



**การศึกษาพฤติกรรมการรับชม Short form contents ของ กลุ่มนิสิตระดับปริญญาตรี  
ชั้นปีที่ 2 ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**

**จัดทำโดย**

นายกิตติชนม์ ชาวนาวิก	6731305421
นายกิตติเชษฐ์ อารยะสุจินต์	6732005321
นายจิรภัทร ไชยยา	6732007621
นายนิรวิทย์ จงประสาธน์สุข	6732022021
นายปิติวรรณ กิตติวิมลชัย	6732023621
นายพศิน ธัญญกลีกล	6732025921
นายพัสกร ยิ่งมาก	6732029421
นายพีรวัส พิบูลย์วรกุล	6732033921
นายวชิรภัทร อินทรชาติ	6732037421
นายอชิระ อังสุมาล	6732041921

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสถิติสำหรับวิทยาศาสตร์กายภาพ  
รหัสวิชา 2603284 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568  
คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

สารบัญ	2
กรอบแนวคิดและแบบสอบถาม	12
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	16
สรุปผลและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์	17

## แผนการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาพฤติกรรมการรับชม Short form contents ของนิสิตชั้นปี 2 ระดับปริญญาตรี ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา สถิติเพื่อวิทยาศาสตร์กายภาพ (Statistics for Physical Science) (2603284) ตอนเรียนที่ 1 ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2568

### ระเบียบวิธีการสำรวจ

- **ประชากร** คือกลุ่มของนิสิตชั้นปี 2 ระดับปริญญาตรี ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา สถิติเพื่อวิทยาศาสตร์กายภาพ (Statistics for Physical Science) (2603284) ตอนเรียนที่ 1 ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2568 จำนวน 131 คน
- **ตัวอย่าง** คือกลุ่มของนิสิตชั้นปี 2 ระดับปริญญาตรี ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา สถิติเพื่อวิทยาศาสตร์กายภาพ (Statistics for Physical Science) (2603284) ตอนเรียนที่ 1 ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2568 ที่ถูกเลือกมาเป็นตัวแทนประชากร
- **หน่วยศึกษา** คือกลุ่มของนิสิตชั้นปี 2 ระดับปริญญาตรี ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา สถิติเพื่อวิทยาศาสตร์กายภาพ (Statistics for Physical Science) (2603284) ตอนเรียนที่ 1 ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2568
- **บัญชีรายชื่อประชากร** คือ รายชื่อนิสิตชั้นปี 2 ระดับปริญญาตรี ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา สถิติเพื่อวิทยาศาสตร์กายภาพ (Statistics for Physical Science) (2603284) ตอนเรียนที่ 1 ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2568 จำนวน 131 รายชื่อ ตั้งแต่หมายเลข 1 ถึงหมายเลข 131
- **วิธีการสุ่มตัวอย่าง** คือวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)
- **ขนาดตัวอย่าง** ใช้การคำนวณจากตาราง Taro Yamane เป็นขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่ทำให้ความแตกต่าง ระหว่างสัดส่วนนิสิตที่เคยรับชม Short form contents คลาดเคลื่อนจากค่าร้อยละของประชากรไม่เกิน 7% ด้วยความเชื่อมั่น 95%  
คำนวณจากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{131}{1 + (131)(0.07)^2} = 79.79 \text{ หรือประมาณ } 80 \text{ คน}$$

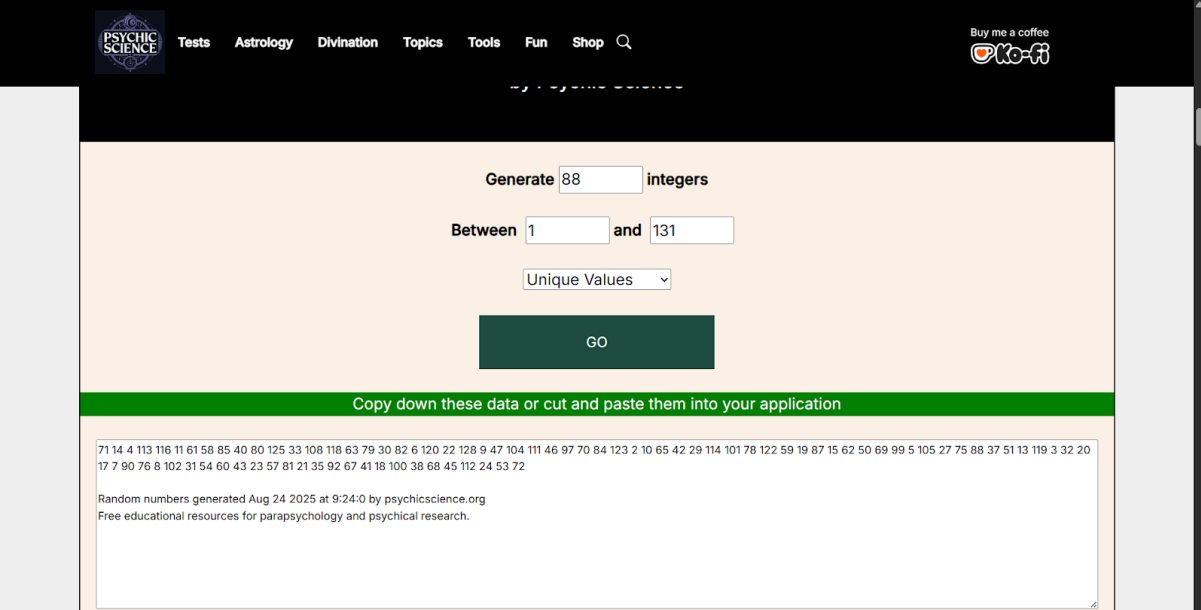
ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่ได้จากการคำนวณ คือ 80 คน และมีการปรับขนาดตัวอย่างเพิ่มอีก 10% (เนื่องจากอาจเกิดปัญหาการไม่ร่วมมือในการตอบแบบสำรวจ)

**ดังนั้นขนาดตัวอย่างรวมจึงเป็น 88 คน**

- ใช้คอมพิวเตอร์ (เว็บไซต์ <https://psychicscience.org/random>) สุ่มหมายเลขจำนวน 88 หมายเลข จากหมายเลข 1 ถึง 131 โดยกำหนดให้สุ่มเลขได้ไม่ซ้ำกัน
- ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนิสิตที่เป็นตัวอย่าง ตามหมายเลขที่ได้ จนครบ 88 คน

## ผลการสุ่มตัวอย่าง

สุ่มตัวอย่างเมื่อวันอาทิตย์ที่ 24 สิงหาคม 2568 เวลา 09:24 น.



The screenshot shows the Psychicscience.org website's random number generator. The interface is dark-themed with a black header. The main content area is light orange. It features input fields for 'Generate 88 integers', 'Between 1 and 131', and a dropdown for 'Unique Values'. A green 'GO' button is below these fields. A green banner with white text says 'Copy down these data or cut and paste them into your application'. Below the banner, a text box contains a long list of 88 random integers. At the bottom, a small text box states: 'Random numbers generated Aug 24 2025 at 9:24:0 by psychicscience.org. Free educational resources for parapsychology and psychical research.'

Generate 88 integers

Between 1 and 131

Unique Values

GO

Copy down these data or cut and paste them into your application

71 14 4 113 116 11 61 58 85 40 80 125 33 108 118 63 79 30 82 6 120 22 128 9 47 104 111 46 97 70 84 123 2 10 65 42 29 114 101 78 122 59 19 87 15 62 50 69 99 5 105 27 75 88 37 51 13 119 3 32 20 17 7 90 76 8 102 31 54 60 43 23 57 81 21 35 92 67 41 18 100 38 68 45 112 24 53 72

Random numbers generated Aug 24 2025 at 9:24:0 by psychicscience.org  
Free educational resources for parapsychology and psychical research.

