วโมง 30 นาที	1	0.4	6
5 ชั่วโมง	2	0.7	5
รวม	284	100.0	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 0.91 ชั่วโมงหรือ 54 นาที

จากตารางที่ 114 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาเป็นระยะเวลา 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 40.8 ระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.6 ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 2.1 ระยะเวลา 3 ชั่วโมง และ 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.7 เท่ากัน และระยะเวลา 3 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์ 0.91 ชั่วโมง หรือ 54 นาที

ตารางที่ 115 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	43	23.0	2
1 ชั่วโมง	110	58.8	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	3	1.6	5
2 ชั่วโมง	26	13.9	3
3 ชั่วโมง	4	2.1	4
3 ชั่วโมง 30 นาที	1	0.5	6
รวม	187	100.0	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 1.09 ชั่วโมงหรือ 1 ชั่วโมง 5 นาที

จากตารางที่ 115 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาเป็นระยะเวลา 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 23.0 ระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 13.9 ระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.1 ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.6 และระยะเวลา 3 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์ 1.09 ชั่วโมงหรือ 1 ชั่วโมง 5 นาที

ตารางที่ 116 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ

สถานที่อ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน / หอพัก	122	40.4
ห้องสมุด	12	4.0
ที่ทำงาน	124	41.1
ร้านอาหาร	39	12.9
ร้านกาแฟ	5	1.7
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 116 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาคือ บ้าน / หอพัก คิดเป็นร้อยละ 40.4 ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 12.9 ห้องสมุด คิดเป็นร้อยละ 4.0 และร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 117 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์ที่อ่าน

ประเภทของหนังสือพิมพ์	จำนวน*	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย	302	100.0
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ	55	18.2
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ	110	36.4

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 302 คน)

จากตารางที่ 117 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 36.4 หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 118 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์
รายวันฉบับภาษาไทยที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	3	1.0
ไทยรัฐ	212	70.2
เดลินิวส์	20	6.6
ข่าวสด	11	3.6
มติชนรายวัน	25	8.3
คมชัดลึก	6	2.0
สยามกีฬา	2	0.7
กรุงเทพธุรกิจ	5	1.7
ผู้จัดการรายวัน	9	3.0
ไทยโพสต์	3	1.0
อื่น ๆ	6	2.0
รวม	302	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ล้านนา เชียงใหม่นิวส์ ไทยนิวส์ และสปอร์ตพูล

จากตารางที่ 118 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาคือ มติชนรายวัน คิดเป็นร้อยละ 8.3 เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 6.6 ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 3.6 ผู้จัดการรายวัน คิดเป็นร้อยละ 3.0 คมชัดลึกและอื่น ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ล้านนา เชียงใหม่นิวส์ ไทยนิวส์ และสปอร์ตพูล คิดเป็นร้อยละ 2.0 กรุงเทพธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 1.7 ไม่ระบุและไทยโพสต์ คิดเป็นร้อยละ 1.0 และสยามกีฬา คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 119 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์
รายวันฉบับภาษาอังกฤษที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
บางกอกโพสต์	30	54.5
เดอะเนชั่น	25	45.5
รวม	55	100.0

จากตารางที่ 119 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์
คิดเป็นร้อยละ 54.5 และเดอะเนชั่น คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตารางที่ 120 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์
ธุรกิจที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	1	0.9
ประชาชาติธุรกิจ	20	18.3
ฐานเศรษฐกิจ	32	29.4
สยามธุรกิจ	4	3.7
กรุงเทพธุรกิจบิซวิค	13	11.9
ผู้จัดการรายสัปดาห์	38	34.9
อื่น ๆ	1	0.9
รวม	110	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ คือ หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์

จากตารางที่ 120 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์
คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมาคือ ฐานเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.4 ประชาชาติธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ
18.3 กรุงเทพธุรกิจบิซวิค คิดเป็นร้อยละ 11.9 สยามธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.7 และไม่ระบุ และอื่น ๆ
คือ โพสต์ทูเดย์ คิดเป็นร้อยละ 0.9 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 121 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภท / รายการของหนังสือพิมพ์

ประเภท / รายการ	จำนวน*	ร้อยละ
พาดหัวข่าว	183	60.6
เศรษฐกิจ	100	33.1
ข่าวสังคม	49	16.2
บันเทิง ดารา	92	30.5
เรื่องย่อละคร	42	13.9
การเมือง	97	32.1
กีฬา	70	23.2
วิชาการ	27	8.9
อาชญากรรม	49	16.2
เบ็ดเตล็ด เช่น ท่องเที่ยว, ความคิดเห็น, การพยากรณ์		
โศกชะตา ฯลฯ	60	19.9
อ่านทิ้งเล่ม	111	36.8

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 302 คน)

จากตารางที่ 121 พบว่าประเภท / รายการของหนังสือพิมพ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับคือ พาดหัวข่าว คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมา คือ อ่านทิ้งเล่ม คิดเป็นร้อยละ 36.8 เศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.1 การเมือง คิดเป็นร้อยละ 32.1 บันเทิง ดารา คิดเป็นร้อยละ 30.5 กีฬา คิดเป็นร้อยละ 23.2 เบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 19.9 ข่าวสังคม และอาชญากรรม คิดเป็นร้อยละ 16.2 เท่ากัน เรื่องย่อละคร คิดเป็นร้อยละ 13.9 และวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 122 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับพาดหัวข่าว

พาดหัวข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	119	39.4
อ่าน	183	60.6
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 122 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านพาดหัวข่าว คิดเป็นร้อยละ 60.6 และไม่อ่าน คิดเป็นร้อยละ 39.4

ตารางที่ 123 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่านพาดหัวข่าว

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	2	1.1
ไทยรัฐ	130	71.0
เดลินิวส์	10	5.5
ข่าวสด	10	5.5
มติชนรายวัน	16	8.7
คมชัดลึก	2	1.1
สยามกีฬา	2	1.1
ผู้จัดการรายวัน	5	2.7
ไทยโพสต์	3	1.6
อื่น ๆ	3	1.6
รวม	183	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ล้านนา ไทยนิวส์ และโพสต์ทูเดย์

จากตารางที่ 123 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านพาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาคือ มติชนรายวัน คิดเป็นร้อยละ 8.7 เดลินิวส์ และข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 5.5 เท่ากัน ผู้จัดการรายวัน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ไทยโพสต์ และอื่น ๆ ได้แก่ ล้านนา ไทยนิวส์ และโพสต์ทูเดย์ คิดเป็นร้อยละ 1.6 เท่ากัน และคมชัดลึก สยามกีฬา และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 124 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
พาดหัวข่าว

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	8	4.4
ข่าวหน้าหนึ่ง	174	95.1
ชี 12 (ไทยรัฐ)	1	0.5
รวม	183	100.0

จากตารางที่ 124 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านคอลัมน์ข่าวหน้าหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 95.1 รองลงมาคือ ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 4.4 และชี 12 คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 125 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวเศรษฐกิจ

ข่าวเศรษฐกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	202	66.9
อ่าน	100	33.1
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 125 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.9 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 33.1

ตารางที่ 126 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนั่งสื่อพิมพ์
ที่อ่านข่าวเศรษฐกิจ

รายชื่อนั่งสื่อพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	3	3.0
ไทยรัฐ	28	28.0
เดลินิวส์	4	4.0
มติชนรายวัน	12	12.0
สยามกีฬา	1	1.0
กรุงเทพธุรกิจ	6	6.0
ผู้จัดการรายวัน	9	9.0
ประชาชาติธุรกิจ	8	8.0
ฐานเศรษฐกิจ	11	11.0
สยามธุรกิจ	2	2.0
กรุงเทพธุรกิจบิซวิค	9	9.0
ผู้จัดการรายสัปดาห์	4	4.0
อื่น ๆ	3	3.0
รวม	100	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ และเศรษฐกิจภาคเหนือ

จากตารางที่ 126 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมา คือ มติชนรายวัน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ฐานเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.0 ผู้จัดการรายวัน และกรุงเทพธุรกิจบิซวิค คิดเป็นร้อยละ 9.0 เท่ากัน ประชาชาติธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.0 กรุงเทพธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.0 เดลินิวส์ และผู้จัดการรายสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 4.0 เท่ากัน ไม่ระบุ และอื่น ๆ ได้แก่ โพสต์ทูเดย์ และเศรษฐกิจภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 3.0 เท่ากัน สยามธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 2.0 และสยามกีฬา คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 127 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวเศรษฐกิจ

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	97	97.0
เศรษฐกิจประชาชน (ผู้จัดการรายสัปดาห์)	2	2.0
หน้าหลักทรัพย์สิน	1	1.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 127 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวเศรษฐกิจคอลัมน์เศรษฐกิจ
ประชาชน คิดเป็นร้อยละ 2.0 รองลงมา คือ หน้าหลักทรัพย์สิน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และไม่ระบุ คิดเป็น
ร้อยละ 97.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 128 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวสังคม

ข่าวสังคม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	253	83.8
อ่าน	49	16.2
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 128 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวสังคม คิดเป็นร้อยละ 83.8
และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 16.2

ตารางที่ 129 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารที่อ่านข่าวสังคม

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	37	75.5
เดลินิวส์	6	12.2
มติชนรายวัน	2	4.1
สยามกีฬา	1	2.0
ไทยโพสต์	2	4.1
อื่น ๆ	1	2.0
รวม	49	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ คือ นิตยสารเชียงใหม่

จากตารางที่ 129 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวสังคมจากนิตยสารไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 75.5 รองลงมา คือ เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 12.2 มติชนรายวัน และไทยโพสต์ คิดเป็นร้อยละ 4.1 และสยามกีฬา และอื่น ๆ คือ เชียงใหม่ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 2.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 130 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่านข่าวสังคม

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	37	75.5
บุคคลในข่าว (ไทยรัฐ)	12	24.5
รวม	49	100.0

จากตารางที่ 130 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวสังคมคอลัมน์บุคคลในข่าว คิดเป็นร้อยละ 24.5 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 75.5

