

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเอเรชั่นบีในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่เป็นการศึกษาเพื่อให้เข้าถึงกระบวนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชน ระยะเวลาและช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 43 – 66 ปี (เกิดปี พ.ศ. 2485-2508)

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย ได้ผลการศึกษาด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่พักอาศัยปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และแหล่งที่มาของเงินรายได้ ผลการศึกษาแสดงในตาราง ที่ 1-6

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	147	36.75
หญิง	253	63.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.25 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.75

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
43 – 45	182	45.50
45 – 47	96	24.00
48 – 50	37	9.25
51 – 53	54	13.50
54 – 56	16	4.00
57 – 59	11	2.75
60 – 63	3	0.75
64 – 66	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 43 - 45 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาคืออายุ 45-47 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ อายุ 51-53 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	76	19.00
สมรส	277	69.25
ม้าย / หย่า	47	11.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 69.25 รองลงมาได้แก่ โสด คิดเป็นร้อยละ 19.00 และ ม้ายหรือหย่า คิดเป็นร้อยละ 11.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น / ปวช.	17	4.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวส. / อนุปริญญา	97	24.25
ปริญญาตรี	216	54.00
ปริญญาโท	63	15.75
ปริญญาเอก	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.00 รองลงมาได้แก่ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือปวส. หรืออนุปริญญา ร้อยละ 24.25 และการศึกษาระดับ ปริญญาโท ร้อยละ 15.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	84	21.00
รัฐวิสาหกิจ	114	28.50
ค้าขาย กิจการส่วนตัว	83	20.75
พนักงานบริษัทเอกชนระดับปฏิบัติการ	53	13.25
พนักงานบริษัทเอกชนระดับผู้บริหาร	9	2.25
พ่อบ้าน – แม่บ้าน	5	1.25
อื่นๆ	52	13.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ อาชีพอื่นๆ เช่น ทำงานอิสระ, รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็น ร้อยละ 28.50 รองลงมาได้แก่อาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 21.00 และค้าขายหรือกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 20.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000	27	6.75
10,001-20,000	34	8.50
20,001-30,000	177	44.25
30,001-50,000	143	35.75
50,001-100,000	13	3.25
มากกว่า 100,000	6	1.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาได้แก่รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 30,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.75 และรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน โดยจะนำเสนอสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และภาพยนตร์ ตามลำดับ โดยประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชน ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อมวลชน ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อมวลชน ช่องทางในการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละชนิด และประเภทรายการที่เปิดรับ ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 7 - 192

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อที่มีในบ้าน

สื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	391	97.75
วิทยุ	198	49.50
หนังสือพิมพ์	312	78.00
นิตยสาร / วารสาร	168	20.00
อินเทอร์เน็ต	91	22.75
อื่นๆ	5	1.25

หมายเหตุ 1. จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. อื่นๆ ได้แก่ แผ่นพับและใบปลิว (จำนวน 5 คน)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 97.75 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 78.00 และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 49.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อมวลชนที่เปิดรับ

สื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	383	95.75
วิทยุ	217	54.25
หนังสือพิมพ์	354	88.50
นิตยสาร / วารสาร	297	74.25
อินเทอร์เน็ต	259	64.75
ภาพยนตร์	74	18.50

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 95.75 รองลงมาเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 88.50 และสื่อประเภทนิตยสารหรือวารสาร คิดเป็นร้อยละ 74.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อมวลชนที่เปิดรับน้อยที่สุด

สื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	376	94.00
วิทยุ	2	0.50
หนังสือพิมพ์	15	3.75
นิตยสาร / วารสาร	7	1.75
ภาพยนตร์	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.00 รองลงมาเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 3.75 และสื่อประเภทนิตยสาร/วารสาร คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เปิดรับสื่อ

เหตุผลที่เปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อฟรี	132	33.00
สะดวกในการเข้าถึงเนื่องจากมีเครื่องรับสื่ออยู่ที่บ้าน	394	98.50
เป็นเจ้าของ / สมาชิกของสื่อ นั้น	50	12.50
อื่นๆ	1	0.25

หมายเหตุ 1. จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. อื่นๆ ได้แก่ เพื่อต้องการข้อมูลข่าวสารที่ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเปิดรับสื่อเนื่องจากสะดวกในการเข้าถึงเนื่องจากมีเครื่องรับสื่ออยู่ที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 98.50 รองลงมาเปิดรับสื่อเนื่องจากเป็นสื่อฟรี คิดเป็นร้อยละ 33.00 และเปิดรับสื่อเนื่องจากเป็นเจ้าของ / สมาชิกของสื่อ นั้น คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

2.1 โทรทัศน์

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อ โทรทัศน์เป็นประจำ

การเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ชม	383	95.75
ไม่ชม	17	4.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ เป็นประจำ หมายถึง เป็นปกติ สม่ำเสมอ

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 95.75 และผู้ที่ไม่รับชมโทรทัศน์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 4.25

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อ โทรทัศน์เป็นประจำ จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ โทรทัศน์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	1	0.26
สัปดาห์ละครั้ง	2	0.52
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	4	1.04
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	14	3.66
วันละครั้ง	227	59.27
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	135	35.25
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อ โทรทัศน์วันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.27 รองลงมาเปิดรับสื่อ โทรทัศน์วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่าคิดเป็นร้อยละ 35.25 เปิดรับสื่อ โทรทัศน์สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
โทรทัศน์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	330	86.16
เสาร์-อาทิตย์	372	97.13

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์จำนวน 383 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 97.13 และเปิดรับสื่อในวันจันทร์-ศุกร์คิดเป็นร้อยละ 86.16

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการรับ
สื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	5	1.52	18
01.00-01.59 น.	2	0.61	20
02.00-02.59 น.	1	0.30	21
03.00-03.59 น.	0	0.00	22
04.00-04.59 น.	0	0.00	22
05.00-05.59 น.	22	6.67	12
06.00-06.59 น.	142	43.03	7
07.00-07.59 น.	207	62.73	4
08.00-08.59 น.	67	20.30	9
09.00-09.59 น.	15	4.55	14
10.00-10.59 น.	14	4.24	15
11.00-11.29 น.	17	5.15	13
12.00-12.59 น.	41	12.42	10
13.00-13.59 น.	4	1.21	19
14.00-14.59 น.	4	1.21	19

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการรับ
สื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
15.00-15.59 น.	7	2.12	17
16.00-16.59 น.	13	3.94	16
17.00-17.59 น.	25	7.58	11
18.00-18.59 น.	156	47.27	6
19.00-19.59 น.	279	84.55	2
20.00-20.59 น.	298	90.30	1
21.00-21.59 น.	230	69.70	3
22.00-22.59 น.	170	51.52	5
23.00-23.59 น.	98	29.70	8

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 330 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบ
ได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์
เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 90.30 รองลงมาคือเวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 84.55
และเวลา 21.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 69.70 ตามลำดับ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อ
โทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์เวลา 03.00-03.59 น. และเวลา 04.00-04.59 น.

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	24	6.45	18
01.00-01.59 น.	13	3.49	20
02.00-02.59 น.	12	3.23	21
03.00-03.59 น.	3	0.81	22
04.00-04.59 น.	0	0.00	24
05.00-05.59 น.	2	0.54	23
06.00-06.59 น.	17	4.57	19
07.00-07.59 น.	64	17.20	16
08.00-08.59 น.	55	14.78	17
09.00-09.59 น.	98	26.34	14
10.00-10.59 น.	112	30.11	12
11.00-11.59 น.	137	36.83	7
12.00-12.59 น.	135	36.29	9
13.00-13.59 น.	120	32.26	10
14.00-14.59 น.	113	30.38	11
15.00-15.59 น.	85	22.85	15
16.00-16.59 น.	99	26.61	13
17.00-17.59 น.	149	40.05	5
18.00-18.59 น.	136	36.56	8
19.00-19.59 น.	291	78.23	2
20.00-20.59 น.	335	90.05	1
21.00-21.59 น.	240	64.52	4
22.00-22.59 น.	245	65.86	3
23.00-23.59 น.	140	37.63	6

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 372 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 90.05 รองลงมาคือเวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 78.23 และเวลา 22.00-22.59 คิดเป็นร้อยละ 65.86 ตามลำดับ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์เวลา 04.00-04.59 น.

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	3	0.91	9
1 ชั่วโมง	17	5.15	7
1 ชั่วโมง 30 นาที	56	16.97	3
2 ชั่วโมง	71	21.52	1
2 ชั่วโมง 30 นาที	41	12.42	4
3 ชั่วโมง	64	19.39	2
3 ชั่วโมง 30 นาที	38	11.52	5
4 ชั่วโมง	21	6.36	6
4 ชั่วโมง 30 นาที	11	3.33	8
5 ชั่วโมง	2	0.61	10
5 ชั่วโมง 30 นาที	2	0.61	10
6 ชั่วโมง	2	0.61	10
6 ชั่วโมง 30 นาที	1	0.30	11
7 ชั่วโมง	1	0.30	11
รวม	330	100.00	-

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 2 ชั่วโมง 35 นาที

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 21.52 รองลงมาเป็นระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 19.39 และระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 16.97 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์ 2 ชั่วโมง 35 นาที

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลา
เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	9	2.42	13
1 ชั่วโมง	15	4.03	9
1 ชั่วโมง 30 นาที	22	5.91	6
2 ชั่วโมง	36	9.68	4
2 ชั่วโมง 30 นาที	58	15.59	2
3 ชั่วโมง	70	18.82	1
3 ชั่วโมง 30 นาที	18	4.84	8
4 ชั่วโมง	21	5.65	7
4 ชั่วโมง 30 นาที	31	8.33	5
5 ชั่วโมง	49	13.17	3
5 ชั่วโมง 30 นาที	14	3.76	10
6 ชั่วโมง	13	3.49	11
6 ชั่วโมง 30 นาที	11	2.96	12
7 ชั่วโมง	2	0.54	14
7 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	16
8 ชั่วโมง	1	0.27	15
8 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	16
9 ชั่วโมง	2	0.54	14
9 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	16
10 ชั่วโมง	0	0.00	16
10 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	16
11 ชั่วโมง	0	0.00	16
11 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	16
12 ชั่วโมง	0	0.00	16
รวม	372	100.00	-

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 3 ชั่วโมง 26 นาที

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 18.82 รองลงมาระยะเวลา 2 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 15.59 และระยะเวลา 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 13.17 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ 3 ชั่วโมง 26 นาที

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีโทรทัศน์ที่ชมบ่อยที่สุด

สถานีที่ชมบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	121	31.59
ช่อง 5	37	9.66
ช่อง 7	113	29.50
ช่อง 9	69	18.02
ช่อง 11	21	5.48
ช่อง TPBS	11	2.87
WeTV	2	0.52
UBC	9	2.35
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชมสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.59 รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 29.50 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 18.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภทของ
รายการโทรทัศน์

ประเภท / รายการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ข่าวประจำวัน	363	94.78	1
วิเคราะห์ข่าว	250	65.27	2
ละครไทย	223	58.22	4
เพลง / คอนเสิร์ต	130	33.94	14
เกมส์โชว์	228	59.53	3
ทอล์คโชว์	134	34.99	13
วาไรตี้โชว์	210	54.83	5
ภาพยนตร์ต่างประเทศ	189	49.35	8
รายการตลก	163	42.56	10
สุขภาพ	154	40.21	12
การ์ตูน	25	6.53	17
สารคดี	198	51.70	7
ท่องเที่ยว	172	44.91	9
กีฬา	202	52.74	6
รายการสอนการทำอาหาร	158	41.25	11
รายการเกี่ยวกับรถยนต์	50	13.05	15
รายการเพื่อการศึกษา	43	11.23	16

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์จำนวน 383 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 พบว่าประเภทของรายการโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับคือ ข่าวประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 94.78 รองลงมาเป็นวิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 65.27 และรายการเกมส์โชว์ คิดเป็นร้อยละ 59.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการข่าวประจำวัน

การเปิดรับชมข่าวประจำวัน	จำนวน	ร้อยละ
ชม	363	94.78
ไม่ชม	20	5.22
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการข่าวประจำวันคิดเป็นร้อยละ 94.78 และไม่รับชมรายการข่าวประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 5.22

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการข่าวประจำวัน

สถานีที่รับชมข่าวประจำวัน	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	143	39.40
ช่อง 5	25	6.88
ช่อง 7	102	28.10
ช่อง 9	71	19.56
ช่อง 11	18	4.96
ช่อง TPBS	4	1.10
WeTV	2	0.55
UBC	5	1.38

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมข่าวประจำวันจำนวน 363 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการข่าวประจำวันจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 39.40 รองลงมา คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 28.10 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 19.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
วิเคราะห์ข่าว

การเปิดรับชมรายการวิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ชม	250	65.27
ไม่ชม	133	34.73
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการวิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 65.27 และไม่รับชมรายการวิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 34.73

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ
วิเคราะห์ข่าว

สถานที่รับชมรายการวิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	120	48.00
ช่อง 5	16	6.40
ช่อง 7	84	33.60
ช่อง 9	69	27.60
ช่อง 11	1	0.40
UBC	2	0.80

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการวิเคราะห์ข่าวจำนวน 250 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการวิเคราะห์ข่าวจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 33.60 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 27.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการ
วิเคราะห์ข่าวที่รับชม

รายการวิเคราะห์ข่าวที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
เรื่องเล่าเช้านี้ (ช่อง 3)	95	38.00
เรื่องเด่นเย็นนี้ (ช่อง 3)	63	25.20
เช้าวันใหม่ (ช่อง 3)	25	10.00
เที่ยงวันทันเหตุการณ์ (ช่อง 3)	10	4.00
สถานีสนามเป้า (ช่อง 5)	16	6.40
จมูกมด (ช่อง 7)	39	15.60
ข่าวเค็ดเจ็ดสี (ช่อง 7)	56	22.40
อาทิตย์ติดข่าว (ช่อง 7)	12	4.80
ข่าวข้นคนข่าว (ช่อง 9)	62	24.80
Econ news (ช่อง 9)	7	2.80
ซีพจร โลก (ช่อง 9)	4	1.60
ไม่ระบุ	18	7.20

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการวิเคราะห์ข่าวจำนวน 250 คน โดยผู้ตอบสามารถตอบ
ได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการวิเคราะห์ข่าวมากที่สุดคือ
รายการเรื่องเล่าเช้านี้ คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมารายการเรื่องเด่นเย็นนี้ คิดเป็นร้อยละ 25.20
รายการข่าวข้นคนข่าว ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 24.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
ละครไทย

การเปิดรับชมรายการละครไทย	จำนวน	ร้อยละ
ชม	223	58.22
ไม่ชม	160	41.78
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการละครไทย คิดเป็นร้อยละ 58.22 และไม่รับชมรายการละครไทย คิดเป็นร้อยละ 41.78

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ
ละครไทย

สถานที่รับชมรายการละครไทย	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	98	43.95
ช่อง 5	54	24.22
ช่อง 7	82	36.77
ช่อง 9	41	18.39
ช่อง 11	0	0.00
ไม่ระบุ	11	4.93

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการละครไทยจำนวน 223 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการละครไทยจาก
สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 43.95 รองลงมา คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 36.77
สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 24.22 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่รับชมรายการละครไทย
จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 11