สุ่มได้เลขที่ตามบัญชีรายชื่อ ได้แก่

2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 29, 30, 31, 32, 33, 35,  
37, 38, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 47, 50, 51, 53, 54, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 67, 68,  
69, 70, 71, 72, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 87, 88, 90, 92, 97, 99, 100, 101, 102,  
104, 105, 108, 111, 112, 113, 114, 116, 118, 119, 120, 122, 123, 125, 128

## บัญชีรายชื่อประชากรและตัวอย่าง

รายชื่อผลิตชั้นปี 2 ระดับปริญญาตรี ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา สถิติเพื่อวิทยาศาสตร์กายภาพ (Statistics for Physical Science) (2603284) ตอนเรียนที่ 1 ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2568 จำนวน 131 รายชื่อ

โดยตัวอย่างที่สุ่มได้จะถูกเน้นด้วย สีเหลือง

ลำดับ	เลขประจำตัวนิสิต	ชื่อ-นามสกุล
1	6530186721	นายธปนิยะ โอดมั่ง
2	6530362821	นายวฤทธิ์ ศรีสุพรรณทอง
3	6530414821	นายสิริวิชญ์ ทองอ่อน
4	6730007221	นายกรภัทร ภูักิติรัตน์
5	6730023221	นายกษิด์เดช อ้วนศรีสกุล
6	6730024921	นายกษิดิศ ฉัตรทอง
7	6730025521	นายกษิตส ศรีทองสุข
8	6730036421	นายกันตินันท์ สุจริตกุล
9	6730040921	นายกิตติโชติ อวยพรชัยกุล
10	6730051821	นางสาวเก๋กัญญา กอเกิดพานิชย์
11	6730054721	นายชัตติยะ วิริยะเกียรติพงศ์
12	6730057621	นายศรีษฐ ธนะวันต์
13	6730063321	นายจอมพล ตรงพานิชย์
14	6730149721	นายณัฐ ศิลประเสริฐ
15	6730155421	นายณัฐกิตติ์ โทซาริ
16	6730165721	นายณัฐภัทร ดำเนินยุทธ

17	6730198421	นายธนกฤต เลิศศิริลัดดา
18	6730200021	นายธนโชติ จิระวรานันท์
19	6730225721	นายธรรนท พวงเพ็ชร
20	6730243021	นายธีมากร หลักคำ
21	6730249821	นายธีรภัทร จินะณรงค์
22	6730262921	นางสาวนภัส รัตนปัญญากร
23	6730265821	นางสาวนพร หอมจันทร์ดี
24	6730276721	นายบุญพจน์ ธีรทัศนานนท์
25	6730289921	นายประวันวิทย์ พิมพัสวัสดิ์
26	6730334421	นางสาวพชรกมล วัฒนศิริ
27	6730356221	นางสาวพอฤทัย ชินกาญจนโรจน์
28	6730363621	นายพัทธกรณ์ อมรศุภรัตน์
29	6730368821	นายพารมี พีรภาพ
30	6730375121	นางสาวพินนารายณ์ กันตะกนิษฐ์
31	6730379721	นายพิสิฐพงศ์ ดวงแก้ว
32	6730383121	นายพีรพัฒน์ วุฒิเลิศเจริญวงศ์
33	6730407621	นายภัทรภูมิ จำเริญสุข
34	6730434521	นายเมธวิน กาญจนรัตน์
35	6730444821	นายรวิกร เทียนสันต์
36	6730479821	นายวิริทธิ์พล จงเพิ่มวัฒนะผล
37	6730480321	นายวีรภัทร ปลาถัดทอง
38	6730489021	นายศรัณย์ภัทร ผิวสวยคำ

39	6730493521	นายศุภศ สวนพลอย
40	6730508321	นายศุภณัฐ ภู่วิภาดาพรรค
41	6730509021	นายศุภณัฐ สุวรรณรัตน์
42	6730512821	นายศุภวิชญ์ ณ กลาง
43	6730514021	นายศุภวิชญ์ ศรีสุริยาพัฒน์กุล
44	6730542621	นายสุกฤษฎี นันทสกุลวิโรจน์
45	6730555821	นายโสภณัฐ ไชยชิด
46	6731301921	นางสาวกชกร สีฉาย
47	6731303121	นายกัญจน์วิชัย มั่นศักดิ์
48	6731304821	นายกันตภณ พุทธประทานพร
49	6731305421	นายกิตติชนม์ ชาวนาวิก
50	6731306021	นายเกียรติกร สมุทรวิน
51	6731307721	นางสาวจิรัชยา เนียมหลวง
52	6731308321	นายเจริญชัย เพียรพาณิชย์พร
53	6731309021	นายชนะศึก ไชยศร
54	6731310521	นายชานน ภิญโญธรรมโนทัย
55	6731311121	นายชิน สังข์วิเศษ
56	6731312831	นายโชติวัต ศิลารักษ์
57	6731313421	นายญาณภัทร ฉัตรโกศลกุล
58	6731314021	นายณรงค์วิธ เบ็ญจลักษณ์
59	6731315721	นายณัฐกร เยี่ยงยงพันธุ์
60	6731316321	นายณัฐพงศ์ จินดา

61	6731317021	นายณัฐวัฒน์ กิระวิทยา
62	6731318621	นายต้นปี รุ่งคุณากิจ
63	6731319221	นายธนกฤต เชาว์ชนพันธ์
64	6731320821	นายธนกฤต นิรนาท
65	6731321421	นายธนกฤต บรรลุประสงค์
66	6731322021	นายธนกฤต รุ่งธนาภิรมย์
67	6731323721	นายธนกฤต วีรผาติวัฒน์
68	6731324321	นายธนต์ ตรีจรัสกุล
69	6731325021	นายธีรภาส อภินันท์กุล
70	6731326621	นายธีรรัตน์ สุขน้ำคำ
71	6731327221	นายพนพนดนัย พงษ์พิละ
72	6731328921	นายณเมศร์ พิทยจำรัส
73	6731329521	นายนิติธร รัตนเดช
74	6731330021	นายนิติภูมิ พันสายออ
75	6731331721	นายปานัส ห่อชัชวาลกุล
76	6731332321	นายบุญณวิศว์ สุภาวสุวัตร
77	6731333021	นายเปรมปิติ ตันติพูล
78	6731334621	นางสาวพรพนิต กิ่งจงเจริญสุข
79	6731335221	นายพรหมพิริยะ มินบำรุง
80	6731336921	นายพลกฤต ลูกยี่
81	6731337521	นายพลช เจริญวนนิชชากร
82	6731338121	นางสาวกুমวารี พิพิธสุขสันต์



83	6731339821	นายภู อนันตวรสกุล
84	6731340321	นายภูริณัฐ ภารแผ้ว
85	6731341021	นายภูศร งามแสนเลิศ
86	6731342621	นายมรรค สโพธิ์ชัย
87	6731344921	นางสาวรวีวรรณ นิยมกุลสิทธิ์
88	6731345521	นายรหัท นพนิราพาธ
89	6731346121	นายวงศ์ฉัตร เกิดวิชัย
90	6731347821	นางสาววรวลัญช์ สมัย
91	6731348421	นายวราเมธ ลิ้มพานิช
92	6731349021	นายวัทธิกร หนองน้ำขาว
93	6731350621	นายศรชนม์ ศรีชูนิม
94	6731351221	นายศรัณยพงศ์ วงศ์รินทราเมธี
95	6731352921	นายคัจกร หิรัญวิภาส
96	6731353521	นางสาวศิริภัสสร รัชสุธาภาณุจน์
97	6731354121	นายศิวาพัชร ลิขิตธนพงศ์
98	6731355821	นายศุภวิชญ์ กาลิกา
99	6731356421	นายสรวิชญ์ หนูทวี
100	6731357021	นายสรวิชญ์ พุ่มสีทอง
101	6731358721	นายสิทธิธา ซาลี
102	6731359321	นางสาวสินันท์ วิริยะกุลนันท์
103	6731360921	นายสิริวิชญ์ แก้วเพ็ง
104	6731361521	นายสิริวิชญ์ ส่องจันทร์