ตารางที่ 131 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวบันเทิง
 ดารา

ข่าวบันเทิง ดารา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	210	69.5
อ่าน	92	30.5
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 131 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวบันเทิง ดารา คิดเป็นร้อยละ 69.5 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 30.5

ตารางที่ 132 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
 ที่อ่านข่าวบันเทิง ดารา

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	74	80.4
เดลินิวส์	8	8.7
ข่าวสด	3	3.3
คมชัดลึก	2	2.2
สยามกีฬา	1	1.1
ผู้จัดการรายวัน	1	1.1
อื่นๆ	3	3.3
รวม	92	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ลานนา และไทยนิวส์

จากตารางที่ 132 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวบันเทิง ดารา จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมา คือ เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 8.7 ข่าวสด และอื่นๆ ได้แก่ ลานนา และไทยนิวส์ คิดเป็นร้อยละ 3.3 เท่ากัน คมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 2.2 และสยามกีฬา และผู้จัดการรายวัน คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 133 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวบันเทิง คารา

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	56	60.9
แจ๊รมจอ (ไทยรัฐ)	24	26.1
ก๊าก๊กช่วยเกา (ไทยรัฐ)	12	13.0
รวม	92	100.0

จากตารางที่ 133 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวบันเทิงคาราคอลัมน์แจ๊รมจอ คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมา คือ ก๊าก๊กช่วยเกา คิดเป็นร้อยละ 13.0 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 60.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 134 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับเรื่องย่อละคร

เรื่องย่อละคร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	260	86.1
อ่าน	42	13.9
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 134 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านเรื่องย่อละคร คิดเป็นร้อยละ 86.1 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 13.9

ตารางที่ 135 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านเรื่องย่อละคร

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	1	2.4
ไทยรัฐ	35	83.3
เดลินิวส์	3	7.1
มติชนรายวัน	2	4.8
อื่น ๆ	1	2.4
รวม	42	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ คือ หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์

จากตารางที่ 135 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านเรื่องย่อละครจากหนังสือพิมพ์
ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมา คือ เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 7.1 มติชนรายวัน คิดเป็นร้อยละ
4.8 อื่น ๆ คือ ไทยนิวส์ และ ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 2.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 136 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวการเมือง

ข่าวการเมือง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	205	67.9
อ่าน	97	32.1
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 136 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวการเมือง คิดเป็นร้อยละ
67.9 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 32.1

ตารางที่ 137 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนั่งสื่อพิมพ์
ที่อ่านข่าวการเมือง

รายชื่อนั่งสื่อพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	45	46.4
เดลินิวส์	8	8.2
ข่าวสด	7	7.2
มติชนรายวัน	26	26.8
คมชัดลึก	2	2.1
สยามกีฬา	1	1.0
ผู้จัดการรายวัน	4	4.1
ผู้จัดการรายสัปดาห์	3	3.1
อื่น ๆ	1	1.0
รวม	97	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ คือ หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์

จากตารางที่ 137 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมา คือ มติชนรายวัน คิดเป็นร้อยละ 26.8 เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 8.2 ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 7.2 ผู้จัดการรายวัน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ผู้จัดการรายสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 3.1 คมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 2.1 และสยามกีฬา และอื่น ๆ คือ ไทยนิวส์ คิดเป็นร้อยละ 1.0 เท่ากันตามลำดับ

ตารางที่ 138 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่านข่าวการเมือง

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	73	75.3
คาบลูกคาบดอก (ไทยรัฐ)	12	12.4
หัวเขียว (ไทยรัฐ)	8	8.2
ในสถานการณ์ (ผู้จัดการรายวัน)	4	4.1
รวม	97	100.0

จากตารางที่ 138 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวการเมืองคอลัมน์คาบลูกคาบดอก คิดเป็นร้อยละ 12.4 รองลงมา คือ หัวเขียว คิดเป็นร้อยละ 8.2 ในสถานการณ์ คิดเป็นร้อยละ 4.1 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 75.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 139 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวกีฬา

ข่าวกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	232	76.8
อ่าน	70	23.2
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 139 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวกีฬา คิดเป็นร้อยละ 76.8 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 23.2

ตารางที่ 140 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านข่าวกีฬา

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	1	1.4
ไทยรัฐ	41	58.6
เดลินิวส์	4	5.7
ข่าวสด	3	4.3
มติชนรายวัน	1	1.4
สยามกีฬา	18	25.7
ผู้จัดการรายวัน	1	1.4
อื่น ๆ	1	1.4
รวม	70	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ คือ หนังสือพิมพ์สปอร์ตพูล

จากตารางที่ 140 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวกีฬาจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมา คือ สยามกีฬา คิดเป็นร้อยละ 25.7 เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 5.7 ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 4.3 และมติชนรายวัน ผู้จัดการรายวัน อื่น ๆ คือ สปอร์ตพูล และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 1.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 141 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าววิชาการ

ข่าววิชาการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	275	91.1
อ่าน	27	8.9
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 141 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าววิชาการ คิดเป็นร้อยละ 91.1 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 8.9

ตารางที่ 142 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสาร
ที่อ่านข่าววิชาการ

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	16	59.3
สยามรัฐ	1	3.7
กรุงเทพธุรกิจ	5	18.5
ผู้จัดการรายวัน	2	7.4
Bangkok Post	2	7.4
ประชาชาติธุรกิจ	1	3.7
รวม	27	100.0

จากตารางที่ 142 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าววิชาการจากนิตยสารไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมา คือ กรุงเทพธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 18.5 ผู้จัดการรายวัน และ Bangkok Post คิดเป็นร้อยละ 7.4 เท่ากัน และสยามรัฐ และประชาชาติธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.7 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 143 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าววิชาการ

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	16	59.3
ผู้จัดการปริทรรศน์ (ผู้จัดการรายวัน)	2	7.4
โลกาภิวัตน์ (ไทยรัฐ)	4	14.8
จุดประกาย (กรุงเทพธุรกิจ)	5	18.5
รวม	27	100.0

จากตารางที่ 143 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าววิชาการคอลัมน์จุดประกาย คิดเป็นร้อยละ 18.5 รองลงมา คือ โลกาภิวัตน์ คิดเป็นร้อยละ 14.8 ผู้จัดการปริทรรศน์ คิดเป็นร้อยละ 7.4 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 59.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 144 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าว
อาชญากรรม

ข่าวอาชญากรรม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	253	83.8
อ่าน	49	16.2
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 144 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวอาชญากรรม คิดเป็นร้อยละ 83.8 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 16.2

ตารางที่ 145 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านข่าวอาชญากรรม

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	40	81.6
เดลินิวส์	4	8.2
ข่าวสด	2	4.1
คมชัดลึก	2	4.1
อื่น ๆ	1	2.0
รวม	49	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ คือ หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์

จากตารางที่ 145 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวอาชญากรรมจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 81.6 รองลงมา คือ เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 8.2 ข่าวสด และคมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 4.1 เท่ากัน และอื่น ๆ คือไทยนิวส์ คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 146 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวเบ็ดเตล็ด

ข่าวเบ็ดเตล็ด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	242	80.1
อ่าน	60	19.9
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 146 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวเบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 80.1 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 19.9

ตารางที่ 147 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่านข่าวเบ็ดเตล็ด

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	42	70.0
เดลินิวส์	8	13.3
ข่าวสด	5	8.3
มติชนรายวัน	3	5.0
ผู้จัดการรายวัน	1	1.7
อื่น ๆ	1	1.7
รวม	60	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ คือ หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์

จากตารางที่ 147 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวเบ็ดเตล็ดจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา คือ เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 13.3 ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 8.3 มติชนรายวัน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และผู้จัดการรายวัน และอื่น ๆ คือไทยนิวส์ คิดเป็นร้อยละ 1.7 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 148 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวเบ็ดเตล็ด

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	49	81.7
ตรวจหวย	3	5.0
มุมพระเครื่อง	2	3.3
คูดวง	4	6.7
เทคโนโลยี	2	3.3
รวม	60	100.0

จากตารางที่ 148 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวเบ็ดเตล็ดคอลัมน์คูดวง คิดเป็นร้อยละ 6.7 รองลงมา คือ ตรวจหวย คิดเป็นร้อยละ 5.0 มุมพระเครื่องและเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 3.3 เท่ากัน และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 81.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 149 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับหนังสือพิมพ์
ทั้งเล่ม

ทั้งเล่ม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	191	63.2
อ่าน	111	36.8
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 149 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์ทั้งเล่ม คิดเป็นร้อยละ 63.2 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 36.8

ตารางที่ 150 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านทั้งเล่ม

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	73	65.8
เดลินิวส์	5	4.5
ข่าวสด	7	6.3
มติชนรายวัน	8	7.2
คมชัดลึก	6	5.4
สยามกีฬา	1	0.9
กรุงเทพธุรกิจ	1	0.9
ผู้จัดการรายวัน	4	3.6
ไทยโพสต์	1	0.9
Bangkok Post	1	0.9
ผู้จัดการรายสัปดาห์	2	1.8
อื่น ๆ	2	1.8
รวม	111	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ และล้านนา

จากตารางที่ 150 พบว่าหนังสือพิมพ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านทั้งเล่มคือไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมา คือ มติชนรายวัน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 6.3 คมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 5.4 เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 4.5 ผู้จัดการรายวัน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ผู้จัดการรายสัปดาห์ และอื่น ๆ ได้แก่ ไทยนิวส์ และล้านนา คิดเป็นร้อยละ 1.8 เท่ากัน และสยามกีฬา กรุงเทพธุรกิจ ไทยโพสต์ และ Bangkok Post คิดเป็นร้อยละ 0.9 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 151 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับสื่ออย่างเดียว	194	64.2
เปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน	30	9.9
เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น	78	25.8
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 151 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์แบบเปิดรับสื่ออย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 64.2 รองลงมา คือ เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น คิดเป็นร้อยละ 25.8 และเปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.4 นิติสาร

ตารางที่ 152 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อนิติสาร เป็นประจำ

การเปิดรับสื่อนิติสารเป็นประจำ*	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	197	49.3
อ่าน	203	50.8
รวม	400	100.0