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการละครไทยที่รับชม

รายการละครไทยที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
พยัคฆ์สาวแซบอีหลี (ช่อง 3)	58	26.01
กึ่งแก้วกาฝาก (ช่อง 3)	39	17.49
นางสาวฟ้าชีรีว (ช่อง 3)	44	19.73
แม่หัวดำโพง (ช่อง 3)	9	4.04
เป็นต่อ (ช่อง 3)	26	11.66
บ้านอุ่นอุ้นไอรัก (ช่อง 3)	7	3.14
น้องใหม่ร้ายบริสุทธิ์ (ช่อง 3)	2	0.90
เสง เสง เสง (ช่อง 3)	19	8.52
ผู้กองเจ้าเสน่ห์ (ช่อง 3)	13	5.83
เทวดาสาธุ (ช่อง 3)	4	1.79
อธิษฐานรัก (ช่อง 5)	37	16.59
นารีสโมส (ช่อง 5)	42	18.83
วิมานมังกร (ช่อง 7)	28	12.56
สังข์ทอง (ช่อง 7)	24	10.76
เพลงดินกลิ่นดาว (ช่อง 7)	31	13.90
นางทาส (ช่อง 7)	71	31.84
เจาะเวลาหาโพธิ์ (ช่อง 7)	17	7.62
นัดกับนัด (ช่อง 9)	16	7.17
บ้านนี้มีรัก (ช่อง 9)	21	9.42
บางรักซอย 9 (ช่อง 9)	29	13.00
ไม่ระบุ	11	4.93

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการละครไทยจำนวน 223 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 เรื่อง

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการละครไทยมากที่สุดได้แก่ ละครไทยเรื่องนางพาส คิดเป็นร้อยละ 31.84 รองลงมาคือละครไทยเรื่อง พยัคฆ์สาวแซบอีหลี คิดเป็นร้อยละ 26.01 และละครไทยเรื่องนางสาวผ้าจี่รว คิดเป็นร้อยละ 19.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ เพลง/คอนเสิร์ต

การเปิดรับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ต	จำนวน	ร้อยละ
ชม	130	33.94
ไม่ชม	253	66.06
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ต คิดเป็นร้อยละ 66.06 และรับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ต คิดเป็นร้อยละ 33.94

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ เพลง/คอนเสิร์ต

สถานที่รับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ต	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	2	1.54
ช่อง 5	63	48.46
ช่อง 7	49	37.69
ช่อง 9	87	66.92
ไม่ระบุ	11	8.46

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการเพลง/คอนเสิร์ตจำนวน 130 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ตจาก สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 66.92 รองลงมา คือสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 48.46 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 37.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
เพลง/คอนเสิร์ตที่รับชม

รายการเพลง/คอนเสิร์ตที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
CLUB X(ช่อง 3)	2	1.54
OIC (ช่อง 5)	4	3.08
ตัวโน้ตบันเทิง (ช่อง 5)	13	10.00
เฮฮาลูกทุ่ง (ช่อง 5)	14	10.77
ทีวีรีแล็กซ์ (ช่อง 5)	21	16.15
ลูกทุ่งสุขภาพ (ช่อง 5)	13	10.00
แฉ่หวาน (ช่อง 5)	11	8.46
ลูกทุ่งยามบ่าย (ช่อง 5)	19	14.62
เพลินกับเพลง (ช่อง 5)	18	13.85
ฮิตติดดาว (ช่อง 5)	10	7.69
7 สี คอนเสิร์ต (ช่อง 7)	43	33.08
เซียนโอเค (ช่อง 7)	36	27.69
แมลงมัน(ช่อง 7)	11	8.46
The Star 4 (ช่อง 9)	52	40.00
ไนท์มิวสิค (ช่อง 9)	1	0.77
รักลูกทุ่ง (ช่อง 9)	15	11.54
คู่ป่วนกวนเพลง (ช่อง 9)	18	13.85
คลื่นฮิตติดดาว (ช่อง 9)	7	5.38
ลูกทุ่งวาไรตี้ GSSM (ช่อง 9)	19	14.62
ทำเนียบลูกทุ่ง (ช่อง 9)	18	13.85
คู่ป่วนกวนเพลง (ช่อง 9)	14	10.77
ไม่ระบุ	12	9.23

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการเพลง/คอนเสิร์ตจำนวน 130 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชม
ได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเพลง/คอนเสิร์ตมากที่สุดคือรายการ The Star 4 จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือรายการ 7 สี คอนเสิร์ตจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 33.08 รายการเซียนโอเกะจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 27.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการเกมโชว์

การเปิดรับชมรายการเกมโชว์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	228	59.53
ไม่ชม	155	40.47
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 59.53 และไม่รับชมรายการเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 40.47

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการเกมโชว์

สถานีที่รับชมรายการเกมโชว์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	72	31.58
ช่อง 5	56	24.56
ช่อง 7	67	29.39
ช่อง 9	50	21.93
ไม่ระบุ	20	8.77

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการเกมโชว์จำนวน 228 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเกมโชว์มากที่สุดคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 31.58 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 29.39 และช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 24.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการเกมโชว์ที่รับชม

รายการเกมโชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
มาสเตอร์คีย์ไทยแลนด์ (ช่อง 3)	6	2.63
เด็ก เด็ด เด็ด (ช่อง 3)	1	0.44
อัจฉริยะข้ามคืน (ช่อง 3)	69	30.26
ศึก 12 ราศี (ช่อง 3)	39	17.11
ก่อดัง (ช่อง 3)	32	14.04
ทิวี่แชมป์เปียน (ช่อง 3)	13	5.70
เกมส์ประชาชน (ช่อง 5)	2	0.88
THE SHOW (ช่อง 5)	7	3.07
เกมนี้เพื่อเธอ (ช่อง 5)	4	1.75
แฟนพันธุ์แท้ (ช่อง 5)	51	22.37
เกมวัดดวง (ช่อง 5)	14	6.14
ระเบิดเถิดเทิง (ช่อง 5)	11	4.82
ตู้ซ่อนเงิน (ช่อง 5)	29	12.72
จับเวลาแจก (ช่อง 7)	14	6.14
คาดฟ้าท้ายกห้อง (ช่อง 7)	2	0.88
เกมกระทะเหล็ก (ช่อง 7)	6	2.63
ปลดหนี้ (ช่อง 7)	24	10.53
เกมพันหน้า (ช่อง 7)	19	8.33
ชิงร้อยชิงล้าน (ช่อง 7)	64	28.07
Mega Clever (ช่อง 9)	42	18.42
ทศกัณฐ์ช่วยครุฑได้ (ช่อง 9)	37	16.23

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการเกม
โชว์ที่รับชม (ต่อ)

รายการเกมโชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ทศกัณฐ์เด็ก (ช่อง 9)	17	7.46
ชิงช้าสวรรค์ (ช่อง 9)	12	5.26
ไม่ระบุ	20	8.77

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการเกมโชว์จำนวน 228 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชม
ได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเกมโชว์มากที่สุดได้แก่
รายการอัจฉริยะข้ามคืน คิดเป็นร้อยละ 30.26 รองลงมา คือรายการชิงร้อยชิงล้าน คิดเป็นร้อยละ
28.07 และรายการแฟนพันธุ์แท้ คิดเป็นร้อยละ 22.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
ทอล์คโชว์

การเปิดรับชมรายการทอล์คโชว์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	134	34.99
ไม่ชม	249	65.01
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการทอล์คโชว์ คิดเป็น
ร้อยละ 65.01 และรับชมรายการทอล์คโชว์ คิดเป็นร้อยละ 34.99

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ
ทอล์คโชว์

สถานีที่รับชมรายการทอล์คโชว์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	76	56.72
ช่อง 5	32	23.88
ช่อง 7	54	40.30
ช่อง 9	43	32.09
ไม่ระบุ	7	5.22

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการทอล์คโชว์จำนวน 134 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการทอล์คโชว์มากที่สุดได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 56.72 รองลงมา คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 40.30 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 32.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
ทอล์คโชว์ที่รับชม

รายการทอล์คโชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
168 ชั่วโมง (ช่อง 3)	16	11.94
ผู้หญิงถึงผู้หญิง (ช่อง 3)	28	20.90
เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ (ช่อง 3)	56	41.79
จับเข่าคุย (ช่อง 3)	29	21.64
มยุรา มอร์นิ่ง เม้าท์ (ช่อง 5)	7	5.22
ยิ้มรับตะวัน (ช่อง 5)	9	6.72
เช้านี้ที่ช่อง 5 (ช่อง 5)	4	2.99
เจาะใจ (ช่อง 5)	20	14.93
หมุนตามโลกกับวิกรม (ช่อง 5)	12	8.96
ที่นี่หอมชิต (ช่อง 7)	51	38.06

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื้อรายการ
ทอล์คโชว์ที่รับชม (ต่อ)

รายการทอล์คโชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
The Icon (ช่อง 7)	4	2.99
วันวานยังหวานอยู่ (ช่อง 7)	19	14.18
สุริวิภา (ช่อง 9)	32	23.88
VIP (ช่อง 9)	29	21.64
ไม่ระบุ	7	5.22

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการทอล์คโชว์จำนวน 134 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชม
ได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการทอล์คโชว์มากที่สุดคือ
รายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 41.79 รองลงมาคือรายการ
ที่นี้หอมอชิตจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 38.06 และรายการสุริวิภาจากสถานีโทรทัศน์
ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 23.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
วาไรตี้โชว์

การเปิดรับชมรายการวาไรตี้โชว์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	210	54.83
ไม่ชม	173	45.17
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการวาไรตี้โชว์ คิดเป็นร้อยละ
54.83 และไม่รับชมรายการวาไรตี้โชว์ คิดเป็นร้อยละ 45.17

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ
วาไรตี้โชว์

สถานีที่รับชมรายการวาไรตี้โชว์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	132	62.86
ช่อง 5	145	69.05
ช่อง 7	65	30.95
ช่อง 9	89	42.38
ไม่ระบุ	19	9.05

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการวาไรตี้โชว์จำนวน 210 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชม
ได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการวาไรตี้โชว์มากที่สุด
สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 69.05 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 62.86
และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 42.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
วาไรตี้โชว์ที่รับชม

รายการวาไรตี้โชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ราตรีสโมสร (ช่อง 3)	69	32.86
ดีลิบ (ช่อง 3)	78	37.14
Happy life กับคุณหรีด (ช่อง 3)	12	5.71
เปรี้ยวปาก (ช่อง 3)	8	3.81
แหล (ช่อง 3)	1	0.48
ดีท้ายคร้ว (ช่อง 3)	45	21.43
สยาม วาไรตี้ (ช่อง 5)	13	6.19
ผู้หญิง.com (ช่อง 5)	11	5.24
ญ หญิงโสภกา (ช่อง 5)	12	5.71
Mom & Kid @ home (ช่อง 5)	32	15.24

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการ
วาไรตี้โชว์ที่รับชม (ต่อ)

รายการวาไรตี้โชว์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯวาไรตี้ (ช่อง 5)	23	10.95
โมเดิร์น วาไรตี้ (ช่อง 5)	11	5.24
แฉะเที่ยววันจันทร์ (ช่อง 5)	23	10.95
ไฟว์ วาไรตี้ 76 จังหวัด (ช่อง 5)	12	5.71
ตลาดสดสนามเป้า (ช่อง 5)	44	20.95
Real Star I am นี่แหละดาว (ช่อง 5)	21	10.00
พ.ศ.พอเพียง (ช่อง 5)	33	15.71
จันทร์พันดาว (ช่อง 7)	21	10.00
เมืองตำราญ (ช่อง 7)	14	6.67
มหานคร (ช่อง 7)	35	16.67
07 โชว์ (ช่อง 7)	32	15.24
ชัยบดินทร์โชว์ (ช่อง 9)	65	30.95
คุณพระช่วย (ช่อง 9)	63	30.00
ไม่ระบุ	9	4.29

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการวาไรตี้โชว์จำนวน 210 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชม
ได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการวาไรตี้โชว์มากที่สุดได้แก่
รายการตีสิบ จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 37.14 รองลงมาคือรายการราตรีสโมสรจาก
สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 32.86 และรายการชัยบดินทร์โชว์จากสถานีโทรทัศน์ 9 คิด
เป็นร้อยละ 30.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ
ภาพยนตร์ต่างประเทศ

การเปิดรับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ชม	189	49.35
ไม่ชม	194	50.65
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 50.65 และรับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 49.35

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการ
ภาพยนตร์ต่างประเทศ

สถานที่รับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	96	50.79
ช่อง 7	145	76.72
UBC	4	2.12
ไม่ระบุ	10	5.29

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศจำนวน 189 คน โดยผู้ตอบสามารถ
เลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศ
มากที่สุดคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 76.72 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็น
ร้อยละ 50.79 และไม่ระบุสถานี คิดเป็นร้อยละ 5.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการภาพยนตร์ต่างประเทศที่รับชม

รายการภาพยนตร์ต่างประเทศที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ตำนานรักดอกเหมย (ช่อง 3)	12	6.35
อิทธิฤทธิ์งูขาว ตำนานรักสองภพ (ช่อง 3)	26	13.76
ไอ้จ้าว (ช่อง 3)	34	17.99
อิมซังอ๊ก ยอดพ่อค้าหัวใจทรนง(ช่อง 3)	43	22.75
4 พยัคฆ์ผงาดฟ้า(ช่อง 3)	30	15.87
สาวหน้าใสกับนายตัวแสบ (ช่อง 3)	17	8.99
ปลายฝัน รักนั้นคือเธอ (ช่อง 3)	12	6.35
อุ่นรัก เต็มหัวใจ (ช่อง 3)	9	4.76
หนังรอบเช้า (ช่อง 7)	45	23.81
ยอดภาพยนตร์นานาชาติ (ช่อง 7)	65	34.39
เสียงกระซิบมิดีลึกลับ (ช่อง 7)	25	13.23
Big Cinema (ช่อง 7)	67	35.45
Star Movies (UBC)	2	1.06
Cinemax (UBC)	1	0.53
HBO (UBC)	1	0.53
ไม่ระบุ	10	5.29

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศจำนวน 189 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศมากที่สุดได้แก่ Big Cinema คิดเป็นร้อยละ 35.45 รองลงมาคือรายการ ยอดภาพยนตร์นานาชาติ จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 34.39 และหนังรอบเช้าจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 23.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการตลก

การเปิดรับชมรายการตลก	จำนวน	ร้อยละ
ชม	163	42.56
ไม่ชม	220	57.44
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการตลก คิดเป็นร้อยละ 57.44 และรับชมรายการตลก คิดเป็นร้อยละ 42.56

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการตลก

สถานที่รับชมรายการตลก	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	59	36.20
ช่อง 5	56	34.36
ช่อง 7	82	50.31
ไม่ระบุ	5	3.07

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการตลกจำนวน 163 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการตลกจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 50.31 รองลงมาคือจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 36.20 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 34.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการตลกที่รับชม

รายการตลกที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ก่อนบ่ายคลายเครียด (ช่อง 3)	59	36.20
หม่าโจ้ว (ช่อง 5)	32	19.63
ระเบิดเถิดเทิง (ช่อง 5)	35	21.47
เฮฮาหน้าหอ (ช่อง 7)	23	14.11
หมู่ 7 เด็ดสาระดี้ (ช่อง 7)	19	11.66
คดีเด็ด (ช่อง 7)	54	33.13
จ้อจี้ (ช่อง 7)	28	17.18
ไม่ระบุ	5	3.07

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการตลกจำนวน 163 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการตลกมากที่สุด คือรายการก่อนบ่ายคลายเครียด จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือรายการคดีเด็ด จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 33.13 และรายการระเบิดเถิดเทิง จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 21.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการสุขภาพ

การเปิดรับชมรายการสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ชม	154	40.21
ไม่ชม	229	59.79
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 59.79 และรับชมรายการสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 40.21

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับชม
รายการสุขภาพ

สถานที่ที่รับชมรายการสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 5	96	62.34
ช่อง 7	75	48.70
ช่อง 9	79	51.30
ไม่ระบุ	7	4.55

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการสุขภาพจำนวน 154 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่รับชมรายการสุขภาพมากที่สุดคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 62.34 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 51.30 และสถานีโทรทัศน์ 7 คิดเป็นร้อยละ 48.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับ
ชื่อรายการสุขภาพที่รับชม

