บทที่4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษารูปแบบการใช้ชีวิตของวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา โดยการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเสนอเป็น 2 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ชีวิตของวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา

ตาราง1 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพส่วนบุคคลของวัยรุ่น

ตัวแปร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	231	51.3
1.2 หญิง	219	48.7
รวม	450	100.0
2. อายุ		
2.1 12-17 ปี	141	31.3
2.2 18-22 ปี	159	35.4
2.3 23-25 ปี	150	33.3
รวม	450	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ประถมศึกษา	18	4.1
3.2 มัธยมศึกษา	150	33.3
3.3 ปวช./ปวส./อนุปริญญา	132	29.3
3.4 ปริญญาตรีขึ้นไป	150	33.3
รวม	450	100.0
4. รายได้ต่อเดือน		
4.1 ต่ำกว่า 2,000 บาท	114	25.2
4.2 2,000-3,999 บาท	129	28.8
4.3 4,000-5,999 บาท	117	26.0
4.4 6,000 บาทขึ้นไป	90	20.0
รวม	450	100.0
5. ภูมิลำเนา		
5.1 สงขลา	327	72.6
5.2 ต่างจังหวัด	123	27.4
รวม	450	100.0
6. สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน		
6.1 บ้านตนเอง	261	58.0
6.2 บ้านเช่า	120	26.7
6.3 อพาร์ตเมนต์/คอร์ท	21	4.7
6.4 หอพัก/ห้องพักของสถานศึกษา	27	6.0
6.5 อื่นๆ	21	4.7
รวม	450	100.0

จากตาราง 1 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.3 และวัยรุ่นเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.7 ตามลำดับ

2. อายุ พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่อายุ 18-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาวัยรุ่นอายุ 23-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.3 และวัยรุ่นที่เหลืออายุ 12-17 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.3 ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษา วัยรุ่นมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และปริญญาตรีขึ้นไปเท่ากัน คือ ร้อยละ 33.3 รองลงมามีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 29.3 และในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

4. รายได้ต่อเดือน พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 2,000-3,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาวัยรุ่นมีรายได้ต่อเดือน 4,000-5,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 และวัยรุ่นที่น้อยที่สุดมีรายได้ต่อเดือน 6,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

5. ภูมิลำเนา พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งมีภูมิลำเนาในจังหวัดสงขลา คิดเป็นร้อยละ 72.6 และวัยรุ่นที่เหลือมีภูมิลำเนาในต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 27.4 ตามลำดับ

6. สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งมีสถานที่พักอาศัยในปัจจุบันเป็นบ้านของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาวัยรุ่นมีสถานที่พักอาศัยในปัจจุบันเป็นบ้านเช่า คิดเป็นร้อยละ 26.7 และวัยรุ่นที่น้อยที่สุดมีสถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน อพาร์ตเมนต์/คอร์ท และพักอาศัยที่อื่นๆ เท่ากัน คือ ร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 รูปแบบการใช้ชีวิตของวัยรุ่นในหมวดต่างๆ มีดังต่อไปนี้

2.1 หมวดอาหาร

ตาราง 2 ร้อยละของการรับประทานอาหารในแต่ละสถานที่ใน 1 เดือน

สถานที่	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย	รวม
รับประทานที่บ้าน	47.3	19.4	14.0	18.0	1.3	100.0
ร้านอาหารในสถาบันการศึกษา	31.3	32.7	16.0	11.3	8.7	100.0
ร้านแผงลอยริมทาง	5.4	22.2	31.5	34.2	6.7	100.0
ร้าน Fastfood, franchises	2.7	11.3	39.3	42.7	4.0	100.0
ร้านห้องแถว	2.0	17.5	39.6	29.5	11.4	100.0
ภัตตาคาร/สวนอาหาร	-	6.0	25.3	56.7	12.0	100.0
Delivery	-	6.0	18.1	38.3	37.6	100.0

จากตาราง 2 พบว่า สถานที่ที่วัยรุ่นส่วนใหญ่รับประทานอาหารใน 1 เดือน บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ รับประทานที่บ้าน ร้านอาหารในสถาบันการศึกษา และร้านแผงลอยริมทาง คิดเป็นร้อยละ 47.3 31.3 และ 5.4 ตามลำดับ และสถานที่ที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ไม่เคยรับประทานอาหารใน 1 เดือน 3 อันดับ

แรก คือ Delivery ภัตตาคาร/สวนอาหาร และร้านห้องแถว คิดเป็นร้อยละ 37.6 12.0 และ 11.4 ตามลำดับ

2.2 หมวดการศึกษา

ตาราง 3 ร้อยละของการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียน ในแต่ละรูปแบบ ใน 1 เดือน