หมายเหตุ เป็นประจำ หมายถึง ไม่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 152 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิติสารเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 50.8 และไม่อ่านนิติสารเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 49.3

ตารางที่ 153 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อนิติสาร

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	50	24.6
สัปดาห์ละครั้ง	67	33.0
สัปดาห์ละ 2-3 วัน	58	28.6
สัปดาห์ละ 4-5 วัน	15	7.4
วันละครั้ง	7	3.4
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	6	3.0
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 153 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนิติสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาเปิดรับสื่อนิติสารสัปดาห์ละ 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 28.6 น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.6 สัปดาห์ละ 4-5 วัน คิดเป็นร้อยละ 7.4 วันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.4 และวันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 154 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
นิตยสาร

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน*	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	134	66.0
เสาร์-อาทิตย์	149	73.4

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 203 คน)

จากตารางที่ 154 พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เปิดรับสื่อ นิตยสารในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 73.4 และเปิดรับสื่อในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 66.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 155 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	2	1.5	9
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.29 น.	2	1.5	9
06.30-06.59 น.	3	2.3	8
07.00-07.59 น.	0	0.0	
08.00-08.59 น.	1	0.8	10
09.00-09.59 น.	6	4.5	6
10.00-10.59 น.	6	4.5	6
11.00-11.59 น.	2	1.5	9
12.00-12.29 น.	20	15.2	2
12.30-12.59 น.	2	1.5	9
13.00-13.59 น.	4	3.0	7
14.00-14.59 น.	2	1.5	9
15.00-15.59 น.	2	1.5	9
16.00-16.29 น.	2	1.5	9
16.30-16.59 น.	2	1.5	9
17.00-17.59 น.	11	8.3	4
18.00-18.29 น.	28	21.2	1
18.30-18.59 น.	4	3.0	7
19.00-19.59 น.	15	11.4	3
20.00-20.29 น.	10	7.6	5
20.30-20.59 น.	2	1.5	9

ตารางที่ 155 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
21.00-21.59 น.	2	1.5	9
22.00-22.59 น.	4	3.0	7
23.00-23.59 น.	2	1.5	9

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 134 คน

จากตารางที่ 155 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.00-18.29 น. คิดเป็นร้อยละ 21.2 รองลงมาเวลา 12.00-12.29 น. คิดเป็นร้อยละ 15.2 เวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 11.4 เวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 8.3 เวลา 20.00-20.29 น. คิดเป็นร้อยละ 7.6 เวลา 09.00-09.59 น. และ 10.00-10.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.5 เท่ากัน เวลา 13.00-13.59 น. 18.30-18.59 น. และ 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.0 เท่ากัน เวลา 06.30-06.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.3 เวลา 06.00-06.29 น. 11.00-11.59 น. 12.30-12.59 น. 14.00-14.59 น. 15.00-15.59 น. 16.00-16.29 น. 16.30-16.59 น. 20.30-20.59 น. 21.00-21.59 น. และ 00.00-00.59 น. คิดเป็น ร้อยละ 1.5 เท่ากัน และเวลา 08.00-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 156 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดใน
การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	4	3.0	7
01.00-01.59 น.	2	1.5	9
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.59 น.	3	2.3	8
08.00-08.59 น.	0	0.0	
09.00-09.59 น.	1	0.8	10
10.00-10.29 น.	4	3.0	7
10.30-10.59 น.	5	3.8	6
11.00-11.59 น.	1	0.8	10
12.00-12.29 น.	0	0.0	
12.30-12.59 น.	4	3.0	7
13.00-13.29 น.	17	12.9	2
13.30-13.59 น.	4	3.0	7
14.00-14.59 น.	4	3.0	7
15.00-15.59 น.	1	0.8	10
16.00-16.59 น.	6	4.5	5
17.00-17.29 น.	2	1.5	9
17.30-17.59 น.	2	1.5	9
18.00-18.29 น.	5	3.8	6
18.30-18.59 น.	2	1.5	9
19.00-19.59 น.	27	20.5	1
20.00-20.59 น.	17	12.9	2

ตารางที่ 156 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
21.00-21.59 น.	8	6.1	4
22.00-22.59 น.	10	7.6	3
23.00-23.59 น.	3	2.3	8

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 134 คน

จากตารางที่ 156 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมา คือ เวลา 13.00-13.29 น. และ 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 12.9 เท่ากัน เวลา 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 7.6 เวลา 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.1 เวลา 16.00-16.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.5 เวลา 10.30-10.59 น. และ 18.00-18.29 น. คิดเป็นร้อยละ 3.8 เท่ากัน เวลา 00.00-00.59 น. 10.00-10.29 น. 12.30-12.59 น. 13.30-13.59 น. และ 14.00-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.0 เท่ากัน เวลา 07.00-07.59 น. และ 23.00-23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.3 เท่ากัน เวลา 01.00-01.59 น. 17.00-17.29 น. 17.30-17.59 น. และ 18.30-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.5 เท่ากัน เวลา 09.00-09.59 น. 11.00-11.59 น. และ 15.00-15.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 157 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	2	1.3	11
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.29 น.	2	1.3	11
06.30-06.59 น.	2	1.3	11
07.00-07.59 น.	0	0.0	
08.00-08.29 น.	4	2.7	9
08.30-08.59 น.	2	1.3	11
09.00-09.59 น.	6	4.0	8
10.00-10.59 น.	20	13.4	1
11.00-11.59 น.	12	8.1	5
12.00-12.59 น.	19	12.8	2
13.00-13.59 น.	18	12.1	3
14.00-14.59 น.	10	6.7	6
15.00-15.59 น.	4	2.7	9
16.00-16.59 น.	8	5.4	7
17.00-17.59 น.	12	8.1	5
18.00-18.59 น.	13	8.7	4
19.00-19.59 น.	3	2.0	10
20.00-20.59 น.	8	5.4	7
21.00-21.59 น.	2	1.3	11
22.00-22.59 น.	2	1.3	11
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 149 คน

จากตารางที่ 157 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.00-10.59 น. คิดเป็นร้อยละ 13.4 รองลงมา คือ เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 12.8 เวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 12.1 เวลา 18.00-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 8.7 เวลา 11.00-11.59 น. และ 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 8.1 เท่ากัน เวลา 14.00-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.7 เวลา 16.00-16.59 น. และ 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.4 เท่ากัน เวลา 09.00-09.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.0 เวลา 08.00-08.29 น. และ 15.00-15.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.7 เท่ากัน เวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.0 เวลา 00.00-00.59 น. 06.00-06.29 น. 06.30-06.59 น. 08.30-08.59 น. 21.00-21.59 น. และ 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 158 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	2	1.3	12
01.00-01.59 น.	2	1.3	12
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.39 น.	0	0.0	
07.00-07.59 น.	2	1.3	12
08.00-08.59 น.	0	0.0	
09.00-09.29 น.	4	2.7	10
09.30-09.59 น.	2	1.3	12
10.00-10.29 น.	3	2.0	11
10.30-10.59 น.	2	1.3	12
11.00-11.29 น.	7	4.7	7
11.30-11.59 น.	2	1.3	12
12.00-12.59 น.	17	11.4	1
13.00-13.29 น.	16	10.7	2
13.30-13.59 น.	6	4.0	8
14.00-14.59 น.	16	10.7	2
15.00-15.59 น.	5	3.4	9
16.00-16.59 น.	10	6.7	5
17.00-17.59 น.	2	1.3	12
18.00-18.29 น.	15	10.1	3
18.30-18.59 น.	1	0.7	13
19.00-19.59 น.	14	9.4	4
20.00-20.59 น.	8	5.4	6

ตารางที่ 158 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันเสาร์-อาทิตย์ (ต่อ)

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
21.00-21.59 น.	2	1.3	12
22.00-22.59 น.	6	4.0	8
23.00-23.59 น.	5	3.4	9

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 149 คน

จากตารางที่ 158 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 11.4 รองลงมา คือ เวลา 13.00-13.29 น. และ 14.00-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 10.7 เท่ากัน เวลา 18.00-18.29 น. คิดเป็นร้อยละ 10.1 เวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 9.4 เวลา 16.00-16.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.7 เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.4 เวลา 11.00-11.29 น. คิดเป็นร้อยละ 4.7 เวลา 13.30-13.59 น. และ 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.0 เท่ากัน เวลา 15.00-15.59 น. และ 23.00-23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.4 เท่ากัน เวลา 09.00-09.29 น. คิดเป็นร้อยละ 2.7 เวลา 10.00-10.29 น. คิดเป็นร้อยละ 2.0 เวลา 00.00-00.59 น. 01.00-01.59 น. 07.00-07.59 น. 09.30-09.59 น. 10.30-10.59 น. 11.30-11.59 น. 17.00-17.59 น. และ 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน และเวลา 18.30-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 159 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	28	20.9	2
1 ชั่วโมง	82	61.2	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	4	3.0	4
2 ชั่วโมง	17	12.7	3
3 ชั่วโมง	1	0.7	6
5 ชั่วโมง	2	1.5	5
รวม	134	100.0	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 1.11 ชั่วโมงหรือ 1 ชั่วโมง 6 นาที

จากตารางที่ 159 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุสารในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาเป็นระยะเวลา 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 20.9 ระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 12.7 ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.0 ระยะเวลา 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.5 และระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อวิทยุสารในวันจันทร์-ศุกร์ 1.11 ชั่วโมงหรือ 1 ชั่วโมง 6 นาที

ตารางที่ 160 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุสารในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	19	12.7	3
1 ชั่วโมง	88	59.1	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	6	4.0	4
2 ชั่วโมง	28	18.8	2
3 ชั่วโมง	6	4.0	4
4 ชั่วโมง	2	1.3	5
รวม	149	100.0	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 1.27 ชั่วโมงหรือ 1 ชั่วโมง 16 นาที

จากตารางที่ 160 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุสารในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 18.8 ระยะเวลา 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.7 ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที และ 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 4.0 เท่ากัน และระยะเวลา 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อวิทยุสารในวันเสาร์-อาทิตย์ 1.27 ชั่วโมงหรือ 1 ชั่วโมง 16 นาที

