บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย โดยเรียงลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ รายได้ต่อเดือน และ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 2 ถึง 8)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	188	51.60
ชาย	176	48.40
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 และเป็นเพศชาย จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	84	23.10
26-35 ปี	125	34.30
36-45 ปี	73	20.10
46-55 ปี	49	13.50
56 ปีขึ้นไป	33	9.10
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 อายุ 18-25 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 อายุ 36-45 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 20.10 อายุ 46-55 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และอายุ 56 ปี ขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	163	44.80
สมรส	183	50.30
หย่าร้างหรือแยกกันอยู่	18	4.90
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 สถานภาพโสด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 และสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	66	18.10
รัฐวิสาหกิจ	19	5.20
พนักงานบริษัทหรือร้านค้า	86	23.60
ธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย	127	34.90
แม่บ้านหรือพ่อบ้าน	26	7.10
นักเรียนหรือนักศึกษา	37	10.20
อาชีพอิสระ	3	0.80
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 34.90 พนักงานบริษัทหรือร้านค้า จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 รับราชการ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 นักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 แม่บ้านหรือพ่อบ้าน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 และประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	97	26.60
ปริญญาตรี	216	59.30
ปริญญาโท	47	12.90
ปริญญาเอก	4	1.10
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 ระดับปริญญาโท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 และระดับปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	189	51.90
20,000-40,000 บาท	119	32.70
40,001-60,000 บาท	26	7.10
60,001 บาทขึ้นไป	30	8.20
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 7 พบว่า สมาชิกส่วนใหญ่มี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาทจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 มีรายได้ต่อเดือน 20,000-40,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70 มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20 และมีรายได้ต่อเดือน 40,001-60,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก

ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	106	29.10
1-3 ปี	119	32.70
4-6 ปี	51	14.00
มากกว่า 6 ปี	88	24.20
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 1-3 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70 ระยะการเป็นสมาชิก น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกมากกว่า 6 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 และระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 4-6 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 9 ถึง 33)

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทชุดอุปกรณ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ประเภทชุดอุปกรณ์ที่เลือกใช้	จำนวน	ร้อยละ
อุปกรณ์เช่า	299	82.10
อุปกรณ์ซื้อขาด	65	17.90
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้อุปกรณ์เช่า จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 81.10 และ เลือกใช้อุปกรณ์ซื้อ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 17.90

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนจุดสัญญาณภาพ

จำนวนจุดสัญญาณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1 จุด	225	70.10
2 จุด	90	24.70
3 จุด	12	3.30
4 จุดขึ้นไป	7	1.90
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับชมสัญญาณภาพ 1 จุด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 70.10 สัญญาณภาพ 2 จุด จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 สัญญาณภาพ 3 จุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 และสัญญาณภาพ 4 จุด ขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม แพ็คเก็จ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสมัคร

แพ็คเก็จ ที่สมัคร	จำนวน	ร้อยละ
PLATINUM 42 ช่อง	48	13.20
GOLD 33 ช่อง	268	73.60
SILVER 22 ช่อง	44	12.10
GOLD&NHK	4	1.10
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมัคร แพ็คเก็จ GOLD 33 ช่อง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 73.60 สมัคร แพ็คเก็จ PLATINUM 42 ช่องจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 สมัคร แพ็คเก็จ SILVER 22 ช่อง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 และสมัคร แพ็คเก็จ GOLD & NHK จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าบริการรายเดือน รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

ค่าบริการรายเดือน	จำนวน	ร้อยละ
750.00 บาท	43	11.80
805.15 บาท	1	0.30
1,412.97 บาท	53	14.50
1,500.71 บาท	80	22.00
1,568.12 บาท	134	36.80
2,155.15 บาท	48	13.20
2,540.75 บาท	4	1.10
มากกว่า 4,000 บาท	1	0.30
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชำระค่าบริการรายเดือนรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว 1,568.12 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ชำระค่าบริการรายเดือน 1,500.71 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ชำระค่าบริการรายเดือน 1,412.97 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ชำระค่าบริการรายเดือน 750 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 ชำระค่าบริการรายเดือน 2,540.75 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10 ชำระค่าบริการรายเดือน 805.15 บาท และ ชำระค่าบริการรายเดือน มากกว่า 4,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการ

เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นแหล่งการเรียนรู้สำหรับตนเองและครอบครัว	242	66.50
เพื่อความทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา	192	52.70
สามารถเลือกช่องรายการหลากหลายกว่าช่องทีวีทั่วไป	225	61.80
เพื่อใช้ประกอบการทำธุรกิจ	54	14.80
เพื่อต้องการให้สัญญาณภาพชัดเจนกว่าระบบทีวีปกติ	123	33.80
เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการยอมรับและยกย่องในสังคม	23	6.30
ความน่าสนใจของโปรโมชั่นสำหรับสมาชิก	21	5.80
เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	2	0.50

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถาม 364 คน

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการคือ เป็นแหล่งการเรียนรู้สำหรับตนเองและครอบครัวจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ เหตุผลสามารถเลือกช่องรายการหลากหลายกว่าช่องทีวีทั่วไป จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 และเหตุผลเพื่อความทันสมัย และทันเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาค่าติดตั้งใหม่	88	24.20
ค่าบริการรายเดือน	60	16.50
คุณภาพของช่องรายการ	208	57.10
จำนวนของช่องรายการ	157	43.10
คุณภาพของสัญญาณภาพและเสียง	171	47.00
อุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน	63	17.30
การบริการของตัวแทนประจำจังหวัด	25	6.90
ให้ความรู้ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง	1	0.30

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถาม 364 คน

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจสมัครสมาชิกโดยพิจารณาจากคุณภาพของช่องรายการ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 57.10 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ พิจารณาจากคุณภาพของสัญญาณภาพและเสียง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 และพิจารณาจากจำนวนของช่องรายการ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 43.10 เป็นอันดับสาม

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจก่อนการสมัคร

รายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจก่อนการสมัคร	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวสารธุรกิจ	74	20.30
ข่าวบ้านเมือง	108	29.70
ข่าวต่างประเทศ	123	33.80
ข่าวกีฬาในประเทศ	85	23.40
ข่าวกีฬาต่างประเทศ	181	49.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจก่อนการสมัคร (ต่อ)

รายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจก่อนการสมัคร	จำนวน	ร้อยละ
การ์ตูน	83	22.80
หนังจีน	33	9.10
ภาพยนตร์ฝรั่ง	224	61.50
เกมส์โชว์	42	11.50
วาไรตี้โชว์	57	15.70
ละครไทย	45	12.40
ละครจีน	19	5.20
ละครฝรั่ง	75	20.60
ละครญี่ปุ่นหรือเกาหลี	35	9.60
รายการแฟชั่น	84	23.10
รายการทำอาหาร	65	17.90
สารคดีเกี่ยวกับสัตว์โลก	200	54.90
รายการท่องเที่ยว	106	29.10
มิวสิค วีดีโอเพลงไทย	102	28.00
มิวสิค วีดีโอเพลงต่างประเทศ	106	29.10
รายการเพื่อสุขภาพ	76	20.90
ทอล์คโชว์	32	8.80
รายการสำหรับเด็ก	58	15.90
สารคดีวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	138	37.90
สารคดีประวัติศาสตร์	1	0.30

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถาม 364 คน

จากตารางที่ 15 พบว่า ก่อนการตัดสินใจสมัครสมาชิก ยูบีซี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจรายการภาพยนตร์ฝรั่ง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สนใจรายการ สารคดีเกี่ยวกับสัตว์โลก จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 54.90 และสนใจรายการข่าวกีฬาต่างประเทศ จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 49.70 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่แนะนำในการสมัคร

บุคคลที่แนะนำในการสมัคร	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	51	14.00
ญาติพี่น้อง	74	20.30
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	238	65.40
ผู้บริหารหรือหัวหน้างาน	1	0.30
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกโดยตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 65.40 ญาติพี่น้องเป็นผู้แนะนำ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 เพื่อนเป็นผู้แนะนำ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และผู้บริหารหรือหัวหน้างานเป็นผู้แนะนำ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัคร

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัคร	จำนวน	ร้อยละ
บิดามารดา/ญาติพี่น้อง/คู่สมรส/บุตร	172	47.30
เพื่อนหรือคนรู้จัก	43	11.80
ตัวเอง	144	39.60
พนักงานขาย	4	1.10
ผู้บริหารหรือหัวหน้างาน	1	0.30
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจร่วมกับบิดามารดา หรือญาติพี่น้อง หรือ คู่สมรส หรือบุตรในการสมัครสมาชิก จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 39.60 ตัดสินใจร่วมกับเพื่อนหรือคนรู้จัก จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 ตัดสินใจด้วยพนักงานขาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10 และตัดสินใจร่วมกับผู้บริหารหรือหัวหน้างาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนวันในการชมรายการต่อเดือน

จำนวนวันในการชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 7 วัน	27	7.40
7-14 วัน	54	14.80
15-21 วัน	120	33.00
22-31 วัน	163	44.80
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการชมรายการ 22-31 วัน มากที่สุด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 ระยะเวลาในการชมรายการ 15-21 วัน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ระยะเวลาในการชมรายการ 7-14 วัน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และ ระยะเวลาในการชมรายการน้อยกว่า 7 วัน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันในรอบสัปดาห์ที่ชมรายการ

วันในรอบสัปดาห์ที่ชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	39	10.70
เสาร์-อาทิตย์	141	38.70
วันหยุดนักขัตฤกษ์	20	5.50
ทุกวัน	155	42.60
ไม่แน่นอน	9	2.50
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการในทุกวัน จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 รับชมรายการในวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รับชมรายการในวันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70 และรับชมรายการในวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และมีวันเวลาที่ไม่แน่นอนในการชมรายการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในรอบวันในการชมรายการ

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
เวลา 08.01-12.00 น	23	6.30
เวลา 12.01-16.00 น	27	7.40
เวลา 16.01-20.00 น	84	23.10
เวลา 20.01-24.00 น	218	59.90
เวลา 00.01-04.00 น	8	2.20
เวลา 04.01-08.00 น	4	1.10
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในรอบวันในการชมรายการในเวลา 20.01-24.00 น จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 59.90 เวลา 16.01-20.00 น จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 เวลา 12.01-16.00 น จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 เวลา 08.01-12.00 น จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 เวลา 00.01-04.00 น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 และ เวลา 04.01-08.00 น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางในการสมัครเป็นสมาชิก

