

# เปิดพฤติกรรมการรับฟังวิทยุ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในรอบ 5 ปี

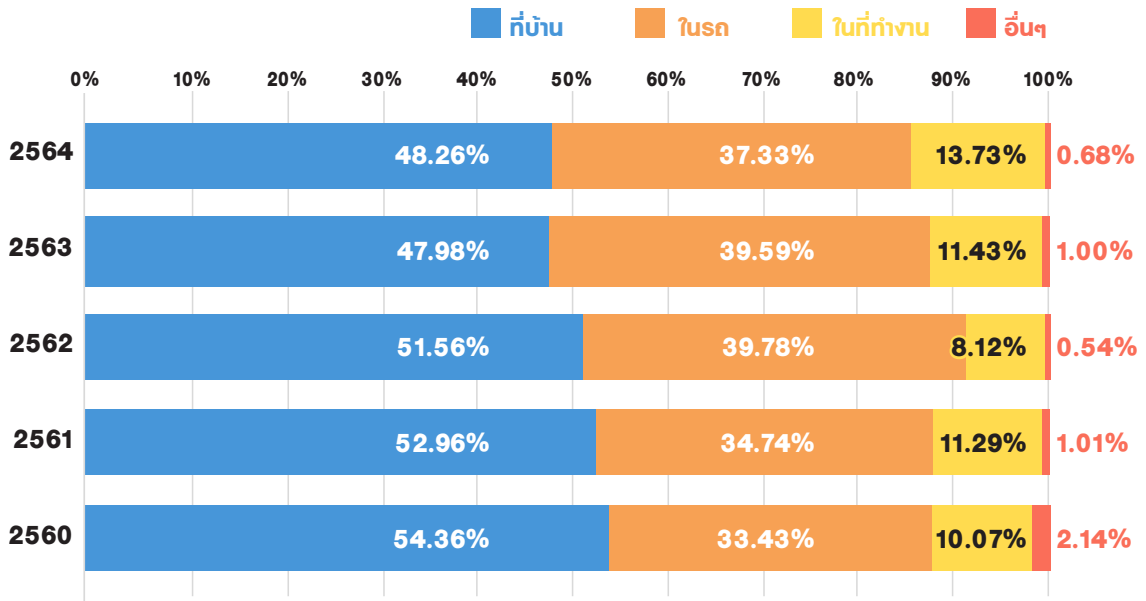


## พฤติกรรมการรับฟังวิทยุของผู้ฟัง ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลในภาพรวม

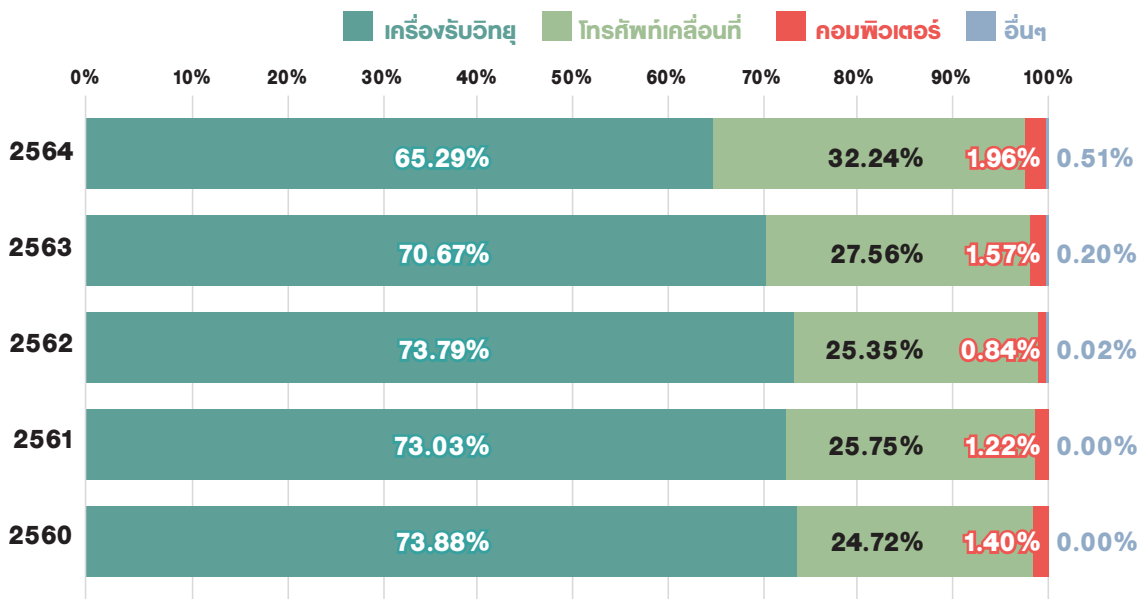
จากข้อมูลการสำรวจจากประชากรไทยอายุตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป ซึ่งรับฟังวิทยุคลื่นหลักในระบบ เอฟ.เอ็ม. จำนวน 40 สถานี (87.5 MHz – 107.0 MHz) จากทุกช่องทาง (เช่น เครื่องรับวิทยุ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และคอมพิวเตอร์) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ช่วงปี 2560-2564 พบว่า สถานที่ที่ผู้คนส่วนใหญ่นิยมรับฟังวิทยุที่บ้านเป็นสัดส่วนมากที่สุด ตามมาด้วยการรับฟังวิทยุในรถ ในที่ทำงาน และอื่นๆ ตามลำดับ ซึ่งในภาพรวมปี 2564 มีแนวโน้มการรับฟังในรถและในที่ทำงานเพิ่มขึ้น ส่วนการรับฟังที่บ้านและอื่นๆ ลดลงจากปี 2560 โดยในปี 2564 ผู้บริโภคยังคงนิยมรับฟังวิทยุที่บ้านมากที่สุด (ร้อยละ 48.26) ตามมาด้วยการรับฟังวิทยุในรถ (ร้อยละ 37.33) ในที่ทำงาน (ร้อยละ 13.73) และอื่นๆ (ร้อยละ 0.68)