ตารางที่ 161 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่อ่านนิตยสาร
เป็นประจำ

สถานที่อ่านนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน / หอพัก	109	53.7
ห้องสมุด	13	6.4
ที่ทำงาน	26	12.8
ร้านที่ไปใช้บริการ	29	14.3
ร้านอาหาร	15	7.4
ร้านกาแฟ	11	5.4
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 161 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมา คือ ร้านที่ไปใช้บริการ เช่น ร้านเสริมสวย คิดเป็นร้อยละ 14.3 ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 7.4 ห้องสมุด คิดเป็นร้อยละ 6.4 และร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 162 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภท /
รายการของนิตยสาร

ประเภท / รายการ	จำนวน*	ร้อยละ
วัยรุ่น	15	7.5
ผู้ชาย	10	5.0
ผู้หญิง	45	22.2
บันเทิง ดารา	49	24.1
แฟชั่น/การแต่งกาย	14	6.9
เด็ก	4	2.0
กีฬา	12	5.9
การท่องเที่ยว	32	15.8
สุขภาพ/ชีวิต	43	21.2
บ้านและการตกแต่งบ้าน	58	28.6
คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี	26	12.8
ดนตรี/เพลง	10	4.9
รถยนต์	13	6.4
อ่านทั้งหมด	79	38.9

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 203 คน)

จากตารางที่ 162 พบว่าประเภท / รายการของนิตยสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
เปิดรับคืออ่านทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ บ้านและการตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 28.6
บันเทิง ดารา 24.1 ผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 22.2 สุขภาพ/ชีวิต คิดเป็นร้อยละ 21.2 การท่องเที่ยว
คิดเป็นร้อยละ 15.8 คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 12.8 วัยรุ่น คิดเป็นร้อยละ 7.5
แฟชั่น/การแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 6.9 รถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 6.4 กีฬา คิดเป็นร้อยละ 5.9 ผู้ชาย
คิดเป็นร้อยละ 5.0 ดนตรี/เพลง คิดเป็นร้อยละ 4.9 และเด็ก คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 163 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิเทศสารวัยรุ่น

นิเทศสารวัยรุ่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	188	92.6
อ่าน	15	7.4
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 163 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิเทศสารวัยรุ่น คิดเป็นร้อยละ 92.6 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 7.4

ตารางที่ 164 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิเทศสารวัยรุ่น

รายชื่อนิเทศสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	9	60.0
The Boy	2	13.3
Seventeen	2	13.3
I Like	1	6.7
Teenage	1	6.7
รวม	15	100.0

จากตารางที่ 164 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิเทศสารวัยรุ่นคือ The Boy และ Seventeen คิดเป็นร้อยละ 13.3 เท่ากัน รองลงมาคือ I Like และ Teenage คิดเป็นร้อยละ 6.7 เท่ากัน และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 60.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 165 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารวัยรุ่น

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	13	86.7
DIY	1	6.7
คูควง	1	6.7
รวม	15	100.0

จากตารางที่ 165 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารวัยรุ่นคอลัมน์ DIY และคูควง คิดเป็นร้อยละ 6.7 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 86.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 166 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารผู้ชาย

นิตยสารผู้ชาย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	193	95.1
อ่าน	10	4.9
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 166 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 95.1 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 4.9

ตารางที่ 167 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสารผู้ชาย

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	5	50.0
GM	5	50.0
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 167 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้ชายคือ GM คิดเป็นร้อยละ 50.0 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 168 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารผู้หญิง

นิตยสารผู้หญิง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	158	77.8
อ่าน	45	22.2
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 168 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 77.8 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 22.2

ตารางที่ 169 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารผู้หญิง

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	11	24.4
Cleo	3	6.7
แพรว	14	31.1
ขวัญเรือน	4	8.9
แพรวสุดสัปดาห์	2	4.4
Elle	6	13.3
กุลสตรี	3	6.7
Lisa	2	4.4
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 169 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงคือ แพรว คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 24.4 Elle คิดเป็นร้อยละ 13.3 ขวัญเรือน คิดเป็นร้อยละ 8.9 Cleo และกุลสตรี คิดเป็นร้อยละ 6.7 เท่ากัน และแพรวสุดสัปดาห์ และLisa คิดเป็นร้อยละ 4.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 170 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่านนิตยสารผู้หญิง

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	43	95.6
งานฝีมือ	2	4.4
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 170 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงคอลัมน์งานฝีมือ คิดเป็นร้อยละ 4.4 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 95.6

ตารางที่ 171 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารบันเทิง ดารา

นิตยสารบันเทิง ดารา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	154	75.9
อ่าน	49	24.1
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 171 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารบันเทิง ดารา คิดเป็นร้อยละ 75.9 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 24.1

ตารางที่ 172 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารบันเทิง
 ดารา

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	8	16.3
Gossip	6	12.2
Star News	3	6.1
Spicy	6	12.2
ทีวีพูล	18	36.7
คู่สร้างคู่สม	5	10.2
ดาราทะพนตร์	2	4.1
Oops	1	2.0
รวม	49	100.0

จากตารางที่ 172 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารบันเทิง ดารา คือ ทีวีพูล คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 16.3 Gossip และ Spicy คิดเป็นร้อยละ 12.2 คู่สร้างคู่สม คิดเป็นร้อยละ 10.2 Star News คิดเป็นร้อยละ 10.2 ดาราทะพนตร์ คิดเป็นร้อยละ 4.1 และ Oops คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 173 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
 นิตยสารบันเทิง ดารา

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	47	95.9
คูดวง	2	4.1
รวม	49	100.0

จากตารางที่ 173 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารบันเทิง ดารา คอลัมน์ คูดวง คิดเป็นร้อยละ 4.1 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 95.9

ตารางที่ 174 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
แฟชั่น การแต่งกาย

นิตยสารแฟชั่น การแต่งกาย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	189	93.1
อ่าน	14	6.9
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 174 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารแฟชั่น การแต่งกาย
คิดเป็นร้อยละ 93.1 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 6.9

ตารางที่ 175 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสารแฟชั่น
การแต่งกาย

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	12	85.7
Cheeze	2	14.3
รวม	14	100.0

จากตารางที่ 175 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารแฟชั่น การแต่งกายคือ
Cheeze คิดเป็นร้อยละ 14.3 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 85.7

ตารางที่ 176 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารเด็ก

นิตยสารเด็ก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	199	98.0
อ่าน	4	2.0
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 176 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารเด็ก คิดเป็นร้อยละ 98.0 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 177 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสารเด็ก

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
บันทึกคุณแม่	2	50.0
แม่และเด็ก	2	50.0
รวม	4	100.0

จากตารางที่ 177 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารเด็กคือ บันทึกคุณแม่ และแม่และเด็ก คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน

ตารางที่ 178 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารกีฬา

นิตยสารกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	191	94.1
อ่าน	12	5.9
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 178 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารกีฬา คิดเป็นร้อยละ 94.1 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 5.9

ตารางที่ 179 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อวิทยสารกีฬา

รายชื่อวิทยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	7	58.3
สยามกีฬา	2	16.7
มวยสยามรายวัน	1	8.3
สปอร์ตพูล	2	16.7
รวม	12	100.0

จากตารางที่ 179 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านวิทยสารกีฬาคือ สยามกีฬาและสปอร์ตพูล คิดเป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน รองลงมาคือ มวยสยามรายวัน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 58.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 180 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารการท่องเที่ยง

นิตยสารการท่องเที่ยง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	171	84.2
อ่าน	32	15.8
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 180 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารการท่องเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 84.2 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 15.8

ตารางที่ 181 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสาร
การท่องเที่ยว

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	16	50.0
อสมท.	13	40.6
เพื่อนเดินทาง	2	6.3
สารคดี	1	3.1
รวม	32	100.0

จากตารางที่ 181 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารการท่องเที่ยวคือ อสมท. คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ เพื่อนเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 6.3 สารคดี คิดเป็นร้อยละ 3.1 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 182 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
สุขภาพ/ชีวิต

นิตยสารสุขภาพ/ชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	160	78.8
อ่าน	43	21.2
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 182 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารสุขภาพ/ชีวิต คิดเป็นร้อยละ 78.8 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 21.2

ตารางที่ 183 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารสุขภาพ/
ชีวิต

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	16	37.2
ชีวิต	21	48.8
ใกล้หมอ	4	9.3
Shape	2	4.7
รวม	43	100.0

จากตารางที่ 183 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารสุขภาพ/ชีวิตคือ ชีวิต คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ ใกล้หมอ คิดเป็นร้อยละ 9.3 Shape คิดเป็นร้อยละ 4.7 ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 37.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 184 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารบ้าน
และการตกแต่งบ้าน

นิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	145	71.4
อ่าน	58	28.6
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 184 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารบ้านและการตกแต่ง
บ้าน คิดเป็นร้อยละ 71.4 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 28.6

ตารางที่ 185 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	11	19.0
บ้านและสวน	44	75.9
Room	3	5.2
รวม	58	100.0

จากตารางที่ 185 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน คือ บ้านและสวน คิดเป็นร้อยละ 75.9 รองลงมาคือ Room คิดเป็นร้อยละ 5.2 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 186 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี

นิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	177	87.2
อ่าน	26	12.8
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 186 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 87.2 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 12.8

ตารางที่ 187 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อนิตยสาร
คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	13	50.0
Computer Today	7	26.9
IT Window	2	7.7
PC Mag	2	7.7
Computer Review	2	7.7
รวม	26	100.0

จากตารางที่ 187 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีคือ Computer Today คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาคือ IT Window PC Mag และ Computer Review คิดเป็นร้อยละ 7.7 เท่ากัน และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 188 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
ดนตรี/เพลง

นิตยสารดนตรี/เพลง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	193	95.1
อ่าน	10	4.9
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 188 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารดนตรี/เพลง คิดเป็นร้อยละ 95.1 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 4.9

ตารางที่ 189 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อวิทยสารดนตรี/
เพลง

รายชื่อวิทยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	8	80.0
Sincere	2	20.0
รวม	10	100.0