แหล่งค้นคว้า	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย	รวม
โทรทัศน์	22.0	32.0	26.0	16.7	3.3	100.0
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	14.7	38.6	30.0	14.7	2.0	100.0
วิทยุ	13.3	21.3	28.0	32.7	4.7	100.0
ห้องสมุด	12.0	29.3	32.7	19.3	6.7	100.0
อินเตอร์เน็ต	10.7	15.3	28.0	29.3	16.7	100.0
ร้านขายหนังสือ	10.0	22.0	32.7	27.3	8.0	100.0

จากตาราง 3 พบว่า แหล่งค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียนที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 22.0 14.7 และ 13.3 ตามลำดับ และแหล่งค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียน ที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ไม่เคยใช้ 3 อันดับแรก คือ อินเตอร์เน็ต ร้านขายหนังสือ และห้องสมุด คิดเป็นร้อยละ 16.7 8.0 และ 6.7 ตามลำดับ

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของวัยรุ่นที่เรียนกวดวิชาหรือเรียนพิเศษ

เรียนกวดวิชาหรือไม่เรียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เรียน	339	75.3
เรียน	111	24.7
รวม	450	100.0

จากตาราง 4 พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งไม่เรียนกวดวิชาหรือเรียนพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 75.3 และวัยรุ่นที่เหลือเรียนกวดวิชาหรือเรียนพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 24.7 ตามลำดับ

2.3 หมวดกีฬาและการออกกำลังกาย

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของกีฬา/การออกกำลังกายที่วัยรุ่นให้ความสนใจ (เล่นเอง) มากที่สุด

ประเภทกีฬา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ฟุตบอล	135	30.0
แบตมินตัน	57	12.7
บาสเกตบอล	45	10.0
วิ่ง	45	10.0
ว่ายน้ำ	36	8.0
วอลเล่ย์บอล	27	6.0
แอร์โรบิก	24	5.3
ตระกร้อ	18	4.0
เทนนิส	12	2.7
ฟิตเนส	9	2.0
ปิงปอง	9	2.0
กอล์ฟ	6	1.3
ไม่ได้เล่น	27	6.0
รวม	450	100.0

จากตาราง 5 พบว่า กีฬา/การออกกำลังกายที่วัยรุ่น ให้ความสนใจ (เล่นเอง) มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ฟุตบอล แบตมินตัน และบาสเกตบอล/วิ่ง คิดเป็นร้อยละ 30.0 12.7 และ10.0 ตามลำดับ และกีฬา/การออกกำลังกายที่วัยรุ่น ให้ความสนใจ (เล่นเอง) น้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ กอล์ฟ ฟิตเนส/ปิงปอง และเทนนิส คิดเป็นร้อยละ 1.3 2.0 และ 2.7 ตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของกีฬา/การออกกำลังกายที่วัยรุ่นให้ความสนใจ (ติดตามข่าวสาร) มากที่สุด

ประเภทกีฬา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ฟุตบอล	252	56.0
บาสเกตบอล	39	8.7
ฟิตเนส	33	7.3
แบตมินตัน	21	4.7
วิ่ง	18	4.0
ว่ายน้ำ	12	2.7
แอร์โรบิก	6	1.3
ยกน้ำหนัก	6	1.3
ไม่ได้ติดตามข่าวสาร	63	14.0
รวม	450	100.0

จากตาราง 6 พบว่า กีฬา/การออกกำลังกายที่วัยรุ่นให้ความสนใจ (ติดตามข่าวสาร) มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ฟุตบอล บาสเกตบอล และฟิตเนส คิดเป็นร้อยละ 56.0 8.7 และ 7.3 ตามลำดับ และ กีฬา/การออกกำลังกายที่วัยรุ่นให้ความสนใจ (ติดตามข่าวสาร) น้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ แอร์โรบิก/ยกน้ำหนัก ว่ายน้ำ และวิ่ง คิดเป็นร้อยละ 1.3 2.7 และ 4.0 ตามลำดับ

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของสถานที่ที่วัยรุ่นไปเล่นกีฬาและออกกำลังกายบ่อยที่สุด

สถานที่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สถานที่ออกกำลังกายในสถานศึกษา	192	42.7
สถานที่สาธารณะ	189	42.0
สถานที่เก็บเงินค่าบริการ	27	6.0
อื่นๆ	42	9.3
รวม	450	100.0

จากตาราง 7 พบว่า สถานที่ที่วัยรุ่นไปเล่นกีฬาและออกกำลังกายบ่อยที่สุด คือ สถานที่ออกกำลังกายในสถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ สถานที่สาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 42.0 และ

สถานที่ที่วัยรุ่นไปเล่นกีฬาและออกกำลังกายน้อยที่สุด คือ สถานที่เก็บเงินค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

2.4 หมวดบันเทิง

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของแนวภาพยนตร์ที่วัยรุ่นชื่นชอบมากที่สุด

แนวภาพยนตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
แอ็คชั่น	135	30.0
โรแมนติก-คอมเมดี้	78	17.3
ดราม่า	48	10.7
สยองขวัญ	45	10.0
โรแมนติก	39	8.7
เบาสมอง	33	7.3
สืบสวน	30	6.7
วิทยาศาสตร์	27	6.0
การ์ตูน	6	1.3
ผจญภัย	3	0.7
ทุกแนว	6	1.3
รวม	450	100.0

จากตาราง 8 พบว่า แนวภาพยนตร์ที่วัยรุ่นชื่นชอบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ แอ็คชั่น โรแมนติก-คอมเมดี้ และดราม่า คิดเป็นร้อยละ 30.0 17.3 และ 10.7 ตามลำดับ และแนวภาพยนตร์ที่วัยรุ่นชื่นชอบน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้าย คือ ผจญภัย การ์ตูน และการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 0.7 1.3 และ 6.0 ตามลำดับ

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของแนวเพลงที่วัยรุ่นชื่นชอบมากที่สุด

แนวเพลง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
POP	201	44.7
ROCK	78	17.3
เพื่อชีวิต	54	12.0
DANCE	36	8.0
RAP	15	3.3
สตริง	15	3.3
อคูสติก	12	2.7
ลูกทุ่ง	9	2.0
สากล	6	1.3
R&B	6	1.3
ทุกแนว	18	4.1
รวม	450	100.0

จากตาราง 9 พบว่า แนวเพลงที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ POP ROCK และเพื่อชีวิต คิดเป็นร้อยละ 44.7 17.3 และ 12.0 ตามลำดับ และแนวเพลงที่วัยรุ่นชื่นชอบมากที่สุด 3 อันดับสุดท้าย คือ R&B/สากล ลูกทุ่ง และอคูสติก คิดเป็นร้อยละ 1.3 2.0 และ 2.7 ตามลำดับ

ตาราง 10 ร้อยละของความถี่ในการชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละประเภท ใน 1 เดือน

รายการโทรทัศน์ใน	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย	รวม
รายการเพลง	32.7	36.0	16.7	13.3	1.3	100.0
ละคร	18.7	36.7	27.3	12.0	5.3	100.0
กีฬา	17.3	35.3	21.3	24.7	1.3	100.0
เกมโชว์	11.3	30.0	36.7	20.7	1.3	100.0
ข่าว	11.3	38.0	29.3	20.7	0.7	100.0
การ์ตูน	10.7	24.0	14.0	44.7	6.6	100.0
ควิซโชว์(เกมเศรษฐี, เวลาพารวย)	9.3	36.0	35.3	18.7	0.7	100.0
สารคดี, ประวัติศาสตร์	9.3	27.3	32.0	28.3	3.3	100.0
วาไรตี้	6.7	22.7	44.7	22.7	3.3	100.0
ทอล์คโชว์	4.7	31.3	40.0	21.3	2.7	100.0
รายการเชิงวิเคราะห์(ข่าวการเมือง)	2.7	14.8	30.2	43.0	9.4	100.0

จากตาราง 10 พบว่า ในการชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละประเภท ใน 1 เดือน บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ รายการเพลง ละคร และ กีฬา คิดเป็นร้อยละ 32.7 18.7 และ 17.3 ตามลำดับ และรายการโทรทัศน์ที่ไม่เคยชม ใน 1 เดือน 3 อันดับแรก คือ รายการเชิงวิเคราะห์(ข่าวการเมือง) การ์ตูนและละคร คิดเป็นร้อยละ 9.4 6.6 และ 5.3 ตามลำดับ

ตาราง 11 ร้อยละของความถี่ในการใช้บริการแหล่งบันเทิงยามราตรีแต่ละประเภท ใน 1 เดือน

สถานที่	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย	รวม
ร้านอาหารทั่วไป	14.2	29.7	20.9	27.7	7.4	100.0
เธค	4.7	12.1	13.4	25.5	44.3	100.0
ร้านอาหารที่มีเพลงฟังทั่วไป	4.7	14.0	28.0	28.0	25.3	100.0
ผับ	2.0	8.7	12.0	30.0	47.3	100.0
คาราโอเกะ	0.7	7.3	22.7	25.3	44.0	100.0
ห้องอาหารในโรงแรม	0.7	4.7	8.0	29.3	57.3	100.0
คาเฟ่	-	2.0	5.3	26.0	66.7	100.0

จากตาราง 11 พบว่า ในการใช้บริการแหล่งบันเทิงยามราตรีแต่ละประเภท ใน 1 เดือน บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ ร้านอาหารทั่วไป เธค/ร้านอาหารที่มีเพลงฟังทั่วไป และคาราโอเกะ/ห้องอาหารในโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 14.2 4.7 และ 4.7 ตามลำดับ และแหล่งบันเทิงที่วัยรุ่นไม่เคยใช้บริการใน 1 เดือน 3 อันดับแรก คือ คาเฟ่ ห้องอาหารในโรงแรม และผับ คิดเป็นร้อยละ 66.7 57.3 และ 47.3 ตามลำดับ