รายการเพื่อสุขภาพที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ลูกทุ่งสุขภาพ (ช่อง 5)	32	20.78
ใส่ใจสุขภาพพอ (ช่อง 5)	45	29.22
กระตุกแข็งแรงกับแคลซิเมกซ์ (ช่อง 5)	54	35.06
คลับสุขภาพ (ช่อง 7)	75	48.70
สมาร์ทลิวี่ง (ช่อง 9)	79	51.30
ไม่ระบุ	7	4.55

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการสุขภาพจำนวน 154 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่รับชมรายการสุขภาพมากที่สุดคือ รายการสมาร์ทลิฟวิ่ง คิดเป็นร้อยละ 51.30 รองลงมาคือรายการคลับสุขภาพจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 48.70 รายการใส่ใจสุขภาพพ่อแม่และรายการกระตุกแข็งแรงกับแคลเซียมกซ์ จาก สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 35.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ การ์ตูน

การเปิดรับชมรายการการ์ตูน	จำนวน	ร้อยละ
ชม	25	6.53
ไม่ชม	358	93.47
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 93.47 และรับชมรายการการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 6.53

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการ การ์ตูน

สถานีที่รับชมรายการการ์ตูน	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 5	2	8.00
ช่อง 7	6	24.00
ช่อง 9	23	92.00
ไม่ระบุ	1	4.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมการ์ตูนจำนวน 25 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่รับชมรายการการ์ตูนมากที่สุดคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 92.00 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 24.00 และสถานีโทรทัศน์ 5 คิดเป็นร้อยละ 8.00

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการการ์ตูนที่รับชม

รายการการ์ตูนที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
GANG CARTOON (ช่อง 5)	2	8.00
บ้านมิกกี้แอสสนุก (ช่อง 7)	3	12.00
เลโอ สิ่งห้เข้าป่า (ช่อง 7)	1	4.00
โซนิค เจ้าเม่นสายฟ้า (ช่อง 7)	3	12.00
HAMTARO แก๊งจิวผจญภัย (ช่อง 7)	2	8.00
โลกการ์ตูน(ช่อง9)	12	48.00
เทคกา-ตูน(ช่อง9)	1	4.00
ตูน บูนแฟมิลี่(ช่อง9)	1	4.00
โลกของณรน้อย (ช่อง 9)	1	4.00
วันพีซ (ช่อง 9)	2	8.00
โมเดิร์นไนน์ การ์ตูน (ช่อง 9)	15	60.00
ไม่ระบุ	1	4.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมการ์ตูนจำนวน 25 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่รับชมรายการโมเดิร์นไนน์ การ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือรายการโลกการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 48.00 และรายการบ้านมิกกี้แอสสนุก และรายการโซนิค เจ้าเม่นสายฟ้า คิดเป็นร้อยละ 12.00 เท่ากัน

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการ

สารคดี

การเปิดรับชมรายการสารคดี	จำนวน	ร้อยละ
ชม	198	51.70
ไม่ชม	185	48.30
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 51.70 และรับชมรายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 48.30

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการสารคดี

สถานีที่รับชมรายการสารคดี	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	13	6.57
ช่อง 5	23	11.62
ช่อง 7	14	7.07
ช่อง 9	124	62.63
ช่อง 11	11	5.56
ช่อง UBC	2	1.01
ไม่ระบุ	12	6.06

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการสารคดีจำนวน 198 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการสารคดีสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.63 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 11.62 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 7.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการสารคดีที่รับชม

รายการสารคดีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
รู้คุณค่าพลังงาน (ช่อง 3)	2	1.01
สุดกล้าฟ้าเขียว (ช่อง 3)	3	1.52
เดินทางธรรมชาติ (ช่อง 3)	2	1.01
มอร์นิง เฮลท์ (ช่อง 3)	3	1.52
ทุ่งแสงตะวัน (ช่อง 3)	2	1.01

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
สารคดีที่รับชม (ต่อ)

รายการสารคดีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
นักสำรวจ (ช่อง 3)	5	2.53
รอบรู้เรื่องบ้าน (ช่อง 3)	13	6.57
สถาบันเทคโนโลยี (ช่อง 5)	2	1.01
กรมอุทยานแห่งชาติ (ช่อง 5)	1	0.51
ความดีคู่แผ่นดิน (ช่อง 5)	3	1.52
เอกภพไทย (ช่อง 5)	5	2.53
พระทรงเป็นแรงบันดาลใจ (ช่อง 5)	7	3.54
ร่วมตอบแทนบุญคุณแผ่นดิน (ช่อง 5)	3	1.52
เพื่อสยาม (ช่อง 5)	2	1.01
วันดีที่พ่อสร้าง (ช่อง 5)	3	1.52
เมืองไทยปลอดภัย (ช่อง 5)	6	3.03
ทศพิชราชธรรม นำไทยร่วมเย็น (ช่อง 5)	4	2.02
ตามรอยพระยุคลบาท (ช่อง 5)	2	1.01
ป.ล. รักเมืองไทย (ช่อง 5)	1	0.51
วิถีคนกล้า (ช่อง 5)	1	0.51
สำรวจธรรมชาติ (ช่อง 5)	5	2.53
เที่ยวมันส์ พันไม้ (ช่อง 5)	12	6.06
เที่ยวละไมทั่วไทย (ช่อง 5)	4	2.02
โลก 360 องศา (ช่อง 5)	1	0.51
ตามรอยพระยุคลบาท ไกลบ้าน (ช่อง 5)	3	1.52
เมืองไทยน่ารู้ (ช่อง 5)	1	0.51
สวนธรรมชาติ (ช่อง 7)	12	6.06
กระจกหกด้าน (ช่อง 7)	13	6.57
ฟ้ามีตา (ช่อง 7)	2	1.01
ควอนตัม เทเลวิชั่น (ช่อง 7)	7	3.54
9 พอเพียง (ช่อง 9)	12	6.06

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
สารคดีที่รับชม (ต่อ)

รายการสารคดีที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ริมทางสยาม (ช่อง 9)	2	1.01
จอโลก (ช่อง 9)	17	8.59
ทำดีกู้แผ่นดิน (ช่อง 9)	2	1.01
ผู้ใหญ่บ้านคำดี (ช่อง 9)	1	0.51
เมืองไทยเมืองยิ้ม (ช่อง 9)	2	1.01
ของดีทั่วไทย (ช่อง 9)	3	1.52
แผ่นดินเดียวกัน บ้านฉันบ้านเธอ (ช่อง 9)	1	0.51
แดนสนธยา (ช่อง 9)	104	52.53
ฉลาดล้ำโลก (ช่อง 9)	20	10.10
กบ นอก กะลา (ช่อง 9)	34	17.17
ซีพอร์ โลก (ช่อง 9)	1	0.51
คน คั้น คน (ช่อง 9)	38	19.19
ที่น้มน้มนคร (ช่อง 9)	2	1.01
มหัศจรรย์ธรรมชาติ (ช่อง 9)	1	0.51
โลกมหัศจรรย์ (ช่อง 9)	1	0.51
บันทึกโลก (ช่อง 9)	24	12.12
ปราชญ์แผ่นดิน (ช่อง 9)	12	6.06
ไกด์สุดสัปดาห์ (ช่อง 11)	1	0.51
สองข้างทางหลวง (ช่อง 11)	4	2.02
ปลอดภัยไว้ก่อน (ช่อง 11)	2	1.01
เกษตรเพื่อชีวิต (ช่อง 11)	2	1.01
ตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง (ช่อง 11)	11	5.56
Discovery (UBC)	1	1.01
National Geographic (UBC)	1	1.01
ไม่ระบุ	12	6.06

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการสารคดีจำนวน 198 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชม
ได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่รับชมรายการสารคดีรายการแดนสนธยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.53 รองลงมาคือรายการคนค้นคน คิดเป็นร้อยละ 19.19 และรายการกบนอกกะลา คิดเป็นร้อยละ 17.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการท่องเที่ยว

การเปิดรับชมรายการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ชม	172	44.91
ไม่ชม	211	55.09
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 55.09 และรับชมรายการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 44.91

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการท่องเที่ยว

สถานที่รับชมรายการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	72	41.86
ช่อง 5	63	36.63
ช่อง 9	25	14.53
ช่อง 11	11	6.40
ไม่ระบุ	15	8.72

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการท่องเที่ยวจำนวน 172 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่รับชมรายการท่องเที่ยว สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.86 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 36.63 และสถานีโทรทัศน์ 9 คิดเป็นร้อยละ 14.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อรายการ
ท่องเที่ยวที่รับชม

รายการท่องเที่ยวที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
เที่ยวละไมไทยแลนด์เวิลด์ (ช่อง 3)	24	13.95
เปิดเมืองแปลก (ช่อง 3)	3	1.74
Say Hi (ช่อง 3)	54	31.40
เพื่อนเดินทาง (ช่อง 5)	4	2.33
กุสุมา พาทูตเที่ยวไทย (ช่อง 5)	23	13.37
เที่ยวทั่วไทยในเขตทหาร (ช่อง 5)	2	1.16
Said around the world (ช่อง 5)	18	10.47
สมุดโคจร (ช่อง 5)	2	1.16
ส่องโลกในอินโดจีน (ช่อง 5)	2	1.16
เที่ยวมันพันไมล์ (ช่อง 5)	7	4.07
ไปไหนไปกัน (ช่อง 5)	4	2.33
เที่ยวละไมทั่วไทย (ช่อง 5)	2	1.16
เที่ยวอย่างเดียว (ช่อง 5)	1	0.58
แวะเที่ยววันจันทร์ (ช่อง 5)	2	1.16
เที่ยวสบาย (ช่อง 5)	1	0.58
คนกีฬาพาเที่ยว (ช่อง 9)	25	14.53
ไกด์สุดสัปดาห์ (ช่อง 11)	7	4.07
ขาลุยไทยแลนด์ (ช่อง 11)	2	1.16
เปิดฟ้าชมไทย (ช่อง 11)	5	2.91
ไม่ระบุ	15	8.72

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการท่องเที่ยวจำนวน 172 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชม

ได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่รับชมรายการท่องเที่ยวคือ Say Hi มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.40 รองลงมาคือรายการคนกีฬาพาเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 14.53 และรายการเที่ยวละไมไทยแลนด์เวิลด์ คิดเป็นร้อยละ 13.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการกีฬา

การเปิดรับชมรายการกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
ชม	202	52.74
ไม่ชม	181	47.26
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการกีฬา คิดเป็นร้อยละ 52.74 และไม่รับชมรายการกีฬา คิดเป็นร้อยละ 47.26

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการกีฬา

สถานที่รับชมรายการกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	106	52.48
ช่อง 5	4	1.98
ช่อง 7	132	65.35
ช่อง 9	15	7.43
UBC	2	0.99
ไม่ระบุ	3	1.49

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการกีฬาก่อนจำนวน 202 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่รับชมรายการกีฬามากที่สุดคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 65.35 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 52.48 และ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 7.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการกีฬาที่รับชม

รายการกีฬาที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
Premier League Live (ช่อง 3)	78	38.61
ข่าวกีฬา (ช่อง 3)	98	48.51
ทันโลกกีฬา (ช่อง 3)	23	11.39
ศึกเจ้ามวยไทย (ช่อง 3)	7	3.47
ข่าวกีฬา (ช่อง 5)	3	1.49
ศึกมวยไทยลุมพินีเกริกไกร (ช่อง 5)	1	0.50
GOLF GURU (ช่อง 7)	17	8.42
นานา กีฬาโลก (ช่อง 7)	5	2.48
ข่าวกีฬา (ช่อง 7)	115	56.93
สปอร์ตแฟน (ช่อง 7)	29	14.36
7 สีกีฬาโลก (ช่อง 7)	5	2.48
มวยไทย 7 สี (ช่อง 7)	1	0.50
สปอร์ตทูป (ช่อง 7)	2	0.99
Premier League Live (ช่อง 7)	69	34.16
ข่าวกีฬา (ช่อง 9)	4	1.98
มันเคย์ สปอร์ต (ช่อง 9)	6	2.97
กีฬาทำใจ (ช่อง 9)	2	0.99
สปอร์ตโฟกัส (ช่อง 9)	5	2.48
สปอร์ตแชลเลนจ์ (ช่อง 9)	1	0.50
กีฬาดี (ช่อง 9)	1	0.50
มวยอัสวินคำ (ช่อง 9)	1	0.50
ไม่ระบุ	3	1.49

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการกีฬาจำนวน 202 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการกีฬามากที่สุดคือข่าวกีฬาช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 56.93 รองลงมาคือรายการข่าวกีฬาช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 48.51 และรายการ Premier League Live จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 38.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการสอนการทำอาหาร

การเปิดรับชมรายการสอนการทำอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ชม	158	41.25
ไม่ชม	242	63.19
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการสอนการทำอาหาร คิดเป็นร้อยละ 63.19 และรับชมรายการสอนทำอาหาร คิดเป็นร้อยละ 41.25

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับชมรายการสอนการทำอาหาร

สถานีที่รับชมรายการสอนการทำอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	47	29.75
ช่อง 5	25	15.82
ช่อง 7	65	41.14
ช่อง 9	51	32.28
ไม่ระบุ	3	1.90

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการสอนทำอาหารจำนวน 158 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการสอนการทำอาหารมากที่สุดได้แก่สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 41.14 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 32.28 และ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 29.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการสอน
การทำอาหารที่รับชม

รายการสอนการทำอาหารที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
เปรี้ยวปาก (ช่อง 3)	45	28.48
อลหม่านจานเด็ด (ช่อง 3)	16	10.13
คุณชายกันครัว (ช่อง 5)	1	0.63
Eating cooling living (ช่อง 5)	3	1.90
อร่อยแน่ (ช่อง 5)	5	3.16
อาหารแห่งรัก (ช่อง 5)	7	4.43
อร่อยช่อง 5 (ช่อง 5)	4	2.53
เมกาฟู้ดส์ (ช่อง 5)	1	0.63
เซฟมือทอง (ช่อง 5)	5	3.16
ดีอ้วนชวนหิว (ช่อง 5)	1	0.63
ปิ่นโตเถาเล็ก (ช่อง 7)	65	41.14
หมึกแดงโชว์ (ช่อง 9)	51	32.28
ไม่ระบุ	3	1.90

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการสอนทำอาหารจำนวน 158 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชม
ได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการสอนการทำอาหาร
มากที่สุดได้แก่รายการปิ่นโตเถาเล็ก จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 41.14 รองลงมาคือ
รายการหมึกแดงโชว์ จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 32.28 และรายการเปรี้ยวปาก
จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 28.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์

การเปิดรับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	50	13.05
ไม่ชม	333	86.95
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 86.95 และรับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 13.05

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์

สถานที่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 5	19	38.00
ช่อง 9	34	68.00
ไม่ระบุ	5	10.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์จำนวน 50 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์มากที่สุด ได้แก่สถานีช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 38.00 และไม่ระบุสถานี คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการเกี่ยวกับรถยนต์ที่รับชม

รายการเกี่ยวกับรถยนต์ที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
ควรรู้คู่รถ (ช่อง 5)	7	14.00
ค.คนรักรถ (ช่อง 5)	12	24.00
Motor world (ช่อง 9)	22	44.00
รถ 2007 (ช่อง 9)	19	38.00
ไม่ระบุ	11	22.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์จำนวน 50 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชมได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมรายการเกี่ยวกับรถยนต์มากที่สุด ได้แก่รายการ Motor World สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือรายการรถ 2007 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 38.00 และรายการค.คนรักรถ สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชมรายการเพื่อการศึกษา

การเปิดรับชมรายการเพื่อการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ชม	43	11.23
ไม่ชม	340	88.77
รวม	383	100.00