ช่องทางในการสมัครเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี	289	79.40
บูธ ยูบีซี ที่ห้างสรรพสินค้า	48	13.20
พนักงานขายตรง	8	2.20
อินเตอร์เน็ต	12	3.30
ตัวแทน ยูบีซี จังหวัดอื่น	7	1.90
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกสมัครเป็นสมาชิกจาก ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 79.40 เลือกสมัครเป็นสมาชิกจากบูธ ยูบีซี ที่ห้างสรรพสินค้า จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 สมัครเป็นสมาชิกจาก อินเตอร์เน็ต จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 สมัครเป็นสมาชิกจากพนักงานขายตรง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 และสมัครเป็นสมาชิกจากตัวแทน ยูบีซี จังหวัดอื่น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกช่องทางการสมัครเป็นสมาชิก

เหตุผลในการเลือกช่องทางการสมัครเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
มั่นใจในข้อมูลที่ได้รับ	123	33.80
ใกล้บ้าน	98	26.90
อำนวยความสะดวก	188	51.60
รวดเร็ว	98	26.90
ผูกขาดหรือเป็นช่องทางเดียว	12	3.30

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถาม 364 คน

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเลือกช่องทางในการสมัครคือ อำนวยความสะดวก จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มั่นใจในข้อมูลที่ได้รับ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 และเหตุผลเนื่องจากใกล้บ้านและรวดเร็ว จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ใช้ในการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก

แหล่งที่ใช้ในการหาข้อมูลประกอบการสมัครเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลในครอบครัว	74	20.30
บุคคลที่รู้จัก	92	25.30
พนักงานขาย	224	61.50
หนังสือพิมพ์	60	16.50
วิทยุ	41	11.30
โทรทัศน์	80	22.00
นิตยสาร	32	8.80
ใบปลิว	75	20.60
อินเตอร์เน็ต	25	6.90
สิ่งพิมพ์อื่น	3	0.80

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถาม 364 คน

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งในการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจสมัครสมาชิก ยูบีซี โดย สอบถามจากพนักงานขาย จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สอบถามจากบุคคลที่รู้จักจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 และได้รับข้อมูลจากโทรทัศน์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการที่ใช้ในการประเมินทางเลือกในการสมัครเป็นสมาชิก

วิธีการที่ใช้ในการประเมินทางเลือกในการสมัครเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
สมัครทันทีที่ได้รับข้อมูลจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง	22	6.00
หาข้อมูลจากหลายๆแหล่งแล้วตัดสินใจ	127	34.90
รอรายการส่งเสริมการขาย	56	15.40
พิจารณาการบริการตัวแทนประจำจังหวัดเป็นหลัก	15	4.10
ดูความพร้อมของสถานที่ติดตั้ง	36	9.90
สถานการณ์การเงินของครอบครัว	81	22.30
สมัครช่วงที่คาดว่ามีเวลารับชม	25	6.90
พิจารณาจากรายการที่สนใจ	2	0.50
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการในการประเมินทางเลือกในการสมัครโดยหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งแล้วตัดสินใจ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 34.90 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ประเมินจากสถานการณ์การเงินของครอบครัว จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 และรอรายการส่งเสริมการขาย จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15.40 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิก

อัตราค่าสมัครเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
2,000-4,000 บาท	32	8.80
4,001-6,000 บาท	32	8.80
6,001-8,000 บาท	53	14.60
8,000 บาทขึ้นไป	150	41.20
จำไม่ได้	97	26.60
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกจำนวนเงิน 8,000 บาท ขึ้นไปจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 เป็นอันดับแรก จำอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกไม่ได้ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 อัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกจำนวนเงิน 6,001-8,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 และอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกจำนวนเงิน 2,000-4,000 บาท และอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกจำนวนเงิน 4,001-6,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง

ความเหมาะสมของค่าใช่จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เหมาะสม	217	59.60
เหมาะสม	147	40.40
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการติดตั้งอุปกรณ์ ยูบีซี ครั้งแรกมีความไม่เหมาะสม จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 59.60 และ เห็นว่าเหมาะสม จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 40.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง

สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ลดค่าประกันอุปกรณ์	32	14.70
ลดค่าติดตั้งจุดหลัก	46	21.20
ลดค่าติดตั้งจุดเสริม	80	36.90
ลดค่าติดตั้งอุปกรณ์ต่อพ่วง	23	10.50
เพิ่มระยะเวลาส่งเสริมการขาย	25	11.60
ลดค่าติดตั้งและค่าบริการ	11	5.10
รวม	**217**	**100.00**

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่าราคาไม่เหมาะสม จำนวน 217 คน

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องการลดค่าติดตั้งจุดเสริม จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 36.90 เป็นอันดับแรก รองลงมา คือความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องลดค่าติดตั้งจุดหลัก จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 และความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องลดค่าประกันอุปกรณ์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนในการชมรายการแต่ละครั้ง

จำนวนคนในการชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คน	177	48.60
3-4 คน	138	37.90
5-6 คน	13	3.60
มากกว่า 6 คน	36	9.90
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชมรายการในแต่ละครั้งร่วมกัน 1-2 คน จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 ชมรายการ ร่วมกัน 3-4 คน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 37.90 ชมรายการร่วมกันมากกว่า 6 คน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 และ ชมรายการร่วมกัน 5-6 คน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของรายการที่ชม

ประเภทของรายการที่ชม	จำนวน	ร้อยละ
ภาพยนตร์	93	25.50
กีฬา	90	24.70
ข่าว	55	15.10
สารคดี	51	14.00
เพลง	25	6.90
การ์ตูน	7	1.90
วาไรตี้	41	11.30
แฟชั่นโชว์	1	0.30
ซีรี่ย์	1	0.30
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกชมรายการประเภทภาพยนตร์ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เลือกชมรายการประเภทกีฬา จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 และเลือกชมรายการประเภทข่าว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อรายการ

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมากที่สุด	23	6.30
พอใจมาก	117	31.10
พอใจปานกลาง	213	58.50
พอใจน้อย	8	2.20
พอใจน้อยที่สุด	3	0.80
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 มีระดับความพึงพอใจในระดับมากจำนวน 117 คน คิดเป็น ร้อยละ 32.10 มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 มีระดับความพึงพอใจในระดับน้อย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 และมีระดับความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการให้ปรับปรุง

ความต้องการให้ปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของรายการ	31	8.50
ช่วงเวลาที่นำเสนอ	27	7.40
ความทันสมัยและทันเหตุการณ์	21	5.80
ความน่าสนใจของรายการ	21	5.80
ความซ้ำซ้อนของรายการ	143	39.30
จำนวน แพ็คเก็จ ให้เลือก	112	30.80
ราคาค่าบริการ	9	2.50
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการอยากให้ ยูบีซี ปรับปรุงด้านความซ้ำซ้อนของรายการ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 39.30 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือต้องการอยากให้ ยูบีซี ปรับปรุงด้าน จำนวน แพ็คเก็จ ให้เลือกเพิ่มมากขึ้น จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 และต้องการอยากให้ ยูบีซี ปรับปรุงด้านความหลากหลายของรายการ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำบุคคลอื่นให้สมัครเป็นสมาชิก

การแนะนำให้สมัครเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	194	53.30
ไม่แนะนำ	170	46.70
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยแนะนำให้บุคคลอื่นสมัครเป็นสมาชิกยูบีซี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 และไม่เคยแนะนำให้บุคคลอื่นสมัครเป็นสมาชิกยูบีซี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 46.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนที่แนะนำให้สมัครเป็นสมาชิก

จำนวนคนที่แนะนำให้สมัคร	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คน	99	51.00
3-4 คน	52	26.80
5-6 คน	16	8.30
6 คน ขึ้นไป	27	13.90
รวม	**194**	**100.00**

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยแนะนำบุคคลอื่นให้สมัครสมาชิก จำนวน 194 คน

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยแนะนำบุคคลอื่นสมัครสมาชิกรวม 1-2 คน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 แนะนำบุคคลอื่นสมัครสมาชิกรวม 3-4 คน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 แนะนำบุคคลอื่นสมัครสมาชิกรวมมากกว่า 6 คน ขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 และแนะนำบุคคลอื่นสมัครสมาชิกรวม 5-6 คน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ (ตารางที่ 34 ถึง 35)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การประสบปัญหาจากการใช้บริการ

ประสบการณ์การประสบปัญหาจากการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	332	91.20
ไม่เคย	32	8.80
รวม	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีปัญหาจากการใช้บริการ ยูบีซี จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 91.20 และไม่เคยมีปัญหาจากการใช้บริการ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่ต้องการให้ปรับปรุง

ปัญหาที่ต้องการให้ปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
สัญญาณมีปัญหาบ่อย	254	76.50
ช่องรายการไม่ถูกใจ	98	29.50
มีช่องรายการให้เลือกน้อย	36	10.80
ค่าบริการรายเดือนแพงเกินไป	191	57.50
มีช่องทางในการชำระค่าบริการรายเดือนน้อย	58	17.50
ไม่ได้รับหนังสือรายการ/ใบแจ้งหนี้	119	35.80
ไม่ได้รับความสะดวกจากตัวแทนประจำจังหวัด	47	14.20

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 332 คน

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการอยากให้ ยูบีซี ปรับปรุงในด้านปัญหาของสัญญาณ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านราคาค่าบริการรายเดือนแพงเกินไป จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 และด้านการส่งหนังสือรายการหรือใบแจ้งหนี้ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80

ข้อเสนอแนะ

มีผู้เสนอแนะรวม 11 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. อยากให้ปรับปรุงเรื่อง
   1.1 ความซ้ำซ้อนของรายการและเวลาในการนำเสนอ คือ มีรายการซ้ำในเดือนเดียวกัน
   1.2 สัญญาณไม่ชัดเจนในช่วงฝนตก
   1.3 ราคาค่าติดตั้งแพงเกินไป
2. อยากให้ ยูบีซี มีทางเลือกให้ผู้ใช้บริการเลือกช่องรายการเอง
3. มีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับสมาชิกที่ใช้บริการมานาน
4. กรณีมีจุดรับสัญญาณหลายจุด ควรมีการลดราคาในจุดเสริม
5. ราคาค่าสมาชิกน่าจะถูกกว่านี้
6. การส่งหนังสือรายการล่าช้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 36 ถึง 55)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทชุดอุปกรณ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้จำแนกตามเพศ