105	6731362121	นายสุกฤษฎี กาญจกระสัง
106	6731363821	นายสุกฤษฎี สุวานิชวงศ์
107	6731364421	นายสุวิระ ภัทรุฒินันท์
108	6731365021	นายอรรถ สุธธินมงคล
109	6732001821	นายกฤตรัฐ มุลมณี
110	6732002421	นายก้องกิดากร แก้วกำเหนิดพงษ์
111	6732004721	นายกันต์ ศรีศุภกร
112	6732005321	นายกิตติเชษฐ์ อารยะสุจินต์
113	6732007621	นายจิรภัทร ไชยยา
114	6732008221	นายชญาส พันธรัตน์นันท
115	6732010421	นายณธวัฒน์ วัฒนรพีพงศ์
116	6732012721	นายณัฐดนัย หิรัญย์สิริกุล
117	6732015621	นางสาวธิดา ถมนาม
118	6732017921	นายธีรโชติ เกิดลาภอนันต์
119	6732019121	นายณนฐกร ไกรรวีโรจ
120	6732020721	นายพนทพัทธ์ ศรีบุญเรือง
121	6732022021	นายนิรวิทย์ จงประสาธน์สุข
122	6732023621	นายปติวรธรณ์ กิตติวิมลชัย
123	6732025921	นายพศิน ธัญญกุลสิกล
124	6732026521	นายพสธร จินดาวงศ์
125	6732027121	นายพันธกานต์ เทพนคร
126	6732028821	นายพันธวิศ มะสัน

127	6732029421	นายพัสกร ยิ่งมาก
128	6732031621	นายพีรณัฐ แวดล้อม
129	6732033921	นายพีรวัส พิบูลย์วรกุล
130	6732037421	นายวชิรภัทร อินทรชาติ
131	6732041921	นายอชิระ อังสุมาล

## กรอบแนวคิดและแบบสอบถาม

### กรอบแนวคิดการศึกษา

ตัวแปรอิสระ1 : ลักษณะบุคคล

1. เพศ (C2)
2. สถานะความสัมพันธ์ (C2)
3. รูปแบบที่พักอาศัย (C5)
4. จำนวนผู้พักอาศัย (N)
5. เกรดเฉลี่ย (GPAX) (N)
6. การเดินทางมาคณะวิศวกรรมศาสตร์ (C9)
7. ระยะเวลาเดินทางไปมหาวิทยาลัย (C5)



ตัวแปรตาม : การศึกษาพฤติกรรมการรับชม Short form contents

1. ในช่วงเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ได้รับชม Short form contents หรือไม่ (C2)
2. แอปพลิเคชันที่เลือกในการรับชม contents (C5)
3. เวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย รวมทุกแอปพลิเคชัน (N)
4. จำนวนวันที่รับชมในหนึ่งสัปดาห์ (C5)
5. ช่วงเวลาที่รับชมเนื้อหา (C7)
6. เหตุผลในการรับชม (C6)
7. ประเภทของคอนเทนต์ที่ชื่นชอบ (C15)
8. ความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชม (N)
9. พฤติกรรมการเลื่อนผ่านคลิป (C3)
10. ปฏิสัมพันธ์หลังดู (C5)
11. รูปแบบการฟังเสียงขณะรับชมที่ทำบ่อยที่สุดในที่สาธารณะ (C3)
12. อิริยาบถขณะรับชมที่ทำบ่อยที่สุด (C5)

**แบบสำรวจพฤติกรรมกำรรับชม Short form contents  
ของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2  
คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในภาคเรียนที่ 1  
ปีการศึกษา 2568**

ชื่อเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมกำรรับชม Short form contents

คำชี้แจง : โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบ (1) พฤติกรรมกำรรับชมคอนเทนต์แบบสั้น (Short-form) ของนิสิตปี 2 จุฬำฯ ในมิติด้ำนแพลตฟอร์ม เวลา และรูปแบบกำรใช้งาน และ (2) ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับรูปแบบ/ควำมถี่กำรรับชมดังกล่าว ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นควำมลับ นำเสนอในภาพรวมเท่านั้น ไม่ระบุตัวตน ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถข้ามคำถามที่ไม่สะดวกใจ และยุติกำรตอบได้ทุกเมื่อ การตอบแบบสอบถามนี้ถือว่า ยินยอม ให้ใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ

ผู้วิจัย: นายพีรวัส พิบูลย์วรกุล และคณะผู้วิจัยภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ส่วนที่ 1: ข้อมูลลักษณะทั่วไป

คำชี้แจง: โปรดกรอกตัวเลขหรือเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศกำเนิด (ตามบัตรประชาชน)
  - ☐ ชาย
  - ☐ หญิง
2. สถานะความสัมพันธ์
  - ☐ โสด
  - ☐ มีแฟน/คนคุย
3. รูปแบบที่พักอาศัย
  - ☐ บ้านหรือคอนโดหรือที่พัก ที่ไม่อยู่ในลักษณะเช่าอาศัย (อยู่คนเดียว/กับครอบครัว/กับญาติ)
  - ☐ หอใน (หอพักน้ดศึกษาในมหาวิทยาลัย)
  - ☐ หอนอก (หอพักเอกชน)
  - ☐ เช่าอาศัย ที่ไม่ได้อยู่ในรูปหอในและหอนอก
  - ☐ อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_
4. จำนวนผู้พักอาศัยรวมกัน (รวมตัวเอง): \_\_\_\_\_ คน
5. เกรดเฉลี่ยปัจจุบัน (GPAX) : \_\_\_\_\_
6. วิธีการเดินทางหลักมาคณะวิศวกรรมศาสตร์ (ตอบได้ 1 ข้อเท่านั้น)
  - ☐ เดิน
  - ☐ ปั่นจักรยาน
  - ☐ CU-Popbus
  - ☐ วินมอเตอร์ไซด์
  - ☐ BTS
  - ☐ MRT

- ☐ รถส่วนตัว
- ☐ นั่งเรือ
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

7. ระยะเวลาเดินทางไปมหาวิทยาลัย (จากที่พักอาศัยไปมหาวิทยาลัย)

- ☐ 0-15 นาที
- ☐ 16-30 นาที
- ☐ 31-45 นาที
- ☐ 46-60 นาที
- ☐ มากกว่า 60 นาที

## ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการรับชม Short form contents

1. ในช่วงเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ได้รับชม Short form contents หรือไม่
  - ☐ เคย (ทำต่อ)
  - ☐ ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)
2. แอปพลิเคชันที่เลือกในการรับชม contents ที่ใช้บ่อยที่สุด
  - ☐ Youtube
  - ☐ Instagram
  - ☐ TikTok
  - ☐ Facebook
  - ☐ อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_
3. เวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย รวมทุกแอปพลิเคชัน : \_\_\_\_\_ ชั่วโมง
4. จำนวนวันที่รับชมในหนึ่งสัปดาห์
  - ☐ ทุกวัน
  - ☐ 5-6 วัน
  - ☐ 3-4 วัน
  - ☐ 1-2 วัน
  - ☐ นาน ๆ ทีครั้ง
5. ช่วงเวลาที่รับชมเนื้อหาบ่อยที่สุด
  - ☐ 7:00 - 9:59 น.
  - ☐ 10:00 - 12:59 น.
  - ☐ 13:00 - 15:59 น.
  - ☐ 16:00 - 18:59 น.
  - ☐ 19:00 - 21:59 น.
  - ☐ 22:00 - 0:59 น.
  - ☐ 1:00 น. - 6:59 น.
6. เหตุผลหลักในการรับชม
  - ☐ เพื่อฆ่าเวลาหรือหลีกเลี่ยงบทสนทนา
  - ☐ เพื่อความบันเทิง
  - ☐ เพื่อความผ่อนคลาย

- ☐ เพื่อเลียนแบบเทรนด์
- ☐ เพื่อติดตามข่าวสาร
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

7. ประเภทของคอนเทนต์ที่ชื่นชอบที่สุด

- ☐ คลิปสอน/วิธีทำต่างๆ (เช่น เมคอัพ, DIY)
- ☐ รีวิวหรือแนะนำสินค้า (แสดงคุณสมบัติ, ประโยชน์, วิธีใช้)
- ☐ คอนเทนต์ให้ความรู้ (เคล็ดลับ, คำแนะนำ, ข้อมูลในหัวข้อเฉพาะ)
- ☐ เบื้องหลังการทำงานหรือชีวิตประจำวัน (Behind the Scenes)
- ☐ เล่าเรื่อง/มินิวล็อก (Storytelling / Mini Vlog / IRL)
- ☐ คลิปเปรียบเทียบก่อนและหลัง (Before & After)
- ☐ คลิปแสดงความเห็นหรือรีแอคต่อกระแส (Reaction / Commentary)
- ☐ คอนเทนต์สร้างแรงบันดาลใจหรือให้กำลังใจ (Motivational / Inspirational)
- ☐ เข้าร่วมชาเลนจ์หรือสร้างชาเลนจ์เอง (Challenge Participation)
- ☐ สัมภาษณ์คนในที่สาธารณะ เช่น สยาม (Street Interview)
- ☐ คลิปตลก (Meme / Funny)
- ☐ ไฮไลต์เกม (Game Highlight)
- ☐ อาหาร (Food related content)
- ☐ สัตว์โลกน่ารัก เช่น สุนัข แมว (Animal Contents)
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

8. ความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชม : \_\_\_\_\_ วินาที

9. พฤติกรรมการเลื่อนผ่านคลิปที่ทำบ่อยที่สุด

- ☐ ดูคลิปเดิมซ้ำ
- ☐ เลื่อน ๆ ผ่าน ๆ
- ☐ ตั้งใจดูจนจบ

10. ปฏิสัมพันธ์หลังดูที่ทำบ่อยที่สุด

- ☐ ไม่มี
- ☐ กดไลค์
- ☐ รีโพสท์
- ☐ คอมเมนต์
- ☐ ส่งให้คนอื่นดู

11. รูปแบบการฟังเสียงขณะรับชมที่ทำบ่อยที่สุดในที่สาธารณะ

- ☐ เปิดลำโพง
- ☐ ใส่หูฟัง
- ☐ ปิดเสียง

12. อิริยาบถขณะรับชมที่ทำบ่อยที่สุดขณะรับชม

- ☐ นั่ง
- ☐ นอน
- ☐ ยืน
- ☐ เดิน
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมการรับชม Short form contents ของ กลุ่มนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2 ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา สถิติเพื่อวิทยาศาสตร์กายภาพ (Statistics for Physical Science) (2603284) ตอนเรียนที่ 1 ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2568 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ขนาดตัวอย่าง 88 คน ซึ่งมีผู้ตอบแบบสำรวจ 80 คน (อัตราการตอบกลับเมื่อเทียบกับขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ 80 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ) เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2568 ถึง 16 กันยายน พ.ศ. 2568

### ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะบุคคล

#### 1. เพศกำเนิด (ตามบัตรประชาชน)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	68	85.0
หญิง	12	15.0
รวม	80	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบเพศกำเนิดได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 1** ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 85 รองลงมาเป็นเพศหญิงร้อยละ 15 เนื่องจากเพศชายมีสัดส่วนมากกว่าเพศหญิง ดังนั้นผลการสำรวจจึงอาจเอียงเอนไปเพศชาย ภาพรวมตัวอย่าง เป็นเพศชาย

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

เพศกำเนิด (ตามบัตรประชาชน)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ชาย	68	85.0%	85.0%	85.0%
หญิง	12	15.0%	15.0%	100.0%
Total	80	100.0%		



## 2. สถานะความสัมพันธ์

สถานะ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	57	71.3
มีแฟน/คนคุย	23	28.7
รวม	80	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบสถานะความสัมพันธ์ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 2** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 71.3 มีสถานะความสัมพันธ์เป็นโสด รองลงมาร้อยละ 28.7 มีสถานะความสัมพันธ์เป็นมีแฟน/คนคุย ภาพรวมตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานะความสัมพันธ์เป็นโสด (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

สถานะความสัมพันธ์

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โสด	57	71.3%	71.3%	71.3%
มีแฟน/คนคุย	23	28.7%	28.7%	100.0%
Total	80	100.0%		

## 3. รูปแบบที่พักอาศัย

สถานะ	จำนวน	ร้อยละ
หอนอก (หอพักเอกชน)	19	23.8
บ้านหรือคอนโดหรือที่พักที่ไม่อยู่ในลักษณะเช่าอาศัย (อยู่คนเดียว/กับครอบครัว/กับญาติ)	46	57.5
เช่าอาศัย ที่ไม่ได้อยู่ในรูปหอในและหอนอก	8	10.0
หอใน (หอพักนักศึกษาในมหาวิทยาลัย)	7	8.8
รวม	80	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบรูปแบบที่พักอาศัยได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 3** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 57.5 มีรูปแบบที่พักอาศัยเป็นบ้านหรือคอนโดหรือที่พักที่ไม่อยู่ในลักษณะเช่าอาศัย รองลงมา มีรูปแบบที่พักอาศัยเป็นหอพัก ร้อยละ 23.8 ถัดมา มีรูปแบบที่พักอาศัยเป็นเช่าอาศัยที่ไม่ได้อยู่ในรูปหอพักและหอพัก ร้อยละ 10.0 และสุดท้าย มีรูปแบบที่พักอาศัยเป็นหอพัก ร้อยละ 8.8 ภาพรวมตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบที่พักอาศัยเป็นบ้านหรือคอนโดหรือที่พักที่ไม่อยู่ในลักษณะเช่าอาศัย (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

**รูปแบบที่พักอาศัย**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid หอนอก (หอพักเอกชน)	19	23.8%	23.8%	23.8%
บ้านหรือคอนโดหรือที่พักที่ไม่อยู่ในลักษณะเช่าอาศัย (อยู่คนเดียว/- กับครอบครัว/- กับญาติ)	46	57.5%	57.5%	81.3%
เช่าอาศัยที่ไม่ได้อยู่ในรูปหอพัก	8	10.0%	10.0%	91.3%
หอพัก (หอพักนักศึกษาในมหาวิทยาลัย)	7	8.8%	8.8%	100.0%
Total	80	100.0%		

#### 4. จำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน (รวมตัวเอง):

จำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน (รวมตัวเอง)	
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	80
ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง	2.8
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าเฉลี่ยตัวอย่าง	0.184
ค่ามัธยฐาน	2.00
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.649
ค่าสัมประสิทธิ์ความเบ้ตัวอย่าง	0.902
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ความเบ้ตัวอย่าง	0.269
ค่าสัมประสิทธิ์ความโด่งตัวอย่าง	1.042
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ความโด่งตัวอย่าง	0.532
ค่าต่ำสุด	1
ค่าสูงสุด	9
ค่าควอไทล์ที่ 1 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 25)	1
ค่าควอไทล์ที่ 2 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 50)	2
ค่าควอไทล์ที่ 3 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 75)	4

**จากตาราง 4** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 80 คน มีค่าเฉลี่ยจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกันเป็น 2.8 คน มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็น 1.649 คน คิดเป็นร้อยละ 58.89 ของค่าเฉลี่ยตัวอย่าง สะท้อนข้อมูล จำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน มีการกระจายในระดับปานกลาง การอธิบายค่ากลางของจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกันสามารถใช้ค่าเฉลี่ยจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกันจากตัวอย่างได้ และค่าเฉลี่ยจากตัวอย่างมีความคลาดเคลื่อนต่างจากประชากร 0.184 คน

ค่ากลางของจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกันที่อธิบายด้วยมัธยฐาน คือ 2 คน ค่าต่ำสุดของจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกันคือ 1 คน และสูงสุด 9 คน 25% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกันไม่เกิน 1 คน และ 25% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน 4 คนขึ้นไป

ค่าสัมประสิทธิ์ความเบ้ของตัวอย่าง 0.902 อยู่ในเกณฑ์ (-1, +1) ถือว่า จำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน มีลักษณะไม่เบ้มีความเป็นไปไม่ได้ ค่าสัมประสิทธิ์ความโด่งของตัวอย่าง 1.042 สูงกว่าเกณฑ์ +1 ไม่เกิน 0.532 ถือว่า จำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน มีความโด่งปกติมีความเป็นไปไม่ได้ สะท้อนว่ารูปทรงการกระจายของชุดข้อมูลจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน มาจากประชากรปกติ มีความเป็นไปไม่ได้

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

### Statistics

จำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน (รวมตัวเอง)

N	Valid	80
	Missing	0
Mean		2.80
Std. Error of Mean		.184
Median		2.00
Std. Deviation		1.649
Skewness		.902
Std. Error of Skewness		.269
Kurtosis		1.042
Std. Error of Kurtosis		.532
Minimum		1
Maximum		9
Percentiles	5	1.00
	10	1.00
	25	1.00
	50	2.00
	75	4.00
	90	5.00
	95	5.95