2.5 หมวดการติดต่อสื่อสาร

ตาราง 12 ร้อยละการใช้อุปกรณ์สื่อสารของวัยรุ่นในปัจจุบัน

อุปกรณ์สื่อสาร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ	41	27.3
เพจเจอร์	33	22.0
คอมพิวเตอร์ PC	15	10.0
Note book	6	4.0
ไม่ได้ใช้	72	48.0

(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

จากตาราง 12 พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่ในปัจจุบันใช้ โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์สื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาวัยรุ่นในปัจจุบันใช้เพจเจอร์เป็นอุปกรณ์สื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอุปกรณ์สื่อสารที่วัยรุ่นนิยมใช้น้อยที่สุด คือ Note book คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของวัยรุ่นที่เคยใช้บริการอินเตอร์เน็ต

การใช้บริการอินเตอร์เน็ต	ร้อยละ
เคย	80.0
ไม่เคย	20.0
รวม	100.0

จากตาราง 13 พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่เคยใช้บริการอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 80 และวัยรุ่นที่เหลือไม่เคยใช้บริการอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของสถานที่ที่วัยรุ่นไปใช้บริการอินเตอร์เน็ตมากที่สุด

สถานที่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ร้านอินเตอร์เน็ต	168	37.3
สถาบันการศึกษา	141	31.3
บ้าน	45	10.0
อื่นๆ	96	21.4
รวม	450	100.0

จากตาราง 14 พบว่า สถานที่ที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ไปใช้บริการอินเตอร์เน็ตมากที่สุดคือ ร้านอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาวัยรุ่นไปใช้บริการอินเตอร์เน็ตในสถาบันการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 31.3 และบ้านเป็นสถานที่ที่วัยรุ่นจำนวนน้อยที่สุดไปใช้บริการอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตาราง 15 ร้อยละของเหตุผลในการในใช้บริการอินเตอร์เน็ตของวัยรุ่น

เหตุผล	ร้อยละ
ค้นคว้าหาข้อมูล	56.0
รับส่งอีเมลล์	38.7
ใช้ในการทำงาน	30.7
เป็นแฟชั่น	10.7
ซื้อ/ขายสินค้าทางอินเตอร์เน็ต	0.7
อื่นๆ	14.0

(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

จากตาราง 15 พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้บริการอินเตอร์เน็ต คือ ค้นคว้าหาข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาวัยรุ่นมีเหตุผลในการใช้บริการอินเตอร์เน็ต คือ เหตุผลรับส่งอีเมลล์ คิดเป็นร้อยละ 38.7 และวัยรุ่นจำนวนน้อยที่สุดมีเหตุผลในการไปใช้บริการอินเตอร์เน็ต คือ ซื้อ/ขายสินค้าทางอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของการใช้ยานพาหนะในการเดินทางของวัยรุ่นในปัจจุบัน

ยานพาหนะ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รถจักรยานยนต์	303	67.3
รถรับจ้าง	81	18.0
รถยนต์	27	6.0
รถจักรยาน	24	5.3
อื่นๆ	15	3.4
รวม	450	100.0

จากตาราง 16 พบว่า วัยรุ่นในปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้ยานพาหนะในการเดินทาง คือ รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมาวัยรุ่นในปัจจุบันใช้ยานพาหนะในการเดินทางคือ รถรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 18.0 และวัยรุ่นจำนวนน้อยที่สุดใช้ยานพาหนะในการเดินทาง คือ รถจักรยาน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

2.6 หมวดการจับจ่ายใช้สอย

ตาราง 17 ร้อยละของสถานที่ในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าแต่ละประเภทที่วัยรุ่นใช้บริการบ่อยที่สุด

	ศูนย์การค้าสมัยใหม่	Super center (BigC, Macro)	ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง	กิมหยง, สันติสุข, พลาซ่า	ร้านสะดวกซื้อ	ร้านค้าในชุมชน/ร้านห้องแถว	ตลาดนัดเปิดท้าย	อื่นๆ	ไม่เคยใช้บริการ
องใช้ส่วนตัว(สบู่, ยาสระผม, ผงซักฟอก)	35.3	17.3	4.0	1.4	29.3	8.7	1.3	2.7	-
สื้อผ้า	44.0	5.3	6.7	8.7	4.0	1.3	29.3	-	0.7
เครื่องสำอางและเครื่องประดับ	38.0	4.0	18.7	5.3	8.1	2.7	4.0	0.7	18.7
หนังสือและอุปกรณ์การเรียน	20.0	2.0	55.3	0.7	8.0	1.3	0.7	2.7	9.3
คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต	9.5	0.7	38.1	0.7	4.7	4.1	-	3.4	38.8
อุปกรณ์สื่อสาร	16.9	4.1	34.5	3.4	1.4	2.0	-	4.6	33.1
รับประทานอาหาร	20.8	2.0	12.8	4.0	20.8	32.2	1.3	5.4	0.7
ชมภาพยนตร์	87.8	2.0	2.7	0.7	0.7	0.7	-	2.7	2.7
เครื่องใช้ไฟฟ้า	8.0	17.3	23.3	18.7	2.7	-	3.3	0.7	16.0