## แยกตามสถานที่ที่รับฟัง



## แยกตามอุปกรณ์ที่ใช้รับฟัง



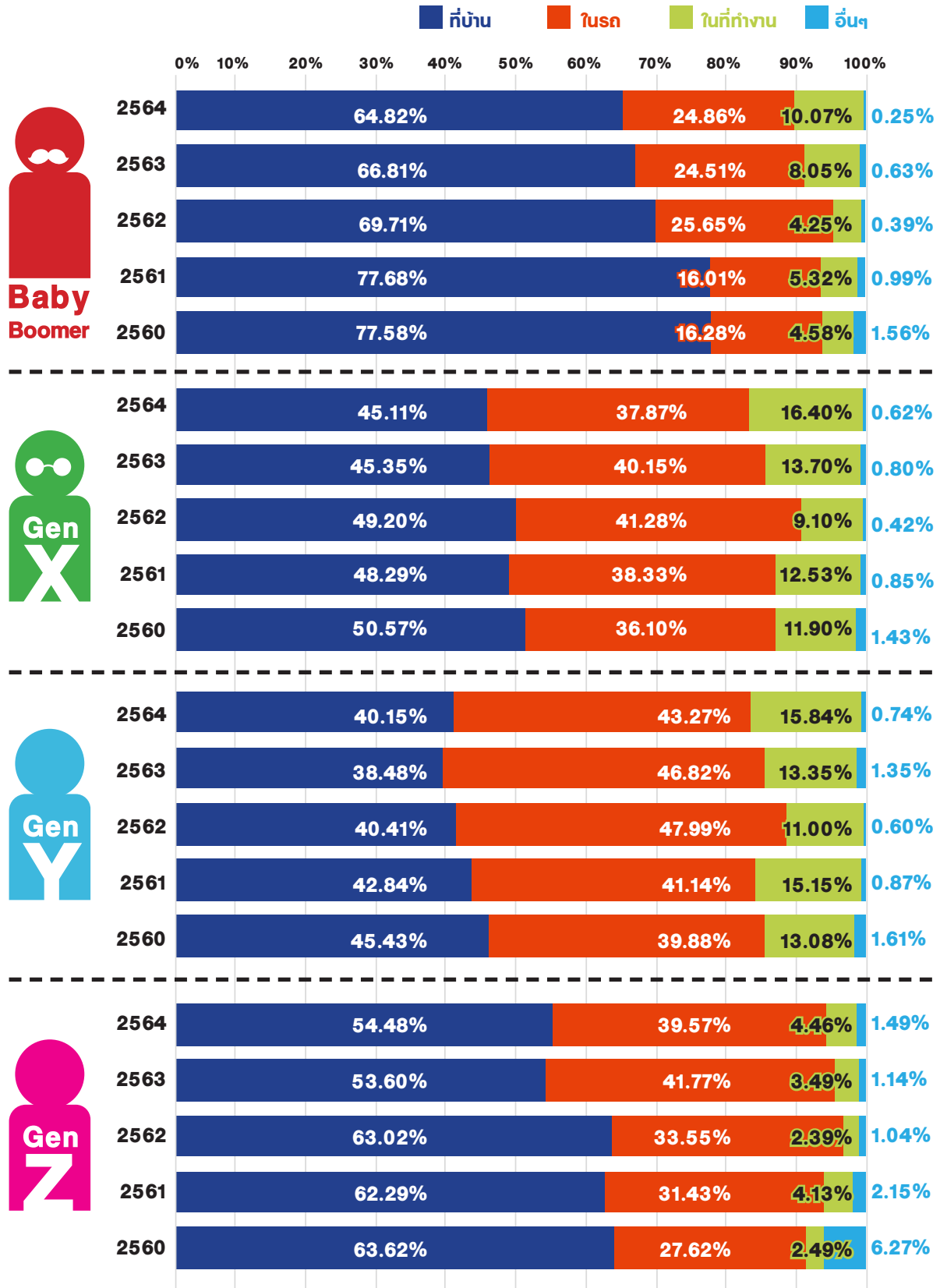
ที่มา: AGB Nielsen Media Research

นอกจากนี้ หากพิจารณาพฤติกรรมการรับฟังวิทยุแบ่งตามอุปกรณ์ที่ใช้รับฟัง พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่นิยมรับฟังวิทยุผ่านทางเครื่องรับวิทยุในสัดส่วนมากที่สุด ตามมาด้วยผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านคอมพิวเตอร์ และอื่นๆ ตามลำดับ ทั้งนี้ ในภาพรวมปี 2564 มีแนวโน้มการรับฟังผ่านทางเครื่องรับวิทยุลดลง ในขณะที่การรับฟังผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านคอมพิวเตอร์ และอื่นๆ เพิ่มขึ้นจากปี 2560 โดยในปี 2564 ผู้บริโภคนิยมรับฟังวิทยุผ่านทางเครื่องรับวิทยุ (ร้อยละ 65.29) ตามมาด้วยผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ร้อยละ 32.24) ผ่านคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 1.96) และอื่นๆ (ร้อยละ 0.51)



# พฤติกรรมการรับฟังวิทยุของผู้ฟังแต่ละกลุ่มมาเนอเรชัน ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลแบ่งตามสถานที่

จากข้อมูลพฤติกรรมการรับฟังวิทยุแบ่งตามสถานที่ที่วิเคราะห์หลังเลิกโดยแบ่งตามช่วงอายุ<sup>1</sup>  