จากตารางที่ 189 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านวิทยสารดนตรี/เพลงคือ Sincere คิดเป็นร้อยละ 20.0 และไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 80.0

ตารางที่ 190 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับวิทยสาร
รถยนต์

วิทยสารรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	190	93.6
อ่าน	13	6.4
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 190 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านวิทยสารรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 93.6 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 6.4

ตารางที่ 191 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อวิทยสารรถยนต์

รายชื่อวิทยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	5	38.5
ชื่อขायรถ	2	15.4
XOมอเตอร์สปอร์ต	4	30.8
นักเลงรถ	2	15.4
รวม	13	100.0

จากตารางที่ 191 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านวิทยสารรถยนต์คือ XO มอเตอร์สปอร์ต คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ ชื่อขायรถ และนักเลงรถ คิดเป็นร้อยละ 15.4 เท่ากัน และ ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 38.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 192 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน วิทยสารรถยนต์

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	11	84.6
แต่งรถ	2	15.4
รวม	13	100.0

จากตารางที่ 192 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านวิทยสารรถยนต์ คอลัมน์แต่งรถ คิดเป็นร้อยละ 15.4 และ ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 84.6

ตารางที่ 193 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับวิทยสารทั้งเล่ม

วิทยสารทั้งเล่ม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่าน	124	61.1
อ่าน	79	38.9
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 193 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารทั้งเล่ม คิดเป็นร้อยละ 61.1 และอ่าน คิดเป็นร้อยละ 38.9

ตารางที่ 194 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อ นิตยสารที่อ่านทั้งเล่ม

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
มติชนสุดสัปดาห์	13	16.5
แพรว	6	7.6
Computer Today	4	5.1
บ้านและสวน	6	7.6
Spicy	2	2.5
Reader Digest	6	7.6
เทคโนโลยีชาวบ้าน	2	2.5
Time	2	2.5
ชีวิต	7	8.9
Cleo	2	2.5
กุลสตรี	6	7.6
หญิงไทย	3	3.8
J-Spy	1	1.3
PC Mag	2	2.5
เคหะการเกษตร	2	2.5
พระเครื่อง	1	1.3
คู่มือสร้างคู่มือ	10	12.7
สื่อกลาง	1	1.3
สกุลไทย	1	1.3
ทีวีพูล	2	2.5
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 194 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารที่เล่มคือ มติชนสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมาคือ คู่สร้างคู่สม คิดเป็นร้อยละ 12.7 ชิวจิต คิดเป็นร้อยละ 8.9 แพรว บ้านและสวน Reader Digest กุลสตรี คิดเป็นร้อยละ 7.6 เท่ากัน Computer Today คิดเป็นร้อยละ 5.1 หญิงไทย คิดเป็นร้อยละ 3.8 Spicy เทคโนโลยีชาวบ้าน Time Cleo PC Mag เคหะการเกษตร และทีวีพูล คิดเป็นร้อยละ 2.5 เท่ากัน และJ-Spy พระเครื่อง สื่อกลาง และสกุลไทย คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 195 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร

พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับสื่ออย่างเดียว	131	64.5
เปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน	14	6.9
เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น	58	28.6
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 195 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแบบเปิดรับสื่ออย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ เปิดสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น คิดเป็นร้อยละ 28.6 และเปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ตามลำดับ

2.5 อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 196 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นประจำ

การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นประจำ*	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้	98	24.5
ใช้	302	75.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ เป็นประจำ หมายถึง ไม่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 196 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 75.5 และไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 24.5

ตารางที่ 197 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์ในการใช้	จำนวน	ร้อยละ
1 เดือน – 1 ปี	35	11.6
1 ปี – 3 ปี	65	21.5
3 ปี – 5 ปี	61	20.2
5 ปี ขึ้นไป	141	46.7
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 197 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาเป็นระยะเวลารวม 1ปี-3ปี คิดเป็นร้อยละ 21.5 3ปี-5ปี คิดเป็นร้อยละ 20.2 และ 1เดือน-1ปี คิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 198 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	17	5.6
สัปดาห์ละครั้ง	22	7.3
สัปดาห์ละ 2-3 วัน	56	18.5
สัปดาห์ละ 4-5 วัน	35	11.6
วันละครั้ง	75	24.8
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	97	32.1
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 198 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตวันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตวันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.8 สัปดาห์ละ 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 18.5 สัปดาห์ละ 4-5 วัน คิดเป็นร้อยละ 11.6 สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.3 และน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 199 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน*	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	283	93.7
เสาร์-อาทิตย์	157	52.0

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 302 คน)

จากตารางที่ 199 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 93.7 และเปิดรับสื่อในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 52.0

ตารางที่ 200 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.0	
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.29 น.	4	1.4	11
07.30-07.59 น.	1	0.4	14
08.00-08.29 น.	49	17.3	1
08.30-08.59 น.	40	14.1	2
09.00-09.59 น.	34	12.0	3
10.00-10.59 น.	13	4.6	8
11.00-11.59 น.	0	0.0	
12.00-12.29 น.	24	8.5	5
12.30-12.59 น.	4	1.4	11
13.00-13.59 น.	15	5.3	6
14.00-14.59 น.	2	0.7	13
15.00-15.59 น.	3	1.1	12
16.00-16.29 น.	6	2.1	10
16.30-16.59 น.	2	0.7	13
17.00-17.59 น.	3	1.1	12
18.00-18.29 น.	14	4.9	7
18.30-18.59 น.	2	0.7	13
19.00-19.59 น.	14	4.9	7
20.00-20.29 น.	30	10.6	4

ตารางที่ 200 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
20.30-20.59 น.	4	1.4	11
21.00-21.29 น.	10	3.5	9
21.30-21.59 น.	2	0.7	13
22.00-22.29 น.	6	2.1	10
22.30-22.59 น.	1	0.4	14
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 283 คน

จากตารางที่ 200 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.00-08.29 น. คิดเป็นร้อยละ 17.3 รองลงมาเวลา 08.30-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 14.1 เวลา 09.00-09.59 น. คิดเป็นร้อยละ 12.0 เวลา 20.00-20.29 น. คิดเป็นร้อยละ 10.6 เวลา 12.00-12.29 น. คิดเป็นร้อยละ 8.5 เวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.3 เวลา 18.00-18.29 น. และ 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.9 เท่ากัน เวลา 10.00-10.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.6 เวลา 21.00-21.29 น. คิดเป็นร้อยละ 3.5 เวลา 16.00-16.29 น. และ 22.00-22.29 น. คิดเป็นร้อยละ 2.1 เท่ากัน เวลา 07.00-07.29 น. 12.30-12.59 น. และ 20.30-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.4 เท่ากัน เวลา 15.00-15.59 น. และ 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.1 เท่ากัน เวลา 14.00-14.59 น. 16.30-16.59 น. 18.30-18.59 น. และ 21.30-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.7 เท่ากัน เวลา 07.30-07.59 น. และ 22.30- 22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 201 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	24	8.5	4
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	6	2.1	14
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.59 น.	0	0.0	
08.00-08.29 น.	0	0.0	
08.30-08.59 น.	8	2.8	12
09.00-09.59 น.	4	1.4	15
10.00-10.59 น.	10	3.5	10
11.00-11.59 น.	0	0.0	
12.00-12.59 น.	7	2.5	13
13.00-13.59 น.	13	4.6	8
14.00-14.59 น.	14	4.9	7
15.00-15.59 น.	13	4.6	8
16.00-16.29 น.	31	11.0	2
16.30-16.59 น.	28	9.9	3
17.00-17.29 น.	34	12.0	1
17.30-17.59 น.	4	1.4	15
18.00-18.59 น.	9	3.2	11
19.00-19.59 น.	10	3.5	10
20.00-20.29 น.	16	5.7	6
20.30-20.59 น.	2	0.7	16
21.00-21.29 น.	12	4.2	9

ตารางที่ 201 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
21.30-21.59 น.	6	2.1	14
22.00-22.59 น.	18	6.4	5
23.00-23.59 น.	14	4.9	7