จากตาราง 17 สถานที่ที่วัยรุ่นใช้ในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าแต่ละประเภทบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก มีดังนี้

1.ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสระผม หรือผงซักฟอก พบว่า อันดับแรก วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมไปซื้อที่ศูนย์การค้าสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 35.3 อันดับสอง คือ ร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 29.3 และอันดับสาม คือ Discount store /Supercenter เช่น BigC, Macro คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ

2.เสื้อผ้า พบว่า อันดับแรก วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมไปซื้อที่ศูนย์การค้าสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 44.0 อันดับสอง คือ ตลาดนัดเปิดท้าย คิดเป็นร้อยละ 29.3 และอันดับสาม คือ กิมหยง/สันติสุข/พลาซ่า คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

3.เครื่องสำอางและเครื่องประดับ พบว่า อันดับแรก วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมไปซื้อที่ศูนย์การค้าสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 38.0 อันดับสอง คือ ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.7 และอันดับสาม คือ ร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

4.หนังสือตำราและอุปกรณ์การเรียน พบว่า อันดับแรก วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมไปซื้อที่ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง คิดเป็นร้อยละ 55.3 อันดับสอง คือ ศูนย์การค้าสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และอันดับสาม คือ ร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

5.คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต พบว่า อันดับแรก วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมไปซื้อที่ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.1 อันดับสอง คือ ศูนย์การค้าสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอันดับสาม คือ ร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

6.อุปกรณ์สื่อสาร พบว่า อันดับแรก วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมไปซื้อที่ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง คิดเป็นร้อยละ 34.5 อันดับสอง คือ ศูนย์การค้าสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 16.9 และอันดับสาม คือ ซื้อที่อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

7.รับประทานอาหาร พบว่า อันดับแรก วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมไปรับประทานที่ร้านค้าในชุมชน/ร้านห้องแถว คิดเป็นร้อยละ 32.2 อันดับสอง คือ ศูนย์การค้าสมัยใหม่/ร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 20.8 และอันดับสาม คือ ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

8.ชมภาพยนตร์ พบว่า อันดับแรก วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมไปชมภาพยนตร์ที่ศูนย์การค้าสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 87.8 อันดับสอง คือ ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง/อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.7และอันดับสาม คือ Discount store /Supercenter เช่น BigC, Macro คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

9.เครื่องใช้ไฟฟ้า พบว่า อันดับแรก วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมไปซื้อที่ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.3 อันดับสอง คือ กิมหยง/สันติสุข/พลาซ่า คิดเป็นร้อยละ 18.7 และอันดับสาม คือ ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ

ตาราง 18 ร้อยละของแหล่งข้อมูลที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นมากที่สุด

	โทรทัศน์	วิทยุ	หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	Cut out/ billboard	ใบปลิว/โบชัวร์	เพื่อน/ญาติพี่น้อง	สอบถามจากผู้ผลิตร้านค้า/พนักงานขาย	Internet	จากอุปกรณ์สื่อสาร	อื่นๆ
ของใช้ส่วนตัว(สบู่, ยาสระผม, ผงซักฟอก)	71.1	2.0	2.0	-	4.2	17.4	1.3	-	-	2.0
เสื้อผ้า	26.0	-	14.6	-	2.7	34.7	17.3	0.7	0.7	3.3
เครื่องสำอางและเครื่องประดับ	30.4	-	11.5	1.4	4.7	22.3	20.9	-	0.7	8.1
หนังสือตำราและอุปกรณ์การเรียน	10.8	1.4	20.3	0.7	2.7	33.1	14.2	2.7	0.7	13.4
คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต	16.1	-	7.7	2.1	7.7	23.8	17.5	7.0	2.8	15.3
อุปกรณ์สื่อสาร	26.4	1.4	6.3	0.7	6.9	23.6	20.8	3.5	3.5	6.9
รับประทานอาหาร	16.3	0.7	3.4	1.4	6.8	57.1	8.2	-	0.7	5.4
ชมภาพยนตร์	56.5	1.4	6.8	2.7	1.4	27.2	2.0	2.0	-	2.0
เทป/CD/VCD/DVD /MP3 และอื่นๆ	52.7	7.3	7.3	-	2.0	20.7	5.4	1.3	2.0	1.3
เครื่องใช้ไฟฟ้า	34.7	1.3	8.0	-	6.0	18.0	24.0	-	2.0	6.0