## 5. เกรดเฉลี่ยปัจจุบัน (GPAX)

เกรดเฉลี่ยปัจจุบัน (GPAX)	
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	80
ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง	3.578
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าเฉลี่ยตัวอย่าง	0.326
ค่ามัธยฐาน	3.615
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.291
ค่าสัมประสิทธิ์ความเบ้ตัวอย่าง	-1.343
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ความเบ้ตัวอย่าง	0.269
ค่าสัมประสิทธิ์ความโด่งตัวอย่าง	3.787
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ความโด่งตัวอย่าง	0.532
ค่าต่ำสุด	2.290
ค่าสูงสุด	4.000
ค่าควอไทล์ที่ 1 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 25)	3.435
ค่าควอไทล์ที่ 2 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 50)	3.615
ค่าควอไทล์ที่ 3 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 75)	3.790

**จากตาราง 5** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 80 คน มีค่าเฉลี่ยเกรดเฉลี่ยปัจจุบันเป็น 3.578 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็น 0.291 คิดเป็นร้อยละ 8.13 ของค่าเฉลี่ยตัวอย่าง สะท้อนข้อมูล เกรดเฉลี่ยปัจจุบัน มีการกระจายในระดับต่ำ การอธิบายค่ากลางของเกรดเฉลี่ยปัจจุบันสามารถใช้ ค่าเฉลี่ยเกรดเฉลี่ยปัจจุบันจากตัวอย่างได้ และค่าเฉลี่ยจากตัวอย่างมีความคลาดเคลื่อนต่างจาก ประชากร 0.326

ค่ากลางของเกรดเฉลี่ยปัจจุบันที่อธิบายด้วยมัธยฐาน คือ 3.615 ค่าต่ำสุดของเกรดเฉลี่ย ปัจจุบันคือ 2.29 และสูงสุด 4.0 25% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีเกรดเฉลี่ยปัจจุบันไม่เกิน 3.44 และ 25% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีเกรดเฉลี่ยปัจจุบัน 3.79 ขึ้นไป

ค่าสัมประสิทธิ์ความเบ้ของตัวอย่าง -1.343 ต่ำกว่าเกณฑ์ -1 มากกว่า 0.269 ถือว่า เกรดเฉลี่ยปัจจุบัน มีลักษณะเบ้ซ้าย ค่าสัมประสิทธิ์ความโด่งของตัวอย่าง 3.787 สูงกว่าเกณฑ์ +1 มากกว่า 0.532 ถือว่า เกรดเฉลี่ยปัจจุบัน โด่งสูงกว่าปกติ สะท้อนว่ารูปทรงการกระจายของชุดข้อมูล เกรดเฉลี่ยปัจจุบัน ไม่ได้มาจากประชากรปกติ

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

### Statistics

เกรดเฉลี่ยปัจจุบัน (GPAX)

N	Valid	80
	Missing	0
Mean		3.5780
Std. Error of Mean		.03256
Median		3.6150
Std. Deviation		.29123
Skewness		-1.343
Std. Error of Skewness		.269
Kurtosis		3.787
Std. Error of Kurtosis		.532
Minimum		2.29
Maximum		4.00
Percentiles	5	3.0765
	10	3.2410
	25	3.4350
	50	3.6150
	75	3.7900
	90	3.9000
	95	3.9600

### 6. วิธีการเดินทางหลักมาคณะวิศวกรรมศาสตร์ (ตอบได้ 1 ข้อเท่านั้น)

สถานะ	จำนวน	ร้อยละ
เดิน	7	8.8
ปั่นจักรยาน	1	1.3
CU-Popbus	11	13.8
วินมอเตอร์ไซด์	5	6.3
BTS	15	18.8
MRT	22	27.5
รถส่วนตัว	9	11.3
นั่งเรือ	0	0.0
อื่น ๆ	10	12.5
รวม	80	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name)  
ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 6** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 27.5 ใช้วิธีการเดินทางหลักคือ MRT รองลงมาคือ BTS ร้อยละ 18.8 ถัดมาคือ CU-Popbus ร้อยละ 13.8 ถัดมาคืออื่นๆ (ได้แก่ รถโดยสารสาธารณะ (8 ราย) รถส่วนตัวและรถไฟฟ้า (1 ราย) Grab (1 ราย)) ร้อยละ 12.5 ถัดมาคือรถส่วนตัว ร้อยละ 11.3 ถัดมาคือเดิน ร้อยละ 8.8 ถัดมาคือวินมอเตอร์ไซด์ ร้อยละ 6.3 ถัดมาคือปั่นจักรยาน ร้อยละ 1.3 และนั่งเรือ ร้อยละ 0.0 ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีการเดินทางหลักคือ MRT (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

**วิธีการเดินทางหลักภาคเวชีวกรรมศาสตร์**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เดิน	7	8.8	8.8	8.8
ปั่นจักรยาน	1	1.3	1.3	10.0
CU-Popbus	11	13.8	13.8	23.8
วินมอเตอร์ไซด์	5	6.3	6.3	30.0
BTS	15	18.8	18.8	48.8
MRT	22	27.5	27.5	76.3
รถส่วนตัว	9	11.3	11.3	87.5
9	10	12.5	12.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

**ระบุวิธีการเดินทางหลักภาคเวชีวกรรมศาสตร์**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	70	87.5	87.5	87.5
รถโดยสารสาธารณะ	8	10.0	10.0	97.5
รถส่วนตัว และ รถไฟฟ้า	1	1.3	1.3	98.8
Grab	1	1.3	1.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

7. ระยะเวลาเดินทางไปมหาวิทยาลัย (จากที่พักอาศัยไปมหาวิทยาลัย)

สถานะ	จำนวน	ร้อยละ
0–15 นาที	22	27.5
16–30 นาที	16	20.0
31–45 นาที	10	12.5
46–60 นาที	15	18.8
มากกว่า 60 นาที	17	21.3
รวม	80	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name) ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 7** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 27.5 ใช้ระยะเวลาเดินทางไปมหาวิทยาลัย 0–15 นาที รองลงมาคือมากกว่า 60 นาที ร้อยละ 21.3 ถัดมาคือ 16–30 นาที ร้อยละ 20.0 ถัดมาคือ 46–60 นาที ร้อยละ 18.8 และ 31–45 นาที ร้อยละ 12.5 ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ระยะเวลาเดินทางไปมหาวิทยาลัย 31–45 นาที (มีฐาน)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

ระยะเวลาเดินทางไปมหาวิทยาลัย (จากที่พักอาศัยไปมหาวิทยาลัย)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0–15 นาที	22	27.5	27.5	27.5
16–30 นาที	16	20.0	20.0	47.5
31–45 นาที	10	12.5	12.5	60.0
46–60 นาที	15	18.8	18.8	78.8
มากกว่า 60 นาที	17	21.3	21.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

## ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการรับชม Short form contents

8. ในช่วงเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ได้รับชม Short form contents หรือไม่

สถานะ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	75	93.8
ไม่เคย	5	6.3
รวม	80	100.0



หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name) ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 8** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 93.8 เคยรับชม Short form contents ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา และไม่เคยรับชม ร้อยละ 6.3 ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เคยรับชม Short form contents ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

**ในช่วงเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ได้รับชม Short form contents หรือไม่**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เคย	75	93.8	93.8	93.8
ไม่เคย	5	6.3	6.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

9. แอปพลิเคชันที่เลือกในการรับชม contents ที่ใช้บ่อยที่สุด

แอปพลิเคชัน	จำนวน	ร้อยละ
Youtube	16	21.3
Instagram	34	45.3
TikTok	23	30.7
Facebook	2	2.7
อื่น ๆ	0	0.0
รวม	75	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name) ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 9** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 45.3 เลือกใช้แอปพลิเคชัน Instagram ในการรับชม contents บ่อยที่สุด รองลงมาคือ TikTok ร้อยละ 30.7 ถัดมาคือ Youtube ร้อยละ 21.3 ถัดมาคือ Facebook ร้อยละ 2.7 และอื่นๆ ร้อยละ 0.0 ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้แอปพลิเคชัน Instagram บ่อยที่สุด (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

**แอปพลิเคชันที่เลือกในการรับชม contents ที่ใช้บ่อยที่สุด**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Youtube	16	20.0	21.3	21.3
	Instagram	34	42.5	45.3	66.7
	TikTok	23	28.7	30.7	97.3
	Facebook	2	2.5	2.7	100.0
	Total	75	93.8	100.0	
Missing	99	5	6.3		
Total		80	100.0		