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 283 คน

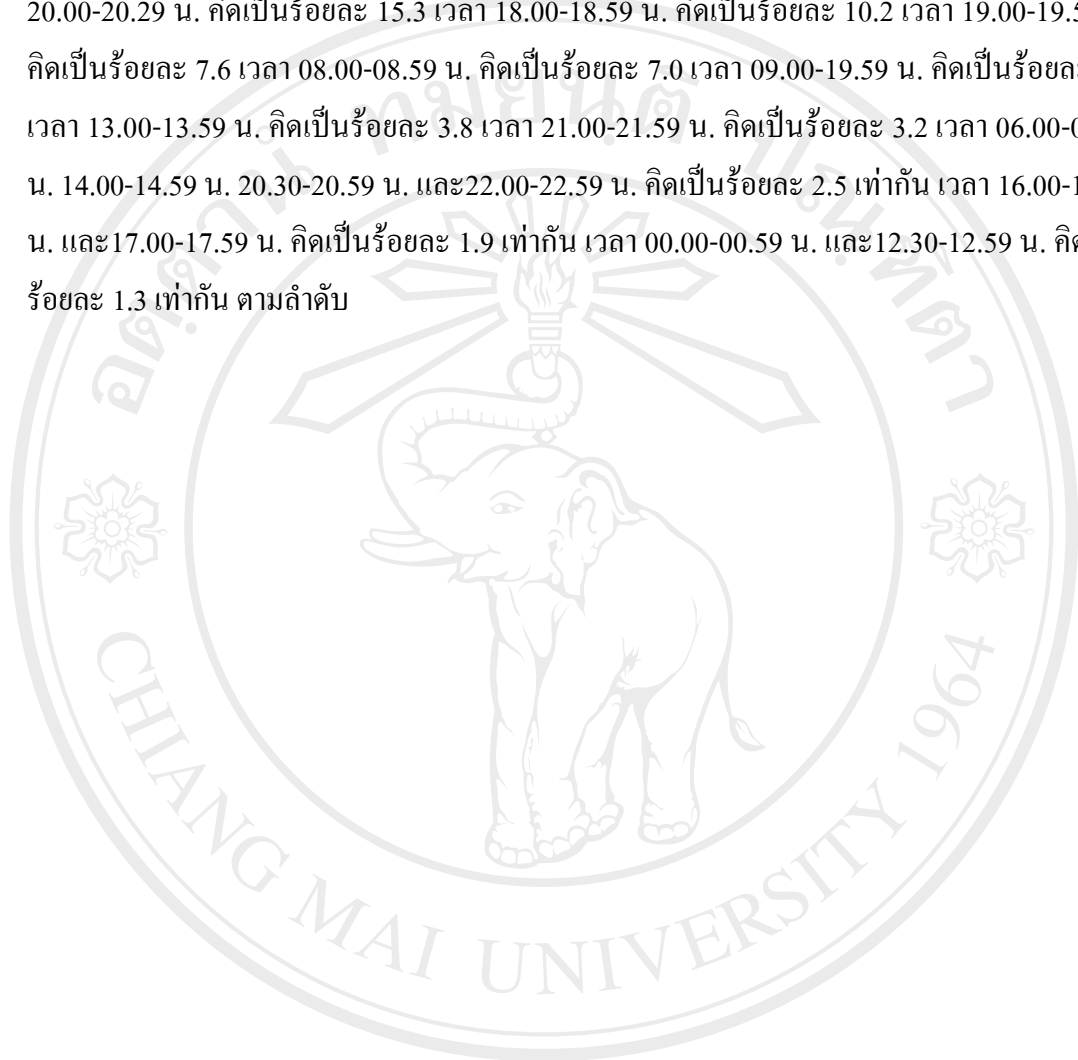
จากตารางที่ 201 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-17.29 น. คิดเป็นร้อยละ 12.0 รองลงมาเวลา 16.00-16.29 น. คิดเป็นร้อยละ 11.0 เวลา 16.30-16.59 น. คิดเป็นร้อยละ 9.9 เวลา 00.00-00.59 น. คิดเป็นร้อยละ 8.5 เวลา 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.4 เวลา 20.00-20.29 น. คิดเป็นร้อยละ 5.7 เวลา 14.00-14.59 น. และ 23.00-23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.9 เท่ากัน เวลา 13.00-13.59 น. และ 15.00-15.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.6 เท่ากัน เวลา 21.00-21.29 น. คิดเป็นร้อยละ 4.2 เวลา 10.00-10.59 น. และ 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.5 เท่ากัน เวลา 18.00-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.2 เวลา 08.30-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.8 เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.5 เวลา 02.00-02.59 น. และ 21.30-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.1 เท่ากัน เวลา 09.00-09.59 น. และ 17.30-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.4 เท่ากัน และเวลา 20.30-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 202 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	2	1.3	11
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	4	2.5	9
07.00-07.59 น.	0	0.0	
08.00-08.59 น.	11	7.0	5
09.00-09.59 น.	7	4.5	6
10.00-10.59 น.	25	15.9	1
11.00-11.59 น.	0	0.0	
12.00-12.29 น.	25	15.9	1
12.30-12.59 น.	2	1.3	11
13.00-13.59 น.	6	3.8	7
14.00-14.59 น.	4	2.5	9
15.00-15.59 น.	0	0.0	
16.00-16.59 น.	3	1.9	10
17.00-17.59 น.	3	1.9	10
18.00-18.59 น.	16	10.2	3
19.00-19.59 น.	12	7.6	4
20.00-20.29 น.	24	15.3	2
20.30-20.59 น.	4	2.5	9
21.00-21.59 น.	5	3.2	8
22.00-22.59 น.	4	2.5	9
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 157 คน

จากตารางที่ 202 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.00-10.59 น. และ 12.00-12.29 น. คิดเป็นร้อยละ 15.9 เท่ากัน รองลงมาเวลา 20.00-20.29 น. คิดเป็นร้อยละ 15.3 เวลา 18.00-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 10.2 เวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 7.6 เวลา 08.00-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 7.0 เวลา 09.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.5 เวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.8 เวลา 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.2 เวลา 06.00-06.59 น. 14.00-14.59 น. 20.30-20.59 น. และ 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.5 เท่ากัน เวลา 16.00-16.59 น. และ 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.9 เท่ากัน เวลา 00.00-00.59 น. และ 12.30-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 203 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	25	12.9	1
01.00-01.59 น.	4	2.5	9
02.00-02.59 น.	5	3.2	8
03.00-03.59 น.	3	1.3	10
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.59 น.	0	0.0	
08.00-08.59 น.	0	0.0	
09.00-09.59 น.	0	0.0	
10.00-10.59 น.	1	0.6	12
11.00-11.59 น.	5	3.2	8
12.00-12.59 น.	15	9.6	2
13.00-13.59 น.	8	5.1	6
14.00-14.59 น.	8	5.1	6
15.00-15.59 น.	4	2.5	9
16.00-16.29 น.	11	7.0	4
16.30-16.59 น.	2	1.3	11
17.00-17.59 น.	4	2.5	9
18.00-18.59 น.	6	3.8	7
19.00-19.59 น.	0	0.0	
20.00-20.59 น.	25	15.9	1
21.00-21.59 น.	10	6.4	5
22.00-22.59 น.	12	7.6	3
23.00-23.59 น.	10	6.4	5

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 157 คน

จากตารางที่ 203 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์เวลา 00.00-00.59 น. และ 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 15.9 เท่ากัน รองลงมาเวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 9.6 เวลา 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 7.6 เวลา 16.00-16.29 น. คิดเป็นร้อยละ 7.0 เวลา 21.00-21.59 น. และ 23.00-23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.4 เท่ากัน เวลา 13.00-13.59 น. และ 14.00-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.1 เท่ากัน เวลา 18.00-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.8 เวลา 02.00-02.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.2 เวลา 01.00-01.59 น. 15.00-15.59 น. และ 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.5 เวลา 03.00-03.59 น. และ 16.30-16.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน และเวลา 10.00-10.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 204 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	17	6.0	5
1 ชั่วโมง	72	25.4	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	7	2.5	9
2 ชั่วโมง	71	25.1	2
2 ชั่วโมง 30 นาที	4	1.4	11
3 ชั่วโมง	31	11.0	3
3 ชั่วโมง 30 นาที	6	2.1	10
4 ชั่วโมง	21	7.4	4
5 ชั่วโมง	11	3.9	7
6 ชั่วโมง	8	2.8	8
7 ชั่วโมง	6	2.1	10
8 ชั่วโมง	16	5.7	6
8 ชั่วโมง 30 นาที	2	0.7	13
9 ชั่วโมง	4	1.4	11
10 ชั่วโมง	3	1.1	12
11 ชั่วโมง	2	0.7	13
12 ชั่วโมง	2	0.7	13
รวม	283	100.0	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 2.98 ชั่วโมงหรือ 2 ชั่วโมง 59 นาที

จากตารางที่ 204 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25.4 รองลงมาระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25.1 ระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 11.0 ระยะเวลา 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 7.4 ระยะเวลา 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 6.0 ระยะเวลา 8 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.7 ระยะเวลา 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.9 ระยะเวลา 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.8 ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 2.5 ระยะเวลา 3 ชั่วโมง 30 นาที และ 7 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.1 เท่ากัน ระยะเวลา 2 ชั่วโมง 30 นาที และ 9 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.4 เท่ากัน ระยะเวลา 10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.1 และระยะเวลา 11 ชั่วโมง และ 12 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.7 เท่ากัน ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ 2.98 ชั่วโมงหรือ 2 ชั่วโมง 59 นาที

ตารางที่ 205 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	6	3.8	6
1 ชั่วโมง	34	21.7	2
1 ชั่วโมง 30 นาที	2	1.3	8
2 ชั่วโมง	45	28.7	1
2 ชั่วโมง 30 นาที	2	1.3	8
3 ชั่วโมง	21	13.4	4
3 ชั่วโมง 30 นาที	2	1.3	8
4 ชั่วโมง	25	15.9	3
5 ชั่วโมง	11	7.0	5
6 ชั่วโมง	2	1.3	8
8 ชั่วโมง	2	1.3	8
10 ชั่วโมง	3	1.9	7
12 ชั่วโมง	2	1.3	8
รวม	157	100.0	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 2.82 ชั่วโมงหรือ 2 ชั่วโมง 49 นาที

จากตารางที่ 205 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.7 รองลงมาระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.7 ระยะเวลา 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15.9 ระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 13.4 ระยะเวลา 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 7.0 ระยะเวลา 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.8 ระยะเวลา 10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.9 ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที 2 ชั่วโมง 30 นาที 3 ชั่วโมง 30 นาที 6 ชั่วโมง 8 ชั่วโมง และ 12 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์ 2.82 ชั่วโมงหรือ 2 ชั่วโมง 49 นาที

ตารางที่ 206 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน / หอพัก	121	40.1
สถาบันการศึกษา	11	3.6
สถานที่ทำงาน	166	55.0
ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่	4	1.3
รวม	302	100.0

จากตารางที่ 206 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่สถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน / หอพัก คิดเป็นร้อยละ 40.1 สถาบันการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.6 และ ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 207 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเว็บไซต์ที่เข้าชมเป็นประจำ

เว็บไซต์ที่เข้าชมเป็นประจำ*	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
Hotmail	81	26.8	1
Yahoo	34	11.3	4
Google	74	24.5	2
Kapook	14	4.6	6
Sanook	16	5.3	5
Pantip	10	3.3	7
Teenee	3	1.0	8
Websiteของบริษัท/หน่วยงาน	54	17.9	3
อื่น ๆ	16	5.3	5

หมายเหตุ 1. เป็นประจำ หมายถึง ไม่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

2. อื่น ๆ ได้แก่ www.lobour.go.th www.thairath.co.th www.dek-de.com
www.2how.com www.mthai.com www.thaimail.com www.set.or.th www.radio.in.th
www.youtube.com