จากตาราง 18 แสดงแหล่งข้อมูลที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นมากที่สุด3 อันดับแรก มีดังนี้

1.ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสระผม หรือผงซักฟอก พบว่า แหล่งข้อมูลอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 71.1 อันดับสอง คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 17.4 และอันดับสาม คือ ใบปลิว/โบชัวร์ คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

2.เสื้อผ้า พบว่า แหล่งข้อมูลอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 34.7 อันดับสอง คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 26.0 และอันดับสาม คือ สอบถามจากผู้ผลิตร้านค้าหรือพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ

3.เครื่องสำอางและเครื่องประดับ พบว่า แหล่งข้อมูลอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 30.4 อันดับสอง คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 22.3 และอันดับสาม คือ สอบถามจากผู้ผลิตร้านค้าหรือพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 20.9 ตามลำดับ

4.หนังสือตำราและอุปกรณ์การเรียน พบว่า แหล่งข้อมูลอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 33.1 อันดับสอง คือ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 20.3 และอันดับสาม คือ สอบถามจากผู้ผลิตร้านค้าหรือพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

5.คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต พบว่า แหล่งข้อมูลอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 23.8 อันดับสอง คือ สอบถามจากผู้ผลิตร้านค้าหรือพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และอันดับสาม คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

6.อุปกรณ์สื่อสาร พบว่า แหล่งข้อมูลอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 26.4 อันดับสอง คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 23.6 และอันดับสาม คือ สอบถามจากผู้ผลิตร้านค้าหรือพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

7.รับประทานอาหาร พบว่า แหล่งข้อมูลอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจรับประทานอาหารของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 57.1 อันดับสอง คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 16.3 และอันดับสาม คือ สอบถามจากผู้ผลิตร้านค้าหรือพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

8.ชมภาพยนตร์ พบว่า แหล่งข้อมูลอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 56.5 อันดับสอง คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 27.2 และอันดับสาม คือ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

9.เทป/CD/VCD/DVD/MP3 และอื่นๆ พบแหล่งข้อมูลอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 52.7 อันดับสอง คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 20.7 และและอันดับสาม คือ วิทยุ/หนังสือพิมพ์/นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

10.เครื่องใช้ไฟฟ้า พบว่า แหล่งข้อมูลอันดับแรกที่มีผลในการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 34.7 อันดับสอง คือ สอบถามจากผู้ผลิตร้านค้าหรือพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และอันดับสาม คือ เพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตาราง 19 ร้อยละของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นมากที่สุด

ปัจจัยที่อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ	คุณภาพดี	ราคาเหมาะสม	ยี่ห้อของสินค้า	สะดวกในการซื้อ	การบริการที่ดี	การโฆษณาสินค้า	การส่งเสริมการขาย	แฟชั่น	อื่นๆ
ของใช้ส่วนตัว	61.1	22.8	5.4	6.7	-	2.0	1.3	-	0.7
เสื้อผ้า	28.0	46.7	11.3	6.0	0.7	-	0.7	5.3	1.3
เครื่องสำอาง	40.9	21.5	17.4	2.7	1.3	1.3	0.7	8.1	60
หนังสือตำรา	53.3	19.3	2.7	12.7	1.3	1.3	0.7	0.7	8.0
อุปกรณ์สื่อสาร	42.1	17.9	9.0	2.1	12.4	3.4	6.2	0.7	6.2
ร้านอาหาร fastfood	33.1	29.1	-	16.9	13.4	2.7	1.4	0.7	2.7
เครื่องใช้ไฟฟ้า	64.0	16.0	7.1	1.3	20.0	2.7	1.3	1.3	3.3
คอมพิวเตอร์	47.9	16.4	2.1	2.7	11.6	15.8	0.7	1.4	1.4
เทป/CD/VCD/DVD/MP3 และอื่นๆ	46.0	20.7	2.7	7.2	2.0	13.3	2.7	2.7	2.7

จากตาราง 19 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นมากที่สุด 3 อันดับแรก มีดังนี้

1.ของใช้ส่วนตัว พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ คุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 61.1 อันดับสอง คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ22.8 และอันดับสาม คือ สะดวกในการซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

2.เสื้อผ้า พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 46.7 อันดับสอง คือ คุณภาพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 28.0 และอันดับสาม คือ สะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

3.เครื่องสำอาง พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ คุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 53.3 อันดับสอง คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ19.3 และอันดับสาม คือ สะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

4. หนังสือตำราและอุปกรณ์การเรียน พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ คุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 53.3 อันดับสอง คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 19.3 และอันดับสาม คือ สะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