ประเภทชุดอุปกรณ์ที่สมาชิกเลือกใช้	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อุปกรณ์เช่า	160	85.10	139	79.00	**299**	**82.10**
อุปกรณ์ซื้อขาด	28	14.90	37	21.00	**65**	**17.90**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ เลือกใช้ชุดอุปกรณ์เช่า จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 85.10 และเลือกใช้ชุดอุปกรณ์ซื้อขาด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ เลือกใช้ชุดอุปกรณ์เช่า จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00 และเลือกใช้ชุดอุปกรณ์ซื้อขาด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนจุดสัญญาณภาพ จำแนกตามเพศ

จำนวนจุดสัญญาณภาพ	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 จุด	138	73.40	117	66.50	**255**	**70.10**
2 จุด	40	21.30	50	28.40	**90**	**24.70**
3 จุด	6	3.20	6	3.40	**12**	**3.30**
4 จุด ขึ้นไป	4	2.10	3	1.70	**7**	**1.90**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ รับชมสัญญาณภาพ 1 จุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 73.40 รับชมสัญญาณภาพ 2 จุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 รับชมสัญญาณภาพ 3 จุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 และ รับชมสัญญาณภาพ 4 จุด ขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ รับชมสัญญาณภาพ 1 จุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รับชมสัญญาณภาพ 2 จุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 รับชมสัญญาณภาพ 3 จุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 และรับชมสัญญาณภาพ 4 จุดขึ้นไป จำนวน3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แพ็คเก็จ ที่สมาชิกสมัคร จำแนกตามเพศ

แพ็คเก็จ ที่สมัคร	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
PLATINUM 42 ช่อง	26	13.90	22	12.50	**48**	**13.20**
GOLD 33 ช่อง	128	68.00	140	79.50	**268**	**73.60**
SILVER 22 ช่อง	31	16.50	13	7.40	**44**	**12.10**
GOLD&NHK	3	1.60	1	0.60	**4**	**1.10**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD 33 ช่อง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 เลือกใช้ แพ็คเก็จ SILVER 22 ช่อง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 เลือกใช้ แพ็คเก็จ PLATINUM 42 ช่อง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 และ เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD&NHK จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD 33 ช่อง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 เลือกใช้ แพ็คเก็จ PLATINUM 42 ช่อง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 เลือกใช้ แพ็คเก็จ SILVER 22 ช่อง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 และ เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD&NHK จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าบริการรายเดือนรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้วจำแนกตามเพศ

ค่าบริการรายเดือน	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
750.00 บาท	28	14.90	15	8.50	**43**	**11.80**
805.15 บาท	1	0.50	0	0.00	**1**	**0.30**
1,412.97 บาท	18	9.60	35	19.90	**53**	**14.50**
1,500.71 บาท	28	14.90	52	29.60	**80**	**22.00**
1,568.12 บาท	85	45.20	49	27.80	**134**	**36.80**
2,155.15 บาท	25	13.30	23	13.10	**48**	**13.20**
2,540.75 บาท	2	1.10	2	1.10	**4**	**1.10**
มากกว่า 4,000 บาท	1	0.50	0	0.00	**1**	**0.30**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ชำระค่าบริการรายเดือนรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว เดือนละ 1,568.12 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 750.00 บาท และชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,500.71 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 และชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 2,155.15 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,500.71 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,568.12 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 และชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,412.97 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 19.90 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่แนะนำในการสมัครสมาชิกจำแนกตามเพศ

บุคคลที่แนะนำในการสมัครสมาชิก	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	27	14.40	24	13.60	**51**	**14.00**
ญาติพี่น้อง	50	26.60	24	13.60	**74**	**20.30**
ตนเอง	111	59.00	127	66.80	**238**	**65.40**
ผู้บริหารหรือหัวหน้างาน	0	0.00	1	0.60	**1**	**0.30**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเอง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 ญาติพี่น้องแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 และเพื่อนแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเอง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 ญาติพี่น้องและเพื่อนแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 และสถาบันการศึกษาแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัครสมาชิกจำแนกตามเพศ

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัคร	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา มารดา ญาติ คู่สมรส	107	56.90	65	36.90	**172**	**47.30**
เพื่อนหรือคนรู้จัก	23	12.20	20	11.40	**43**	**11.80**
ตัวเอง	57	30.40	87	49.40	**144**	**39.60**
พนักงานขาย	1	0.50	3	1.70	**4**	**1.10**
ผู้บริหารหรือหัวหน้างาน	0	0.00	1	0.60	**1**	**0.30**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ตัดสินใจสมัครสมาชิกโดยมีบิดา มารดา ญาติ คู่สมรสมีส่วนร่วม จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 56.90 ตัดสินใจด้วยตัวเอง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 เพื่อนหรือคนรู้จักมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 12.20 และพนักงานขายมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเองมากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 49.40 บิดา มารดา ญาติ คู่สมรสมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 36.90 เพื่อนหรือคนรู้จักมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 พนักงานขายมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และสถาบันการศึกษามี ส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนวันในการชมรายการจำแนกตามเพศ

จำนวนวันในการชมรายการ	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 7 วัน	14	7.40	13	7.30	**27**	**7.40**
7-14 วัน	30	15.90	24	13.60	**54**	**14.80**
15-21 วัน	70	37.20	50	28.40	**120**	**33.00**
22-31 วัน	74	39.50	89	50.70	**163**	**44.80**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีจำนวนวันในการชมรายการ 22-31 วัน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 จำนวนวันในการชมรายการ 15-21 วัน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20 จำนวนวันในการชมรายการ 7-14 วัน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.90 และจำนวนวันในการชมรายการ น้อยกว่า 7 วัน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ มีจำนวนวันในการชมรายการ 22-31 วัน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 จำนวนวันในการชมรายการ 15-21 วัน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 จำนวนวันในการชมรายการ 7-14 วัน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 และจำนวนวันในการชมรายการ ต่ำกว่า 7 วัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันในรอบสัปดาห์ในการชมรายการจำแนกตามเพศ

วันในรอบสัปดาห์ในการชมรายการ	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ถึงศุกร์	16	8.50	23	13.00	**39**	**10.70**
เสาร์หรืออาทิตย์	72	38.30	69	39.20	**141**	**38.70**
วันหยุดนักขัตฤกษ์	11	5.80	9	5.10	**20**	**5.50**
ทุกวัน	83	44.20	72	41.00	**155**	**42.60**
ไม่แน่นอน	6	3.20	3	1.70	**9**	**2.50**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง รับชมรายการในทุกวันมากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 44.20 รับชมรายการในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 รับชมรายการในวันจันทร์ถึงศุกร์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 รับชมรายการในวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 และมีวันในการชมรายการไม่แน่นอน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย รับชมรายการในทุกวันมากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รับชมรายการในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 รับชมรายการในวันจันทร์ถึงศุกร์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 รับชมรายการในวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 และมีวันในการชมรายการไม่แน่นอน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในรอบวันในการชมรายการจำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาในรอบวันในการชมรายการ	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เวลา 08.01-12.00 น	10	5.30	13	7.40	**23**	**6.30**
เวลา12.01-16.00 น	18	9.60	9	5.10	**27**	**7.40**
เวลา 16.01-20.00 น	53	28.20	31	17.60	**84**	**23.10**
เวลา 20.01-24.00 น	102	54.30	116	65.90	**218**	**59.90**
เวลา 00.01-04.00 น	4	2.10	4	2.30	**8**	**2.20**
เวลา 04.01-08.00 น	1	0.50	3	1.70	**4**	**1.10**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ รับชมรายการในช่วงเวลา 20.01-24.00 น จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 รับชมรายการในช่วงเวลา 16.01-20.00 น จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 รับชมรายการในช่วงเวลา 12.01-16.00 น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 รับชมรายการในช่วงเวลา 08.01-12.00 น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 รับชมรายการในช่วงเวลา 00.01-04.00 น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 และรับชมรายการในช่วงเวลา 04.01-08.00 น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ รับชมรายการในช่วงเวลา 20.01-24.00 น จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 65.90 รับชมรายการในช่วงเวลา 16.01-20.00 น จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 17.60 รับชมรายการในช่วงเวลา 08.01-12.00 น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 รับชมรายการในช่วงเวลา 12.01-16.00 น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 รับชมรายการในช่วงเวลา 00.01-04.00 น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 และรับชมรายการในช่วงเวลา 04.01-08.00 น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางในการสมัคร จำแนกตามเพศ

ช่องทางในการสมัคร	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี	151	80.30	138	78.40	**289**	**79.40**
บูธยูบีซีที่ห้างสรรพสินค้า	28	15.00	20	11.30	**48**	**13.20**
พนักงานขายตรง	3	1.60	5	2.90	**8**	**2.20**
อินเตอร์เน็ต	5	2.60	7	4.00	**12**	**3.30**
ตัวแทน ยูบีซี จังหวัดอื่น	1	0.50	6	3.40	**7**	**1.90**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ สมัครเป็นสมาชิกจากยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 80.30 เป็นอันดับแรก รองลงมา สมัครเป็นสมาชิกจากบูธ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และสมัครเป็นสมาชิกจาก อินเตอร์เน็ต จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ สมัครเป็นสมาชิกจากยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 78.40 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สมัครเป็นสมาชิกจากบูธ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และสมัครเป็นสมาชิกจาก อินเตอร์เน็ต จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการที่ใช้ในการประเมินทางเลือกในการสมัครเป็นสมาชิกจำแนกตามเพศ

