

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาการรับสื่อของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำมาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิงมากกว่าเพศชาย โดยแบ่งช่วงอายุเท่ากัน ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง การศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด โดยมีรายได้เฉลี่ย 5,001 - 10,000 บาท และส่วนใหญ่อาศัยอยู่ อำเภออื่นๆ

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม

###### สื่อวิทยุ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุ โดยฟังทุกวัน และมีวิทยุในบ้านจำนวน 1 เครื่อง การรับฟังวิทยุ คือ ฟังแต่คลื่นประจำ ส่วนใหญ่คลื่นวิทยุที่รับฟัง คือ FM 98.00 โดยช่วงเวลาที่รับฟังวิทยุมากที่สุดคือ เวลา 6.00-8.59 น. และฟังวิทยุเฉลี่ยมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อครั้ง สำหรับสถานที่ที่ฟังวิทยุมากที่สุดคือ ที่ทำงาน ส่วนใหญ่พฤติกรรมการรับฟังโฆษณาทางวิทยุคือฟังแบบผ่าน ๆ และประเภทรายการวิทยุที่ชอบฟังลำดับแรกคือรายการเพลง

###### โทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชมโทรทัศน์ และมีโทรทัศน์จำนวน 1 เครื่อง ส่วนสถานที่ที่ชมโทรทัศน์บ่อยที่สุดคือ ที่บ้าน และการชมโทรทัศน์ส่วนใหญ่จะชมพร้อมกันหลายคน สำหรับสถานีโทรทัศน์ที่ชมมากที่สุดคือ ช่องทีไอทีวี โดยมีพฤติกรรมการรับชมโฆษณาทางโทรทัศน์ คือ เปลี่ยนสถานีเมื่อมีโฆษณา และรายการโทรทัศน์ที่รับชม ลำดับแรกคือ ข่าว ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่รับชมโทรทัศน์ คือระหว่างเวลา 18.00-20.59 น. โดยมีความถี่ในการรับชมโทรทัศน์ คือทุกวัน และระยะเวลาในการรับชมโทรทัศน์ มากกว่า 3 ชั่วโมงต่อครั้ง และส่วนใหญ่เลือกช่องที่ชมรายการโทรทัศน์เอง

### หนังสือพิมพ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ โดยซื้อหนังสือพิมพ์เอง สำหรับการซื้อหนังสือพิมพ์นั้นซื้อแบบไม่เป็นสมาชิก ส่วนผู้แบบสอบถามที่เป็นสมาชิกส่วนใหญ่เป็นสมาชิกจำนวน 1 ฉบับ ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อหนังสือพิมพ์อาศัยอ่านจากสำนักงานมากที่สุด และส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ รองลงมาได้แก่เดลินิวส์และข่าวสด โดยคอลัมน์หนังสือพิมพ์ที่อ่าน ลำดับแรกคือ ข่าว รองลงมาได้แก่ท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ และช่วงเวลาอ่านหนังสือพิมพ์ คือ ก่อนเวลา 9.00 น. และส่วนใหญ่สถานที่อ่านหนังสือพิมพ์ คือ ที่ทำงาน โดยใช้เวลาในอ่านหนังสือพิมพ์ในแต่ละวัน น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

### นิตยสาร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อ่านนิตยสาร โดยมีความถี่ในการอ่านนิตยสาร คือ 2-3 วันครั้ง โดยส่วนใหญ่ซื้อนิตยสารที่อ่าน แต่ไม่เป็นสมาชิกนิตยสารที่อ่าน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกนิตยสารส่วนใหญ่เป็นสมาชิก จำนวน 1 ฉบับ ส่วนผู้ที่ไม่ได้ซื้อนิตยสาร สถานที่อ่านคือ สำนักงาน และนิตยสารผู้หญิงที่อ่านมากที่สุด คือ คู่สร้างคู่สม ส่วนนิตยสารผู้ชายที่อ่าน ลำดับแรกคือ FHM นิตยสารกีฬาที่อ่าน ลำดับแรกคือ สตาร์ซ็อคเกอร์ นิตยสารบันเทิงที่อ่านลำดับแรกคือ ทีวีพูล นิตยสารสารคดีที่อ่านลำดับแรกคือ เนชั่นแนลจีโอกราฟฟิก นิตยสารตกแต่งบ้านที่อ่านลำดับแรก คือ บ้านและสวน นิตยสารแฟชั่นที่อ่านลำดับแรกคือ Elle นิตยสารเด็กและเยาวชนที่อ่าน คือ เนชั่นจูเนียร์ นิตยสารเฉพาะกลุ่มที่อ่านลำดับแรกคือ ชิวจิต และนิตยสารการเมืองที่อ่านลำดับแรกคือ มติชนรายสัปดาห์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารระหว่าง 17.00-21.00 น. มากที่สุด โดยสถานที่ที่อ่านนิตยสารมากที่สุดคือที่บ้าน และใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร ระหว่าง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยส่วนใหญ่การอ่านนิตยสารเพียงบางคอลัมน์

### ป้ายโฆษณากลางแจ้ง

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นป้ายโฆษณากลางแจ้ง และจดจำป้ายโฆษณากลางแจ้งได้ โดยลักษณะป้ายที่ทำให้จดจำสินค้าได้มากที่สุด คือ ป้ายขนาดใหญ่ป้ายเดียวริมถนน และส่วนใหญ่เห็นป้ายกลางแจ้ง ในเวลากลางวัน โดยระหว่างทางขับรถจากบ้านถึงที่ทำงานผ่านป้ายโฆษณากลางแจ้ง คือ 6-10 ป้าย

### ส่วนที่ 3 ความน่าเชื่อถือของสื่อ ลำดับการรับสื่อ ประโยชน์ของสื่อวิทยุ

#### โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง และปัญหาในการรับสื่อ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ ลำดับ 1 คือ โทรทัศน์ ลำดับ 2 คือ วิทยุ ลำดับ 3 คือ หนังสือพิมพ์ ลำดับ 4 คือ ป้ายกลางแจ้ง ลำดับ 5 คือ นิตยสาร และลำดับในการรับสื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย ลำดับ 1 คือ โทรทัศน์ ลำดับ 2 คือ วิทยุ ลำดับ 3 คือ หนังสือพิมพ์ ลำดับ 4 คือ ป้ายกลางแจ้ง ลำดับ 5 คือ นิตยสาร

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อในการให้ประโยชน์ด้านต่างๆ ดังนี้

**สื่อด้านวิทยุ** ให้ประโยชน์สูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี รองลงมาคือ โฆษณาสินค้า และการเมือง

**สื่อด้านโทรทัศน์** ให้ประโยชน์สูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การเมือง รองลงมาคือ กีฬา และข่าวบันเทิงทั่วไป (ดารารายการ นักร้อง ฯลฯ)

**สื่อด้านหนังสือพิมพ์** ให้ประโยชน์สูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ประกาศรับสมัครงาน รองลงมาคือ เศรษฐกิจ และการศึกษา

**สื่อด้านนิตยสาร** ให้ประโยชน์สูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อาหารการกินและสุขภาพ รองลงมาคือ การอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และข่าวบันเทิงทั่วไป (ดารารายการ นักร้อง ฯลฯ)

**สื่อป้ายกลางแจ้ง** ให้ประโยชน์สูงสุด 3 ลำดับแรกคือ โฆษณาสินค้า รองลงมาคือ การอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการรับสื่อ 3 ลำดับแรกคือ สื่อที่สะดวกในการรับ เช่น โทรทัศน์ รองลงมา คือ สื่อที่จัดหาได้ง่าย และสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ความต้องการ เช่น แผ่นพับ และนิตยสาร

ในด้านเหตุผลในการแสวงหาข่าวสารทางสื่อต่างๆ พบว่าเหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามแสวงหาข่าวสารทางสื่อต่างๆ 3 ลำดับแรกคือ เพื่อทราบข้อมูลที่สนใจโดยเฉพาะ รองลงมาคือ เพื่อรับรู้ข่าวสารความรู้และบันเทิง และ เพื่อผ่อนคลายอารมณ์หรือคลายเครียด

นอกจากนี้ยังพบปัญหาในการรับสื่อดังนี้

**สื่อโทรทัศน์** ปัญหาในการรับสื่อ 3 ลำดับแรกคือ ไม่ว่างรับชมโทรทัศน์รายการที่สนใจ รองลงมา คือ มีโฆษณามากเกินไป และ รายการไม่น่าสนใจ

**สื่อวิทยุ** ปัญหาในการรับสื่อ 3 ลำดับแรกคือ คลื่นไม่ชัดเจน รองลงมา คือ เนื้อหาไม่น่าสนใจ และมีโฆษณามากเกินไป

**หนังสือพิมพ์** ปัญหาในการรับสื่อ 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีเวลาอ่าน รองลงมา คือ เนื้อหาไม่น่าสนใจ และโฆษณามากเกินไป

**นิตยสาร** ปัญหาในการรับสื่อ 3 ลำดับแรกคือ นิตยสารมีราคาแพง รองลงมา คือ นิตยสารที่ตนเองสนใจไม่มี และเนื้อหา นิตยสารไม่น่าสนใจ

**สื่อป้าย** ปัญหาในการรับสื่อ 3 ลำดับแรก คือเนื้อหาได้ไม่ครบขณะขับรถเร็ว รองลงมาคือ ป้ายไม่สะอาดตา และ ตั้งอยู่ในทำเลที่อ่านไม่สะดวก

### อภิปรายผล

การศึกษาการรับสื่อของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลดังนี้

**วิทยุ** จากการศึกษา พบว่า ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ ฟังวิทยุทุกวัน สอดคล้องกับการศึกษาของ สมควร กวียะ (2523) ได้ทำการศึกษานิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย พบว่าสมัยก่อนนั้นประชาชนในหมู่บ้านชนบททุกภาคของประเทศไทยรับฟังวิทยุทุกวัน แต่ไม่สอดคล้องในส่วนที่สมควร กวียะพบว่าประชาชนรับฟังวิทยุมากที่สุดเป็นเวลา 17.01-21.01 น. จนกระทั่งหลัง 21.00 น. เนื่องจากในการศึกษานี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับฟังวิทยุมากสุดในเวลา 6.00-8.59 น. นอกจากนี้การศึกษานี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับสื่อวิทยุมากเป็นอันดับสอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน (2538) ที่พบว่าผู้ใช้แรงงานรับสื่อวิทยุเป็นอันดับ 3 อีกทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวิวัฒน์ กิตติพรพานิช (2546) ที่พบว่าผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่รับสื่อวิทยุเป็นอันดับ 4

**โทรทัศน์** จากการศึกษาการชมโทรทัศน์ พบว่าสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับมากที่สุดคือโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน (2538) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการรับสื่อในกลุ่มผู้ใช้แรงงาน พบว่า ผู้ใช้แรงงานรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมควร กวียะ (2523) ที่ได้ทำการศึกษานิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย พบว่าประชาชนทุกวัย ทุกระดับการศึกษา และทุกอาชีพในสมัยนั้นรับสื่อประเภทวิทยุมากที่สุด แต่สอดคล้องกับรายงานนี้ในส่วนที่พบว่ารายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมมากที่สุดคือข่าวและบันเทิง

**หนังสือพิมพ์** จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับสื่อหนังสือพิมพ์มากเป็นอันดับ 3 สอดคล้องกับการศึกษาของวิวัฒน์ กิตติพรพานิช (2546) ที่ศึกษาการรับรู้สื่อโฆษณาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการโฆษณาของผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่พบว่าผู้บริโภครับสื่อหนังสือพิมพ์มากเป็นอันดับ 3 เช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของการศึกษาของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน (2538) ที่ค้นพบว่าผู้ใช้แรงงานรับสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์มากเป็นอันดับ 2

**นิตยสาร** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับสื่อ นิตยสารเป็นอันดับ 5 ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน (2538) ที่พบว่าผู้ใช้แรงงานรับสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งหมายความถึงหนังสือพิมพ์และนิตยสารเป็นอันดับ 2

**ป้ายโฆษณากลางแจ้ง** จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับสื่อป้ายกลางแจ้งมากเป็นอันดับ 4 ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวิวัฒน์ กิตติพรพานิช (2546) ที่ศึกษาการรับรู้สื่อโฆษณาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการโฆษณาของผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่พบว่ารับสื่อป้ายโฆษณามากเป็นอันดับ 2

**ลักษณะการรับสื่อ** การศึกษานี้ค้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับสื่อที่สะดวกรับนั้นสอดคล้องกับการศึกษาของวิวัฒน์ กิตติพรพานิช. (2546) ที่ได้ทำการศึกษารับรู้สื่อโฆษณาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการโฆษณาของผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งพบว่าประชาชนรับสื่อที่สะดวกกับ

#### ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเกษตรกรน้อยที่สุด โดยการศึกษาที่พบน้อยคือต่ำกว่ามัธยมศึกษา และรายได้ที่พบน้อยคือ 30,001-40,000 บาท

สำหรับการรับสื่อของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบ ดังนี้

#### สื่อวิทยุ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่ฟังวิทยุมีถึงร้อยละ 2.1 โดยมีจำนวนวิทยุในบ้าน 3 เครื่องขึ้นไป ร้อยละ 7.0 การรับฟังวิทยุโดยหมุนฟังไปเรื่อยๆ ไม่เฉพาะเจาะจง ร้อยละ 28.5 และคลื่นวิทยุที่ฟังน้อยคือ AM 80.5 AM 80 60.5 AM 120.5 AM160 และคลื่นที่ไม่ฟังเลยคือ AM 140 เวลาที่ฟังวิทยุ น้อยคือ 03.00-05.59 น. โดยพบว่าการฟังวิทยุ 3 ชั่วโมงขึ้นไปมีน้อย ส่วนพฤติกรรมมารับฟังโฆษณาทางวิทยุ ฟังโฆษณาอย่างตั้งใจมีน้อย ประเภทรายการที่ฟังน้อยคือรายการแม่บ้าน

#### สื่อโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานีที่ชมโทรทัศน์น้อยคือ WeTV และ เเคเบิลทีวี รายการโทรทัศน์ที่ชมน้อย คือ รายการหุ่น ช่วงเวลาที่ชมน้อยที่สุด คือ 24.00-02.59 น. พฤติกรรมมารับชมโฆษณาทางโทรทัศน์พบน้อยคือชมโฆษณาอย่างตั้งใจ และประเภทรายการที่รับชมน้อยคือ รายการหุ่น



### สื่อหนังสือพิมพ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่อ่านหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 2.6 และอ่านหนังสือพิมพ์โดยไม่ซื้อ ร้อยละ 23.7 โดยจะอ่านจากสำนักงาน และหนังสือพิมพ์ที่อ่านน้อยคือ บางกอกทูเดย์และสยามธุรกิจ ส่วนหนังสือพิมพ์ที่ไม่อ่านเลยคือ บ้านเมือง คอแลมน์หนังสือพิมพ์ที่อ่านน้อยคือ สยามขวัญ และเวลาที่อ่านน้อยคือหลังเวลา 21.00 น. โดยใช้เวลาในการอ่านโดยเฉลี่ย น้อยคือ มากกว่า 5 ชั่วโมง

### สื่อนิตยสาร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่อ่านนิตยสาร ร้อยละ 4.8 และมีความถี่ในการอ่านน้อยคือ น้อยกว่า อาทิตย์ละครั้งและไม่แน่นอน และการไม่ซื้อนิตยสาร ร้อยละ 23.0 และส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิกนิตยสาร โดยอ่านจากสำนักงาน และนิตยสารที่อ่านน้อยคือ สกุลไทย ส่วนนิตยสารผู้ชายที่อ่านน้อยคือ GM นิตยสารกีฬาที่อ่านน้อยคือตกลา นิตยสารบันเทิงที่อ่านน้อยคือ ตลาดตลก นิตยสารคดีที่อ่านน้อยคือ สรรสาระ (Reader's Digest) นิตยสารตกแต่งบ้านที่อ่านน้อยคือ Elle decoration และ Life&Home นิตยสารแฟชั่นอ่านน้อยคือ Harper's Bazaar นิตยสารเฉพาะกลุ่มที่อ่านน้อยคือศาลาคนเศร้า นิตยสารการเมืองที่อ่านน้อยคือ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ และช่วงเวลาที่อ่านน้อยคือ หลัง 21.00 น. สถานที่ที่อ่านน้อยคือร้านเสริมสวย สถานที่ราชการ และใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการอ่านน้อยคือ มากกว่า 5 ชั่วโมง และส่วนใหญ่การอ่านนิตยสารจะอ่านบางคอลัมน์

### สื่อป้ายโฆษณากลางแจ้ง

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำลักษณะป้ายสินค้าได้น้อยที่สุดคือป้ายขนาดกลางหรือเล็กที่ติดถี่ๆ ริมถนน และเวลาที่เห็นป้ายน้อยคือเวลากลางคืน

ด้านความเชื่อถือต่อสื่อและระดับการรับสื่อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อถือและระดับการรับสื่อน้อยคือนิตยสาร และป้ายกลางแจ้ง

ด้านประเภทเนื้อหาสาระของสื่อโทรทัศน์ที่พบว่าให้ประโยชน์น้อยคือประกาศรับสมัครงาน ด้านประเภทเนื้อหาสาระของสื่อวิทยุที่พบว่าให้ประโยชน์น้อย คือ เศรษฐกิจ และอาหารการกินและสุขภาพ และประเภทเนื้อหาสาระของสื่อหนังสือพิมพ์ให้ประโยชน์น้อย คือ โฆษณาสินค้า ประเภทเนื้อหาสาระของสื่อนิตยสารที่ให้ประโยชน์น้อยคือ การเมือง และเศรษฐกิจ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการแสวงหาข่าวสารทางสื่อต่างๆ น้อยคือ เพื่อไม่ต้องปฏิบัติหรือหลีกเลี่ยงภารกิจที่ทำอยู่

ปัญหาที่พบในการรับสื่อวิทยุมากที่สุดคือคลื่นไม่ชัดเจน สื่อนิตยสารมีราคาแพง สื่อหนังสือพิมพ์คือเนื้อหาไม่น่าสนใจ สื่อป้ายกลางแจ้งคือ อ่านเนื้อหาได้ไม่ครบขณะขับรถเร็ว

### ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

สำหรับสื่อที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ทำการโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่ง 3 ลำดับแรกคือโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์นั้น เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือสูงและผู้ตอบแบบสอบถามได้รับสื่อมากเช่นกัน ถ้าหากจะลงโฆษณาในสื่อวิทยุควรลงโฆษณาในรายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามถือว่าให้สาระและประโยชน์มาก เช่น สื่อวิทยุควรลงรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น และควรลงรายการที่มีผู้ฟังมากเช่น รายการเพลง นอกจากนี้ยังควรเลือกลงโฆษณาในรายการที่สอดคล้องกับสินค้าและบริการที่จะโฆษณาไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร และควรลงโฆษณาในสื่อที่มีผู้รับชมมากเช่นโทรทัศน์และวิทยุ โดยทั้งนี้ต้องคำนึงถึงค่าลงโฆษณาประกอบด้วยเนื่องจากรายการที่มีผู้รับชมมากอาจมีราคาแพง

ในรายการที่จะโฆษณาสินค้าหรือบริการควรให้ข้อมูลที่น่าสนใจ โดยเฉพาะสำหรับสินค้าและบริการเหล่านั้น รวมถึงโฆษณาด้านข่าวสาร ความรู้ และบันเทิงให้มากขึ้น

ด้านวิทยุควรแก้ไขเรื่องคลื่นที่ไม่ชัดเจนรวมถึงเนื้อหาสาระของแต่ละรายการ เช่น รายการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีควรเน้นในเรื่องของประเพณีวัฒนธรรมในท้องถิ่น เป็นต้น สำหรับสัญญาณคลื่นของสถานีที่รับฟังไม่ชัดเจน ควรใช้วิธีการสอบถามกับผู้ฟังทางโทรศัพท์ หรือโดยการออกแบบสำรวจ

สำหรับด้านหนังสือพิมพ์ควรจะทำกรโฆษณาที่น่าสนใจ เช่น โฆษณาโดยการเลือกสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านจำนวนมากเช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ และเชียงใหม่ และโฆษณาในคอลัมน์ที่ตรงกับสินค้าและบริการ เช่น โฆษณารองเท้าสำหรับนักกีฬาควรโฆษณาในหน้าเกี่ยวกับการกีฬา เป็นต้น

สำหรับด้านนิตยสารควรทำการตรวจสอบว่านิตยสารฉบับใดมีจำนวนผู้อ่านมากและควรวางจำหน่ายให้ทั่วถึงเพื่อสะดวกสำหรับผู้อ่าน

สำหรับป้ายโฆษณากลางแจ้งควรเป็นป้ายขนาดใหญ่และสามารถเห็นได้ชัดทั้งในเวลากลางวันและกลางคืน และควรมีตัวหนังสือที่ชัดเจนสามารถอ่านได้จากระยะไกล นอกจากนี้การติดตั้งป้ายโฆษณากลางแจ้งควรตั้งอยู่ในสถานที่ที่มองเห็นได้ชัดเจน สะดุดตา และควรติดป้ายในทำเลที่รถผ่านแล้วสามารถมองเห็นได้ในตอนกลางวันเป็นหลัก