5.อุปกรณ์สื่อสาร พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ คุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 42.1 อันดับสอง คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 17.9 และอันดับสาม คือ การบริการที่ดี คิดเป็นร้อยละ 12.4 ตามลำดับ

6.ร้านอาหารfastfood พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ คุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 33.1 อันดับสอง คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 29.1 และอันดับสาม คือ สะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 16.9 ตามลำดับ

7.ชมภาพยนตร์ พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ คุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 47.9 อันดับสอง คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 16.4 และอันดับสาม คือ การโฆษณาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

8.เครื่องใช้ไฟฟ้า พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ คุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 64.0 อันดับสอง คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอันดับสาม คือ ยี่ห้อของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

9.คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ คุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 49.0 อันดับสอง คือ การบริการที่ดี คิดเป็นร้อยละ 15.0 และอันดับสาม คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

10.เทป/CD/VCD/DVD/MP3 และอื่นๆ พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นส่วนใหญ่ คือ คุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 46.0 อันดับสอง คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 20.7 และอันดับสาม คือ การโฆษณาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตาราง 20 ร้อยละของการส่งเสริมการขายที่วัยรุ่นชื่นชอบมากที่สุด

	การลดราคาสินค้า/บริการ	การแจกสินค้าตัวอย่าง	การให้เปลี่ยนสินค้าใหม่ได้/ยินดีคืนเงิน	แจกของแถม	จัดรายการชิงโชคจากการซื้อสินค้า/บริการ	อื่นๆ
ของใช้ส่วนตัว	55.7	21.5	11.4	4.7	4.7	2.0
เสื้อผ้า	75.2	-	20.1	0.7	2.0	2.0
เครื่องสำอาง	36.0	29.3	20.7	4.0	2.0	8.0
หนังสือตำรา	63.8	7.4	17.4	1.3	0.7	9.4
อุปกรณ์สื่อสาร	52.7	1.4	22.6	9.6	6.9	6.8
ร้านอาหาร fastfood	73.5	3.4	7.5	2.0	9.5	4.1
ภาพยนตร์	62.7	4.9	3.5	9.9	13.4	5.6
เครื่องใช้ไฟฟ้า	59.3	4.0	20.7	7.3	5.4	3.3
คอมพิวเตอร์	51.0	2.7	18.4	12.9	5.5	9.5
เทป/CD/VCD/ DVD/MP3 และอื่นๆ	62.4	7.4	11.4	10.7	5.4	2.7

จากตาราง 20 แสดงการส่งเสริมการขายที่วัยรุ่นชื่นชอบมากที่สุด3 อันดับแรก มีดังนี้

1.ของใช้ส่วนตัว พบว่า การส่งเสริมการขายอันดับแรกที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การลดราคาสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 55.7 อันดับสอง คือ การแจกสินค้าตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 21.5 และอันดับสาม คือ การให้เปลี่ยนสินค้าใหม่ได้/ยินดีคืนเงิน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ตามลำดับ

2.เสื้อผ้า พบว่า การส่งเสริมการขายอันดับแรกที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การลดราคาสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 75.2 อันดับสอง คือ การให้เปลี่ยนสินค้าใหม่ได้/ยินดีคืนเงิน คิดเป็นร้อยละ 20.1 และอันดับสาม คือ จัดรายการชิงโชคจากการซื้อสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

3.เครื่องสำอาง พบว่า การส่งเสริมการขายอันดับแรกที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การลดราคาสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 36.0 อันดับสอง คือ การแจกสินค้าตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.3 และอันดับสาม คือ การให้เปลี่ยนสินค้าใหม่ได้/ยินดีคืนเงิน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ตามลำดับ

4. หนังสือตำราและอุปกรณ์การเรียน พบว่า การส่งเสริมการขายอันดับแรกที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การลดราคาสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 63.8 อันดับสอง คือ การให้เปลี่ยนสินค้า

ใหม่ได้/ยินดีคืนเงิน คิดเป็นร้อยละ 17.4 และอันดับสาม คือ การแจกสินค้าตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

5.อุปกรณ์สื่อสาร พบว่า การส่งเสริมการขายอันดับแรกที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การลดราคาสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 52.7 อันดับสอง คือ การให้เปลี่ยนสินค้าใหม่ได้/ยินดีคืนเงิน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และอันดับสาม คือ แจกของแถม คิดเป็นร้อยละ 9.6 ตามลำดับ

6.ร้านอาหารfastfood พบว่า การส่งเสริมการขายอันดับแรกที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การลดราคาสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 73.5 อันดับสอง คือ จัดรายการชิงโชคจากการซื้อสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอันดับสาม คือ การให้เปลี่ยนสินค้าใหม่ได้/ยินดีคืนเงิน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