**10. เวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย รวมทุกแอปพลิเคชัน**

เวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย รวมทุกแอปพลิเคชัน (ชั่วโมง)	
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	75
ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง	2.330
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าเฉลี่ยตัวอย่าง	0.202
ค่ามัธยฐาน	2.000
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.752
ค่าสัมประสิทธิ์ความเบ้ตัวอย่าง	2.569
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ความเบ้ตัวอย่าง	0.277
ค่าสัมประสิทธิ์ความโด่งตัวอย่าง	11.540
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ความโด่งตัวอย่าง	0.548
ค่าต่ำสุด	0
ค่าสูงสุด	12
ค่าควอไทล์ที่ 1 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 25)	1
ค่าควอไทล์ที่ 2 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 50)	2
ค่าควอไทล์ที่ 3 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 75)	3

**จากตาราง 10** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 75 คน มีค่าเฉลี่ยเวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ยเป็น 2.33 ชั่วโมง มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็น 1.752 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 75.19 ของค่าเฉลี่ยตัวอย่าง สะท้อนข้อมูล เวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย มีการกระจายในระดับปานกลาง การอธิบายค่ากลางของเวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ยสามารถใช้ค่าเฉลี่ยเวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ยจากตัวอย่างได้ และค่าเฉลี่ยจากตัวอย่างมีความคลาดเคลื่อนต่างจากประชากร 0.202 ชั่วโมง

ค่ากลางของเวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ยที่อธิบายด้วยมัธยฐาน คือ 2 ชั่วโมง  
 ค่าต่ำสุดของเวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ยคือ 0 ชั่วโมง และสูงสุด 12 ชั่วโมง 25%  
 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีเวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1 ชั่วโมง และ 25%  
 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีเวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย 3 ชั่วโมงขึ้นไป

ค่าสัมประสิทธิ์ความเบ้ของตัวอย่าง 2.569 สูงกว่าเกณฑ์ +1 มากกว่า 0.277 ถือว่า  
 เวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย มีลักษณะเบ้ขวา ค่าสัมประสิทธิ์ความโด่งของตัวอย่าง 11.54  
 สูงกว่าเกณฑ์ +1 มากกว่า 0.548 ถือว่า เวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย โด่งสูงกว่าปกติ  
 สะท้อนว่ารูปทรงการกระจายของชุดข้อมูลเวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย ไม่ได้มาจากประชากรปกติ

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

### Statistics

เวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย รวมทุกแอปฯ

N	Valid	75
	Missing	5
Mean		2.33
Std. Error of Mean		.202
Median		2.00
Std. Deviation		1.752
Skewness		2.569
Std. Error of Skewness		.277
Kurtosis		11.540
Std. Error of Kurtosis		.548
Minimum		0
Maximum		12
Percentiles	5	.50
	10	.80
	25	1.00
	50	2.00
	75	3.00
	90	4.00
	95	5.20

# 11. จำนวนวันที่รับชมในหนึ่งสัปดาห์

จำนวนวัน	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	62	82.7
5-6 วัน	10	13.3
3-4 วัน	2	2.7
1-2 วัน	1	1.3
นาน ๆ ทีครั้ง	0	0.0
รวม	75	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name) ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 11** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 82.7 รับชมทุกวัน รองลงมาคือ 5-6 วัน ร้อยละ 13.3 ถัดมาคือ 3-4 วัน ร้อยละ 2.7 ถัดมาคือ 1-2 วัน ร้อยละ 1.3 และนาน ๆ ทีครั้ง ร้อยละ 0.0 ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม รับชมทุกวัน (มีฐาน)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

จำนวนวันที่รับชมในหนึ่งสัปดาห์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ทุกวัน	62	77.5	82.7	82.7
	5-6 วัน	10	12.5	13.3	96.0
	3-4 วัน	2	2.5	2.7	98.7
	1-2 วัน	1	1.3	1.3	100.0
	Total	75	93.8	100.0	
Missing	99	5	6.3		
Total		80	100.0		

## 12. ช่วงเวลาที่รับชมเนื้อหาบ่อยที่สุด

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
7:00 - 9:59 น.	3	4.0
10:00 - 12:59 น.	3	4.0
13:00 - 15:59 น.	6	8.0
16:00 - 18:59 น.	6	8.0
19:00 - 21:59 น.	25	33.3
22:00 - 0:59 น.	30	40.0
1:00 น. - 6:59 น.	2	2.7
รวม	75	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name) ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 12** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 40.0 รับชมเนื้อหาในช่วงเวลา 22:00 - 0:59 น. รองลงมาคือช่วง 19:00 - 21:59 น. ร้อยละ 33.3 ถัดมาคือช่วง 13:00 - 15:59 น. และช่วง 16:00 - 18:59 น. ในสัดส่วนเท่ากันร้อยละ 8.0 ถัดมาคือช่วง 7:00 - 9:59 น. และช่วง 10:00 - 12:59 น. ในสัดส่วนเท่ากันร้อยละ 4.0 และช่วง 1:00 น. - 6:59 น. ร้อยละ 2.7 ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม รับชมเนื้อหาในช่วงเวลา 22:00 - 0:59 น. (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

### ช่วงเวลาที่ได้รับชมเนื้อหาบ่อยที่สุด

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 7:00 - 9:59 น.	3	3.8	4.0	4.0
10:00 - 12:59 น.	3	3.8	4.0	8.0
13:00 - 15:59 น.	6	7.5	8.0	16.0
16:00 - 18:59 น.	6	7.5	8.0	24.0
19:00 - 21:59 น.	25	31.3	33.3	57.3
22:00 - 0:59 น.	30	37.5	40.0	97.3
1:00 น. - 6:59 น.	2	2.5	2.7	100.0
Total	75	93.8	100.0	
Missing 99	5	6.3		
Total	80	100.0		

### 13. เหตุผลหลักในการรับชม

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อฆ่าเวลาหรือหลีกเลี่ยงบทสนทนา	15	20.0
เพื่อความบันเทิง	19	25.3
เพื่อความผ่อนคลาย	40	53.3
เพื่อเลียนแบบเทรนด์	0	0.0
เพื่อติดตามข่าวสาร	0	0.0
อื่น ๆ	1	1.3
รวม	75	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name) ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 13** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 53.3 มีเหตุผลหลักในการรับชมเพื่อความผ่อนคลาย รองลงมาคือเพื่อความบันเทิง ร้อยละ 25.3 ถัดมาคือเพื่อฆ่าเวลาหรือหลีกเลี่ยงบทสนทนา ร้อยละ 20.0 ถัดมาคืออื่นๆ (ได้แก่ เพื่อเติมไฟ (1 ราย)) ร้อยละ 1.3 และเพื่อเลียนแบบเทรนด์ กับเพื่อติดตามข่าวสาร ร้อยละ 0.0 เท่ากัน ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม มีเหตุผลหลักในการรับชมเพื่อความผ่อนคลาย (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

เหตุผลในการรับชม

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เพื่อฆ่าเวลาหรือหลีกเลี่ยงบทสนทนา	15	18.8	20.0	20.0
เพื่อความบันเทิง	19	23.8	25.3	45.3
เพื่อความผ่อนคลาย	40	50.0	53.3	98.7
9	1	1.3	1.3	100.0
Total	75	93.8	100.0	
Missing 99	5	6.3		
Total	80	100.0		

ระบุเหตุผลในการรับชม

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เพื่อเติมไฟ	1	1.3	1.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

14. ประเภทของคอนเทนต์ที่ชื่นชอบที่สุด

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
คลิปสอน/วิธีทำต่างๆ (เช่น เมคอัพ, DIY)	5	6.7
รีวิวหรือแนะนำสินค้า (แสดงคุณสมบัติ, ประโยชน์, วิธีใช้)	3	4.0
คอนเทนต์ให้ความรู้ (เคล็ดลับ, คำแนะนำ, ข้อมูลในหัวข้อเฉพาะ)	15	20.0
เบื้องหลังการทำงานหรือชีวิตประจำวัน (Behind the Scenes)	1	1.3
เล่าเรื่อง/มินิวล็อก (Storytelling / Mini Vlog / IRL)	4	5.3
คลิปเปรียบเทียบก่อนและหลัง (Before & After)	1	1.3
คลิปแสดงความเห็นหรือรีแอคต่อกระแส (Reaction / Commentary)	0	0.0
คอนเทนต์สร้างแรงบันดาลใจหรือให้กำลังใจ (Motivational / Inspirational)	2	2.7
เข้าร่วมชาเลนจ์หรือสร้างชาเลนจ์เอง (Challenge Participation)	0	0.0
สัมภาษณ์คนในที่สาธารณะ เช่น สยาม (Street Interview)	2	2.7
คลิปตลก (Meme / Funny)	24	32.0
ไฮไลท์เกม (Game Highlight)	8	10.7
อาหาร (Food related content)	4	5.3
สัตว์โลกน่ารัก เช่น สุนัข แมว (Animal Contents)	4	5.3
อื่น ๆ	2	2.7
รวม	75	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name) ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 14** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 32.0 ชื่นชอบคลิปตลก (Meme / Funny) รองลงมาคือคอนเทนต์ให้ความรู้ (เคล็ดลับ, คำแนะนำ, ข้อมูลในหัวข้อเฉพาะ) ร้อยละ 20.0 ถัดมาคือไฮไลท์เกม (Game Highlight) ร้อยละ 10.7 ถัดมาคือคลิปสอน/วิธีทำต่างๆ (เช่น เมคอัพ, DIY) ร้อยละ 6.7 ถัดมาคือเล่าเรื่อง/มินิบล็อก (Storytelling / Mini Vlog / IRL), อาหาร (Food related content) และสัตว์โลกน่ารัก เช่น สุนัข แมว (Animal Contents) ในสัดส่วนเท่ากันร้อยละ 5.3 ถัดมาคือรีวิวหรือแนะนำสินค้า (แสดงคุณสมบัติ, ประโยชน์, วิธีใช้) ร้อยละ 4.0 ถัดมาคือคอนเทนต์สร้างแรงบันดาลใจหรือให้กำลังใจ (Motivational / Inspirational), สัมภาษณ์คนในที่สาธารณะ เช่น สยาม (Street Interview) และอื่นๆ (ได้แก่ คลิปดนตรี (1 ราย) คลิปเต้น (1 ราย)) ในสัดส่วนเท่ากันร้อยละ 2.7 ถัดมาคือเบื้องหลังการทำงานหรือชีวิตประจำวัน (Behind the Scenes) และคลิปเปรียบเทียบก่อนและหลัง (Before & After) ในสัดส่วนเท่ากันร้อยละ 1.3 และคลิปแสดงความเห็นหรือรีแอคต่อกระแส (Reaction / Commentary) กับเข้าร่วมชาเลนจ์หรือสร้างชาเลนจ์เอง (Challenge Participation) ร้อยละ 0.0 เท่ากัน ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ชื่นชอบคลิปตลก (Meme / Funny) (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

**ประเภทของคอนเทนต์ที่ชื่นชอบที่สุด**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	คลิปสอน/วิธีทำต่างๆ	5	6.3	6.7	6.7
	รีวิวหรือแนะนำสินค้า	3	3.8	4.0	10.7
	คอนเทนต์ให้ความรู้	15	18.8	20.0	30.7
	เบื้องหลังการทำงานหรือชีวิตประจำวัน	1	1.3	1.3	32.0
	เล่าเรื่อง/มินิบล็อก	4	5.0	5.3	37.3
	คลิปเปรียบเทียบก่อนและหลัง	1	1.3	1.3	38.7
	คอนเทนต์สร้างแรงบันดาลใจหรือให้กำลังใจ	2	2.5	2.7	41.3
	สัมภาษณ์คนในที่สาธารณะ เช่น สยาม	2	2.5	2.7	44.0
	คลิปตลก	24	30.0	32.0	76.0
	ไฮไลท์เกม	8	10.0	10.7	86.7
	อาหาร	4	5.0	5.3	92.0
	สัตว์โลกน่ารัก เช่น สุนัข แมว	4	5.0	5.3	97.3
	15	2	2.5	2.7	100.0
	Total	75	93.8	100.0	
Missing	99	5	6.3		
Total		80	100.0		

**ระบุประเภทของคอนเทนต์ที่ชื่นชอบที่สุด**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	78	97.5	97.5	97.5
คลิปดนตรี	1	1.3	1.3	98.8
เต้น	1	1.3	1.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	



## 15. ความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชม

ความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชม (วินาที)	
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	75
ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง	44.530
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าเฉลี่ยตัวอย่าง	4.508
ค่ามัธยฐาน	30.000
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	39.041
ค่าสัมประสิทธิ์ความเบ้ตัวอย่าง	4.482
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ความเบ้ตัวอย่าง	0.277
ค่าสัมประสิทธิ์ความโด่งตัวอย่าง	26.053
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ความโด่งตัวอย่าง	0.548
ค่าต่ำสุด	10
ค่าสูงสุด	300
ค่าควอไทล์ที่ 1 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 25)	30
ค่าควอไทล์ที่ 2 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 50)	30
ค่าควอไทล์ที่ 3 (เปอร์เซ็นต์ไทล์ 75)	60

**จากตาราง 15** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 75 คน มีค่าเฉลี่ยความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชมเป็น 44.53 วินาที มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็น 39.041 วินาที คิดเป็นร้อยละ 87.67 ของค่าเฉลี่ยตัวอย่าง สะท้อนข้อมูล ความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชม มีการกระจายในระดับปานกลาง การอธิบายค่ากลางของความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชมสามารถใช้ค่าเฉลี่ยความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชมจากตัวอย่างได้ และค่าเฉลี่ยจากตัวอย่างมีความคลาดเคลื่อนต่างจากประชากร 4.508 วินาที

ค่ากลางของความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชมที่อธิบายด้วยมัธยฐาน คือ 30 วินาที ค่าต่ำสุดของความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชมคือ 10 วินาที และสูงสุด 300 วินาที 25% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชมไม่เกิน 30 วินาที และ 25% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชม 60 วินาทีขึ้นไป

ค่าสัมประสิทธิ์ความเบ้ของตัวอย่าง 4.482 สูงกว่าเกณฑ์ +1 มากกว่า 0.277 ถือว่า ความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชม มีลักษณะเบ้ขวา ค่าสัมประสิทธิ์ความโด่งของตัวอย่าง 26.053 สูงกว่าเกณฑ์ +1 มากกว่า 0.548 ถือว่า ความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชม โด่งสูงกว่าปกติ สะท้อนว่ารูปทรงการกระจายของชุดข้อมูลความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชม ไม่ได้มาจากประชากรปกติ

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

### Statistics

ความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกเข้าชม (วินาที)

N	Valid	75
	Missing	5
Mean		44.53
Std. Error of Mean		4.508
Median		30.00
Std. Deviation		39.041
Skewness		4.482
Std. Error of Skewness		.277
Kurtosis		26.053
Std. Error of Kurtosis		.548
Minimum		10
Maximum		300
Percentiles	5	15.00
	10	18.00
	25	30.00
	50	30.00
	75	60.00
	90	60.00
	95	92.00

### 16. พฤติกรรมการเลื่อนผ่านคลิปที่ทำบ่อยที่สุด

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ดูคลิปเดิมซ้ำ	5	6.7
เลื่อน ๆ ผ่าน ๆ	31	41.3
ตั้งใจดูจนจบ	39	52.0
รวม	75	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name) ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 16** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 52.0 มีพฤติกรรมการเลื่อนผ่านคลิปที่ทำบ่อยที่สุด คือตั้งใจดูจนจบ รองลงมาคือเลื่อน ๆ ผ่าน ๆ ร้อยละ 41.3 ถัดมาคือดูคลิปเดิมซ้ำ ร้อยละ 6.7 ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมตั้งใจดูจนจบ (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

**พฤติกรรมการณ์เลื่อนผ่านคลิปที่ทำบ่อยที่สุด**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ดูคลิปเดิมซ้ำ	5	6.3	6.7	6.7
	เลื่อนผ่านๆ	31	38.8	41.3	48.0
	ตั้งใจดูจนจบ	39	48.8	52.0	100.0
	Total	75	93.8	100.0	
Missing	99	5	6.3		
Total		80	100.0		

**17. ปฏิสัมพันธ์หลังดูที่ทำบ่อยที่สุด**

ปฏิสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	36	48.0
กดไลค์	21	28.0
รีโพสท์	0	0.0
คอมเมนต์	0	0.0
ส่งให้คนอื่นดู	18	24.0
รวม	75	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name) ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 17** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 48.0 ไม่มีปฏิสัมพันธ์หลังดู รองลงมาคือกดไลค์ ร้อยละ 28.0 ถัดมาคือส่งให้คนอื่นดู ร้อยละ 24.0 ส่วนรีโพสท์ และคอมเมนต์ ร้อยละ 0.0 เท่ากัน ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีปฏิสัมพันธ์หลังดู (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

**ปฏิสัมพันธ์หลังดูที่ทำบ่อยที่สุด**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่มี	36	45.0	48.0	48.0
	กดไลค์	21	26.3	28.0	76.0
	ส่งให้คนอื่นดู	18	22.5	24.0	100.0
	Total	75	93.8	100.0	
Missing	99	5	6.3		
Total		80	100.0		

18. รูปแบบการฟังเสียงขณะรับชมที่ทำบ่อยที่สุดในที่สาธารณะ

รูปแบบการฟัง	จำนวน	ร้อยละ
เปิดลำโพง	17	22.7
ใส่หูฟัง	36	48.0
ปิดเสียง	22	29.3
รวม	75	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name) ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 18** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 48.0 เลือกรูปแบบการฟังโดยใช้หูฟัง รองลงมาคือปิดเสียง ร้อยละ 29.3 ถัดมาคือเปิดลำโพง ร้อยละ 22.7 ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกรูปแบบการฟังโดยใช้หูฟัง (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

รูปแบบการฟังเสียงขณะรับชมที่ทำบ่อยที่สุดในที่สาธารณะ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เปิดลำโพง	17	21.3	22.7	22.7
ใส่หูฟัง	36	45.0	48.0	70.7
ปิดเสียง	22	27.5	29.3	100.0
Total	75	93.8	100.0	
Missing 99	5	6.3		
Total	80	100.0		

19. อิริยาบถขณะรับชมที่ทำบ่อยที่สุดขณะรับชม

อิริยาบถ	จำนวน	ร้อยละ
นั่ง	36	48.0
นอน	35	46.7
ยืน	4	5.3
เดิน	0	0.0
อื่นๆ	0	0.0
รวม	75	100.0

หมายเหตุ : คำถามข้อนี้เป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสำรวจเลือกตอบ(name)  
ได้เพียงตัวเลือกเดียว

**จากตาราง 19** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสูงสุดร้อยละ 48.0  
มีอิริยาบถขณะรับชมที่ทำบ่อยที่สุด คือนั่ง รองลงมาคือนอน ร้อยละ 46.7 ถัดมาคือยืน ร้อยละ 5.3  
ส่วนเดิน และอื่นๆ ร้อยละ 0.0 เท่ากัน ภาพรวมตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม มีอิริยาบถนั่ง (ฐานนิยม)

อ้างอิงผลการรันจาก SPSS

**อิริยาบถขณะรับชมที่ทำบ่อยที่สุดขณะรับชม**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	นั่ง	36	45.0	48.0	48.0
	นอน	35	43.8	46.7	94.7
	ยืน	4	5.0	5.3	100.0
	Total	75	93.8	100.0	
Missing	99	5	6.3		
Total		80	100.0		

# สรุปผลและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

## สรุปผล

แบบสำรวจฉบับนี้จัดทำเพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ผลข้อมูลพฤติกรรมการรับชม Short form contents ของนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2 ของนิสิตคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีการลงทะเบียนเรียนวิชาสถิติเพื่อวิทยาศาสตร์กายภาพ (Statistics for Physical Science) (2603284) ตอนเรียนที่ 1 ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2568 ภายใต้ชุดคำถามในแบบสำรวจจำนวน 19 ข้อ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นดังนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดย มีผู้ตอบแบบสำรวจ(นิสิตตัวอย่าง) จำนวน 80 คน สรุปค่ากลางในตัวแปรต่าง ๆ ได้ดังนี้ ตัวอย่างเป็น เพศชาย สถานะความสัมพันธ์เป็นโสด อาศัยอยู่ในบ้านหรือคอนโดหรือที่พักที่ไม่อยู่ในลักษณะเช่าอาศัย จำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน 2 คน มีเกรดเฉลี่ยปัจจุบัน 3.615 ใช้วิธีการเดินทางหลักคือ MRT ใช้ระยะเวลาเดินทางไปมหาวิทยาลัย 31-45 นาที พฤติกรรมการรับชม Short form contents ส่วนใหญ่ เคยรับชม Short form contents ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา โดยเลือกใช้แอปพลิเคชัน Instagram บ่อยที่สุด เวลาในการรับชมต่อวันโดยเฉลี่ย 2 ชั่วโมง โดยรับชมทุกวัน ในช่วงเวลา 22:00 - 0:59 น. มีเหตุผลหลักในการรับชมเพื่อความผ่อนคลาย โดยชื่นชอบคลิปตลก (Meme / Funny) ความยาวเฉลี่ยของคลิปที่เลือกรับชม 30 วินาที มีพฤติกรรมตั้งใจดูจนจบ ไม่มีปฏิสัมพันธ์หลังดู เลือกรูปแบบการฟังโดยใช้หูฟัง และมีอิริยาบถนั่ง

## ข้อเสนอแนะที่เชิงนโยบาย

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้สร้างสรรค์เนื้อหา

#### การบริหารจัดการช่วงเวลา

ควรมุ่งเน้นการเผยแพร่เนื้อหาในช่วงเวลา 22:00 – 01:00 น. เนื่องจากเป็นช่วงที่กลุ่มเป้าหมายมีการใช้งานสูงสุด เพื่อเพิ่มโอกาสในการมองเห็น

#### กลยุทธ์ด้านเนื้อหา

ผลิตเนื้อหาที่เน้น ความบันเทิงและผ่อนคลายเป็นหลัก สอดแทรกความรู้ในรูปแบบที่เรียบง่าย และควรกระชับเนื้อหาให้จบภายใน 30-45 วินาที เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

#### การออกแบบสื่อ

ควรใส่คำบรรยายในทุกคลิป เพื่อรองรับกลุ่มผู้ชมร้อยละ 29.3 ที่มีพฤติกรรม ปิดเสียง ขณะรับชมในที่สาธารณะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับนิสิตและเยาวชน

#### สุขภาวะทางดิจิทัล

ควรตระหนักถึงการแบ่งเวลา โดยเฉพาะการจำกัดการรับชมในช่วงดึก เนื่องจากผลสำรวจพบว่ามีการใช้งานหนาแน่นหลัง 22:00 น. ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการนอนหลับและประสิทธิภาพในการเรียน

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปกครอง

#### ความเข้าใจในพฤติกรรม

ควรทำความเข้าใจว่าการรับชมสื่อรูปแบบนี้เป็นวิธีการ ผ่อนคลายความเครียด หลักของวัยรุ่น ไม่ใช่เพียงการเสียเวลาเปล่า แต่ควรสอดส่องดูแลเรื่องระยะเวลาการนอนหลับให้เหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับสถาบันการศึกษา

**การปรับปรุงแบบการเรียนรู้**

คณะหรือผู้สอนควรพิจารณาปรับปรุงแบบสื่อการสอนบางส่วนเป็น วิดีโอสั้น เพื่อสรุปประเด็นสำคัญ หรือเกร็ดความรู้ เนื่องจากนิสิตมีความคุ้นชินและเปิดรับข้อมูลผ่านรูปแบบนี้ได้ดี

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้พัฒนาแพลตฟอร์ม

**ฟีเจอร์เตือนสุขภาพ**

ควรพัฒนาระบบแจ้งเตือนเมื่อมีการใช้งานต่อเนื่องเป็นเวลานาน หรือแจ้งเตือนเมื่อเข้าสู่ช่วงพัก เพื่อช่วยให้นิสิตสามารถควบคุมวินัยการใช้งานและรักษาสมดุลชีวิตได้ดียิ่งขึ้น

-----