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับชมรายการเพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 88.77 และรับชมรายการเพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.23

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับชมรายการ
เพื่อการศึกษา

สถานที่ที่รับชมรายการเพื่อการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 11	43	100.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการเพื่อการศึกษาจำนวน 43 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชม
ได้มากกว่า 1 ช่อง

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการเพื่อศึกษามากที่สุด
ได้แก่สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการเพื่อ
การศึกษาที่รับชม

รายการเพื่อการศึกษาที่รับชม	จำนวน	ร้อยละ
มสธ.	43	100.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชมรายการเพื่อการศึกษา จำนวน 43 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกชม
ได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการเพื่อศึกษามากที่สุดคือรายการ
มสธ. คิดเป็นร้อยละ 100.00

2.2 วิจัย

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อวิทยุเป็นประจำ

การเปิดรับสื่อวิทยุเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	217	54.25
ไม่ฟัง	183	45.75
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : เป็นประจำ หมายถึง เป็นปกติ สม่ำเสมอ

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 54.25 และไม่ฟังวิทยุเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 45.75

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อวิทยุ

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	50	23.04
สัปดาห์ละครั้ง	8	3.69
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	16	7.37
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	5	2.30
วันละครั้ง	106	48.85
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	32	14.75
รวม	217	100.00

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิทยุวันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.85 รองลงมาเปิดรับสื่อวิทยุน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.04 และเปิดรับสื่อวิทยุสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
วิทยุ

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	179	82.49
เสาร์-อาทิตย์	73	33.64

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวิทยุ จำนวน 217 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 82.49 และเปิดรับสื่อในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 29.03

ตารางที่ 73 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการรับ
สื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาในการรับสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	2	1.12	14
01.00-01.59 น.	1	0.56	15
02.00-02.59 น.	1	0.56	15
03.00-03.59 น.	0	0.00	16
04.00-04.59 น.	0	0.00	16
05.00-05.59 น.	1	0.56	15
06.00-06.59 น.	29	16.20	4
07.00-07.59 น.	76	42.46	1
08.00-08.59 น.	43	24.02	3
09.00-09.59 น.	16	8.94	8
10.00-10.59 น.	17	9.50	7
11.00-11.59 น.	24	13.41	5
12.00-12.59 น.	17	9.50	7
13.00-13.59 น.	12	6.70	10
14.00-14.59 น.	23	12.85	6

ตารางที่ 73 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการรับ
สื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาในการรับสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
15.00-15.59 น.	14	7.82	9
16.00-16.59 น.	6	3.35	11
17.00-17.59 น.	62	34.64	2
18.00-18.59 น.	5	2.79	12
19.00-19.29 น.	5	2.79	12
20.00-20.29 น.	4	2.23	13
21.00-21.59 น.	4	2.23	13
22.00-22.59 น.	5	2.79	12
23.00-23.59 น.	5	2.79	12

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 179 คน โดยผู้ตอบสามารถเลือกตอบ
ได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา
7.00-7.59 น. คิดเป็นร้อยละ 42.46 รองลงมาคือเวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 34.64 และเวลา
08.00-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 24.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 74 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิด
รับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาในการรับสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	2	2.74	14
01.00-01.59 น.	2	2.74	14
02.00-02.59 น.	2	2.74	14
03.00-03.59 น.	1	1.37	15
04.00-04.59 น.	1	1.37	15
05.00-05.59 น.	2	2.74	14

ตารางที่ 74 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิด
รับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์ (ต่อ)

เวลาในการรับสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
06.00-06.59 น.	12	16.44	8
07.00-07.59 น.	23	31.51	3
08.00-08.59 น.	22	30.14	4
09.00-09.59 น.	20	27.40	5
10.00-10.59 น.	23	31.51	3
11.00-11.59 น.	33	45.21	2
12.00-12.59 น.	45	61.64	1
13.00-13.59 น.	18	24.66	6
14.00-14.59 น.	15	20.55	7
15.00-15.59 น.	8	10.96	10
16.00-16.59 น.	8	10.96	10
17.00-17.59 น.	11	15.07	9
18.00-18.59 น.	3	4.11	13
19.00-19.59 น.	5	6.85	11
20.00-20.59 น.	5	6.85	11
21.00-21.59 น.	1	1.37	15
22.00-22.59 น.	4	5.48	12
23.00-23.59 น.	4	5.48	12

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 73 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบ
ได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์เวลา
12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 61.64 รองลงมาคือเวลา 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 45.21 เวลา
07.00-07.59 น. และ 10.00-10.59 น. คิดเป็นร้อยละ 31.51 เท่ากัน

ตารางที่ 75 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	19	10.61	5
1 ชั่วโมง	39	21.79	2
1 ชั่วโมง 30 นาที	42	23.46	1
2 ชั่วโมง	21	11.73	4
2 ชั่วโมง 30 นาที	18	10.06	6
3 ชั่วโมง	24	13.41	3
3 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	11
4 ชั่วโมง	4	2.23	8
4 ชั่วโมง 30 นาที	2	1.57	10
5 ชั่วโมง	0	0.00	11
5 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	11
6 ชั่วโมง	3	1.68	9
6 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	11
7 ชั่วโมง	2	1.12	10
7 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	11
8 ชั่วโมง	5	2.79	7
8 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	11
9 ชั่วโมง	0	0.00	11
9 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	11
10 ชั่วโมง	0	0.00	11
รวม	179	100.00	-

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 2 ชั่วโมง 30 นาที

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 23.46 รองลงมาเป็นระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 21.79 และระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 13.41 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์ 2 ชั่วโมง 30 นาที

ตารางที่ 76 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลา
ในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	3	4.11	6
1 ชั่วโมง	26	35.62	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	8	10.96	5
2 ชั่วโมง	11	15.07	3
2 ชั่วโมง 30 นาที	9	12.33	4
3 ชั่วโมง	12	16.44	2
3 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	9
4 ชั่วโมง	2	2.74	7
4 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	9
5 ชั่วโมง	1	1.37	8
5 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	9
6 ชั่วโมง	1	1.37	8
6 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	9
7 ชั่วโมง	0	0.00	9
7 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	9
8 ชั่วโมง	0	0.00	9
8 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	9
9 ชั่วโมง	0	0.00	9
9 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	9
10 ชั่วโมง	0	0.00	9
รวม	73	100.00	-

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 1 ชั่วโมง 54 นาที

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 35.62 รองลงมาเป็นระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 16.44 และระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15.07 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อวิทยุในวันเสาร์-อาทิตย์ 1 ชั่วโมง 54 นาที

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ฟังวิทยุเป็นประจำ

สถานที่ฟังวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	93	42.86
ที่ทำงาน	56	25.81
ระหว่างเดินทาง	160	73.73

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ฟังวิทยุจำนวน 217 คนและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ฟังวิทยุระหว่างเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 73.73 รองลงมาคือที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 42.86 และฟังวิทยุที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 25.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้ในการฟังวิทยุ

อุปกรณ์ที่ใช้ฟังวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องเล่นวิทยุ	138	63.59
วิทยุพกพา	19	8.76
คอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)	34	15.67
โทรศัพท์มือถือ	12	5.53
เครื่องเสียงในรถ	157	72.35

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ฟังวิทยุจำนวน 217 คนและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุจากเครื่องเสียงในรถ คิดเป็นร้อยละ 72.35 รองลงมาคือ เครื่องเล่นวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 63.59 ฟังจากคอมพิวเตอร์(อินเทอร์เน็ต) คิดเป็นร้อยละ 15.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีวิทยุที่ฟังบ่อยที่สุด

สถานีวิทยุที่ฟัง	จำนวน	ร้อยละ
FM93.25 - สวท.เชียงใหม่	27	12.44
FM 94.50 - วิทยุชุมชนเสียงนครพิงค์	5	2.30
FM 98.50 - แสบปี่เรดิโอ	27	12.44
FM 93.75 - เชียงใหม่เรดิโอ	6	2.76
FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน	49	22.58
FM100.75 - อสมท. เชียงใหม่	55	25.35
FM 104.25 - ซิตีไลฟ์ เอฟเอ็ม	3	1.38
FM 88.50 - FM Max	3	1.38
FM91.50 - HOT WAVE	25	11.52
FM 94.00 - EFM	2	0.92
FM102.5 - ทอ.เชียงใหม่	4	1.84
FM105.5 - virgin hitz	9	4.15
FM105.75 - เสียงสามยอด	2	0.92
รวม	217	100.00

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ฟังวิทยุจากสถานีวิทยุ FM100.75 - อสมท. เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 25.35 รองลงมาคือ FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 22.58 สถานีวิทยุ FM93.25 - สวท.เชียงใหม่ และ FM 98.50 - แสบปี่เรดิโอ คิดเป็นร้อยละ 12.44 เท่ากัน

ตารางที่ 80 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภท /
รายการของวิทยุ

ประเภท / รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวประจำวัน	74	34.10
วิเคราะห์ข่าว	54	24.88
ละครวิทยุ	1	0.46
เพลง	133	61.29
การทนายปัญหา / การแข่งขันเกม	4	1.84
สารคดี / ความรู้ทั่วไป	8	3.69
สุขภาพและอนามัย	19	8.76
วิทยุเพื่อการศึกษา	4	1.84

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 217 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 80 พบว่าประเภทของรายการวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับ คือ รายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 61.29 รองลงมา คือ ข่าวประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 34.10 และรายการวิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 24.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการข่าว
ประจำวัน

การเปิดรับฟังรายการข่าวประจำวัน	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	74	34.10
ไม่ฟัง	143	65.90
รวม	217	100.00

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับฟังรายการข่าวประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 65.90 และรับฟังรายการข่าวประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 34.10

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการข่าวประจำวัน

สถานีที่รับฟังรายการข่าวประจำวัน	จำนวน	ร้อยละ
FM93.25 - สวท.เชียงใหม่	19	25.68
FM 94.50 - วิทยุชุมชนเสียงนครพิงค์	5	6.76
FM 98.50 - แสบปี่เรดิโอ	3	4.05
FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน	18	24.32
FM100.75 - อสมท. เชียงใหม่	32	43.24
FM 104.25 - ซิตีไลฟ์ เอฟเอ็ม	1	1.35
FM 88.00 - สทร 11 เชียงใหม่	2	2.70
FM91.50 - HOT WAVE	12	16.22
FM102.5 - ทอ.เชียงใหม่	1	1.35
FM105.5 - virgin hitz	11	14.86
FM105.75 - เสียงสามยอด	15	20.27
ไม่ระบุ	2	2.70

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 74 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการข่าวประจำวันจากสถานีวิทยุ FM100.75 - อสมท. เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 43.24 รองลงมาได้แก่ FM93.25 - สวท.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 25.68 และ FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 24.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว

การเปิดรับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	54	24.88
ไม่ฟัง	163	75.12
รวม	217	100.00

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 24.88 และไม่รับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 75.12

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว

สถานีที่รับฟังรายการวิเคราะห์ข่าว	จำนวน	ร้อยละ
FM93.25 - สวท.เชียงใหม่	11	20.37
FM 94.50 -วิทยุชุมชนเสียงนครพิงค์	0	0.00
FM 98.50 - แสบปี่เรดิโอ	0	0.00
FM 93.75 - เชียงใหม่เรดิโอ	0	0.00
FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน	19	35.19
FM100.75 - อสมท. เชียงใหม่	23	42.59
FM 104.25 - ซิตีไลฟ์ เอฟเอ็ม	0	0.00
FM91.50 - HOT WAVE	9	16.67
FM 94.00 - EFM	0	0.00
FM102.5 - ทอ.เชียงใหม่	4	7.41
FM105.5 - virgin hitz	3	5.56
FM105.75 - เสียงสามยอด	0	0.00
ไม่ระบุ	7	12.96

หมายเหตุ 1. จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 54 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุรายการที่รับฟัง

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับฟังรายการวิเคราะห์ข่าวจากสถานีวิทยุ FM100.75 - อสมท. เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 42.59 รองลงมาคือ FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 35.19 และ FM93.25 - สวท.เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 20.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการ
ละครวิทยุ

การเปิดรับฟังรายการละครวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	1	0.46
ไม่ฟัง	216	99.54
รวม	217	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุรายการ และสถานีวิทยุที่รับฟัง

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับฟังรายการละครวิทยุ คิดเป็น
ร้อยละ 99.54 และรับฟังรายการละครวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 0.46

ตารางที่ 86 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการเพลง

การเปิดรับฟังรายการเพลง	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	133	61.29
ไม่ฟัง	84	38.71
รวม	217	100.00

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับฟังรายการเพลง คิดเป็นร้อยละ
61.29 และไม่รับฟังรายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 38.71

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีที่รับฟังรายการเพลง

สถานีที่รับฟังรายการเพลง	จำนวน	ร้อยละ
FM93.25 - สวท.เชียงใหม่	40	30.08
FM 98.50 - แสบปรีเรดิโอ	2	1.50
FM 94 - EFM	2	1.50
FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน	52	39.10
FM100.75 - อสมท. เชียงใหม่	82	61.65
FM 104.25 - ซิตีไลฟ์ เอฟเอ็ม	6	4.51
FM 88.00 - สทท 11 เชียงใหม่	2	1.50
FM91.50 - HOT WAVE	1	0.75
FM102.5 - ทอ.เชียงใหม่	1	0.75
FM105.5 - virgin hitz	1	0.75
FM105.75 - เสียงสามยอด	54	40.60
ไม่ระบุ	14	10.53

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 133 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการเพลงจากสถานีวิทยุ FM100.75 - อสมท. เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 61.65 รองลงมาคือ FM105.75 - เสียงสามยอด คิดเป็นร้อยละ 40.60 และ FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 39.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการเพลงที่รับฟัง

รายการเพลงที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
Happy Time (FM105.75 - เสียงสามยอด)	39	29.32
Modern Radio (FM100.75 - อสมท. เชียงใหม่)	45	33.83
EFM (FM94 - EFM)	69	51.88
โลกกับเพลง(FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน)	23	17.29
ไม่ระบุ	14	10.53

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 133 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการเพลงคือ รายการEFM (FM94 - EFM) คิดเป็นร้อยละ 51.88 รองลงมาคือ รายการ Modern Radio (FM100.75 - อสมท. เชียงใหม่) คิดเป็นร้อยละ 33.83 และ Happy Time (FM105.75 - เสียงสามยอด) คิดเป็นร้อยละ 29.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการการ ทายปัญหา / การแข่งขันเล่นเกม

การเปิดรับฟังรายการการทายปัญหา / การแข่งขันเล่นเกม	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	4	1.84
ไม่ฟัง	213	98.16
รวม	217	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุรายการ และสถานีวิทยุที่รับฟัง

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับฟังรายการการทายปัญหา การแข่งขันเล่นเกม คิดเป็นร้อยละ 98.16 และรับฟังรายการการทายปัญหา การแข่งขันเล่นเกม คิดเป็น ร้อยละ 1.84

ตารางที่ 90 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการ สารคดี / ความรู้ทั่วไป

การเปิดรับฟังรายการสารคดี / ความรู้ทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	8	3.69
ไม่ฟัง	209	96.31
รวม	217	100.00

จากตารางที่ 90 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับฟัง รายการสารคดี / ความรู้ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 96.31 และ รับฟังคิดเป็นร้อยละ 3.69

ตารางที่ 91 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่รับฟังรายการ
สารคดี / ความรู้ทั่วไป

สถานที่ที่รับฟังรายการสารคดี / ความรู้ทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน	8	100.00

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการสารคดี / ความรู้ทั่วไปจาก
สถานีวิทยุ FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับซื้อรายการ
สารคดี / ความรู้ทั่วไปที่รับฟัง