พบความน่าสนใจในแต่ละกลุ่มดังต่อไปนี้



ที่มา: AGB Nielsen Media Research

<sup>1</sup> เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลจึงแบ่งช่วงอายุออกเป็น 4 กลุ่มเจเนอเรชันดังนี้ คือ กลุ่มเจเนอเรชัน แซต (12-19 ปี) กลุ่มเจเนอเรชัน วาย (20-39 ปี) กลุ่มเจเนอเรชัน เอกซ์ (40-59 ปี) กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (60 ปีขึ้นไป)



**Baby  
Boomer**

**กลุ่มเบบี้บูมเมอร์** ในภาพรวมตลอดระยะเวลาทั้ง 5 ปี มีสัดส่วนการรับฟังวิทยุที่บ้านมากที่สุด หรือประมาณไม่น้อยกว่าร้อยละ 64 ในขณะที่การรับฟังในรถ ในที่ทำงาน และอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยกว่าภาพรวม ทั้งนี้ ในปี 2564 ยังคงมีการรับฟังวิทยุที่บ้านมากที่สุด (ร้อยละ 64.82) ตามมาด้วยการรับฟังวิทยุในรถ (ร้อยละ 24.86) ในที่ทำงาน (ร้อยละ 10.07) และอื่นๆ (ร้อยละ 0.25) อย่างไรก็ตาม กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีแนวโน้มความนิยมการรับฟังที่บ้านและสถานที่อื่นๆ ลดลง ในขณะที่มีการรับฟังในรถและในที่ทำงานเพิ่มขึ้นจากปี 2560



**Gen  
X**

**กลุ่มเจนเอเรชั่น เอกซ์** ในภาพรวมตลอดระยะเวลาทั้ง 5 ปี มีสัดส่วนการรับฟังวิทยุที่บ้านมากที่สุด เช่นเดียวกับกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ โดยเมื่อพิจารณาในปี 2564 พบว่า มีสัดส่วนการรับฟังวิทยุที่บ้านมากที่สุด (ร้อยละ 45.11) รองลงมาคือรับฟังวิทยุในรถ (ร้อยละ 37.87) ในที่ทำงาน (ร้อยละ 16.40) และอื่นๆ (ร้อยละ 0.62) ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม จากปี 2560 มีแนวโน้มความนิยมการรับฟังที่บ้านและสถานที่อื่นๆ ลดลงเล็กน้อย ในขณะที่มีการรับฟังในรถและในที่ทำงานเพิ่มขึ้น



**Gen  
Y**

**กลุ่มเจนเอเรชั่น วาย** มีพฤติกรรมการรับฟังที่ค่อนข้างแตกต่างจากกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และกลุ่มเจนเอเรชั่น เอกซ์ เนื่องจากมีสัดส่วนคนที่นิยมรับฟังวิทยุในรถมากกว่าที่บ้านตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นมา โดยในปี 2564 มีสัดส่วนการรับฟังวิทยุในรถมากที่สุด (ร้อยละ 43.27) รองลงมาคือรับฟังวิทยุที่บ้าน (ร้อยละ 40.15) ในที่ทำงาน (ร้อยละ 15.84) และอื่นๆ (ร้อยละ 0.74) ตามลำดับ



**Gen  
Z**

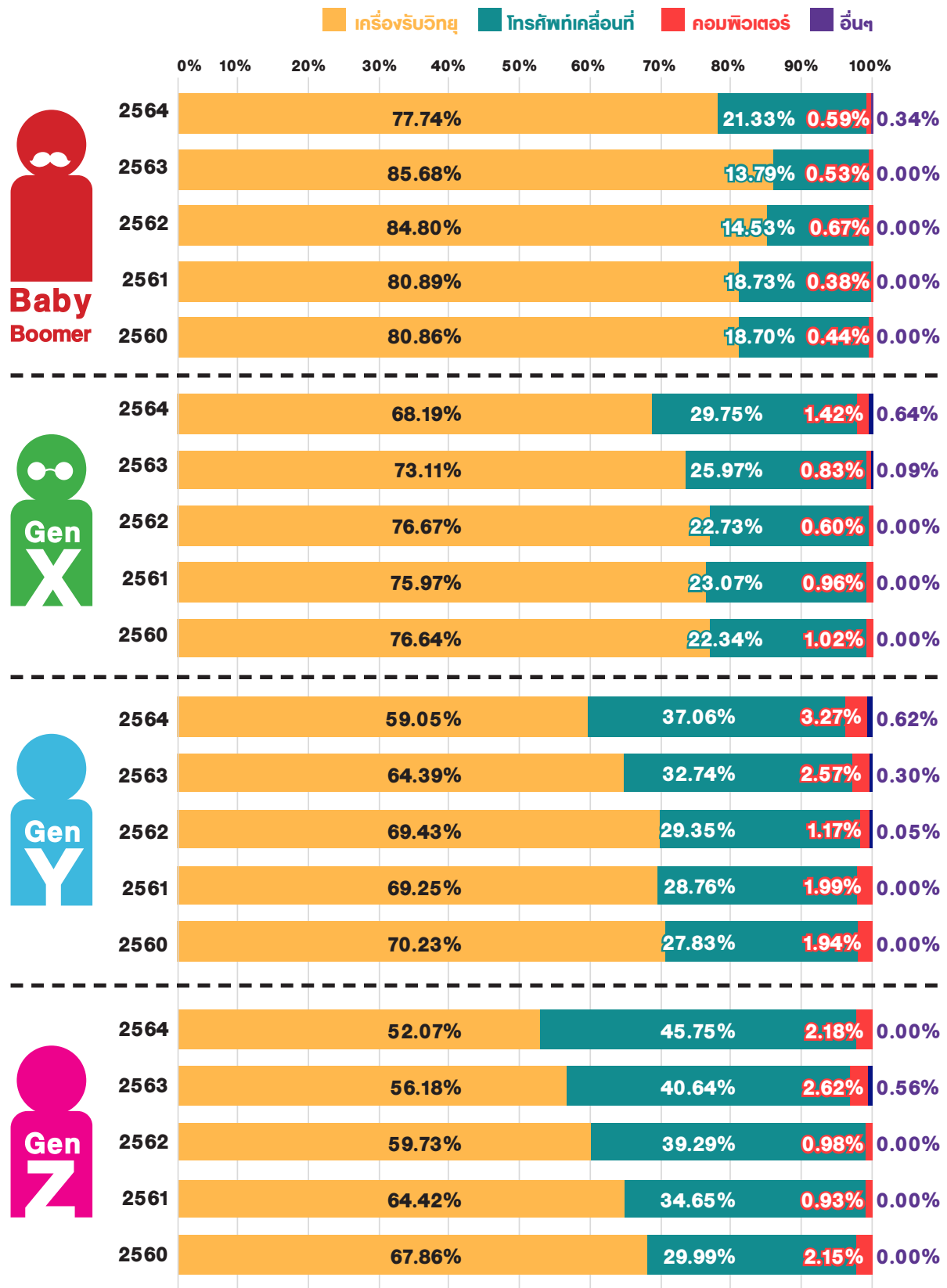
**กลุ่มเจนเอเรชั่น แซด** เป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นที่นิยมรับฟังวิทยุที่บ้านมากที่สุด ในภาพรวมตลอดช่วงปี 2560-2564 โดยในปี 2564 มีการรับฟังวิทยุที่บ้าน ร้อยละ 54.48 ตามมาด้วยการรับฟังวิทยุในรถ (ร้อยละ 39.57) ในที่ทำงาน (ร้อยละ 4.46) และอื่นๆ (ร้อยละ 1.49) อย่างไรก็ตาม กลุ่มเจนเอเรชั่น แซด มีแนวโน้มความนิยมการรับฟังที่บ้านและสถานที่อื่นๆ ลดลง ในขณะที่มีการรับฟังในรถและในที่ทำงานเพิ่มขึ้น อย่างเห็นได้ชัด

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ในเกือบทุกกลุ่มช่วงอายุ คือ นิยมรับฟังวิทยุที่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือรับฟังวิทยุในรถ ในที่ทำงาน และอื่นๆ ตามลำดับ ยกเว้นเพียงกลุ่มเจนเอเรชั่น วาย มีพฤติกรรมการรับฟังวิทยุที่แตกต่างจากกลุ่มอายุอื่น โดยกลุ่มนี้มีสัดส่วนคนที่นิยมรับฟังวิทยุในรถมากกว่าที่บ้าน และฟังในรถมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอายุอื่น ส่วนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีสัดส่วนการรับฟังในรถน้อยที่สุด ในขณะที่การรับฟังวิทยุที่บ้านสูงกว่าเจนเอเรชั่นอื่นๆ



## พฤติกรรมกรรมการรับฟังวิทยุของพุฟิงในแต่ละกลุ่มเจเนอเรชัน ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลแบ่งตามอุปกรณ์

จากข้อมูลพฤติกรรมกรรมการรับฟังวิทยุแบ่งตามอุปกรณ์ที่วิเคราะห์ลงลึกตามช่วงอายุ<sup>2</sup>  
พบความน่าสนใจในแต่ละกลุ่มดังต่อไปนี้



ที่มา: AGB Nielsen Media Research

<sup>2</sup> เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลจึงแบ่งช่วงอายุออกเป็น 4 กลุ่มเจเนอเรชันดังนี้ คือ กลุ่มเจเนอเรชัน แซต (12-19 ปี) กลุ่มเจเนอเรชัน วาย (20-39 ปี) กลุ่มเจเนอเรชัน เอกซ์ (40-59 ปี) กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (60 ปีขึ้นไป)



**Baby  
Boomer**

**กลุ่มเบบี้บูมเมอร์** ในภาพรวมตลอดระยะเวลาทั้ง 5 ปี มีสัดส่วนการรับฟังผ่านทางเครื่องรับวิทยุมากที่สุด หรือไม่น้อยกว่าร้อยละ 77 ในขณะที่การรับฟังผ่านช่องทางอื่น (โทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอื่นๆ) มีสัดส่วนน้อยกว่าในภาพรวม ทั้งนี้ ในปี 2564 กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ยังคงมีการรับฟังวิทยุผ่านทางเครื่องรับวิทยุมากที่สุด (ร้อยละ 77.74) รองลงมาคือ การรับฟังวิทยุผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ร้อยละ 21.33) ผ่านคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 0.59) และอื่นๆ (ร้อยละ 0.34) อย่างไรก็ตาม กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีแนวโน้มความนิยมการรับฟังผ่านทางเครื่องรับวิทยุลดลง จากปี 2560



**Gen  
X**

**กลุ่มเจนเอเรชัน เอกซ์** เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนการรับฟังผ่านทางเครื่องรับวิทยุมากที่สุดเช่นเดียวกับกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ โดยในปี 2564 ผู้คนนิยมรับฟังวิทยุผ่านทางเครื่องรับวิทยุร้อยละ 68.19 รองลงมาผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ร้อยละ 29.75) ผ่านคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 1.42) และอื่นๆ (ร้อยละ 0.64)



**Gen  
Y**

**กลุ่มเจนเอเรชัน วาย** มีสัดส่วนการรับฟังวิทยุผ่านทางเครื่องรับวิทยุมากที่สุด แต่อย่างไรก็ดีพบว่า มีสัดส่วนการรับฟังวิทยุผ่านคอมพิวเตอร์มากกว่ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์และกลุ่มเจนเอเรชัน เอกซ์อย่างเห็นได้ชัด โดยข้อมูลในปี 2564 พบว่า มีสัดส่วนการรับฟังวิทยุผ่านทางเครื่องรับวิทยุ ร้อยละ 59.05 รองลงมาผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ร้อยละ 37.06) ผ่านคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 3.27) และอื่นๆ (ร้อยละ 0.62) ทั้งนี้ จากปี 2560 มีแนวโน้มที่ความนิยมการรับฟังผ่านทางเครื่องรับวิทยุลดลง ในขณะที่การรับฟังผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอื่นๆ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น



**Gen  
Z**

**กลุ่มเจนเอเรชัน แซด** เป็นกลุ่มเจนเอเรชันที่มีสัดส่วนการรับฟังผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ในตลอดช่วงปี 2560-2564 โดยในปี 2564 ผู้คนนิยมรับฟังวิทยุผ่านทางเครื่องรับวิทยุ ร้อยละ 52.07 รองลงมาผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ร้อยละ 45.75) และผ่านคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 2.18) อย่างไรก็ตาม กลุ่มเจนเอเรชันนี้มีแนวโน้มที่ความนิยมการรับฟังผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นจากปี 2560 อย่างเห็นได้ชัด

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ทุกกลุ่มช่วงอายุ นิยมรับฟังวิทยุผ่านทางเครื่องรับวิทยุ รองลงมา รับฟังผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านคอมพิวเตอร์ และอื่นๆ ตามลำดับ โดยกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีสัดส่วนการรับฟังผ่านทางเครื่องรับวิทยุมากที่สุด ในขณะที่การรับฟังผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มอายุนี้มีสัดส่วนน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับเจนเอเรชันอื่นๆ ส่วนกลุ่มเจนเอเรชัน วาย พบว่า มีพฤติกรรมการรับฟังวิทยุผ่านคอมพิวเตอร์มากที่สุดตลอดช่วงปี 2560-2564 ในขณะที่กลุ่มเจนเอเรชัน แซด มีสัดส่วนการรับฟังผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเจนเอเรชันอื่นๆ



หากเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับฟังวิทยุโดยพิจารณาแบ่งตามกลุ่มเจนเนอเรชัน พบว่ากลุ่มที่อายุมากที่สุด (กลุ่มเบบี้บูมเมอร์) และน้อยสุด (กลุ่มเจนเนอเรชัน แซด) จะนิยมรับฟังวิทยุที่บ้าน เป็นสัดส่วนที่มากกว่า เนื่องจากมีการใช้ชีวิตประจำวันที่บ้านมากกว่ากลุ่มวัยทำงาน (กลุ่มเจนเนอเรชัน เอกซ์ และกลุ่มเจนเนอเรชัน วาย) ในขณะที่กลุ่มอายุน้อยมีสัดส่วนการรับฟังวิทยุในรถที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในกลุ่มเจนเนอเรชัน วาย ที่มีสัดส่วนการรับฟังวิทยุในรถมากที่สุด เนื่องจากเป็นวัยที่มีการเดินทางค่อนข้างมาก นอกจากนั้น จะเห็นได้ชัดว่า ยิ่งกลุ่มผู้ฟังมีอายุมากขึ้นยังมีแนวโน้มที่จะนิยมรับฟังวิทยุผ่านเครื่องรับวิทยุมากขึ้น ในขณะที่แนวโน้มของสัดส่วนการรับฟังวิทยุผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และผ่านคอมพิวเตอร์จะน้อยลง อาจเนื่องมาจากคนกลุ่มที่อายุน้อยกว่ามีความคุ้นเคยหรือถนัดในการใช้เทคโนโลยีหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่มากกว่ากลุ่มที่สูงอายุ