7.ชมภาพยนตร์ พบว่า การส่งเสริมการขายอันดับแรกที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การลดราคาสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 62.7 อันดับสอง คือ จัดรายการชิงโชคจากการซื้อสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 13.4 และอันดับสาม คือ แจกของแถม คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

8.เครื่องใช้ไฟฟ้า พบว่า การส่งเสริมการขายอันดับแรกที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การลดราคาสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 59.3 อันดับสอง คือ การให้เปลี่ยนสินค้าใหม่ได้/ยินดีคืนเงิน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และอันดับสาม คือ แจกของแถม คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

9.คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต พบว่า การส่งเสริมการขายอันดับแรกที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การลดราคาสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 51.0 อันดับสอง คือ การให้เปลี่ยนสินค้าใหม่ได้/ยินดีคืนเงิน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และอันดับสาม คือ แจกของแถม คิดเป็นร้อยละ 12.9 ตามลำดับ

10.เทป/CD/VCD/DVD/MP3 และอื่นๆ พบว่า การส่งเสริมการขายอันดับแรกที่วัยรุ่นส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การลดราคาสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 62.4 อันดับสอง คือ การให้เปลี่ยนสินค้าใหม่ได้/ยินดีคืนเงิน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และอันดับสาม คือ แจกของแถม คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

2.7 หมวดกิจกรรมหรืองานอดิเรก

ตาราง 21 ร้อยละของความถี่ของกิจกรรมหรืองานอดิเรกแต่ละประเภทที่วัยรุ่นทำในยามว่างใน 1 เดือน

กิจกรรมหรืองานอดิเรก	อยู่กับเพื่อนหรือไม่		บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย
	อยู่	ไม่อยู่					
ดูโทรทัศน์	53.7	46.3	42.0	34.0	17.3	6.0	0.7
ฟังเพลง	50.3	49.7	34.2	43.0	12.8	8.1	2.0
อ่านหนังสือ	34.0	66.0	14.9	37.2	29.7	18.2	-
เล่นเกมส์	64.7	35.3	16.0	20.7	18.7	26.7	18.0
ชมภาพยนตร์	86.9	13.1	10.1	20.1	38.9	28.9	2.0
ชอปปิ้ง	85.4	14.6	16.1	26.7	31.3	22.7	2.7
เล่นกีฬา,ออกกำลังกาย	85.4	14.6	17.4	31.5	29.5	19.5	2.0
เล่นอินเตอร์เน็ต	54.5	45.5	11.4	19.5	26.2	28.2	14.8
ท่องเที่ยว	92.4	7.6	8.1	36.9	31.5	22.8	0.7
เสริมสวย	29.2	70.8	2.7	6.8	27.0	46.6	16.9
ทานอาหารนอกบ้าน	75.7	24.3	11.6	32.7	29.3	24.5	2.0

จากตาราง 21 แสดงกิจกรรมหรืองานอดิเรกแต่ละประเภทที่วัยรุ่นที่อยู่กับเพื่อนส่วนใหญ่ทำในยามว่างใน 1 เดือน 3 อันดับแรก มีดังนี้ อันดับแรก คือ การท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 92.4 อันดับสอง คือ ชมภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 86.9 และอันดับสาม คือ การชอปปิ้งและการเล่นกีฬา/ออกกำลังกาย เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 85.4 โดยกิจกรรมหรืองานอดิเรกที่วัยรุ่นทำในยามว่างบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก มีดังนี้ อันดับแรก คือ การดูโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 42.0 อันดับสอง คือ การฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 34.2 และอันดับสาม คือ การเล่นกีฬา/ออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 17.4 ตามลำดับ

2.8 หมวดค่าใช้จ่าย

ตาราง 22 สัดส่วนการใช้จ่ายเงินโดยประมาณต่อเดือนของวัยรุ่น

รายการใช้จ่าย	สัดส่วน(%)
รับประทานอาหาร	35.0
ค่าที่พัก	12.0
ของใช้ส่วนตัว	6.0
เสื้อผ้า, เครื่องสำอาง, เครื่องประดับ	10.0
เสริมความงามและการดูแลรักษาสุขภาพ	1.5
บันเทิง	6.0
ค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร	1.0
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	7.5
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษา	3.5
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	2.5
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	15.0
รวม	100.0

จากตาราง 22 พบว่าการใช้จ่ายเงินโดยประมาณต่อเดือนของวัยรุ่นส่วนใหญ่ 3 อันดับแรก คือ รับประทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 35 อันดับสอง คือ ค่าใช้จ่ายอื่นๆเช่น การท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 15 และอันดับสาม คือ ค่าที่พัก คิดเป็นร้อยละ 12 และการใช้จ่ายเงินโดยประมาณต่อเดือนของวัยรุ่น 3 อันดับสุดท้าย คือ ค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 1 อันดับสอง คือ เสริมความงามและการดูแลรักษาสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 1.5 และอันดับสาม คือ ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