รายการสารคดี / ความรู้ทั่วไปที่รับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
มรดกล้านนา (FM100 - เสียงสื่อสารมวลชน)	8	100.00

จากตารางที่ 92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการสารคดี / ความรู้ทั่วไปคือ
มรดกล้านนา คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 93 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการ
สุขภาพและอนามัย

การเปิดรับฟังรายการสุขภาพและอนามัย	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	19	8.76
ไม่ฟัง	198	91.24
รวม	217	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุรายการ และสถานีวิทยุที่รับฟัง

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับฟังรายการสุขภาพและอนามัย
คิดเป็นร้อยละ 91.24 และ รับฟังรายการสุขภาพและอนามัยคิดเป็นร้อยละ 8.76

ตารางที่ 94 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานีรายการ
สุภาพและอนามั้ย

สถานีที่รับฟังรายการสุภาพและอนามั้ย	จำนวน	ร้อยละ
FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน	17	89.47
ไม่ระบุ	2	10.53

จากตารางที่ 94 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการสุภาพและอนามั้ยจากสถานีวิทยุ FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 89.47 และไม่ระบุสถานี คิดเป็นร้อยละ 10.53

ตารางที่ 95 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับชื่อรายการ
สุภาพและอนามั้ยที่รับฟัง

รายการสุภาพและอนามั้ย	จำนวน	ร้อยละ
สนใจสุภาพกับ สส.มช. (FM100 - เสียงสื่อสารมวลชน)	17	89.47
ไม่ระบุ	2	10.53

จากตารางที่ 95 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังรายการสนใจสุภาพกับ สส.มช. จากสถานีวิทยุ FM100.00 - เสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 89.47 และไม่ระบุรายการ คิดเป็นร้อยละ 10.53

ตารางที่ 96 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับฟังรายการ
เพื่อการศึกษา

การเปิดรับฟังรายการเพื่อการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	4	1.84
ไม่ฟัง	213	98.16
รวม	217	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุรายการ และสถานีวิทยที่รับฟัง

จากตารางที่ 96 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รับฟังรายการเพื่อการศึกษา คิดเป็น
ร้อยละ 98.16 และรับฟังรายการเพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 1.84

2.3 หนังสือพิมพ์

ตารางที่ 97 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นประจำ

การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	354	88.50
ไม่อ่าน	46	11.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ เป็นประจำ หมายถึง เป็นปกติ สม่ำเสมอ

จากตารางที่ 97 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 88.50 และไม่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 11.50

ตารางที่ 98 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	6	1.69
สัปดาห์ละครั้ง	49	13.84
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	55	24.01
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	40	11.30
วันละครั้ง	202	57.06
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	2	0.56
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 98 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์วันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57.06 รองลงมาเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.01 และสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.84 ตามลำดับ

ตารางที่ 99 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
หนังสือพิมพ์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	243	68.64
เสาร์-อาทิตย์	151	39.32

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 354 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 99 พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 68.64 และเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 39.32

ตารางที่ 100 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาใน
การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาในการรับสื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.00	13
01.00-01.59 น.	0	0.00	13
02.00-02.59 น.	0	0.00	13
03.00-03.59 น.	0	0.00	13
04.00-04.59 น.	0	0.00	13
05.00-05.59 น.	0	0.00	13
06.00-06.59 น.	1	0.41	12
07.00-07.59 น.	6	2.47	9
08.00-08.59 น.	27	11.11	6
09.00-09.59 น.	21	8.64	7
10.00-10.59 น.	51	20.99	4
11.00-11.59 น.	88	36.21	3
12.00-12.59 น.	153	62.96	1
13.00-13.59 น.	5	2.06	10

ตารางที่ 100 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาในการรับสื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
14.00-14.59 น.	7	2.88	8
15.00-15.59 น.	3	1.23	11
16.00-16.59 น.	3	1.23	11
17.00-17.59 น.	31	12.76	5
18.00-18.59 น.	89	36.63	2
19.00-19.59 น.	3	1.23	11
20.00-20.59 น.	3	1.23	11
21.00-21.59 น.	0	0.00	13
22.00-22.59 น.	0	0.00	13
23.00-23.59 น.	0	0.00	13

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 243 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 100 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 62.96 รองลงมาคือ เวลา 18.00-18.59 น. คิดเป็นร้อยละ 36.63 และเวลา 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 36.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 101 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาในการรับสื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.00	13
01.00-01.59 น.	0	0.00	13
02.00-02.59 น.	0	0.00	13
03.00-03.59 น.	0	0.00	13
04.00-04.59 น.	0	0.00	13
05.00-05.59 น.	0	0.00	13
06.00-06.59 น.	0	0.00	13
07.00-07.59 น.	2	1.32	11
08.00-08.59 น.	59	39.07	2
09.00-09.59 น.	42	27.81	5
10.00-10.59 น.	62	41.06	1
11.00-11.59 น.	49	32.45	3
12.00-12.59 น.	4	2.65	9
13.00-13.59 น.	6	3.97	8
14.00-14.59 น.	34	22.52	6
15.00-15.59 น.	7	4.64	7
16.00-16.59 น.	3	1.99	10
17.00-17.59 น.	1	0.66	12
18.00-18.59 น.	47	31.13	4
19.00-19.59 น.	0	0.00	13
20.00-20.59 น.	0	0.00	13
21.00-21.59 น.	0	0.00	13
22.00-22.59 น.	1	0.66	12
23.00-23.59 น.	1	0.66	12

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 151 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 101 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.00-10.59 น. คิดเป็นร้อยละ 41.06 รองลงมาคือ เวลา 08.00-08.59 น. คิดเป็นร้อยละ 39.07 และเวลา 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 32.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 102 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
30 นาที	96	39.51
1 ชั่วโมง	141	58.02
1 ชั่วโมง 30 นาที	2	0.82
2 ชั่วโมง	4	1.65
รวม	243	100.00

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 49 นาที

จากตารางที่ 102 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 58.02 รองลงมาเป็นระยะเวลา 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 39.51 และระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.65 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์ 49 นาที

ตารางที่ 103 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
30 นาที	38	25.17
1 ชั่วโมง	104	68.87
1 ชั่วโมง 30 นาที	3	1.99
2 ชั่วโมง	4	2.65
2 ชั่วโมง 30 นาที	1	0.66
3 ชั่วโมง	1	0.66
รวม	151	100.00

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 54 นาที

จากตารางที่ 103 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 68.87 รองลงมาเป็นระยะเวลา 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 25.17 และระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.65 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันเสาร์-อาทิตย์ 54 นาที

ตารางที่ 104 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ

สถานที่อ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	261	69.77
ห้องสมุด	4	1.13
ที่ทำงาน	245	65.25
ร้านอาหาร	24	6.78

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านหนังสือพิมพ์จำนวน 354 คน และสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 104 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ที่บ้านคิดเป็นร้อยละ 69.77 รองลงมาคือ ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 65.25 และร้านอาหารคิดเป็นร้อยละ 6.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 105 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของหนังสือพิมพ์
ที่อ่านบ่อยที่สุด

ประเภทหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย	339	95.76
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ	15	3.95
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ	10	2.82
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 105 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 95.76 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 3.95 และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 2.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 106 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์
รายวันฉบับภาษาไทยที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	178	52.51
เดลินิวส์	112	33.04
ข่าวสด	18	5.31
มติชนรายวัน	10	2.95
คมชัดลึก	16	4.72
สยามกีฬา	1	0.29
กรุงเทพธุรกิจ	1	0.29
เชียงใหม่นิวส์	1	0.29
ไทยนิวส์	2	0.59
รวม	339	100.00

จากตารางที่ 106 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 52.51 รองลงมาคือ เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 33.04 และหนังสือพิมพ์ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 5.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 107 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
บางกอกโพสต์	11	73.33
เดอะเนชั่น	4	26.67
รวม	15	100.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่าอ่านหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษจำนวน 15 คน

จากตารางที่ 107 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ คิดเป็นร้อยละ 73.33 และ เดอะเนชั่น คิดเป็นร้อยละ 26.67

ตารางที่ 108 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อของหนังสือพิมพ์ธุรกิจที่อ่านบ่อยที่สุด

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ประชาชาติธุรกิจ	4	40.00
ฐานเศรษฐกิจ	2	20.00
สยามธุรกิจ	1	10.00
กรุงเทพธุรกิจบีชีวิก	1	10.00
ผู้จัดการรายสัปดาห์	2	20.00
รวม	10	100.00

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่าอ่านหนังสือพิมพ์ธุรกิจจำนวน 10 คน

จากตารางที่ 108 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจและผู้จัดการรายสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน

ตารางที่ 109 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภท / รายการของหนังสือพิมพ์

ประเภท / รายการ	จำนวน	ร้อยละ
พาดหัวข่าว	349	98.59
เศรษฐกิจ	161	45.48
ข่าวสังคม	89	25.14
บันเทิง ดารา	212	59.89
เรื่องย่อละคร	73	20.62
การเมือง	219	61.86
กีฬา	80	22.60
วิชาการ	152	42.94
สุขภาพและอนามัย	159	44.92
อาชญากรรม	114	32.20
เบ็ดเตล็ด เช่น ท่องเที่ยว, ความคิดเห็น, การพยากรณ์ โศกชะตา ฯลฯ	177	50.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 354 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 109 พบว่าประเภท / รายการของหนังสือพิมพ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับคือ พาดหัวข่าว คิดเป็นร้อยละ 98.59 รองลงมา คือ การเมือง คิดเป็นร้อยละ 61.86 และบันเทิง ดารา คิดเป็นร้อยละ 59.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 110 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับพาดหัวข่าว

พาดหัวข่าว	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	349	98.59
ไม่อ่าน	5	1.41
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 110 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านพาดหัวข่าว คิดเป็นร้อยละ 98.59 และไม่อ่านพาดหัวข่าว คิดเป็นร้อยละ 1.41

ตารางที่ 111 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านพาดหัวข่าว

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	241	69.05
เดลินิวส์	174	49.86
ข่าวสด	51	14.61
มติชนรายวัน	23	6.59
คมชัดลึก	2	0.57
สยามรัฐ	0	0.00
สยามกีฬา	0	0.00
กรุงเทพธุรกิจ	0	0.00
ผู้จัดการ	0	0.00
ไทยโพสต์	0	0.00
เชียงใหม่นิวส์	1	0.29
ไทยนิวส์	4	1.15
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ		
บางกอกโพสต์	7	2.01
เดอะเนชั่น	4	1.15
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ		
ประชาชาติธุรกิจ	2	0.57
ฐานเศรษฐกิจ	1	0.29
สยามธุรกิจ	1	0.29
กรุงเทพธุรกิจปีชวีก	1	0.29
ผู้จัดการรายสัปดาห์	2	0.57

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 349 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 111 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านพาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.05 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 49.86 และหนังสือพิมพ์ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 14.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 112 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
พาดหัวข่าว

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
พาดหัวข่าว	139	39.83
สตู๊ป	101	28.94
สับราง	61	17.48
สำนักหัวเขียว	24	6.88
ลมเปลี่ยนทิศ	52	14.90
ไม่ระบุ	23	6.59

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 349 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 112 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านพาดหัวข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.83 รองลงมาคือคอลัมน์สตู๊ป คิดเป็นร้อยละ 28.94 และคอลัมน์สับราง คิดเป็นร้อยละ 17.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 113 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวเศรษฐกิจ

ข่าวเศรษฐกิจ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	161	45.48
ไม่อ่าน	193	54.52
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 113 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 54.52 และอ่านข่าวเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 45.48

ตารางที่ 114 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านข่าวเศรษฐกิจ

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	99	61.49
เดลินิวส์	76	47.20
ข่าวสด	23	14.29
มติชนรายวัน	25	15.53
สยามรัฐ	1	0.62
กรุงเทพธุรกิจ	33	20.50
ผู้จัดการ	17	10.56
ไทยนิวส์	1	0.62
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ		
บางกอกโพสต์	7	4.35
เดอะเนชั่น	6	3.73
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ		
ประชาชาติธุรกิจ	3	1.86
ฐานเศรษฐกิจ	2	1.24
สยามธุรกิจ	1	0.62

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 161 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 114 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์
ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.49 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 47.20 และ
หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 115 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวเศรษฐกิจ

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ดัชนีเศรษฐกิจ	109	67.70
ดัชนีหุ้น	68	42.24
ข่าวสั้น	5	3.11
สื่อบัดช่อ	7	4.35
ไม่ระบุ	10	6.21

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 161 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 115 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านข่าวเศรษฐกิจคอลัมน์ดัชนีเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 67.70 รองลงมาคอลัมน์ดัชนีหุ้น คิดเป็นร้อยละ 42.24 และไม่ระบุคอลัมน์ คิดเป็นร้อยละ 6.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 116 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวสังคม

ข่าวสังคม	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	89	25.14
ไม่อ่าน	265	74.86
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 116 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวสังคม คิดเป็นร้อยละ 74.86 และอ่านข่าวสังคม คิดเป็นร้อยละ 25.14

ตารางที่ 117 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านข่าวสังคม

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	47	52.81
เดลินิวส์	29	32.58
ข่าวสด	2	2.25
มติชนรายวัน	13	14.61
คมชัดลึก	2	2.25
ผู้จัดการ	2	2.25
เชียงใหม่นิวส์	1	1.12
ไทยนิวส์	2	2.25
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ		
ประชาชาติธุรกิจ	1	1.12

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 89 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 117 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวสังคมจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.81 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 32.58 และหนังสือพิมพ์มติชนรายวัน คิดเป็นร้อยละ 14.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 118 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์
ที่อ่านข่าวสังคม

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลในข่าว	81	91.01
กัทลียา	12	13.48
สายตรงต่างแดน	9	10.11
ไม่ระบุ	18	20.22

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 89 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 118 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวสังคมคอลัมน์บุคคลในข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 91.01 รองลงมาคือไม่ระบุคอลัมน์ คิดเป็นร้อยละ 20.22 และคอลัมน์คล้ายจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 13.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 119 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวบันเทิง
ดารา

ข่าวบันเทิง ดารา	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	212	59.89
ไม่อ่าน	142	40.11
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 119 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวบันเทิง ดารา คิดเป็นร้อยละ 59.89 และไม่อ่านข่าวบันเทิง ดารา คิดเป็นร้อยละ 40.11

ตารางที่ 120 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านข่าวบันเทิง ดารา

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	147	69.34
เดลินิวส์	103	48.58
ข่าวสด	16	7.55
มติชนรายวัน	3	1.42
คมชัดลึก	2	0.94
สยามรัฐ	2	0.94
ผู้จัดการ	3	1.42
ไทยโพสต์	1	0.47
ไทยนิวส์	1	0.47

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 212 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 120 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวบันเทิง คารา จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.34 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 48.58 และหนังสือพิมพ์ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 7.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 121 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวบันเทิง คารา

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
สี่แยกบันเทิง (ไทยรัฐ)	58	27.36
ข่าว Gossip Hollywood(ไทยรัฐ)	31	14.62
ซุบซิบกับหมวยแซบ(ไทยรัฐ)	79	37.26
เม้าท์แตกแดนฮอลลีวู้ด(เดลินิวส์)	41	19.34
เฉพาคารา(เดลินิวส์)	60	28.30
เอชชีนสตาร์(เดลินิวส์)	27	12.74

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 212 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 121 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านข่าวบันเทิง คารา ได้แก่คอลัมน์ ซุบซิบกับหมวยแซบ ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.26 รองลงมาคือ คอลัมน์เฉพาคารา ของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 28.30 และคอลัมน์สี่แยกบันเทิง ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 27.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 122 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับเรื่องย่อละคร

เรื่องย่อละคร	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	73	20.62
ไม่อ่าน	281	79.38
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 122 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านเรื่องย่อละคร คิดเป็นร้อยละ 79.38 และอ่านเรื่องย่อละคร คิดเป็นร้อยละ 20.62