จากตารางที่ 207 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าชมเว็บไซต์ Hotmail คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาคือ Google คิดเป็นร้อยละ 24.5 Websiteของบริษัท/หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 17.9 Yahoo คิดเป็นร้อยละ 11.3 Sanook และเว็บไซต์อื่น ๆ ได้แก่ www.lobour.go.th www.thairath.co.th www.dek-de.com www.2how.com www.mthai.com www.thaimail.com www.set.or.th www.radio.in.th www.youtube.com คิดเป็นร้อยละ 5.3 เท่ากัน Kapook คิดเป็นร้อยละ 4.6 Pantip คิดเป็นร้อยละ 3.3 และ Teenee คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 208 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่เลือกเข้าชมเว็บไซต์

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ค้นหาข้อมูลข่าวสาร	132	43.7	1
รับ/ส่ง e-mail	97	32.1	2
เป็น link เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่างๆ	21	7.0	4
สนทนา chat	9	3.0	5
ฟังเพลง / วิทยุออนไลน์	6	2.0	6
ซื้อง่าย	4	1.3	7
เข้าจนเคยชิน	27	8.9	3
อื่น ๆ	6	2.0	6

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ อ่านนิยาย ตรวจสอบราคาหลักทรัพย์

จากตารางที่ 208 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าชมเว็บไซต์เนื่องจากต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมาคือ รับ/ส่ง e-mail คิดเป็นร้อยละ 32.1 เข้าจนเคยชิน คิดเป็นร้อยละ 8.9 เป็น link เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 7.0 สนทนา Chat คิดเป็นร้อยละ 3.0 ฟังเพลง / วิทยุออนไลน์ และอื่น ๆ ได้แก่ อ่านนิยาย ตรวจสอบราคาหลักทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 2.0 เท่ากันและซื้อง่าย คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 209 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับสื่ออย่างเดียว	125	41.4
เปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน	73	24.2
เปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น	104	34.4
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 209 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแบบเปิดรับสื่ออย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาคือ เปิดสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่น คิดเป็นร้อยละ 34.4 และเปิดรับหลายสื่อในเวลาเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.6 ภาพยนตร์

ตารางที่ 210 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อภาพยนตร์

การเปิดรับสื่อภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชม	205	51.3
ชม	195	48.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 210 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ชมภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 51.3 และชมภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 48.8

ตารางที่ 211 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	78	40.0
เดือนละครั้ง	69	35.4
เดือนละ 2-3 ครั้ง	35	17.9
สัปดาห์ละครั้ง	10	5.1
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	3	1.5
รวม	195	100.0

จากตารางที่ 211 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อภาพยนตร์น้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาเปิดรับสื่อภาพยนตร์เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.4 เดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.9 สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.1 และ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 212 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
ภาพยนตร์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน*	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	66	33.8
เสาร์-อาทิตย์	160	82.1

หมายเหตุ * ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 195 คน)

จากตารางที่ 212 พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 82.1 และเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 33.8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 213 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.0	
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.59 น.	0	0.0	
08.00-08.59 น.	0	0.0	
09.00-09.59 น.	0	0.0	
10.00-10.59 น.	0	0.0	
11.00-11.59 น.	0	0.0	
12.00-12.59 น.	2	3.0	7
13.00-13.59 น.	1	1.5	8
14.00-14.59 น.	3	4.5	6
15.00-15.59 น.	0	0.0	
16.00-16.59 น.	0	0.0	
17.00-17.59 น.	4	6.1	5
18.00-18.59 น.	25	37.9	1
19.00-19.59 น.	13	19.7	2
20.00-20.59 น.	10	15.2	3
21.00-21.59 น.	6	9.1	4
22.00-22.59 น.	2	3.0	7
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 66 คน

จากตารางที่ 213 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.00-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมาเวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 19.7 เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 15.2 เวลา 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 9.1 เวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.1 เวลา 14.00-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 4.5 เวลา 12.00-12.59 น. และ 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.0 เท่ากัน และเวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ



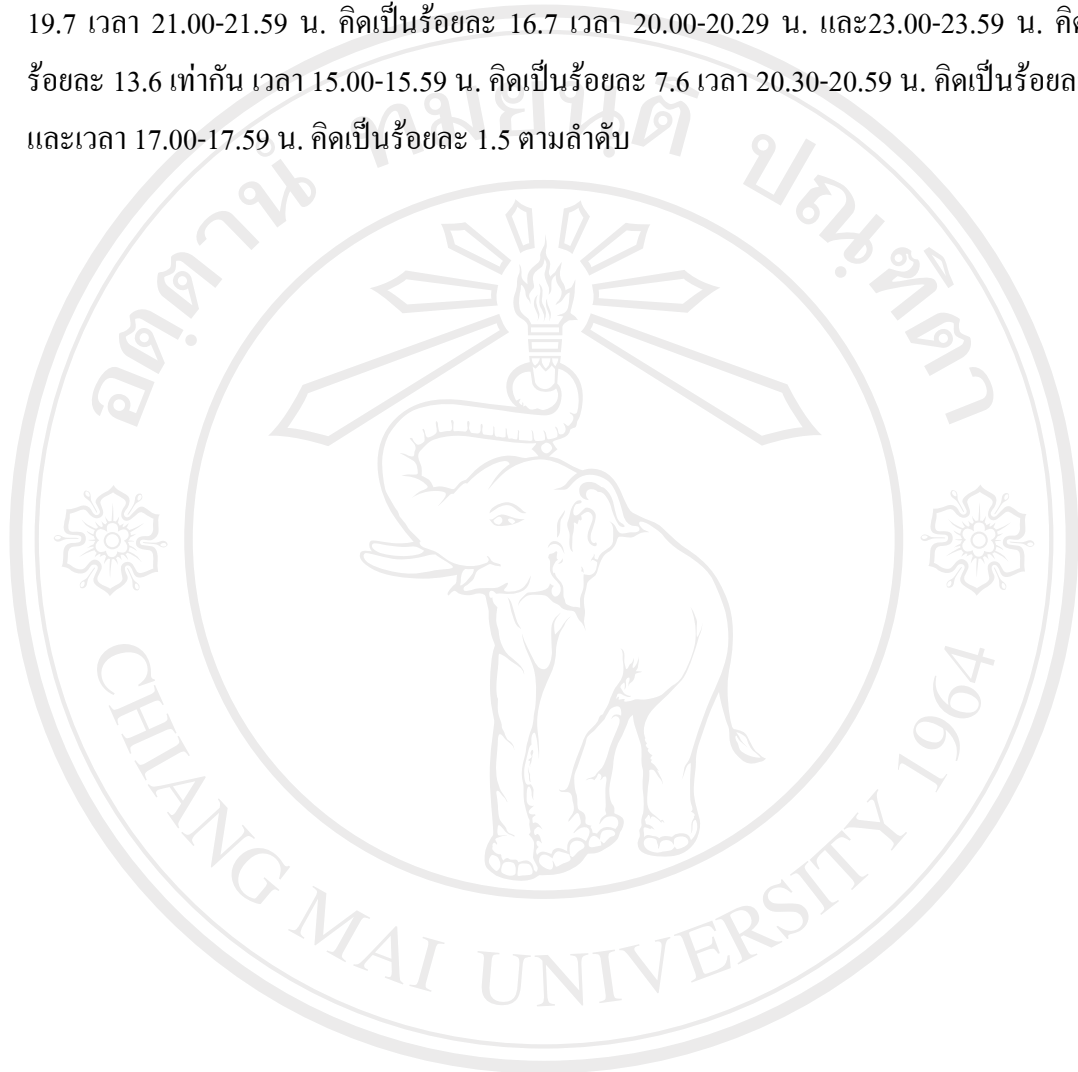
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 214 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดใน
การเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	16	24.2	1
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.59 น.	0	0.0	
08.00-08.59 น.	0	0.0	
09.00-09.59 น.	0	0.0	
10.00-10.59 น.	0	0.0	
11.00-11.59 น.	0	0.0	
12.00-12.59 น.	0	0.0	
13.00-13.59 น.	0	0.0	
14.00-14.59 น.	0	0.0	
15.00-15.59 น.	5	7.6	5
16.00-16.59 น.	0	0.0	
17.00-17.59 น.	1	1.5	7
18.00-18.59 น.	0	0.0	
19.00-19.59 น.	0	0.0	
20.00-20.29 น.	9	13.6	4
20.30-20.59 น.	2	3.0	6
21.00-21.59 น.	11	16.7	3
22.00-22.59 น.	13	19.7	2
23.00-23.59 น.	9	13.6	4

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 66 คน

จากตารางที่ 214 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวัน
จันทร์-ศุกร์ เวลา 00.00-00.59 น. คิดเป็นร้อยละ 24.2 รองลงมาเวลา 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ
19.7 เวลา 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 16.7 เวลา 20.00-20.29 น. และ 23.00-23.59 น. คิดเป็น
ร้อยละ 13.6 เท่ากัน เวลา 15.00-15.59 น. คิดเป็นร้อยละ 7.6 เวลา 20.30-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.0
และเวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ



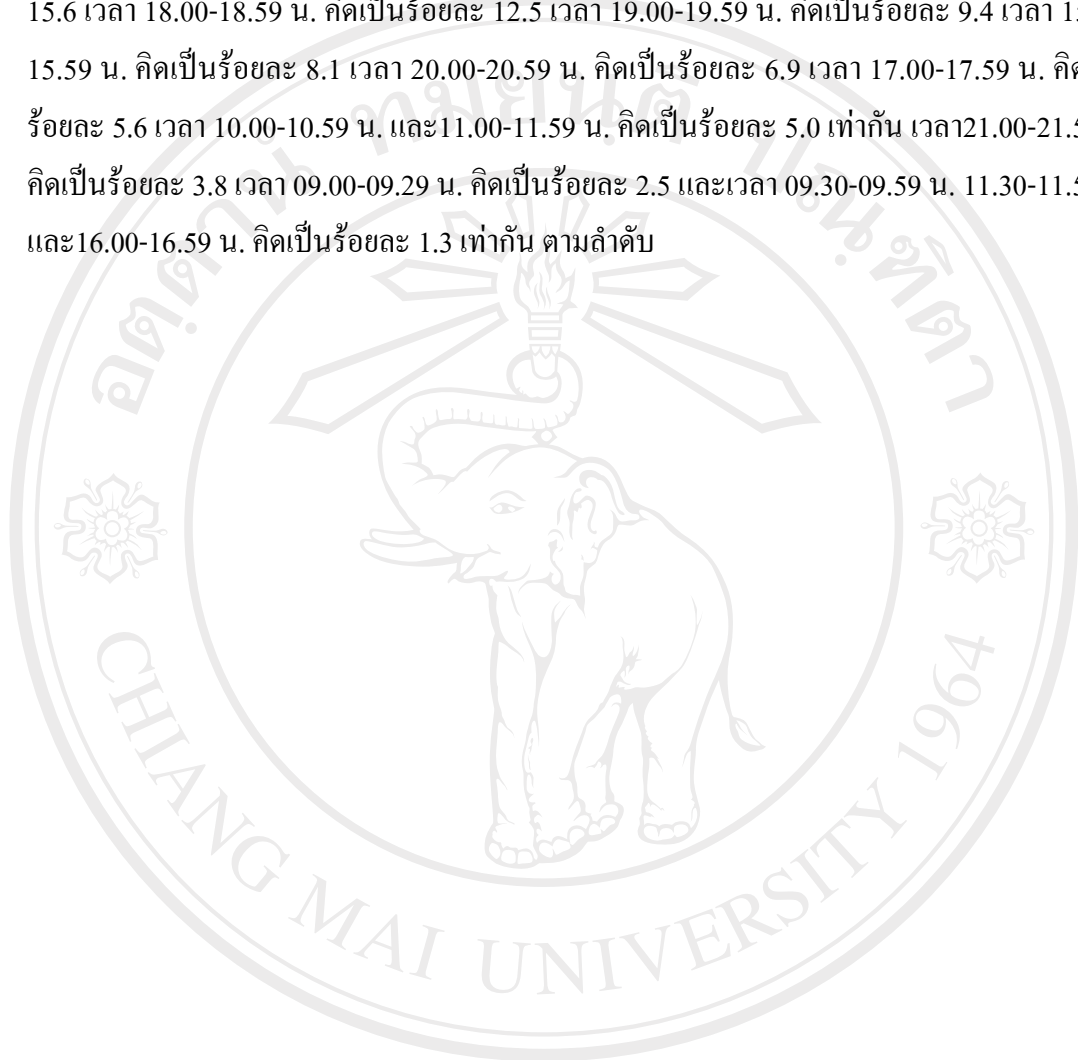
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 215 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาเริ่มต้นในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.0	
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.59 น.	0	0.0	
08.00-08.59 น.	0	0.0	
09.00-09.29 น.	4	2.5	10
09.30-09.59 น.	2	1.3	11
10.00-10.59 น.	8	5.0	8
11.00-11.29 น.	8	5.0	8
11.30-11.59 น.	2	1.3	11
12.00-12.59 น.	27	16.9	1
13.00-13.59 น.	25	15.6	2
14.00-14.59 น.	8	5.0	8
15.00-15.59 น.	13	8.1	5
16.00-16.59 น.	2	1.3	11
17.00-17.59 น.	9	5.6	7
18.00-18.59 น.	20	12.5	3
19.00-19.59 น.	15	9.4	4
20.00-20.59 น.	11	6.9	6
21.00-21.59 น.	6	3.8	9
22.00-22.59 น.	0	0.0	
23.00-23.59 น.	0	0.0	

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 160 คน

จากตารางที่ 215 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มต้นเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 16.9 รองลงมาเวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 15.6 เวลา 18.00-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 12.5 เวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 9.4 เวลา 15.00-15.59 น. คิดเป็นร้อยละ 8.1 เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 6.9 เวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.6 เวลา 10.00-10.59 น. และ 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.0 เท่ากัน เวลา 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.8 เวลา 09.00-09.29 น. คิดเป็นร้อยละ 2.5 และเวลา 09.30-09.59 น. 11.30-11.59 น. และ 16.00-16.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 216 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาสิ้นสุดใน
การเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาสิ้นสุดในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ (น.)	จำนวน*	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	16	10.0	3
01.00-01.59 น.	0	0.0	
02.00-02.59 น.	0	0.0	
03.00-03.59 น.	0	0.0	
04.00-04.59 น.	0	0.0	
05.00-05.59 น.	0	0.0	
06.00-06.59 น.	0	0.0	
07.00-07.59 น.	0	0.0	
08.00-08.59 น.	0	0.0	
09.00-09.59 น.	0	0.0	
10.00-10.59 น.	0	0.0	
11.00-11.59 น.	2	1.3	
12.00-12.59 น.	6	3.8	7
13.00-13.29 น.	3	1.9	10
13.30-13.59 น.	1	0.6	12
14.00-14.29 น.	8	5.0	6
14.30-14.59 น.	2	1.3	11
15.00-15.59 น.	23	14.4	1
16.00-16.29 น.	13	8.1	4
16.30-16.59 น.	4	2.5	9
17.00-17.59 น.	9	5.6	5
18.00-18.59 น.	17	10.6	2
19.00-19.59 น.	5	3.1	8
20.00-20.59 น.	17	10.6	2
21.00-21.59 น.	9	5.6	5
22.00-22.59 น.	16	10.0	3
23.00-23.59 น.	9	5.6	5

หมายเหตุ * จำนวนผู้ตอบ 160 คน

จากตารางที่ 216 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สิ้นสุดการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 15.00-15.59 น. คิดเป็นร้อยละ 14.4 รองลงมาเวลา 18.00-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 10.6 เวลา 00.00-00.59 น. และ 22.00-22.59 น. คิดเป็นร้อยละ 10.0 เท่ากัน เวลา 16.00-16.29 น. คิดเป็นร้อยละ 8.1 เวลา 17.00-17.59 น. 21.00-21.59 น. และ 23.00-23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 5.6 เท่ากัน เวลา 14.00-14.29 น. คิดเป็นร้อยละ 5.0 เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.8 เวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 3.1 เวลา 16.30-16.59 น. คิดเป็นร้อยละ 2.5 เวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.9 เวลา 14.30-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 1.3 และเวลา 13.30-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 217 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของภาพยนตร์ที่ชม

ประเภทภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ตลก	51	26.2
ชีวิต	8	4.1
รัก โรแมนติก	21	10.8
แฟนตาซี	7	3.6
แอคชั่น ผจญภัย	85	43.6
ผี สยองขวัญ	5	2.6
ลึกลับ สืบสวน	17	8.7
อื่น ๆ	1	0.5
รวม	195	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ สารคดี

จากตารางที่ 217 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์แอคชั่น ผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมาคือ ตลก คิดเป็นร้อยละ 26.2 รัก โรแมนติก คิดเป็นร้อยละ 10.8 ลึกลับสืบสวน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ชีวิต คิดเป็นร้อยละ 4.1 แฟนตาซี คิดเป็นร้อยละ 3.6 ผี สยองขวัญ คิดเป็นร้อยละ 2.6 และอื่น ๆ ได้แก่ สารคดี คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 218 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ชมภาพยนตร์ด้วย

บุคคลที่ชมภาพยนตร์ด้วย	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	44	22.6
แฟน/คนรัก	87	44.6
คนเดียว	26	13.3
ลูก	15	7.7
พ่อ/แม่	6	3.1
พี่/น้อง	17	8.7
รวม	195	100.0

จากตารางที่ 218 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เข้าชมภาพยนตร์กับแฟน/คนรัก คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 22.6 คนเดียว คิดเป็นร้อยละ 13.3 พี่/น้อง คิดเป็นร้อยละ 8.7 ลูก คิดเป็นร้อยละ 7.7 และพ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชน

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชน ของเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และจากผลการศึกษาได้ทำการรวมคำตอบของระดับเหตุผลมากที่สุดกับมาก เป็นระดับเหตุผลมาก และรวมคำตอบของระดับเหตุผลปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เป็นระดับเหตุผลน้อย ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 219

ตารางที่ 219 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชน

เหตุผล	ระดับเหตุผล	
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)
เพื่อให้ได้ข้อมูลที่อยากรู้	358 (89.5)	42 (10.5)
เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ	357 (89.3)	43 (10.7)
เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	332 (83.0)	68 (17.0)
เพื่อรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม	326 (81.5)	74 (18.5)
เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย	189 (47.2)	211 (52.8)
เพื่อการอยู่ร่วมกันกับครอบครัว	173 (43.2)	227 (56.8)
เพื่อให้มีความเข้าใจต่อสังคม	237 (56.2)	163 (40.8)
เพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม	164 (41.0)	236 (59.0)
เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ	288 (72.0)	112 (28.0)
เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	273 (68.3)	127 (31.7)
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	276 (69.0)	124 (31.0)
เพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงา	213 (53.3)	187 (46.7)
เพื่อพัฒนาความคิดของตนเอง	300 (75.0)	100 (25.0)
เพื่อเป็นแบบแผนในชีวิต	183 (45.7)	217 (54.3)
เพื่อให้เป็นคนทันสมัย	215 (53.8)	185 (46.2)
เพื่อสร้างความมั่นใจให้ตนเอง	205 (51.3)	195 (48.7)

จากตารางที่ 219 พบว่าเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนที่มีระดับเหตุผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่อยากรู้ คิดเป็นร้อยละ 89.5 เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 89.3 เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 83.0 เพื่อรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม คิดเป็นร้อยละ 81.5 เพื่อพัฒนาความคิดของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 75.0 เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 72.0 เพื่อให้มีความเข้าใจต่อสังคม เพื่อผ่อนคลายความเครียด คิดเป็นร้อยละ 69.0 เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 68.3 คิดเป็นร้อยละ 56.2 เพื่อให้เป็นคนทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 53.8 เพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงา คิดเป็นร้อยละ 53.3 และเพื่อสร้างความมั่นใจให้ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 51.3 ส่วนเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนที่มีระดับเหตุผลอยู่ในระดับน้อยได้แก่ เพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม คิดเป็นร้อยละ 59.0 เพื่อการอยู่ร่วมกันกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 56.8 เพื่อเป็นแบบแผนในชีวิต คิดเป็นร้อยละ 54.3 และเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุยคิดเป็นร้อยละ 52.8 ตามลำดับ