วิธีการในการประเมินทางเลือกในการสมัคร	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สมัครทันทีที่ได้รับข้อมูลจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง	12	6.40	10	5.70	**22**	**6.00**
หาข้อมูลจากหลายๆแหล่งแล้วตัดสินใจ	72	38.30	55	32.50	**127**	**34.90**
รอรายการส่งเสริมการขาย	33	17.50	23	13.00	**56**	**15.40**
พิจารณาการบริการตัวแทนประจำจังหวัดเป็นหลัก	9	4.80	6	3.40	**15**	**4.10**
ดูความพร้อมของสถานที่ติดตั้ง	19	10.10	17	9.70	**36**	**9.90**
สถานการณ์การเงินของครอบครัว	35	18.70	46	26.10	**81**	**22.30**
สมัครช่วงที่คาดว่ามีเวลารับชม	8	4.20	17	9.60	**25**	**6.90**
พิจารณาจากรายการที่สนใจ	0	0.00	2	1.10	**2**	**0.50**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีวิธีการในการประเมินทางเลือกในการสมัครเป็นสมาชิกโดยหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งแล้วตัดสินใจ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 เป็นอันดับแรกรองลงมาคือประเมินจากสถานการณ์การเงินของครอบครัวจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 และ ประเมินจากรายการส่งเสริมการขาย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีวิธีการในการประเมินทางเลือกในสมัครเป็นสมาชิก โดยหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งแล้วตัดสินใจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ประเมิน จากสถานการณ์เงินของครอบครัว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 26.10 และประเมินจากรายการส่งเสริมการขาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอัตราค่าสมัครสมาชิก จำแนกตามเพศ

อัตราค่าสมัครสมาชิก	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2,000-4,000 บาท	17	9.00	15	8.50	**32**	**8.80**
4,001-6,000 บาท	17	9.00	15	8.50	**32**	**8.80**
6,001-8,000 บาท	36	19.10	17	9.70	**53**	**14.60**
8,000 บาท ขึ้นไป	72	38.30	78	44.30	**150**	**41.20**
จำไม่ได้	46	24.60	51	29.00	**97**	**26.60**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 8,000 บาท ขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 6,001-8,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 จำอัตราค่าสมัครไม่ได้ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 และมีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 2,000-4,000 บาทและราคา 4,001-6,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มี อัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 8,000 บาท ขึ้นไป มากที่สุดจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 จำอัตราค่าสมัครไม่ได้ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 มี อัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 6,001-8000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 และมีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 2,000-4,000 บาทและอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 4,001-6,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายจำแนกตามเพศ

ความเหมาะสมของค่าใช้จ่าย	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เหมาะสม	106	56.40	111	63.00	**217**	**59.60**
เหมาะสม	82	43.60	65	37.00	**147**	**40.40**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกไม่เหมาะสม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 56.40 และมีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่าย ในการสมัครเป็นสมาชิกเหมาะสม จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ มี ความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกไม่เหมาะสม จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 และมีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกเหมาะสม จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามสิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง จำแนกตามเพศ

สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลดค่าประกันอุปกรณ์	11	10.40	21	18.90	**32**	**14.70**
ลดค่าติดตั้งจุดหลัก	30	28.30	16	14.40	**46**	**21.20**
ลดค่าติดตั้งจุดเสริม	39	36.80	41	36.90	**80**	**36.90**
ลดค่าอุปกรณ์ต่อพ่วง	14	13.20	9	8.10	**23**	**10.50**
เพิ่มเวลาส่งเสริมการขาย	8	7.50	17	15.30	**25**	**11.60**
ลดค่าบริการและค่าติดตั้ง	4	3.80	7	6.40	**11**	**5.10**
รวม	**106**	**100.00**	**111**	**100.00**	**217**	**100.00**

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่าราคาไม่เหมาะสม จำนวน 217 คน

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่อง การลดค่าติดตั้งจุดเสริม จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือการลดค่าติดตั้งจุดหลัก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และการลดค่าอุปกรณ์ต่อพ่วง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มี ความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่อง การลดค่าติดตั้งจุดเสริม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 36.90 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือการลดค่าประกันอุปกรณ์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 18.90 และการเพิ่มระยะเวลาการส่งเสริมการขาย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามจำนวนคนในการชมรายการจำแนกตามเพศ

จำนวนสมาชิกในการชมรายการ	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คน	88	46.80	89	50.50	**177**	**48.60**
3-4 คน	80	42.50	58	33.00	**138**	**37.90**
5-6 คน	7	3.80	6	3.50	**13**	**3.60**
มากกว่า 6 คน	13	6.90	23	13.00	**36**	**9.90**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ชมรายการร่วมกันครั้งละ 1-2 คน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 ชมรายการร่วมกันครั้งละ 3-4 คน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ชมรายการร่วมกันครั้งละ มากกว่า 6 คน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.90 และชมรายการร่วมกันครั้งละ 5-6 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ ชมรายการร่วมกันครั้งละ 1-2 คน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 ชมรายการร่วมกันครั้งละ 3-4 คน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ชมรายการร่วมกันครั้งละ มากกว่า 6 คน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และชมรายการร่วมกันครั้งละ 5-6 คน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามประเภทของรายการที่ชม จำแนกตามเพศ

ประเภทของรายการที่ชม	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาพยนตร์	68	36.10	25	14.20	**93**	**25.50**
กีฬา	25	13.30	65	36.90	**90**	**24.70**
ข่าว	19	10.10	36	20.40	**55**	**15.10**
สารคดี	21	11.20	30	17.00	**51**	**14.00**
เพลง	18	9.60	7	3.40	**25**	**6.90**
การ์ตูน	5	2.60	2	1.10	**7**	**1.90**
วาไรตี้	31	27.80	10	6.50	**41**	**11.30**
แฟชั่น	1	0.50	0	0.00	**1**	**0.30**
ซีรีส์	0	0.00	1	0.50	**1**	**0.30**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ชมรายการประเภทภาพยนตร์ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 36.10 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชมรายการประเภทวาไรตี้ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 และชมรายการประเภทกีฬา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ชมรายการประเภทกีฬา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 36.90 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชมรายการประเภทข่าว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40 และชมรายการประเภทสารคดี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อรายการจำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมากที่สุด	11	5.80	12	6.80	**23**	**6.30**
พอใจมาก	59	31.40	58	32.90	**117**	**32.10**
พอใจปานกลาง	109	58.00	104	59.30	**213**	**58.50**
พอใจน้อย	7	3.70	1	0.50	**8**	**2.20**
พอใจน้อยที่สุด	2	1.10	1	0.50	**3**	**0.80**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจต่อรายการ ในระดับปานกลาง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีระดับความ พึงพอใจต่อรายการในระดับมาก จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 และมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมากที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับปานกลาง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมาก จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 และมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมากที่สุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามความต้องการให้ปรับปรุง จำแนกตามเพศ

ความต้องการให้ปรับปรุง	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของรายการ	14	7.40	17	9.60	**31**	**8.50**
ช่วงเวลาที่นำเสนอ	14	7.40	13	7.40	**27**	**7.40**
ความทันสมัยทันเหตุการณ์	8	4.20	13	7.40	**21**	**5.80**
ความน่าสนใจของรายการ	6	3.30	15	8.50	**21**	**5.80**
ความซ้ำซ้อนของรายการ	85	45.30	58	32.90	**143**	**39.30**
การมี แพ็คเก็จให้เลือก	60	31.90	52	29.70	**112**	**30.80**
ค่าบริการ	1	0.50	8	4.50	**9**	**2.50**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่อง ความซ้ำซ้อนของรายการ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ต้องการมี แพ็คเก็จให้เลือกเพิ่มมากขึ้น จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 และต้องการให้มีความหลากหลายของรายการและช่วงเวลาที่นำเสนอ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่อง ความซ้ำซ้อนของรายการ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ต้องการมี แพ็คเก็จให้เลือกเพิ่มมากขึ้น จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 29.70 และต้องการให้มีความหลากหลายของรายการ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามประสบการณ์การแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำแนกตามเพศ

ประสบการณ์การแนะนำบุคคลอื่นในการสมัคร	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	95	50.50	99	56.20	**194**	**53.30**
ไม่แนะนำ	93	49.50	77	43.80	**170**	**46.70**
รวม	**188**	**100.00**	**176**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 และไม่เคย แนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20 และ ไม่เคยแนะนำบุคคลอื่น ในการสมัครสมาชิกจำนวน 77 คน คิดเป็น ร้อยละ 43.80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามจำนวนคนที่แนะนำในการสมัครสมาชิกจำแนกตามเพศ

จำนวนคนที่แนะนำในการสมัครสมาชิก	เพศ				รวม	
	หญิง		ชาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คน	54	56.80	45	45.40	**99**	**51.00**
3-4 คน	24	25.40	28	28.30	**52**	**26.80**
5-6 คน	7	7.30	9	9.10	**16**	**8.30**
มากกว่า 6 คน ขึ้นไป	10	10.50	17	17.20	**27**	**13.90**
รวม	**95**	**100.00**	**99**	**100.00**	**194**	**100.00**

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 194 คน

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 1-2 คน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 3-4 คน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวนมากกว่า 6 คนขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และเคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 5-6 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 1-2 คน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.40 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 3-4 คน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวนมากกว่า 6 คน ขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 และเคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 5-6 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ตารางที่ 56 ถึง 75)

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทชุดอุปกรณ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเภทชุดอุปกรณ์ที่สมาชิกเลือกใช้	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อุปกรณ์เช่า	152	80.40	147	84.00	**299**	**82.10**
อุปกรณ์ซื้อขาด	37	19.60	28	16.00	**65**	**17.90**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทส่วนใหญ่เลือกใช้ชุดอุปกรณ์เช่า จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 80.40 และเลือกใช้ชุดอุปกรณ์ซื้อขาด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ เลือกใช้ชุดอุปกรณ์เช่าจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 84.00 และเลือกใช้ชุดอุปกรณ์ซื้อขาด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนจุดสัญญาณภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จำนวนจุดสัญญาณภาพ	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 จุด	156	82.50	99	56.60	**255**	**70.10**
2 จุด	27	14.30	63	36.00	**90**	**24.70**
3 จุด	4	2.10	8	4.60	**12**	**3.30**
4 จุด ขึ้นไป	2	1.10	5	2.80	**7**	**1.90**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ รับชมสัญญาณภาพ 1 จุด จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 รับชมสัญญาณภาพ 2 จุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 รับชมสัญญาณภาพ 3 จุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 และรับชมสัญญาณภาพ 4 จุด ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ รับชมสัญญาณภาพ 1 จุด จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รับชมสัญญาณภาพ 2 จุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รับชมสัญญาณภาพ 3 จุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 และรับชมสัญญาณภาพ 4 จุด ขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แพ็คเก็จ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสมัครจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