ตารางที่ 123 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่านเรื่องย่อละคร

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	57	78.08
เดลินิวส์	34	46.58
ไม่ระบุ	6	8.22

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 73 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 123 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านเรื่องย่อละครจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 78.08 และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 46.58 และไม่ระบุชื่อหนังสือพิมพ์คิดเป็น ร้อยละ 8.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 124 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่านเรื่องย่อละคร

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
กึ่งแก้วกาฝาก	32	43.84
นางสาวฟ้าจี้รีว	24	32.88
เพลงดินกลิ่นดาว	12	16.44
นางทาส	43	58.90
ไม่ระบุ	6	8.22

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 73 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 124 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านเรื่องย่อละครเรื่องนางทาส คิดเป็นร้อยละ 58.90 รองลงมาคือเรื่องกึ่งแก้วกาฝาก คิดเป็นร้อยละ 43.84 และนางสาวฟ้าจี้รีว คิดเป็น ร้อยละ 32.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 125 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวการเมือง

ข่าวการเมือง	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	219	61.86
ไม่อ่าน	135	38.14
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 125 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวการเมือง คิดเป็นร้อยละ 61.86 และไม่อ่านข่าวการเมือง คิดเป็นร้อยละ 38.14

ตารางที่ 126 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่านข่าวการเมือง

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	101	46.12
เดลินิวส์	89	40.64
ข่าวสด	5	2.28
มติชนรายวัน	11	5.02
คมชัดลึก	10	4.57
กรุงเทพธุรกิจ	1	0.46
ผู้จัดการ	12	5.48
ไทยนิวส์	2	0.91
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ		
บางกอกโพสต์	1	0.46
เดอะเนชั่น	1	0.46
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ		
ประชาชาติธุรกิจ	1	0.46
ผู้จัดการรายสัปดาห์	4	1.83
ไม่ระบุ	9	4.11

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 219 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 126 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านข่าวการเมืองจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.12 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 40.64 และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการคิดเป็นร้อยละ 5.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 127 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่านข่าวการเมือง

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวสั้น	41	18.72
จับประเด็น	48	21.92
สังคมการเมือง	61	27.85
คาบลูกคาบดอก	68	31.05
ไม่ระบุ	9	4.11

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 219 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 127 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวการเมืองมากที่สุดคือคอลัมน์คาบลูกคาบดอก คิดเป็นร้อยละ 31.05 รองลงมาคือ คอลัมน์สังคมการเมือง คิดเป็นร้อยละ 27.85 และคอลัมน์จับประเด็น คิดเป็นร้อยละ 21.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 128 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวกีฬา

ข่าวกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	80	22.60
ไม่อ่าน	274	77.40
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 128 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าวกีฬา คิดเป็นร้อยละ 77.40 และอ่านข่าวกีฬา คิดเป็นร้อยละ 22.60

ตารางที่ 129 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่าน
ข่าวกีฬา

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	30	37.50
เดลินิวส์	24	30.00
ข่าวสด	3	3.75
มติชนรายวัน	2	2.50
คมชัดลึก	2	2.50
สยามรัฐ	1	1.25
สยามกีฬา	6	7.50
ไม่ระบุ	5	6.25

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 80 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 129 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านข่าวกีฬาจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 30.00 และหนังสือพิมพ์สยามกีฬาคิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 130 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวกีฬา

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
กีฬาวันนี้	24	30.00
เกร็ดข่าวลูกหนัง	20	25.00
เรียงหน้าชน	17	21.25
เกาะกระแส	15	18.75
อินไซด์ข่าวฮ็อต	14	17.50
สโมสรนักสู้	7	8.75
ไม่ระบุ	5	6.25

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 80 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 130 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านข่าวกีฬาคอลัมน์กีฬาวันนี้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาได้แก่ คอลัมน์เกร็ดข่าวลูกหนัง คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ คอลัมน์เรียงหน้าชน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 131 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าววิชาการ

ข่าววิชาการ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	152	42.94
ไม่อ่าน	202	57.06
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 131 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านข่าววิชาการ คิดเป็นร้อยละ 57.06 และอ่านข่าววิชาการ คิดเป็นร้อยละ 42.94

ตารางที่ 132 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ ที่อ่านข่าววิชาการ

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	72	47.37
เดลินิวส์	55	36.18
ข่าวสด	5	3.29
มติชนรายวัน	4	2.63
คมชัดลึก	1	0.66
ผู้จัดการ	2	1.32
ไทยนิวส์	1	0.66
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ		
บางกอกโพสต์	1	0.66
เดอะเนชั่น	1	0.66

ตารางที่ 132 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านข่าววิชาการ(ต่อ)

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ		
ประชาชาติธุรกิจ	2	1.32
ไม่ระบุ	10	6.58

หมายเหตุ 1. จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 152 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 132 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านข่าววิชาการจากหนังสือพิมพ์
ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.37 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 36.18 และ
ไม่ระบุชื่อหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 6.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 133 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าววิชาการ

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
รู้ไว้ใจชีวิต	84	55.26
แม่ทองต่อฟ่อประหยัด	56	36.84
เคล็ด@เว็บ	41	26.97
ไม่ระบุ	10	6.58

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 152 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 133 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าววิชาการคอลัมน์รู้ไว้ใจชีวิต
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.26 รองลงมาคือคอลัมน์แม่ทองต่อฟ่อประหยัด คิดเป็นร้อยละ 36.84
และคอลัมน์เคล็ด@เว็บ คิดเป็นร้อยละ 26.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 134 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าว
สุขภาพและอนามัย

ข่าวสุขภาพและอนามัย	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	159	44.92
ไม่อ่าน	195	55.08
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 134 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่อ่านข่าวสุขภาพและอนามัย คิดเป็นร้อยละ 55.08 และอ่านข่าวสุขภาพและอนามัย คิดเป็นร้อยละ 44.92

ตารางที่ 135 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านข่าวสุขภาพและอนามัย

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	95	59.75
เดลินิวส์	71	44.65
ข่าวสด	4	2.52
มติชนรายวัน	2	1.26
คมชัดลึก	1	0.63
ไทยนิวส์	1	0.63
ไม่ระบุ	5	3.14

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 159 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 135 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวสุขภาพอนามัยจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.75 รองลงมาได้แก่หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 44.65 และไม่ระบุชื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 3.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 136 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวสุขภาพและอนามัย

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ชีวิต (ไทยรัฐ)	88	55.35
ร้อยแปดพันเก้า (ไทยรัฐ)	52	32.70
รู้ไว้ได้ประโยชน์ (เดลินิวส์)	77	48.43
ไม่ระบุ	5	3.14

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 159 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 136 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านข่าวสุขภาพและอนามัยคอลัมน์ชีวิต จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.35 รองลงมาได้แก่คอลัมน์รู้ไว้ได้ประโยชน์ จากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 48.43 และคอลัมน์ร้อยแปดพันเก้า จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 32.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 137 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าว
อาชญากรรม

ข่าวอาชญากรรม	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	114	32.20
ไม่อ่าน	240	67.80
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 137 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่อ่านข่าวอาชญากรรมคิดเป็นร้อยละ 67.80 และอ่านข่าวอาชญากรรม คิดเป็นร้อยละ 32.20

ตารางที่ 138 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์
ที่อ่านข่าวอาชญากรรม

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	72	63.16
เดลินิวส์	50	43.86
ข่าวสด	3	2.63
มติชนรายวัน	2	1.75
คมชัดลึก	5	4.39
เชียงใหม่นิวส์	2	1.75
ไทยนิวส์	1	0.88

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 114 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 138 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวอาชญากรรมจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.16 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 43.86 และหนังสือพิมพ์คมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 4.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 139 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวอาชญากรรม

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
แกะรอย (ไทยรัฐ)	52	45.61
หั่นดอกไม้และกระบอง (ไทยรัฐ)	30	26.32
เกาะข่าวอาชญากรรม	48	42.11
ไม่ระบุ	17	14.91

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 114 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 139 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านข่าวอาชญากรรมคอลัมน์แกะรอยจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.61 รองลงมาได้แก่คอลัมน์เกาะข่าว

อาชญากรรม คิดเป็นร้อยละ 42.11 และคอลัมน์หุ่นดอกไม้และกระบอง จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คิดเป็นร้อยละ 26.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 140 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับข่าวเบ็ดเตล็ด

ข่าวเบ็ดเตล็ด	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	177	50.00
ไม่อ่าน	177	50.00
รวม	354	100.00

จากตารางที่ 140 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่อ่านข่าวเบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 50.00 และ อ่านข่าวเบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 50.00

ตารางที่ 141 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ ที่อ่านข่าวเบ็ดเตล็ด เช่น ท้องเที่ยว, ความคิดเห็น, การพยากรณ์ โชคชะตา ฯลฯ

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย		
ไทยรัฐ	121	68.36
เดลินิวส์	92	51.98
ข่าวสด	1	0.56
มติชนรายวัน	1	0.56
ไม่ระบุ	23	12.99

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 177 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 141 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านข่าวเบ็ดเตล็ดจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 51.98 และ ไม่ระบุชื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 12.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 142 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
ข่าวเบ็ดเตล็ด

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ร้อยแปดจับเข้าคุย	70	39.55
คูดวง	143	80.79
ไม่ระบุ	25	14.12

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 177 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 142 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านข่าวเบ็ดเตล็ดคอลัมน์คูดวงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.79 รองลงมาคือคอลัมน์ร้อยแปดจับเข้าคุย คิดเป็นร้อยละ 39.55 และไม่ระบุคอลัมน์ คิดเป็นร้อยละ 14.12 ตามลำดับ

2.4 นิติสาร

ตารางที่ 143 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อนิติสาร เป็นประจำ

การเปิดรับสื่อนิติสารเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	297	74.25
ไม่อ่าน	103	25.75
รวม	400	100.00

หมายเหตุ เป็นประจำ หมายถึง เป็นปกติ สม่ำเสมอ

จากตารางที่ 143 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิติสารเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 74.25 และไม่อ่านนิติสารเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 25.75

ตารางที่ 144 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อนิติสาร

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	122	41.08
สัปดาห์ละครั้ง	77	25.93
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	69	23.23
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	26	8.75
วันละครั้ง	3	1.01
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	0	0.00
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 144 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อนิติสารน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.08 รองลงมาเปิดรับสื่อนิติสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.93 และสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 145 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสาร

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	172	57.91
เสาร์-อาทิตย์	229	77.10

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 297 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 145 พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เปิดรับสื่อนิตยสารในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 77.10 และเปิดรับสื่อในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 57.91

ตารางที่ 146 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อนิตยสารในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาในการรับสื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.00	12
01.00-01.59 น.	0	0.00	12
02.00-02.59 น.	0	0.00	12
03.00-03.59 น.	0	0.00	12
04.00-04.59 น.	0	0.00	12
05.00-05.59 น.	0	0.00	12
06.00-06.59 น.	0	0.00	12
07.00-07.59 น.	0	0.00	12
08.00-08.59 น.	0	0.00	12
09.00-09.59 น.	1	0.58	11
10.00-10.59 น.	20	11.63	4
11.00-11.59 น.	3	1.74	9
12.00-12.59 น.	32	18.60	2
13.00-13.59 น.	1	0.58	11
14.00-14.59 น.	20	11.63	4

ตารางที่ 146 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิด
รับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาในการรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
15.00-15.59 น.	16	9.30	5
16.00-16.59 น.	10	5.81	7
17.00-17.59 น.	22	12.79	3
18.00-18.59 น.	14	8.14	6
19.00-19.59 น.	9	5.23	8
20.00-20.59 น.	35	20.35	1
21.00-21.59 น.	1	0.58	11
22.00-22.59 น.	2	1.16	10
23.00-23.59 น.	2	1.16	10

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 172 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 146 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 20.35 รองลงมาคือเวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 18.60 เวลา 17.00-17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 12.79 ตามลำดับ และไม่มีผู้เปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในช่วงเวลา 00.00-08.59 น.

ตารางที่ 147 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิด
รับสื่อนิตยสารในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาในการรับสื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.00	13
01.00-01.59 น.	0	0.00	13
02.00-02.59 น.	0	0.00	13
03.00-03.59 น.	0	0.00	13
04.00-04.59 น.	0	0.00	13
05.00-05.59 น.	0	0.00	13
06.00-06.59 น.	0	0.00	13
07.00-07.59 น.	0	0.00	13
08.00-08.59 น.	0	0.00	13
09.00-09.59 น.	17	7.42	8
10.00-10.59 น.	53	23.14	4
11.00-11.59 น.	57	24.89	3
12.00-12.59 น.	22	9.61	6
13.00-13.59 น.	42	18.34	5
14.00-14.59 น.	60	26.20	2
15.00-15.59 น.	68	29.69	1
16.00-16.59 น.	4	1.75	10
17.00-17.59 น.	2	0.87	11
18.00-18.59 น.	0	0.00	13
19.00-19.59 น.	12	5.24	19
20.00-20.59 น.	42	18.34	5
21.00-21.59 น.	20	8.73	7
22.00-22.59 น.	1	0.44	12
23.00-23.59 น.	0	0.00	13

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 229 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 147 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 15.00-15.59 น. คิดเป็นร้อยละ 29.69 รองลงมา คือ เวลา 14.00-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 26.20 และเวลา 11.00-10.59 น. คิดเป็นร้อยละ 24.89 ตามลำดับ ไม่มีผู้เปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 00.00-08.59 น. เวลา 18.00-18.59 น. และเวลา 23.00-23.59 น.

ตารางที่ 148 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	36	20.93	2
1 ชั่วโมง	90	52.33	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	1	0.58	6
2 ชั่วโมง	21	12.21	4
2 ชั่วโมง 30 นาที	2	1.16	5
3 ชั่วโมง	22	12.79	3
รวม	172	100.00	-

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 1 ชั่วโมง 18 นาที

จากตารางที่ 148 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 52.33 รองลงมาเป็นระยะเวลา 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 20.93 และระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 12.79 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในวันจันทร์-ศุกร์ 1 ชั่วโมง 18 นาที

ตารางที่ 149 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อนิเทศสารในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับโดยสื่อเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	8	3.49	5
1 ชั่วโมง	131	57.21	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	10	4.37	4
2 ชั่วโมง	51	22.27	2
2 ชั่วโมง 30 นาที	7	3.06	6
3 ชั่วโมง	22	9.61	3
รวม	229	100.00	-

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 1 ชั่วโมง 28 นาที

จากตารางที่ 149 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อนิเทศสารในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 57.21 รองลงมาระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 22.27 และระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9.61 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่อนิเทศสารในวันเสาร์-อาทิตย์ 1 ชั่วโมง 28 นาที

ตารางที่ 150 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่อ่านนิเทศสารเป็นประจำ

สถานที่อ่านนิเทศสาร	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	201	67.68
ห้องสมุด ที่ทำงาน	0 45	0.00 15.15
ร้านต่างๆที่ไปใช้บริการ	86	28.96

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 297 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 150 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารที่บ้านหรือหอพัก คิดเป็นร้อยละ 67.68 รองลงมา คือ ที่ร้านต่างๆที่ไปใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 28.96 และที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 15.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 151 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับประเภท / รายการของนิตยสาร

ประเภท / รายการ	จำนวน	ร้อยละ
วัยรุ่น	11	3.70
ผู้ชาย	25	8.42
ผู้หญิง	156	52.53
บันเทิง ดารา	122	41.08
แฟชั่น/การแต่งกาย	94	31.65
เด็ก	4	1.35
กีฬา	32	10.77
การท่องเที่ยว	73	24.58
สุขภาพและอนามัย	79	26.60
บ้านและการตกแต่งบ้าน	96	32.32
คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี	28	9.43
ดนตรี/เพลง	8	2.69
รถยนต์	41	13.80

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 297 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 151 พบว่าประเภท / รายการของนิตยสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับคือผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 52.53 รองลงมาคือ บันเทิง ดารา คิดเป็นร้อยละ 41.08 และนิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 152 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารวัยรุ่น

นิตยสารวัยรุ่น	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	11	3.70
ไม่อ่าน	286	96.30
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 152 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารวัยรุ่น คิดเป็นร้อยละ 96.30 และอ่านนิตยสารวัยรุ่น คิดเป็นร้อยละ 3.70

ตารางที่ 153 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ นิตยสารวัยรุ่น

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
A Day	4	36.36
Buzz	3	27.27
J-Spy	3	27.27
ไม่ระบุ	1	9.09

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 11 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 153 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารวัยรุ่นมากที่สุดได้แก่นิตยสาร A Day คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาได้แก่นิตยสาร Buzz และ J-Spy คิดเป็นร้อยละ 27.27 เท่ากัน

ตารางที่ 154 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารวัยรุ่น

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
Fashion	3	27.27
Beauty	6	54.55
Health and Fitness	6	54.55
ไม่ระบุ	1	9.09

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 11 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 154 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านคอลัมน์ในนิตยสารวัยรุ่นมากที่สุดได้แก่ Health and Fitness และ Beauty คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร Fashion คิดเป็นร้อยละ 27.27

ตารางที่ 155 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารผู้ชาย

นิตยสารผู้ชาย	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	25	8.42
ไม่อ่าน	272	91.58
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 155 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 91.58 และอ่านนิตยสารผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 8.42

ตารางที่ 156 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ
นิตยสารผู้ชาย

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
GM	7	28.00
FHM	16	64.00
Maxim	9	36.00

หมายเหตุ 1. จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 25 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

2. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุคอลัมน์ที่อ่าน

จากตารางที่ 156 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสาร FHM คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือนิตยสาร Maxim คิดเป็นร้อยละ 36.00 และนิตยสาร GM คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 157 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
ผู้หญิง

นิตยสารผู้หญิง	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	156	52.53
ไม่อ่าน	141	47.47
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 157 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 52.53 และไม่อ่านนิตยสารผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 47.47

ตารางที่ 158 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ
นิตยสารผู้หญิง

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
Cosmopolitan	2	1.28
Cleo	18	11.54
แพรวสุดสัปดาห์	26	16.67
พลอยแอมเพชร	20	12.82
ขวัญเรือน	57	36.54
ดิฉัน	6	3.85
Elle	9	5.77
กุลสตรี	10	6.41
เปรี้ยว	9	5.77
Image	10	6.41
สกุลไทย	32	20.51
Marie Claire	1	0.64
ไม่ระบุ	7	4.49

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 156 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 158 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารผู้หญิงมากที่สุดคือ นิตยสารขวัญเรือน คิดเป็นร้อยละ 36.54 รองลงมาคือ นิตยสารสกุลไทย คิดเป็นร้อยละ 20.51 และ นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 159 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารผู้หญิง

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
แฟชั่น	12	7.69
สุขภาพ	40	25.64
สัมภาษณ์	42	26.92
ศิลปะ-ตกแต่ง	16	10.26
คู่มือ	19	12.18
บันเทิง-วรรณกรรม	34	21.79
ไม่ระบุ	2	1.28

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 156 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 159 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านคอลัมน์สัมภาษณ์ คิดเป็นร้อยละ 26.92 รองลงมาได้แก่คอลัมน์สุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 25.64 และบันเทิง-วรรณกรรม คิดเป็นร้อยละ 21.79

ตารางที่ 160 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
บันเทิง ดารา

นิตยสารบันเทิง ดารา	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	122	41.08
ไม่อ่าน	175	58.92
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 160 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารบันเทิง ดารา คิดเป็นร้อยละ 58.92 และอ่านนิตยสารบันเทิง ดารา คิดเป็นร้อยละ 41.08

ตารางที่ 161 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ
นิตยสารบันเทิง คารา

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
Gossip	18	14.75
Star News	19	15.57
ทีวีพูล	47	38.52
คู่สร้างคู่สม	45	36.89
Oops	14	11.48
Entertain	14	11.48
ไม่ระบุ	4	3.28

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 122 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 161 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารบันเทิง คารามากที่สุดคือ นิตยสารทีวีพูล คิดเป็นร้อยละ 38.52 รองลงมาคือนิตยสารคู่สร้างคู่สม คิดเป็นร้อยละ 36.89 และ นิตยสาร star news คิดเป็นร้อยละ 15.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 162 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารบันเทิง คารา

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
อ่านทั้งหมด	87	71.31
ไม่ระบุ	35	28.69

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 122 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 162 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารบันเทิง คารา โดยอ่าน นิตยสารทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 71.31 และ ไม่ระบุคิดเป็นร้อยละ 28.69

ตารางที่ 163 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
แฟชั่น การแต่งกาย

นิตยสารแฟชั่น การแต่งกาย	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	94	31.65
ไม่อ่าน	203	68.35
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 163 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารแฟชั่น การแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 68.35 และอ่านนิตยสารแฟชั่น การแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 31.65

ตารางที่ 164 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ
นิตยสารแฟชั่น การแต่งกาย

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
แพรว	29	30.85
Image	25	26.60
สุดสัปดาห์	15	15.96
กุลสตรี	18	19.15
Instyle	5	5.32
Elle	34	36.17
ไม่ระบุ	7	7.45

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 94 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 164 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารแฟชั่นการแต่งกายมากที่สุดคือนิตยสาร Elle คิดเป็นร้อยละ 36.17 รองลงมาคือนิตยสารแพรว คิดเป็นร้อยละ 30.85 และนิตยสาร Image คิดเป็นร้อยละ 26.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 165 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารแฟชั่น การแต่งกาย

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
Health Tips	33	35.11
Body Challenge	25	26.60
Fasion News	19	20.21
Shopping	11	11.70
หนังสือคือเพื่อน	35	37.23
ไม่ระบุ	7	7.45

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 94 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 165 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านคอลัมน์ในนิตยสารแฟชั่น การแต่งกาย มากที่สุดได้แก่ คอลัมน์หนังสือคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 37.23 รองลงมาได้แก่คอลัมน์ Health Tips คิดเป็นร้อยละ 35.11 และคอลัมน์ Body Challenge คิดเป็นร้อยละ 26.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 166 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารเด็ก

นิตยสารเด็ก	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	4	1.35
ไม่อ่าน	293	98.65
รวม	297	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ระบุชื่อนิตยสารที่อ่าน

จากตารางที่ 166 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารเด็ก คิดเป็นร้อยละ 98.65 และอ่านนิตยสารเด็ก คิดเป็นร้อยละ 1.35

ตารางที่ 167 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารกีฬา

นิตยสารกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	32	10.77
ไม่อ่าน	265	89.23
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 167 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารกีฬา คิดเป็นร้อยละ 89.23 และอ่านนิตยสารกีฬา คิดเป็นร้อยละ 10.77

ตารางที่ 168 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ นิตยสารกีฬา

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
สยามกีฬา	12	37.50
สปอร์ตพูล	19	59.38
Star Soccer	17	53.13

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 32 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 168 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารกีฬามากที่สุดคือ นิตยสารสปอร์ตพูล คิดเป็นร้อยละ 59.38 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร Star Soccer คิดเป็นร้อยละ 53.13 และนิตยสารสยามกีฬา คิดเป็นร้อยละ 37.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 169 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน นิตยสารกีฬา

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
วิเคราะห์เกมส์	13	40.63
สิงห์สนาม	11	34.38
เกาะติดพรีเมียร์ลีก	21	65.63
ไม่ระบุ	2	6.25

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 32 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 162 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารกีฬาได้แก่คอลัมน์ เกาะติดพีริเมียร์ลึค มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.63 รองลงมาได้แก่ คอลัมน์วิเคราะห์เกมส์ คิดเป็น ร้อยละ 40.63 และคอลัมน์สิ่งสนาม คิดเป็นร้อยละ 34.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 170 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารการ ท่องเที่ยว

นิตยสารการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	73	24.58
ไม่อ่าน	224	75.42
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 170 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารการท่องเที่ยว คิดเป็น ร้อยละ 75.42 และอ่านนิตยสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 24.58

ตารางที่ 171 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ นิตยสารการท่องเที่ยว

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
อสท.	45	61.64
เพื่อนเดินทาง	19	26.03
สารคดี	8	10.96
Tropical	12	16.44
Thai backpacker	17	23.29

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 73 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 171 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารการท่องเที่ยวคือ นิตยสาร อสท. คิดเป็นร้อยละ 61.64 รองลงมาคือ นิตยสารเพื่อนเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 26.03 และ นิตยสาร Thai Back Packer คิดเป็นร้อยละ 23.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 172 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารการท่องเที่ยว

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
Home Stay	15	20.55
ท่องเที่ยวต่างแดน	32	43.84
Backpacker	22	30.14
สารคดี ท่องไพร	12	16.44
หลบร้อน	3	4.11
ไม่ระบุ	7	9.59

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 73 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 172 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารท่องเที่ยวได้แก่คอลัมน์ท่องเที่ยวต่างแดน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.84 รองลงมาได้แก่ คอลัมน์ Backpacker คิดเป็นร้อยละ 30.14 และคอลัมน์ Home Stay คิดเป็นร้อยละ 20.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 173 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
สุขภาพและอนารมัย

นิตยสารสุขภาพและอนารมัย	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	79	26.60
ไม่อ่าน	218	73.40
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 173 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่อ่านนิตยสารสุขภาพและอนารมัย คิดเป็นร้อยละ 73.40 และอ่านนิตยสารสุขภาพและอนารมัย คิดเป็นร้อยละ 26.60

ตารางที่ 174 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ
นิตยสารสุขภาพและอนามัย

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ชีวจิต	45	56.96
Shape	14	17.72
Health&cuisine	26	32.91
Health Today	18	22.78
ไม่ระบุ	15	18.99

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 79 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 174 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารสุขภาพและอนามัยมากที่สุด คือ นิตยสารชีวจิต คิดเป็นร้อยละ 56.96 รองลงมาคือนิตยสารHealth&Cuisine คิดเป็นร้อยละ 32.91 และนิตยสาร Health Today คิดเป็นร้อยละ 22.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 175 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารสุขภาพและอนามัย

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
กินอย่างไรให้มีความสุข	41	51.90
ปลอดโรค	5	6.33
ภัยร้ายใกล้ตัว	1	1.27
ไม่ระบุ	33	41.77

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 79 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 175 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารสุขภาพและอนามัย คอลัมน์กินอย่างไรให้มีความสุข คิดเป็นร้อยละ 51.90 รองลงมาคือไม่ระบุคอลัมน์ คิดเป็นร้อยละ 41.77 และคอลัมน์ปลอดโรค คิดเป็นร้อยละ 6.33

ตารางที่ 176 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสารบ้าน
และการตกแต่งบ้าน

นิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	96	32.32
ไม่อ่าน	201	67.68
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 176 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่อ่านนิตยสารบ้านและการ
ตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 67.68 และอ่านนิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.32

ตารางที่ 177 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ
นิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
บ้านและสวน	47	48.96
Room	27	28.13
Home&Decor	16	16.67
บ้านพร้อมอยู่	24	25.00
ไม่ระบุ	4	4.17

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 96 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 177 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน
คือนิตยสารบ้านและสวน คิดเป็นร้อยละ 48.96 รองลงมาได้แก่นิตยสาร Room คิดเป็นร้อยละ 28.13
และนิตยสารบ้านพร้อมอยู่ คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 178 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
บ้านสวย	19	19.79
ของตกแต่ง	27	28.13
จัดสวนมืออาชีพ	24	25.00
มองโลก 360 องศา	12	12.50
อารมณ์ไทย	18	18.75
ไม่ระบุ	10	10.42

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 96 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 178 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน คอลัมน์ของตกแต่งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.13 รองลงมาคือ คอลัมน์จัดสวนมืออาชีพ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และคอลัมน์บ้านสวย คิดเป็นร้อยละ 19.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 179 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี

นิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	28	9.43
ไม่อ่าน	269	90.57
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 179 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 90.57 และอ่านนิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 9.43

ตารางที่ 180 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ
นิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
Computer Today	15	53.57
PC Mag	5	17.86
Quick PC	12	42.86
ไม่ระบุ	2	7.14

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 28 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 180 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีใดแก่นิตยสาร Computer Today มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.57 รองลงมาคือ นิตยสาร Quick PC คิดเป็นร้อยละ 42.86 และนิตยสาร PC Mag คิดเป็นร้อยละ 17.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 181 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับคอลัมน์ที่อ่าน
นิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี

คอลัมน์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
มุม IT	11	39.29
การเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบมีอาชีพ	5	17.86
เทคนิคการปรับแต่งคอม	4	14.29
การซ่อมแซมคอมพิวเตอร์เบื้องต้น	7	25.00
ไม่ระบุ	4	14.29

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 28 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 181 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีคอลัมน์มุม IT มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.29 รองลงมาคือ คอลัมน์การซ่อมแซมคอมพิวเตอร์เบื้องต้น คิดเป็นร้อยละ 25.00 และคอลัมน์การเลือกซื้อคอมพิวเตอร์อย่างมีอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 17.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 182 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
ดนตรี/เพลง

นิตยสารดนตรี/เพลง	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	8	2.69
ไม่อ่าน	289	97.31
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 182 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารดนตรี/เพลง คิดเป็นร้อยละ 97.31 และอ่านนิตยสารดนตรี/เพลง คิดเป็นร้อยละ 2.69

ตารางที่ 183 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ
นิตยสารดนตรี/เพลง

รายชื่อ นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
MTV Magazine	4	50.00
POP	2	25.00
ไม่ระบุ	2	25.00

- หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 8 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุชื่อคอลัมน์ที่อ่าน

จากตารางที่ 183 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารดนตรีหรือเพลงได้แก่นิตยสาร MTV Magazine มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ นิตยสาร POP คิดเป็นร้อยละ 25.00 และไม่ระบุชื่อนิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 184 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร
รถยนต์

นิตยสารรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	41	13.80
ไม่อ่าน	256	86.20
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 184 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสารรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 86.20 และอ่านนิตยสารรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 13.80

ตารางที่ 185 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับรายชื่อ
นิตยสารรถยนต์

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
XO มอเตอร์สปอร์ต	19	46.34
สังเวียนยานยนต์	16	39.02
ไม่ระบุ	6	14.63

- หมายเหตุ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 41 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุชื่อคอลัมน์ที่อ่าน

จากตารางที่ 185 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารรถยนต์ได้แก่ นิตยสาร XO มอเตอร์สปอร์ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.34 รองลงมาคือ นิตยสารสังเวียนยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 39.02 และไม่ระบุชื่อนิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 14.63 ตามลำดับ

2.5 อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 186 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นประจำ

การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	259	64.75
ไม่ใช้	141	35.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ เป็นประจำ หมายถึง ปฏิบัติสม่ำเสมอ

จากตารางที่ 186 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 64.75 และไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 35.25

ตารางที่ 187 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	13	5.02
สัปดาห์ละครั้ง	17	6.56
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	47	18.15
สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	73	28.19
วันละครั้ง	45	17.37
วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า	64	24.71
รวม	259	100.00

จากตารางที่ 187 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตสัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.19 รองลงมาเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตวันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 24.71 และสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 188 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	258	99.61
เสาร์-อาทิตย์	97	37.45

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 188 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 99.61 และเปิดรับสื่อในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 37.45

ตารางที่ 189 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาในการรับสื่ออินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.00	16
01.00-01.59 น.	0	0.00	16
02.00-02.59 น.	0	0.00	16
03.00-03.59 น.	0	0.00	16
04.00-04.59 น.	0	0.00	16
05.00-05.59 น.	0	0.00	16
06.00-06.59 น.	0	0.00	16
07.00-07.59 น.	0	0.00	16
08.00-08.59 น.	168	65.12	4
09.00-09.59 น.	189	73.26	3
10.00-10.59 น.	202	78.29	2
11.00-11.59 น.	227	87.98	1
12.00-12.59 น.	122	47.29	9
13.00-13.59 น.	155	60.08	5
14.00-14.59 น.	138	53.49	8

ตารางที่ 189 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิด
รับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

เวลาในการรับสื่ออินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
15.00-15.59 น.	143	55.43	7
16.00-16.59 น.	148	57.36	6
17.00-17.59 น.	51	19.77	10
18.00-18.59 น.	16	6.20	14
19.00-19.59 น.	29	11.24	12
20.00-20.59 น.	32	12.40	11
21.00-21.59 น.	24	9.30	13
22.00-22.59 น.	8	3.10	15
23.00-23.59 น.	8	3.10	15

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 258 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 189 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-
ศุกร์ เวลา 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 87.98 รองลงมาคือเวลา 10.00-10.59 น. คิดเป็นร้อยละ
78.29 และเวลา 09.00-09.59 น. คิดเป็นร้อยละ 73.26 ตามลำดับ และไม่มีผู้เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต
ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 00.00-07.59 น.

ตารางที่ 190 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิด
รับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาในการรับสื่ออินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
00.00-00.59 น.	0	0.00	14
01.00-01.59 น.	0	0.00	14
02.00-02.59 น.	0	0.00	14
03.00-03.59 น.	0	0.00	14
04.00-04.59 น.	0	0.00	14
05.00-05.59 น.	0	0.00	14
06.00-06.59 น.	0	0.00	14
07.00-07.59 น.	0	0.00	14
08.00-08.59 น.	1	1.03	13
09.00-09.59 น.	14	14.43	11
10.00-10.59 น.	24	24.74	8
11.00-11.59 น.	38	39.18	2
12.00-12.59 น.	41	42.27	1
13.00-13.59 น.	34	35.05	3
14.00-14.59 น.	34	35.05	3
15.00-15.59 น.	27	27.84	7
16.00-16.59 น.	29	29.90	5
17.00-17.59 น.	31	31.96	4
18.00-18.59 น.	17	17.53	10
19.00-19.59 น.	24	24.74	8
20.00-20.59 น.	29	29.90	6
21.00-21.59 น.	23	23.71	9
22.00-22.59 น.	5	5.15	12
23.00-23.59 น.	5	5.15	12

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 97 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 190 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 12.00-12.59 น. คิดเป็นร้อยละ 42.27 รองลงมาคือเวลา 11.00-11.59 น. คิดเป็นร้อยละ 39.18 และเวลา 13.00-13.59 และ 14.00-14.59 คิดเป็นร้อยละ 35.05 เท่ากัน ไม่มีผู้เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 00.00-07.59 น.

ตารางที่ 191 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	24	9.30	4
1 ชั่วโมง	48	18.60	3
1 ชั่วโมง 30 นาที	4	1.55	9
2 ชั่วโมง	71	27.52	1
2 ชั่วโมง 30 นาที	2	0.78	10
3 ชั่วโมง	17	6.59	5
3 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	12
4 ชั่วโมง	50	19.38	2
4 ชั่วโมง 30 นาที	1	0.39	11
5 ชั่วโมง	8	3.10	8
5 ชั่วโมง 30 นาที	1	0.39	11
6 ชั่วโมง	4	1.55	9
6 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	12
7 ชั่วโมง	10	3.88	7
7 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	12
8 ชั่วโมง	15	5.81	6
8 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	12
9 ชั่วโมง	1	0.39	11
9 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	12
10 ชั่วโมง	2	0.78	10

ตารางที่ 191 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ (ต่อ)

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
10 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	12
11 ชั่วโมง	0	0.00	12
11 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	12
12 ชั่วโมง	0	0.00	12
รวม	258	100.00	-

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 2 ชั่วโมง 56 นาที

จากตารางที่ 191 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 27.52 รองลงมาคือระยะเวลา 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 19.38 และระยะเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 18.60 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์ 2 ชั่วโมง 56 นาที

ตารางที่ 192 แสดงจำนวน ร้อยละ ลำดับ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
30 นาที	14	14.43	4
1 ชั่วโมง	24	24.74	1
1 ชั่วโมง 30 นาที	3	3.09	8
2 ชั่วโมง	19	19.59	2
2 ชั่วโมง 30 นาที	6	6.19	6
3 ชั่วโมง	17	17.53	3
3 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	11
4 ชั่วโมง	7	7.22	5
4 ชั่วโมง 30 นาที	2	2.06	9
5 ชั่วโมง	4	4.12	7
5 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	11
6 ชั่วโมง	0	0.00	11
6 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	11
7 ชั่วโมง	0	0.00	11
7 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.00	11
8 ชั่วโมง	0	0.00	11
รวม	97	100.00	-

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยรวม 2 ชั่วโมง 5 นาที

จากตารางที่ 192 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 24.74 รองลงมาคือระยะเวลา 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 19.59 และระยะเวลา 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 17.53 ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยรวมในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในวันเสาร์-อาทิตย์ 2 ชั่วโมง 5 นาที

ตารางที่ 193 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ

สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	117	45.17
สถานบันการศึกษา	45	17.37
สถานที่ทำงาน	245	94.59
ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่	27	10.42

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 259 คน และสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 193 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 94.59 รองลงมาใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 45.17 และที่สถานบันการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 194 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเว็บไซต์ที่เข้าชมเป็นประจำ

เว็บไซต์ที่เข้าชมเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
E-mail (Hotmail, Yahoo, Gmail, etc.)	186	71.81	1
Search engine (Google, Yahoo, Sanook, etc.)	152	58.69	2
Chat room (MSN, Pirch, Camfrog, ect.)	39	15.06	4
Entertainment (Music, Movies, etc.)	18	6.95	6
Web board (Pantip, etc.)	21	8.11	5
Games	1	0.39	7
อื่น ๆ	62	23.94	3

หมายเหตุ 1. จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. อื่นๆ ได้แก่ เป็นเว็บไซต์ขององค์กรที่ทำงานอยู่(จำนวน 27 คน) เป็นเว็บไซต์ของลูกค้าหรือ

ตัวแทนจำหน่ายต่างๆ(จำนวน 18 คน) ใช้เช็คค่าใช้จ่ายค่าบริการผ่านเว็บไซต์ของสินค้าและบริการ

ที่เป็นลูกค้าอยู่(จำนวน 10 คน) ใช้งานและตรวจเช็คตารางการบินของเครื่องบิน(จำนวน 7 คน)

จากตารางที่ 194 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เข้าชมเว็บไซต์ E-mail (Hotmail, Yahoo, Gmail, etc.) คิดเป็นร้อยละ 71.81 รองลงมาคือ Search engine (Google, Yahoo, Sanook, etc.) คิดเป็นร้อยละ 58.69 และเว็บไซต์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 23.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 195 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่เลือกเข้าชมเว็บไซต์

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ค้นหาข้อมูลข่าวสาร	152	58.69	2
รับ/ส่ง e-mail	186	71.81	1
เป็น link เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่างๆ	107	41.31	3
เล่นเกม	1	0.39	8
สนทนา chat	38	14.67	5
ฟังเพลง / วิทยุออนไลน์	28	10.81	6
เสวนาใน Web board	21	8.11	7
เข้าเป็นประจำ	40	15.44	4
อื่น ๆ	0	0.00	9

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 195 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เข้าชมเว็บไซต์เนื่องจากต้องการรับ/ส่ง e-mail คิดเป็นร้อยละ 71.81 รองลงมาคือเพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 58.69 และเป็น link เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 41.31 ตามลำดับ

2.6 ภาพยนตร์

ตารางที่ 196 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อภาพยนตร์

การเปิดรับสื่อภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	74	18.50
ไม่ชม	326	81.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 186 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ชมภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 81.50 และชมภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 18.50

ตารางที่ 197 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	43	58.11
เดือนละครั้ง	18	24.32
เดือนละ 2-3 ครั้ง	7	9.46
สัปดาห์ละครั้ง	5	6.76
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	1	1.35
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 187 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อภาพยนตร์น้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.11 รองลงมาเปิดรับสื่อภาพยนตร์เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.32 และ เดือน 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 198 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ
ภาพยนตร์

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	11	14.86
เสาร์-อาทิตย์	69	93.24

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 74 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 198 พบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 93.24 และเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 14.86

ตารางที่ 199 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิด
รับสื่อภาพยนตร์ในวันจันทร์-ศุกร์

เวลาในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
10.00-10.59 น.	0	0.00	4
11.00-11.59 น.	0	0.00	4
12.00-12.59 น.	0	0.00	4
13.00-13.59 น.	0	0.00	4
14.00-14.59 น.	0	0.00	4
15.00-15.59 น.	0	0.00	4
16.00-16.59 น.	0	0.00	4
17.00-17.59 น.	0	0.00	4
18.00-18.59 น.	5	45.45	1
19.00-19.59 น.	4	36.36	2
20.00-20.59 น.	2	18.18	3
21.00-21.59 น.	0	0.00	4
22.00-22.59 น.	0	0.00	4
23.00-23.59 น.	0	0.00	4

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 11 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 199 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.00-18.59 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมาได้แก่ เวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 36.36 และเวลา 20.00-20.59 น. คิดเป็นร้อยละ 18.18

ตารางที่ 200 แสดงจำนวน ร้อยละและลำดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์

เวลาในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
10.00-10.59 น.	0	0.00	11
11.00-11.59 น.	0	0.00	11
12.00-12.59 น.	5	7.25	7
13.00-13.59 น.	26	37.68	1
14.00-14.59 น.	19	27.54	2
15.00-15.59 น.	9	13.04	5
16.00-16.59 น.	8	11.59	6
17.00-17.59 น.	3	4.35	8
18.00-18.59 น.	12	17.39	4
19.00-19.59 น.	16	23.19	3
20.00-20.29 น.	2	2.90	9
21.00-21.59 น.	1	1.45	10
22.00-22.59 น.	3	4.35	8
23.00-23.59 น.	1	1.45	10

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 69 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 190 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 13.00-13.59 น. คิดเป็นร้อยละ 37.68 รองลงมาคือเวลา 14.00-14.59 น. คิดเป็นร้อยละ 27.54 และเวลา 19.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 23.19 ตามลำดับ ทั้งนี้ไม่มีผู้เปิดรับสื่อภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.00-11.59 น.

ตารางที่ 201 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของภาพยนตร์
ที่ชม

ประเภทภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ตลก	41	55.41
ชีวิต	7	9.46
รัก โรแมนติก	3	4.05
แฟนตาซี	7	9.46
แอคชั่น ผจญภัย	48	64.86
ผี สยองขวัญ	40	54.05
ลึกลับ สืบสวน	28	37.84

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 74 คน โดยผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 201 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชมภาพยนตร์แอคชั่น ผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 64.86 รองลงมาคือ ตลก คิดเป็นร้อยละ 55.41 และภาพยนตร์ผี สยองขวัญ คิดเป็นร้อยละ 54.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 202 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ชมภาพยนตร์ด้วย

บุคคลที่ชมภาพยนตร์ด้วย	จำนวน	ร้อยละ
สามี/ภรรยา	26	35.14
คนเดียว	14	18.92
ลูก	7	9.46
พ่อ/แม่	2	2.70
พี่น้อง	5	6.76
ญาติ	9	12.16
เพื่อน	11	14.86
รวม	74	100.00

จากตารางที่ 202 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เข้าชมภาพยนตร์กับสามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 35.14 รองลงมาคือชมตามลำพัง คิดเป็นร้อยละ 18.92 และชมภาพยนตร์กับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.86 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชน

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนของเจเนอเรชั่นบี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และจากผลการศึกษาก็ได้ทำการรวมคำตอบของระดับเหตุผลมากที่สุดกับมาก เป็นระดับเหตุผลมาก และรวมคำตอบของระดับเหตุผลปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เป็นระดับเหตุผลน้อย ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 194

ตารางที่ 203 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชน

เหตุผลในการเปิดรับสื่อ	ระดับความเห็น						ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	จำนวน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
1. เพื่อให้ได้ข้อมูลที่อยากรู้	จำนวน	0	1	3	126	270	4.66
	ร้อยละ	0.00	0.30	0.80	31.50	67.50	มากที่สุด
2. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ	จำนวน	0	3	11	190	196	4.45
	ร้อยละ	0.00	0.80	2.80	47.50	49.00	มาก
3. เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	2	10	34	214	140	4.20
	ร้อยละ	0.50	2.50	8.50	53.50	35.00	มาก
4. เพื่อรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม	จำนวน	1	10	46	207	136	4.17
	ร้อยละ	0.30	2.50	11.50	51.80	34.00	มาก
5. เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย	จำนวน	2	57	118	152	71	3.58
	ร้อยละ	0.50	14.30	29.50	38.00	17.80	มาก
6. เพื่อการอยู่ร่วมกันกับครอบครัว	จำนวน	18	55	99	151	77	3.54
	ร้อยละ	4.50	13.80	24.80	37.80	19.30	มาก
7. เพื่อให้มีความเข้าใจต่อสังคม	จำนวน	4	20	140	153	83	3.73
	ร้อยละ	1.00	5.00	35.00	38.30	20.80	มาก

ตารางที่ 203 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชน (ต่อ)

เหตุผลในการเปิดรับสื่อ	ระดับความเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก		มากที่สุด
8. เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคม	จำนวน	5	39	141	119	96	3.66
	ร้อยละ	1.30	9.80	35.30	29.80	24.00	มาก
9. เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ	จำนวน	4	27	60	169	140	4.04
	ร้อยละ	1.00	6.80	15.00	42.30	35.00	มาก
10. เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	จำนวน	2	57	118	152	71	3.58
	ร้อยละ	0.50	14.30	29.50	38.00	17.80	มาก
11. เพื่อผ่อนคลายความเครียด	จำนวน	2	17	91	137	153	4.06
	ร้อยละ	0.50	4.30	22.80	34.30	38.30	มาก
12. เพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงา	จำนวน	3	20	63	160	154	4.11
	ร้อยละ	0.80	5.00	15.80	40.00	38.50	มาก
13. เพื่อพัฒนาความคิดของตนเอง	จำนวน	4	64	118	97	117	3.65
	ร้อยละ	1.00	16.00	29.50	24.30	29.30	มาก
14. เพื่อเป็นแบบแผนในชีวิต	จำนวน	3	32	41	178	146	4.08
	ร้อยละ	0.80	8.00	10.30	44.50	36.50	มาก
15. เพื่อให้เป็นคนทันสมัย	จำนวน	15	25	122	141	97	3.70
	ร้อยละ	3.80	6.30	30.50	35.30	24.30	มาก
16. เพื่อสร้างความมั่นใจให้ตนเอง	จำนวน	3	55	100	161	81	3.66
	ร้อยละ	0.80	13.80	25.00	40.30	20.30	มาก

หมายเหตุ 4.50 – 5.00 = เห็นด้วยมากที่สุด, 3.50 – 4.49 = เห็นด้วยมาก,

2.50 – 3.49 = เห็นด้วยปานกลาง, 1.50 – 2.49 = เห็นด้วยน้อย, 1.00 – 1.49 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 203 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อมวลชน เพราะต้องการได้ข้อมูลที่
อยากรู้ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.66 และมีเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนในระดับมาก
3 อันดับแรก คือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และเพื่อรู้เท่าทันสิ่งที่
เกิดขึ้นในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45, 4.20 และ 4.17 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved