

บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่

โดย

นางสาวมลลิกา จำปาแพง

กรกฎาคม 2541

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ศาสตราจารย์พิเศษยรรยง สิทธิชัย

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสื่อที่ศึกษามี 4 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และ 2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในด้านประเภทของสื่อ ประเภทของรายการ ประเภทของบทความ ช่วงเวลา ระยะเวลา ความถี่ในการเปิดรับสื่อ และลักษณะการเปิดรับโฆษณา กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีจำนวน 500 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2540 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2541 ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเป็นรายบุคคล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยมีดังนี้

1) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-49 ปี มีสถานภาพโสด อาศัยอยู่ในครอบครัวขนาดกลางและขนาดใหญ่ (สมาชิกในครอบครัวมี 3 คนขึ้นไป) ส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวอยู่ในระดับกลาง และระดับล่าง (รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 25,001 บาท) มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ถึงระดับปริญญาตรี ส่วนมากเป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั้ง 4 ประเภท พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อนิตยสาร ตามลำดับ

สื่อโทรทัศน์ ผู้ชมส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์ทุกวัน โดยใช้เวลาในการชม 2-5 ชั่วโมงต่อวัน และชมโทรทัศน์เป็นประจำในช่วงเวลา 18.00-22.00 น. ของวันจันทร์-อาทิตย์ สถานีโทรทัศน์ที่ติดตามชมมากเป็นอันดับ 1 คือ ช่อง 3 ช่อง 7 และช่อง 9 ประเภทรายการที่ติดตามชมเป็นประจำ คือ ข่าว เกมส์โชว์

ละครไทย และวาไรตี้ ตามลำดับ โดยรายการประเภทข่าว ที่ติดตามชมมากเป็นอันดับ 1 คือ ข่าวภาคค่ำ (ช่อง 7) เกมสโว์ คือ แสบคุณสอง (ช่อง 3) และวาไรตี้/ทอล์คโชว์ คือ ทไวไลท์โชว์ (ช่อง 3) ลักษณะการดูโฆษณา ผู้ชมส่วนมากดูภาพและเรื่องราวของภาพยนตร์โฆษณาเท่านั้น

สื่อหนังสือพิมพ์ ผู้อ่านส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำทุกวัน วันละ 1 ฉบับ โดยใช้เวลาอ่าน 10-30 นาทีต่อวัน และอ่านในช่วงเวลาอยู่ที่ทำงาน/ที่เรียน ในวันจันทร์-ศุกร์ ผู้อ่านส่วนมากอ่านหนังสือพิมพ์จากหน้าแรกไปยังหน้าสุดท้าย แต่เลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจเท่านั้น คอลัมน์ที่ชอบอ่านเป็นประจำ คือ ข่าวทั่วไป ดารา/บันเทิง การเมือง และเกร็ดความรู้ ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ติดตามอ่านหนังสือพิมพ์ทั่วไปรายวันมากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน และหนังสือพิมพ์กีฬา ตามลำดับ หนังสือพิมพ์ทั่วไปรายวัน ที่นิยมอ่านมากเป็นอันดับ 1 คือ ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน คือ กรุงเทพธุรกิจรายวัน หนังสือพิมพ์ธุรกิจราย 3 วัน/รายสัปดาห์ คือ ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์กีฬา คือ สยามกีฬารายวัน หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ คือ Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น คือ เชียงใหม่นิวส์ ลักษณะการดู/อ่านโฆษณา ผู้อ่านส่วนมากดูเพียงให้ทราบว่า เป็นโฆษณาสินค้าหรือบริการอะไร

สื่อวิทยุ ผู้ฟังวิทยุส่วนใหญ่รับฟังวิทยุเป็นประจำทุกวัน โดยใช้เวลาในการฟัง 1-2 ชั่วโมงต่อวัน และฟังวิทยุเป็นประจำในช่วงเวลา 21.00-24.00 น. ของวันจันทร์-อาทิตย์ ผู้ฟังรับฟังสถานีวิทยุที่กระจายเสียงด้วยระบบเอฟเอ็ม. (FM.) มากกว่าระบบเอเอ็ม. (AM.) โดยสถานีที่ฟังไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าเป็นสถานีใดสถานีหนึ่ง สถานีวิทยุระบบเอเอ็ม. (AM.) ที่นิยมฟังมากเป็นอันดับ 1 คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำถิ่น จ.เชียงใหม่ (738 KHz) ส่วนระบบเอฟเอ็ม. (FM.) คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ.เชียงใหม่ (98.0 MHz) รายการวิทยุของสถานีวิทยุระบบเอเอ็ม. (AM.) ที่นิยมฟังมากเป็นอันดับ 1 คือ ข่าว (738 KHz) ส่วนระบบเอฟเอ็ม. (FM.) คือ Radio Vole (98.0 MHz) ลักษณะการฟังโฆษณา ผู้ฟังส่วนมากฟังแบบผ่านๆ ไม่ได้ให้ความสนใจในเนื้อหาของโฆษณา