แพ็คเก็จ ที่สมัคร	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
PLATINUM 42 ช่อง	26	13.70	22	12.60	**48**	**13.20**
GOLD 33 ช่อง	122	64.50	146	83.40	**268**	**73.60**
SILVER 22 ช่อง	40	21.30	4	2.30	**44**	**12.10**
GOLD&NHK	1	0.50	3	1.70	**4**	**1.10**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทส่วนใหญ่เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD 33 ช่อง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 เลือกใช้ แพ็คเก็จ SILVER 22 ช่อง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 เลือกใช้ แพ็คเก็จ PLATINUM 42 ช่อง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 และเลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD&NHK จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD 33 ช่อง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 83.40 เลือกใช้ แพ็คเก็จ PLATINUM 42 ช่อง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 เลือกใช้ แพ็คเก็จ SILVER 22 ช่อง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD&NHK จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าบริการรายเดือน รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้วจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ค่าบริการรายเดือน	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
750.00 บาท	36	19.10	7	4.00	**43**	**11.80**
805.15 บาท	0	0.00	1	0.60	**1**	**0.30**
1,412.97 บาท	28	14.80	25	14.30	**53**	**14.50**
1,500.71 บาท	36	19.10	46	26.30	**80**	**22.00**
1,568.12 บาท	63	33.30	69	39.40	**134**	**36.80**
2,155.15 บาท	25	13.20	23	13.10	**48**	**13.20**
2,540.75 บาท	1	0.50	3	1.70	**4**	**1.10**
มากกว่า 4,000 บาท	0	0.00	1	0.60	**1**	**0.30**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ชำระค่าบริการรายเดือนรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว เดือนละ 1,568.12 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 750.00 บาท และชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,500.71 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 และชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,412.97 จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ชำระค่าบริการรายเดือนรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว เดือนละ 1,568.12 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,500.71 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 และชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,412.97 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่แนะนำในการสมัครสมาชิกจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

บุคคลที่แนะนำในการสมัครสมาชิก	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	37	19.60	14	8.00	**51**	**14.00**
ญาติพี่น้อง	54	28.60	20	11.40	**74**	**20.30**
ตนเอง	97	51.30	141	80.60	**238**	**65.40**
ผู้บริหารหรือหัวหน้างาน	1	0.50	0	0.00	**1**	**0.30**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทส่วนใหญ่ตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเอง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 ญาติพี่น้องแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 เพื่อนแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 และสถาบันการศึกษาแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ ตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเอง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 80.60 ญาติพี่น้องแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 และเพื่อนแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัครสมาชิกจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัคร	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา มารดา ญาติ คู่สมรส	104	55.00	68	38.80	**172**	**47.30**
เพื่อนหรือคนรู้จัก	29	15.30	14	8.00	**43**	**11.80**
ตัวเอง	52	27.50	92	52.60	**144**	**39.60**
พนักงานขาย	3	1.70	1	0.60	**4**	**1.10**
ผู้บริหารหรือหัวหน้างาน	1	0.50	0	0.00	**1**	**0.30**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทส่วนใหญ่ตัดสินใจสมัครสมาชิกโดยมีบิดา มารดา ญาติ คู่สมรสมีส่วนร่วม จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 ตัดสินใจด้วยตัวเอง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 เพื่อนหรือคนรู้จักมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 พนักงานขายมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และสถาบันการศึกษามีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ ตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเอง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 52.60 บิดา มารดา ญาติ คู่สมรสมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 เพื่อนหรือคนรู้จักมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ พนักงานขายมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนวันในการชมรายการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จำนวนวันในการชมรายการ	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 7 วัน	14	7.40	13	7.40	**27**	**7.40**
7-14 วัน	21	11.10	33	18.80	**54**	**14.80**
15-21 วัน	72	38.10	48	27.40	**120**	**33.00**
22-31 วัน	82	43.40	81	46.40	**163**	**44.80**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีจำนวนวันในการชมรายการ 22-31 วัน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 43.40 จำนวนวันในการชมรายการ 15-21 วัน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 จำนวนวันในการชมรายการ 7-14 วัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10 และจำนวนวันในการชมรายการ ต่ำกว่า 7 วัน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนวันในการชมรายการ 22-31 วัน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40 จำนวนวันในการชมรายการ 15-21 วัน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 27.40 จำนวนวันในการชมรายการ 7-14 วัน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 และจำนวนวันในการชมรายการ ต่ำกว่า 7 วัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันในรอบสัปดาห์ในการชมรายการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วันในรอบสัปดาห์ในการชมรายการ	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ถึงศุกร์	18	9.50	21	12.00	**39**	**10.70**
เสาร์หรืออาทิตย์	69	36.50	72	41.10	**141**	**38.70**
วันหยุดนักขัตฤกษ์	11	5.80	9	5.10	**20**	**5.50**
ทุกวัน	85	45.10	70	40.10	**155**	**42.60**
ไม่แน่นอน	6	3.10	3	1.70	**9**	**2.50**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท รับชมรายการใน ทุกวัน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 45.10 รับชมรายการในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รับชมรายการในวันจันทร์ถึงศุกร์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 รับชมรายการในหยุดนักขัตฤกษ์จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 และมีวันในการชมรายการไม่แน่นอน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป รับชมรายการในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 41.10 รับชมรายการในทุกวัน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 40.10 รับชมรายการในวันจันทร์ถึงศุกร์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 รับชมรายการในหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 และมีวันในการชมรายการไม่แน่นอน จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในรอบวันในการชมรายการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ช่วงเวลาในรอบวันในการชมรายการ	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เวลา 08.01-12.00 น	11	5.80	12	6.90	**23**	**6.30**
เวลา12.01-16.00 น	16	8.40	11	6.30	**27**	**7.40**
เวลา 16.01-20.00 น	46	23.30	38	21.70	**84**	**23.10**
เวลา 20.01-24.00 น	108	58.30	110	62.90	**218**	**59.90**
เวลา 00.01-04.00 น	5	2.60	3	1.70	**8**	**2.20**
เวลา 04.01-08.00 น	3	1.60	1	0.50	**4**	**1.10**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่รับชมรายการในช่วงเวลา 20.01-24.00 น จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 รับชมรายการในช่วงเวลา 16.01-20.00 น จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 รับชมรายการในช่วงเวลา 12.01-16.00 น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 รับชมรายการในช่วงเวลา 08.01-12.00 น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 รับชมรายการในช่วงเวลา 00.01-04.00 น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 และรับชมรายการในช่วงเวลา 04.01-08.00 น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ รับชมรายการในช่วงเวลา 20.01-24.00 น จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 62.90 รับชมรายการในช่วงเวลา 16.01-20.00 น จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 รับชมรายการในช่วงเวลา 08.01-12.00 น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.90 รับชมรายการในช่วงเวลา 12.01-16.00 น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 รับชมรายการในช่วงเวลา 00.01-04.00 น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และรับชมรายการในช่วงเวลา 04.01-08.00 น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางในการสมัคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ช่องทางในการสมัคร	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี	146	77.20	143	81.70	**289**	**79.40**
บูธยูบีซีที่ห้างสรรพสินค้า	32	16.90	16	9.20	**48**	**13.20**
พนักงานขายตรง	2	1.00	6	3.40	**8**	**2.20**
อินเตอร์เน็ต	5	2.60	7	4.00	**12**	**3.30**
ตัวแทน ยูบีซี จังหวัดอื่น	4	2.30	3	1.70	**7**	**1.90**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่สมัครเป็นสมาชิกจากยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 77.20 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิกจากบูธ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และสมัครเป็นสมาชิกจาก อินเตอร์เน็ต จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ สมัครเป็นสมาชิกจาก ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 81.70 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิกจากบูธ ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 และสมัครเป็นสมาชิกจาก อินเตอร์เน็ต จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการที่ใช้ในการประเมินทางเลือกในการสมัครจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วิธีการในการประเมินทางเลือกในการสมัคร	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สมัครทันทีที่ได้รับข้อมูลจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง	8	4.30	14	8.00	**22**	**6.00**
หาข้อมูลจากหลายๆแหล่งแล้วตัดสินใจ	65	34.40	62	35.40	**127**	**34.90**
รอรายการส่งเสริมการขาย	27	14.30	29	16.60	**56**	**15.40**
พิจารณาการบริการตัวแทนประจำจังหวัดเป็นหลัก	9	4.70	6	3.40	**15**	**4.10**
ดูความพร้อมของสถานที่ติดตั้ง	16	8.50	20	11.40	**36**	**9.90**
สถานการณ์เงินของครอบครัว	53	28.00	28	16.10	**81**	**22.30**
สมัครช่วงที่คาดว่ามีเวลารับชม	11	5.80	14	8.00	**25**	**6.90**
พิจารณาจากรายการที่สนใจ	0	0.00	2	1.10	**2**	**0.50**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีวิธีการในการประเมินทางเลือกในการสมัครเป็นสมาชิกโดยหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งแล้วตัดสินใจ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือประเมิน จากสถานการณ์เงินของครอบครัว จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และประเมินจากรายการส่งเสริมการขาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีวิธีการในการประเมินทางเลือกในการสมัครเป็นสมาชิกโดยหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งแล้วตัดสินใจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 35.40 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือประเมินจากรายการส่งเสริมการขาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 และประเมินจากสถานการณ์เงินของครอบครัว จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอัตราค่าสมัครสมาชิก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

อัตราค่าสมัครสมาชิก	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2,000-4,000 บาท	15	7.90	17	9.70	**32**	**8.80**
4,001-6,000 บาท	22	11.60	10	5.70	**32**	**8.80**
6,001-8,000 บาท	35	18.50	18	10.30	**53**	**14.60**
8,000 บาท ขึ้นไป	71	75.60	79	45.10	**150**	**41.20**
จำไม่ได้	46	13.60	51	29.20	**97**	**26.60**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 8,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 75.60 จำอัตราค่าสมัครไม่ได้ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 6,001-8,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 4,001-6,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 และมีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 2,000-4,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 8,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 45.10 จำอัตราค่าสมัครไม่ได้ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 6,001-8000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 2,000-4,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 และมีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกราคา 4,001-6,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความเหมาะสมของค่าใช้จ่าย	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เหมาะสม	96	50.80	121	69.10	**217**	**59.60**
เหมาะสม	93	49.20	54	30.90	**147**	**40.40**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกไม่เหมาะสม จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 และมีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกเหมาะสม จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ มี ความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกไม่เหมาะสม จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 69.10 และมีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกเหมาะสม จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามสิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลดค่าประกันอุปกรณ์	12	12.50	20	16.50	**32**	**14.70**
ลดค่าติดตั้งจุดหลัก	21	21.90	25	20.60	**46**	**21.20**
ลดค่าติดตั้งจุดเสริม	31	32.30	49	40.50	**80**	**36.90**
ลดค่าอุปกรณ์ต่อพ่วง	9	9.40	14	11.60	**23**	**10.50**
เพิ่มเวลาส่งเสริมการขาย	18	18.70	7	5.90	**25**	**11.60**
ลดค่าบริการและค่าติดตั้ง	5	5.20	6	4.90	**11**	**5.10**
รวม	**96**	**100.00**	**121**	**100.00**	**217**	**100.00**

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่าราคาไม่เหมาะสม จำนวน 217 คน

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องการลดค่าติดตั้งจุดเสริม จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 เป็นอันดับแรก รองลงมา คือการลดค่าติดตั้งจุดหลัก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.90 และการเพิ่มเวลาส่งเสริมการขาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มี ความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องการลดค่าติดตั้งจุดเสริม จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 เป็นอันดับแรก รองลงมา คือการลดค่าติดตั้งจุดหลัก จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 และลดค่าประกันอุปกรณ์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามจำนวนสมาชิกในการชมรายการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จำนวนสมาชิกในการชมรายการ	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คน	86	45.50	91	52.00	**177**	**48.60**
3-4 คน	83	43.90	55	31.40	**138**	**37.90**
5-6 คน	8	4.20	5	2.80	**13**	**3.60**
มากกว่า 6 คน	12	6.40	24	13.80	**36**	**9.90**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20.000 บาท ชมรายการร่วมกันครั้งละ 1-2 คน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 ชมรายการร่วมกันครั้งละ 3-4 คน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 43.90 ชมรายการร่วมกันครั้งละ มากกว่า 6 คน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 และชมรายการร่วมกันครั้งละ 5-6 คน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ ชมรายการร่วมกันครั้งละ 1-2 คน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 ชมรายการร่วมกันครั้งละ 3-4 คน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 ชมรายการร่วมกันครั้งละ มากกว่า 6 คน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และชมรายการร่วมกันครั้งละ 5-6 คน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามประเภทของรายการที่ชม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเภทของรายการที่ชม	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาพยนตร์	54	28.60	39	22.30	**93**	**25.50**
กีฬา	39	20.60	51	29.10	**90**	**24.70**
ข่าว	12	6.30	43	24.60	**55**	**15.10**
สารคดี	28	14.80	23	13.10	**51**	**14.00**
เพลง	23	12.20	2	1.10	**25**	**6.90**
การ์ตูน	5	2.60	2	1.10	**7**	**1.90**
วาไรตี้	26	13.90	15	8.70	**41**	**11.30**
แฟชั่น	1	0.50	0	0.00	**1**	**0.30**
ซีรีส์	1	0.50	0	0.00	**1**	**0.30**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ชมรายการประเภทภาพยนตร์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 เป็นอันดับแรก รองลงมา คือชมรายการประเภทกีฬา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 และชมรายการประเภทสารคดี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ชมรายการประเภทกีฬา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชมรายการประเภทข่าว จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 และชมรายการประเภทภาพยนตร์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามระดับความพึงพอใจต่อรายการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมากที่สุด	14	7.40	9	5.10	**23**	**6.30**
พอใจมาก	53	28.00	64	36.60	**117**	**32.10**
พอใจปานกลาง	115	60.90	98	56.00	**213**	**58.50**
พอใจน้อย	4	2.10	4	2.30	**8**	**2.20**
พอใจน้อยที่สุด	3	1.60	0	0.00	**3**	**0.80**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับปานกลาง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 60.90 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมาก จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับปานกลาง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมาก จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 และมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมากที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามความต้องการให้ปรับปรุง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความต้องการให้ปรับปรุง	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของรายการ	16	8.50	15	8.70	**31**	**8.50**
ช่วงเวลาที่นำเสนอ	13	6.90	14	8.00	**27**	**7.40**
ความทันสมัยทันเหตุการณ์	9	4.80	12	6.80	**21**	**5.80**
ความน่าสนใจของรายการ	11	5.80	10	5.70	**21**	**5.80**
ความซ้ำซ้อนของรายการ	74	39.10	69	39.40	**143**	**39.30**
การมี แพ็คเก็จให้เลือก	63	33.30	49	28.00	**112**	**30.80**
ค่าบริการ	3	1.60	6	3.40	**9**	**2.50**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องความซ้ำซ้อนของรายการ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 39.10 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือต้องการมี แพ็คเก็จให้เลือกเพิ่มมากขึ้น จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และต้องการให้มีความหลากหลายของรายการ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องความซ้ำซ้อนของรายการ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือต้องการมี แพ็คเก็จให้เลือกเพิ่มมากขึ้น จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และต้องการให้มีความหลากหลายของรายการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามประสบการณ์การแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประสบการณ์การแนะนำบุคคลอื่นในการสมัคร	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	97	51.30	97	55.40	**194**	**53.30**
ไม่แนะนำ	92	48.70	78	44.60	**170**	**46.70**
รวม	**189**	**100.00**	**175**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 และไม่เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 48.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 55.40 และไม่เคย แนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 44.60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามจำนวนคนที่แนะนำในการสมัครสมาชิกจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จำนวนคนที่แนะนำในการสมัครสมาชิก	รายได้				รวม	
	ต่ำกว่า 20,000 บาท		20,000 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คน	56	57.10	43	44.80	**99**	**51.00**
3-4 คน	20	20.40	32	33.30	**52**	**26.80**
5-6 คน	9	9.20	7	7.30	**16**	**8.30**
มากกว่า 6 คน ขึ้นไป	13	13.30	14	14.60	**27**	**13.90**
รวม	**98**	**100.00**	**96**	**100.00**	**194**	**100.00**

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 194 คน

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก 1-2 คน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 57.10 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 3-4 คน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวนมากกว่า 6 คน ขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และเคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 5-6 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก 1-2 คน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 3-4 คน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวนมากกว่า 6 คน ขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 และเคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 5-6 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการ ยูบีซี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก (ตารางที่ 76 ถึง 95)

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทชุดอุปกรณ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ประเภทชุดอุปกรณ์ที่สมาชิกเลือกใช้	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อุปกรณ์เช่า	87	82.10	96	80.70	116	83.40	**299**	**82.10**
อุปกรณ์ซื้อขาด	19	17.90	23	19.30	23	16.60	**65**	**17.90**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่ เลือกใช้ชุดอุปกรณ์เช่า จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 82.10 และเลือกใช้ชุดอุปกรณ์ซื้อขาด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่ เลือกใช้ชุดอุปกรณ์เช่า จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 80.70 และเลือกใช้ชุดอุปกรณ์ซื้อขาด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ เลือกใช้ชุดอุปกรณ์เช่าจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 83.40 และเลือกใช้ชุดอุปกรณ์ซื้อขาด จำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนจุดสัญญาณภาพ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

จำนวนจุดสัญญาณภาพ	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 จุด	92	86.80	84	70.60	79	56.80	**255**	**70.10**
2 จุด	11	10.40	29	24.40	50	36.00	**90**	**24.70**
3 จุด	3	2.80	5	4.20	4	2.90	**12**	**3.30**
4 จุด ขึ้นไป	0	0.00	1	0.80	6	4.30	**7**	**1.90**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่รับชมสัญญาณภาพ 1 จุด จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 86.80 รับชมสัญญาณภาพ 2 จุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 และรับชมสัญญาณภาพ 3 จุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 และ รับชมสัญญาณภาพ 4 จุด ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่รับชมสัญญาณภาพ 1 จุด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 70.60 รับชมสัญญาณภาพ 2 จุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 รับชมสัญญาณภาพ 3 จุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 และรับชมสัญญาณภาพ 4 จุด ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่รับชมสัญญาณภาพ 1 จุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 รับชมสัญญาณภาพ 2 จุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รับชมสัญญาณภาพ 3 จุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90 และรับชมสัญญาณภาพ 4 จุด ขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แพ็คเก็จ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสมัครจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

แพ็คเก็จ ที่สมัคร	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
PLATINUM 42 ช่อง	10	9.40	18	15.10	20	14.40	**48**	**13.20**
GOLD 33 ช่อง	66	62.30	87	73.20	115	82.80	**268**	**73.60**
SILVER 22 ช่อง	30	28.30	11	9.20	3	2.10	**44**	**12.10**
GOLD&NHK	0	0.00	3	2.50	1	0.70	**4**	**1.10**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่ เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD 33 ช่อง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 62.30 เลือกใช้ แพ็คเก็จ SILVER 22 ช่อง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และเลือกใช้ แพ็คเก็จ PLATINUM 42 ช่อง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่ เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD 33 ช่อง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 73.20 เลือกใช้ แพ็คเก็จ PLATINUM 42 ช่อง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 เลือกใช้ แพ็คเก็จ SILVER 22 ช่อง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 และเลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD&NHK จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD 33 ช่อง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 82.80 เลือกใช้ แพ็คเก็จ PLATINUM 42 ช่อง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 เลือกใช้ แพ็คเก็จ SILVER 22 ช่อง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 และ เลือกใช้ แพ็คเก็จ GOLD&NHK จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าบริการรายเดือนรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้วจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ค่าบริการรายเดือน	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
750.00 บาท	31	29.30	6	5.00	6	4.30	**43**	**11.80**
805.15 บาท	0	0.00	1	0.80	0	0.00	**1**	**0.30**
1,412.97 บาท	12	11.30	15	12.60	26	18.70	**53**	**14.50**
1,500.71 บาท	16	15.10	21	17.70	43	31.00	**80**	**22.00**
1,568.12 บาท	33	31.10	55	46.20	46	33.10	**134**	**36.80**
2,155.15 บาท	14	13.20	19	16.00	15	10.80	**48**	**13.20**
2,540.75 บาท	0	0.00	2	1.70	2	1.40	**4**	**1.10**
มากกว่า 4,000 บาท	0	0.00	0	0.00	1	0.70	**1**	**0.30**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ชำระค่าบริการรายเดือนรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว เดือนละ 1,568.12 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 750.00 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 และชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,500.71 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ชำระค่าบริการรายเดือนรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว เดือนละ 1,568.12 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 46.20 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,500.71 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 และชำระค่าบริการ รายเดือน เดือนละ 2,155.15 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ชำระค่าบริการรายเดือนรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว เดือนละ 1,568.12 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 33.10 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,500.71 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 และชำระค่าบริการรายเดือน เดือนละ 1,412.97 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 80 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่แนะนำในการสมัครสมาชิกจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