สื่อนิตยสาร ผู้อ่านนิตยสารส่วนใหญ่ อ่านในช่วงเวลากลางวัน และก่อนนอน โดยใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ผู้อ่านส่วนใหญ่อ่านนิตยสารจากหน้าแรกไปยังหน้าสุดท้าย แต่เลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจเท่านั้น ประเภทของนิตยสารที่ชอบอ่าน คือ บันเทิง ผู้หญิง แฟชั่น และท่องเที่ยว ตามลำดับ นิตยสารประเภทผู้ชาย ที่นิยมอ่านมากเป็นอันดับ 1 คือ จี.เอ็ม. ผู้หญิง คือ เพอร์สแอสตีวทิจ คือ ผู้จัดการ การเมือง คือ มติชนสุดสัปดาห์ บันเทิง คือ ดาราภาพยนตร์ และกีฬา คือ สตาร์ชอคเกอร์ ลักษณะการดู/อ่านโฆษณา ผู้อ่านส่วนมากดูเพียงให้ทราบว่า เป็นโฆษณาสินค้าหรือบริการอะไร

ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

MEDIA EXPOSURE BEHAVIOR OF CHIANGMAI POPULATION

By

MULLIKA JUMPAPANG

JULY 1998

Chairman: Professor Yanyong Sitdhichai
Department/Faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing, Faculty of Agricultural Business

This research was designed to investigate media exposure behavior of 15 year olds and up of Chiangmai population. The studied media were of 4 types : television, radio, newspaper and magazine. The objectives of the study were to investigate 1) general features of the samples; and 2) media exposure behavior regarding types of media, types of program, types of column, time period, length of time, frequency of media exposure and advertising exposure. The data were collected from December 1997 to January 1998 by individual interview with the use of questionnaires from 500 people selected by multi-stage sampling. The findings were as follows:

1) More of the samples were female. Most samples were 20-49 years old, single, living in medium-sized and large families (3 or more family members) with moderate or low incomes (less than 25,001 baht per month), had attained education ranging from a secondary level to a bachelor level, and were private companies personnel or students

2) The media exposure behavior of the 4 types revealed that television was the most exposed, followed by newspaper, radio and magazine respectively.

Television: The majority of the viewers watched television everyday, 2-5 hours per day, between 18.00-22.00 hrs. from Monday to Sunday. The most popular television station was channel 3, followed by channel 7 and channel 9. The types of program were news, gameshows, Thai drama and variety shows respectively. The evening news (channel 7) was the most popular of **the news** category, **the gameshow** was Saab Koon

Song (channel 3), **the varieties/talkshow** was Twilight Show (channel 3) For advertising exposure, most viewers watched only pictures and followed the story of the advertisement.

Newspaper: The majority of the readers read 1 newspaper and spent 10-30 minutes during their work or school time everyday from Monday to Friday. They read through from the first to the last page but selected only columns of interest to them. Their favorite columns were general news, movie stars/ entertainment, politics and anecdotes respectively. The most popular type of newspaper was the general daily newspaper, followed by the daily business newspaper and sport newspaper respectively. The most popular **general daily newspaper** was Thai Rath; **daily business newspaper**, Krungthep Turakij; **business newspaper issued three times a week**, Than Settakij; **sport newspaper**, Siam Kee-La; **foreign language newspaper**, Bangkok Post; and **the local newspaper**, Chiangmai News. Most readers looked at advertisements just to see what products or services are available.

Radio: The majority of the listeners listened to the radio 1-2 hours everyday, between 21.00-24.00 hrs. from Monday to Sunday. They preferred FM. radio station to AM. radio station and did not deliberately tune to any particular one. **The AM. radio station** which was the most listened to was Chiangmai local radio station (738 KHz) and **the FM. radio station** was Thailand radio station in Chiangmai (98.0 MHz). The most popular program of AM. radio station was the news (738 KHz) and Radio Vote (98.0 MHz) of FM. radio station. The listeners did not pay any attention to advertising details.

Magazine: The majority of the readers read during the day and before bedtime, and spent less than 1 hour each time. They read from the first page to the last but selected only columns of interest to them. The favorite types of magazine were entertainment, women, fashion and traveling respectively. The most popular **men magazine** was G.M.; **women**, Praew Sud Subdha; **business**, Phoo Jad Karn; **politics**, Mati Chon Sud Subdha; **entertainment**, Dara Pharb Payont; and **sport**, Star's Soccer. The readers looked at advertisements only to find out that what products or services are available.