บุคคลที่แนะนำในการสมัครสมาชิก	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	22	20.70	19	16.00	10	7.20	**51**	**14.00**
ญาติพี่น้อง	30	28.30	23	19.30	21	15.10	**74**	**20.30**
ตนเอง	54	51.00	76	63.90	108	77.70	**238**	**65.40**
ผู้บริหารหรือหัวหน้า	0	0.00	1	0.80	0	0.00	**1**	**0.30**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่ ตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเอง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 ญาติพี่น้องแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และเพื่อนแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่ ตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเอง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 63.90 ญาติพี่น้องแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 เพื่อนแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ ผู้บริหารหรือหัวหน้าแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเอง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 77.70 ญาติพี่น้องแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 และเพื่อนแนะนำในการสมัครสมาชิก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัครสมาชิกจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัคร	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา มารดา ญาติ คู่สมรส	53	50.00	62	52.10	57	41.10	**172**	**47.30**
เพื่อนหรือคนรู้จัก	20	18.90	15	12.60	8	5.70	**43**	**11.80**
ตัวเอง	31	29.20	41	34.50	72	51.80	**144**	**39.60**
พนักงานขาย	2	1.90	0	0.00	2	1.40	**4**	**1.10**
ผู้บริหารหรือหัวหน้า	0	0.00	1	0.80	0	0.00	**1**	**0.30**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 81 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ตัดสินใจสมัครสมาชิกโดยมี บิดา มารดา ญาติ คู่สมรสมีส่วนร่วม จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ตัดสินใจด้วยตัวเอง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 เพื่อนหรือคนรู้จักมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.90 พนักงานขายมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจสมัครสมาชิกโดยมี บิดา มารดา ญาติ คู่สมรสมีส่วนร่วม จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 52.10 ตัดสินใจด้วยตัวเอง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 เพื่อนหรือคนรู้จักมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 และผู้บริหารหรือหัวหน้ามี ส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจสมัครสมาชิกด้วยตนเอง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 บิดา มารดา ญาติ คู่สมรสมีส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 41.10 เพื่อนหรือคนรู้จักมี ส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 พนักงานขายมี ส่วนร่วมในการสมัครสมาชิก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนวันในการชมรายการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

จำนวนวันในการชมรายการ	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 7 วัน	7	6.60	8	6.70	12	8.60	**27**	**7.40**
7-14 วัน	16	15.10	19	16.00	19	13.60	**54**	**14.80**
15-21 วัน	38	35.80	45	37.80	37	26.60	**120**	**33.00**
22-31 วัน	45	42.50	47	39.50	71	51.20	**163**	**44.80**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี มีจำนวนวันในการชมรายการ 22-31 วัน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 จำนวนวันในการชมรายการ 15-21 วัน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 จำนวนวันในการชมรายการ 7-14 วัน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 และจำนวนวันในการชมรายการ ต่ำกว่า 7 วัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี มีจำนวนวันในการชมรายการ 22-31 วัน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 จำนวนวันในการชมรายการ 15-21 วัน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 จำนวนวันในการชมรายการ 7-14 วัน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และจำนวนวันในการชมรายการ ต่ำกว่า 7 วัน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ มีจำนวนวันในการชมรายการ 22-31 วัน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 51.20 จำนวนวันในการชมรายการ 15-21 วัน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 จำนวนวันในการชมรายการ 7-14 วัน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 และจำนวนวันในการชมรายการ ต่ำกว่า 7 วัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันในรอบสัปดาห์ในการชมรายการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

วันในรอบสัปดาห์ในการชมรายการ	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ถึงศุกร์	9	8.50	9	7.60	21	15.10	**39**	**10.70**
เสาร์หรืออาทิตย์	42	39.60	55	46.20	44	31.40	**141**	**38.70**
วันหยุดนักขัตฤกษ์	6	5.70	9	7.60	5	3.90	**20**	**5.50**
ทุกวัน	46	43.40	43	36.10	66	47.50	**155**	**42.60**
วันไม่แน่นอน	3	2.80	3	2.50	3	2.10	**9**	**2.50**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี รับชมรายการในทุกวัน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 43.40 รับชมรายการในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 39.60 รับชมรายการในวันจันทร์ถึงศุกร์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 รับชมรายการในวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 และมีวันในการชมรายการไม่แน่นอน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี รับชมรายการในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 46.20 รับชมรายการในทุกวัน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 36.10 รับชมรายการในวันจันทร์ถึงศุกร์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60 และมีวันในการชมรายการไม่แน่นอน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี รับชมรายการในทุกวัน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รับชมรายการในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 รับชมรายการในวันจันทร์ถึงศุกร์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 รับชมรายการในวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 และมีวันในการชมรายการไม่แน่นอน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในรอบวันในการชมรายการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ช่วงเวลาในรอบวันในการชมรายการ	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เวลา 08.01-12.00 น.	5	4.70	3	2.50	15	10.80	**23**	**6.30**
เวลา12.01-16.00 น.	7	6.60	9	7.60	11	7.90	**27**	**7.40**
เวลา 16.01-20.00 น.	24	22.60	25	21.00	35	25.20	**84**	**23.10**
เวลา 20.01-24.00 น.	68	64.30	76	63.90	74	53.30	**218**	**59.90**
เวลา 00.01-04.00 น.	1	0.90	5	4.20	2	1.40	**8**	**2.20**
เวลา 04.01-08.00 น.	1	0.90	1	0.80	2	1.40	**4**	**1.10**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่รับชมรายการในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 64.30 รับชมรายการในช่วงเวลา 16.01-20.00 น. จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 รับชมรายการในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 รับชมรายการในช่วงเวลา 08.01-12.00 น. จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 และรับชมรายการในช่วงเวลา 00.01-04.00 น. และช่วงเวลา 04.01-08.00 น. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่ รับชมรายการในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 63.90 รับชมรายการในช่วงเวลา 16.01-20.00 น. จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 รับชมรายการในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60 รับชมรายการในช่วงเวลา 00.01-04.00 น. จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 รับชมรายการในช่วงเวลา 08.01-12.00 น. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และรับชมรายการในช่วงเวลา 04.01-08.00 น. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ รับชมรายการในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 รับชมรายการในช่วงเวลา 16.01-20.00 น. จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 รับชมรายการในช่วงเวลา 08.01-12.00 น. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 รับชมรายการในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 รับชมรายการในช่วงเวลา 00.01-04.00 น. และรับชมรายการในช่วงเวลา 04.01-08.00 น. จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางในการสมัคร จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ช่องทางในการสมัคร	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี	74	69.80	90	75.60	125	90.00	**289**	**79.40**
บูธ ยูบีซี ที่ห้างสรรพสินค้า	26	24.60	15	12.60	7	5.00	**48**	**13.20**
พนักงานขายตรง	2	1.90	4	3.40	2	1.40	**8**	**2.20**
อินเตอร์เน็ต	3	2.80	7	5.90	2	1.40	**12**	**3.30**
ตัวแทน ยูบีซี จังหวัดอื่น	1	0.90	3	2.50	3	2.20	**7**	**1.90**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่ สมัครเป็นสมาชิกจากยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 69.80 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิกจากบูธ ยูบีซี ที่ห้างสรรพสินค้า จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 และสมัครเป็นสมาชิกจาก อินเตอร์เน็ต จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่ สมัครเป็นสมาชิกจากยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 65.60 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิกจากบูธ ยูบีซี ที่ห้างสรรพสินค้า จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 และสมัครเป็นสมาชิกจาก อินเตอร์เน็ต จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.90 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ สมัครเป็นสมาชิกจากยูบีซี เชียงใหม่สยามทีวี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือสมัครเป็นสมาชิกจากบูธ ยูบีซี ที่ห้างสรรพสินค้า จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และสมัครเป็นสมาชิกจาก ตัวแทน ยูบีซี จังหวัดอื่น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 86 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการที่ใช้ในการประเมินทางเลือกในการสมัครจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

วิธีการในการประเมินทางเลือกในการสมัคร	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สมัครทันทีที่ได้รับข้อมูลจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง	8	7.50	3	2.50	11	7.90	**22**	**6.00**
หาข้อมูลจากหลายๆ แหล่งแล้วตัดสินใจ	35	33.00	46	38.70	46	33.30	**127**	**34.90**
รอรายการส่งเสริมการขาย	13	12.30	23	19.30	20	14.40	**56**	**15.40**
พิจารณาการบริการตัวแทนประจำจังหวัดเป็นหลัก	3	2.80	4	3.40	8	5.70	**15**	**4.10**
ดูความพร้อมของสถานที่ติดตั้ง	9	8.50	13	10.90	14	10.00	**36**	**9.90**
สถานการณ์เงินของครอบครัว	33	31.20	23	19.30	25	18.00	**81**	**22.30**
สมัครช่วงที่คาดว่ามีเวลารับชม	5	4.70	7	5.90	13	9.30	**25**	**6.90**
พิจารณาจากรายการที่สนใจ	0	0.00	0	0.00	2	1.40	**2**	**0.50**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี มีวิธีการในการประเมินทางเลือกในสมัครเป็นสมาชิกโดยหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งแล้วตัดสินใจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือประเมินจากสถานการณ์เงินของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ครอบครัว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 และประเมินจากรายการส่งเสริมการขาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี มีวิธีการในการประเมินทางเลือกในสมัครเป็นสมาชิกโดยหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งแล้วตัดสินใจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือประเมินจากรายการส่งเสริมการขาย และประเมินจากสถานการณ์เงินของครอบครัว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 และประเมินจากความพร้อมของสถานที่ติดตั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี มีวิธีการในการประเมินทางเลือกในสมัครเป็นสมาชิกโดยหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งแล้วตัดสินใจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือประเมิน จากสถานการณ์เงินของครอบครัว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และประเมินจากรายการส่งเสริมการขาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอัตราค่าสมัครสมาชิก จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

อัตราค่าสมัครสมาชิก	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2,000-4,000 บาท	17	16.00	5	4.20	10	7.20	**32**	**8.80**
4,001-6,000 บาท	13	12.30	8	6.70	11	7.90	**32**	**8.80**
6,001-8,000 บาท	22	20.70	18	15.10	13	9.40	**53**	**14.60**
8,000 บาท ขึ้นไป	40	37.80	53	44.50	57	41.00	**150**	**41.20**
จำไม่ได้	14	13.20	35	29.50	48	34.50	**97**	**26.60**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 8,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 6,001-8,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 2,000-4,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 จำอัตราค่าสมัครไม่ได้ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 และมีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 4,001-6,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 8,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 จำอัตราค่าสมัครไม่ได้ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 6,001-8,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 4,001-6,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 และมีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 2,000-4,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี มี อัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 8,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 จำอัตราค่าสมัครไม่ได้ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 มีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 6,001-8,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 และมีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 4,001-6,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 และมีอัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกในราคา 2,000-4,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ความเหมาะสมของค่าใช้จ่าย	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เหมาะสม	58	54.70	71	59.70	88	63.30	**217**	**59.60**
เหมาะสม	48	45.30	48	40.30	51	36.70	**147**	**40.40**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 88 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกไม่เหมาะสม จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 54.70 และมีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกเหมาะสม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกไม่เหมาะสม จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 59.70 และมีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกเหมาะสม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกไม่เหมาะสม จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 63.30 และมีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกเหมาะสม จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามสิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลดค่าประกันอุปกรณ์	8	13.80	10	14.10	14	15.90	**32**	**14.70**
ลดค่าติดตั้งจุดหลัก	14	24.10	18	25.30	14	15.90	**46**	**21.20**
ลดค่าติดตั้งจุดเสริม	17	29.30	27	38.00	36	41.00	**80**	**36.90**
ลดค่าอุปกรณ์ต่อพ่วง	6	10.30	8	11.30	9	10.20	**23**	**10.50**
เพิ่มเวลาส่งเสริมการขาย	9	15.80	7	9.90	9	10.20	**25**	**11.60**
ลดค่าบริการและค่าติดตั้ง	4	6.70	1	1.40	6	6.80	**11**	**5.10**
รวม	**58**	**100.00**	**71**	**100.00**	**88**	**100.00**	**217**	**100.00**

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่าราคาไม่เหมาะสม จำนวน 217 คน

จากตารางที่ 89 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องการลดค่าติดตั้งจุดเสริม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือการลดค่าติดตั้งจุดหลัก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 และการเพิ่มเวลาส่งเสริมการขาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่อง การลดค่าติดตั้งจุดเสริม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือการลดค่าติดตั้งจุดหลัก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 และการลดค่าประกันอุปกรณ์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี มี ความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องการลดค่าติดตั้งจุดเสริม จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การลดค่าประกันอุปกรณ์ และลดค่าติดตั้งจุดหลัก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 15.90 และการลดค่าอุปกรณ์ต่อพ่วงและเพิ่มระยะเวลาการส่งเสริมการขาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 90 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามจำนวนสมาชิกในการชมรายการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

จำนวนสมาชิกในการชมรายการ	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คน	47	44.30	56	47.00	74	53.20	**177**	**48.60**
3-4 คน	47	44.30	40	33.60	51	36.80	**138**	**37.90**
5-6 คน	4	3.80	3	2.50	6	4.30	**13**	**3.60**
มากกว่า 6 คน	8	7.60	20	16.90	8	5.70	**36**	**9.90**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 90 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ชมรายการร่วมกันครั้งละ 1-2 คนและครั้งละ 3-4 คน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 ชมรายการร่วมกันครั้งละมากกว่า 6 คน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60 และชมรายการร่วมกันครั้งละ 5-6 คน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ชมรายการร่วมกันครั้งละ 1-2 คน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 ชมรายการร่วมกันครั้งละ 3-4 คน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.60 ชมรายการร่วมกันครั้งละมากกว่า 6 คน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และชมรายการร่วมกันครั้งละ 5-6 คน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ ชมรายการร่วมกันครั้งละ 1-2 คน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 ชมรายการร่วมกันครั้งละ 3-4 คน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ชมรายการร่วมกันครั้งละมากกว่า 6 คน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 และชมรายการร่วมกันครั้งละ 5-6 คน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 91 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามประเภทของรายการที่ชม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ประเภทของรายการที่ชม	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาพยนตร์	34	32.10	22	18.50	37	26.60	**93**	**25.50**
กีฬา	26	24.50	40	33.50	24	17.30	**90**	**24.70**
ข่าว	4	3.80	19	16.00	32	23.00	**55**	**15.10**
สารคดี	7	6.60	12	10.10	32	23.00	**51**	**14.00**
เพลง	11	10.40	9	7.60	5	3.70	**25**	**6.90**
การ์ตูน	4	3.80	2	1.70	1	0.70	**7**	**1.90**
วาไรตี้	19	17.90	14	11.80	8	5.70	**41**	**11.30**
แฟชั่น	1	0.90	0	0.00	0	0.00	**1**	**0.30**
ซีรีส์	0	0.00	1	0.80	0	0.00	**1**	**0.30**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 91 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ชมรายการประเภทภาพยนตร์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือชมรายการประเภทกีฬา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และชมรายการประเภทวาไรตี้ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.90 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ชมรายการประเภทกีฬา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือชมรายการประเภทภาพยนตร์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และชมรายการประเภทข่าว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ชมรายการประเภทกีฬา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 36.90 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือชมรายการประเภทข่าว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40 และชมรายการประเภทสารคดี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามระดับความพึงพอใจต่อรายการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมากที่สุด	7	6.60	8	6.70	8	5.70	**23**	**6.30**
พอใจมาก	28	26.40	39	32.80	50	36.10	**117**	**32.10**
พอใจปานกลาง	66	62.30	69	58.00	78	56.10	**213**	**58.50**
พอใจน้อย	4	3.80	1	0.80	3	2.10	**8**	**2.20**
พอใจน้อยที่สุด	1	0.90	2	1.70	0	0.00	**3**	**0.80**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 92 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับปานกลาง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 62.30 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมาก จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 และมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมากที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับปานกลาง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมาก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมากที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับปานกลาง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 56.10 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมาก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 36.10 และมีระดับความพึงพอใจต่อรายการในระดับมากที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 93 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามความต้องการให้ปรับปรุงจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ความต้องการให้ปรับปรุง	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของรายการ	8	7.50	8	6.70	15	10.80	**31**	**8.50**
ช่วงเวลาที่นำเสนอ	3	2.80	15	12.60	9	6.50	**27**	**7.40**
ความทันสมัยทันเหตุการณ์	6	5.70	6	5.00	9	6.50	**21**	**5.80**
ความน่าสนใจของรายการ	7	6.60	8	6.70	6	4.30	**21**	**5.80**
ความซ้ำซ้อนของรายการ	43	40.70	49	41.30	51	36.70	**143**	**39.30**
การมี แพ็คเก็จให้เลือก	38	35.80	31	26.00	43	30.90	**112**	**30.80**
ค่าบริการ	1	0.90	2	1.70	6	4.30	**9**	**2.50**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 93 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องความซ้ำซ้อนของรายการ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือต้องการปรับปรุงในเรื่อง จำนวน แพ็คเก็จ ให้เลือกเพิ่มมากขึ้น จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 และต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องความหลากหลายของรายการ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 เป็นอันดับสาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่อง ความซ้ำซ้อนของรายการ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือต้องการปรับปรุงในเรื่องจำนวน แพ็คเก็จ ให้เลือกเพิ่มมากขึ้น จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 และต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องช่วงเวลาที่นำเสนอ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี มีความต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องความซ้ำซ้อนของรายการ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือต้องการปรับปรุงในเรื่องจำนวน แพ็คเก็จ ให้เลือกเพิ่มมากขึ้น จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 และต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องความหลากหลายของรายการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 เป็นอันดับสาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 94 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามประสบการณ์การแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ประสบการณ์การแนะนำบุคคลอื่นในการสมัคร	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	45	42.40	60	50.40	89	64.00	**194**	**53.30**
ไม่แนะนำ	61	57.60	59	49.60	50	36.00	**170**	**46.70**
รวม	**106**	**100.00**	**119**	**100.00**	**139**	**100.00**	**364**	**100.00**

จากตารางที่ 94 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่ไม่เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 57.60 และเคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40 และไม่เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิก จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 และไม่เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 95 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามจำนวนคนที่แนะนำในการสมัครสมาชิกจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

จำนวนคนที่แนะนำในการสมัครสมาชิก	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1-3 ปี		มากกว่า 3 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คน	24	52.20	33	54.20	42	54.70	**99**	**51.00**
3-4 คน	12	26.10	16	26.20	24	24.20	**52**	**26.80**
5-6 คน	2	4.30	9	14.70	5	5.00	**16**	**8.30**
มากกว่า 6 คน ขึ้นไป	8	17.40	3	4.90	16	16.10	**27**	**13.90**
รวม	**46**	**100.00**	**61**	**100.00**	**87**	**100.00**	**194**	**100.00**

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยแนะนำคนอื่นให้สมัครสมาชิก จำนวน 194 คน

จากตารางที่ 95 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 1-2 คน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 52.20 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 3-4 คน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.10 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวนมากกว่า 6 คน ขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 และเคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 5-6 คน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี ส่วนใหญ่ เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 1-2 คน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 54.20 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 3-4 คน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 5-6 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 และเคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวนมากกว่า 6 คน ขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 1-2 คน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 54.70 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 3-4 คน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 เคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวนมากกว่า 6 คน ขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 และเคยแนะนำบุคคลอื่นในการสมัครสมาชิกจำนวน 5-6 คน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved