ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ฟัง รายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM.100.5 MHz. News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวสาธิณี วันทนา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM.100.5 MHz. News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวสาธิณี วันทนา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาส
ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

RELATIONSHIP BETWEEN EXPECTATION, EXPOSURE AND SATISFACTION OF LISTENERS OF "KHUI KHAMONG YAM YEN" RADIO PROGRAM, FM.100.5 MHz. NEWS NETWORK, IN BANGKOK AREA

BY

MISS SATINEE WANTANA

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
PROGRAM IN MANAGEMENT COMMUNICATION
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวสาธิณี วันทนา

เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่าง ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM. 100.5 News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร.

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)

เมื่อ วันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ .....
(อาจารย์ ดร.โมไนยพล รณเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ .....
(รองศาสตราจารย์แอนนา จุมพลเสถียร)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ .....
(รองศาสตราจารย์วงหทัย ตันชีวะวงศ์)

คณบดี .....
(รองศาสตราจารย์พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจ ของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM.100.5 MHz. News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสาธิณี วันทนา
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ แอนนา จุมพลเสถียร
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และ ความพึงพอใจของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM.100.5 MHz. News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการวัดผลเพียงครั้งเดียว ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study) โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อายุ 18-60 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ตัวอย่าง

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย (ร้อยละ 51.3) อายุ 36-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ทั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ รับฟังรายการ โดยเฉลี่ย 4 วัน/สัปดาห์ และมีลักษณะฟังรายการ เรื่อย ๆ ตั้งใจบ้าง ไม่ตั้งใจบ้าง และฟังรายการในทุกช่วงรายการ โดยส่วนใหญ่รับฟังผ่านเครื่องรับวิทยุ (บ้าน/ที่ทำงาน/รถยนต์) และมักจะเปิดฟังรายการคนเดียว และส่วนใหญ่เคยมีส่วนร่วมในรายการ (ร้อยละ 55.0) และใช้ช่องทาง Social Network (Line official, Facebook, Web) ในการมีส่วนร่วมในรายการ นอกจากนั้นพบว่า ส่วนใหญ่มีความคาดหวังโดยรวมจากการรับฟังรายการ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.2) โดยมีความคาดหวัง ด้านการรับรู้ข่าวสาร มากที่สุด และมีความพึงพอใจโดยรวมจากการรับฟังรายการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) โดยมีความพึงพอใจด้านการรับรู้ข่าวสารมากที่สุด ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ พบว่า โดยรวมมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปิดรับฟังรายการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ทั้งนี้จากการทดสอบสมมติฐานการศึกษา พบว่า ความคาดหวังโดยรวม มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ต่อการเปิดรับความถี่ (วัน/สัปดาห์) (r = 0.122)

การเปิดรับฟังรายการ ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก กับความพึงพอใจ (r = 0.171) และความพึงพอใจในการรับฟังรายการมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการ (r = 0.365)

คำสำคัญ: ความคาดหวัง, การเปิดรับ, ความพึงพอใจ

Independent Study Title	RELATIONSHIP BETWEEN EXPECTATION, EXPOSURE AND SATISFACTION OF LISTENERS OF "KHUI KHAMONG YAM YEN" RADIO PROGRAM, FM.100.5 MHz. NEWS NETWORK, IN BANGKOK AREA
Author	Miss Satinee Wantana
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Administration Journalism and Mass Communication Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Anna Jumpolstien
Academic Year	2016

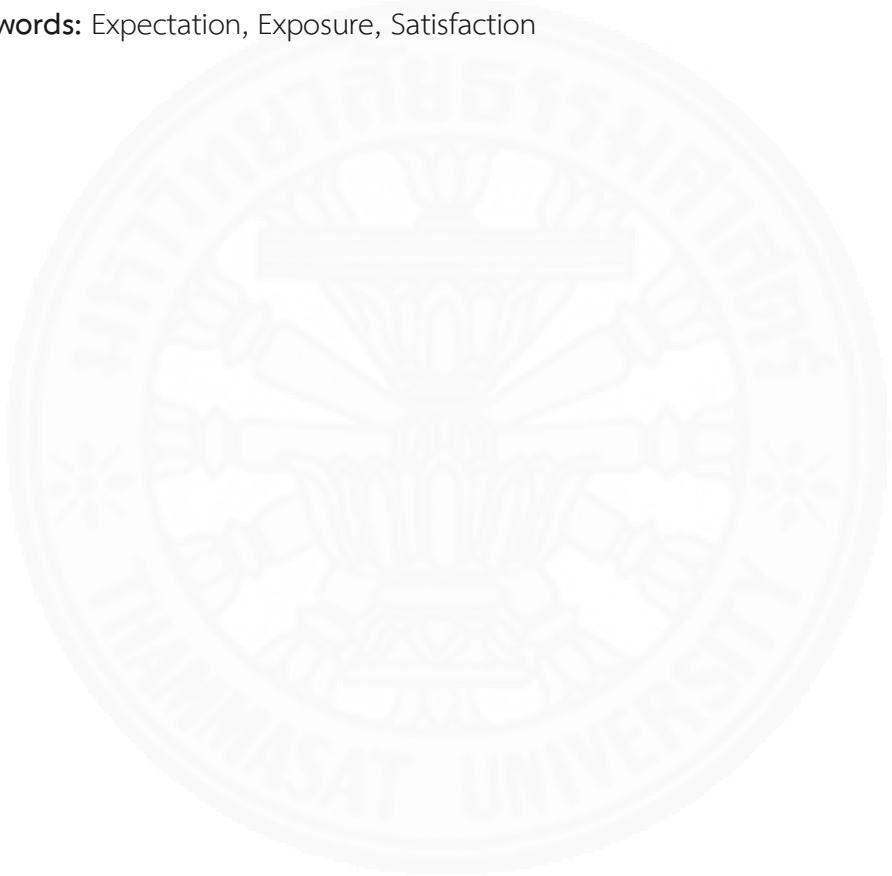
ABSTRACT

This is a quantitative research with a survey approach using one-time measurement in a cross-sectional study. The samples consist of 300 listeners of the "Khui Khamong Yam Yen" radio program, aged between 18 and 60 years, living in the Bangkok area.

The findings reveal that the majority of the samples are male (51.3%), aged between 36 and 50 years, with a bachelor's degree, doing private business, with an average monthly income of 25,001-35,000 baht. It is found that most listen to the program on average 4 days/week. They have a casual listening habit in that sometimes they pay attention to the program and other times not so much. They tend to listen to the program every time it is on. They listen to the radio (at home/at the office/in the car) and often when they are alone. Most have participated in the program (55.0%) through social network media (Line official, Facebook, Web). It is also found that their overall expectation from listening to the program is at a high level (with a mean of 4.2), the highest being obtaining information. Their overall satisfaction with the program is also at a high level (with a mean of 4.35), the highest being satisfied with obtaining information, while the

behavioral tendency to the program exposure is found at a high rate (with a mean of 3.74). The testing of the hypothesis finds that the overall expectation has a positive relationship with the exposure frequency (days/week) (r=0.122), while the exposure frequency (days/week) also has a positive relationship with the satisfaction with the program (r=0.171), and the satisfaction with the program has a positive relationship with the behavioral tendency to listening to the program (r=0.365).

Keywords: Expectation, Exposure, Satisfaction



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM.100.5 MHz. News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร” ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ แอนนา จุมพลเสเถียร ที่ให้โอกาสและความกรุณาแก่ข้าพเจ้า เป็นที่ปรึกษาในการจัดทำการค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ขอบพระคุณท่านที่คอยแนะนำ สั่งสอน ห่วงใย และให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด รวมถึงกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.โมไนยพล รณเวช และรองศาสตราจารย์ วงหทัย ตันชีวะวงศ์ ที่ช่วยดูแลและให้คำแนะนำ ทำให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สมบูรณ์ ขอขอบคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ค่อยช่วยเหลือให้คำแนะนำมาโดยตลอด รวมถึงขอบคุณ น้อง ๆ เพื่อน ๆ MCA13 น้องน้ำตาล น้องจอย น้องไผ่ น้องดรีม ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจเสมอมา

ขอขอบพระคุณ ท่านผู้อำนวยการฝ่ายคลื่นวิทยุ FM 100.5 News Network ที่ให้ข้าพเจ้าได้มีโอกาสทำงานวิจัยเกี่ยวกับรายการคุยโขมงยามเย็น นำมาซึ่งผลการวิจัยที่สามารถเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่อไปในอนาคต และขอขอบพระคุณหัวหน้างาน ผู้จัดการส่วนการตลาดวิทยุและกิจกรรมพิเศษ รวมถึง พี่ ๆ น้อง ๆ ทีมงานส่วนการตลาดวิทยุและกิจกรรมพิเศษ สำนักวิทยุ บมจ.อสมท ทุกท่าน ที่เข้าใจ เป็นกำลังใจเสมอมา

และที่สำคัญที่สุด คือ คุณแม่สายใจ ที่อดทดส่งเสียให้ข้าพเจ้าได้เรียนจนประสบความสำเร็จ จบการศึกษาได้ในครั้งนี้ รวมถึงขอบคุณ พี่ชายคุณพิชัย และพี่สาวคุณอโณทัย เพื่อนคุณอนันญา และขอบคุณ Mr.Andrew Jones ที่ค่อยช่วยเหลือและให้กำลังใจเสมอมาก และสุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณตัวเองที่มีความมานะและขยันอดทน จนผ่านพ้นอุปสรรคต่าง ๆ มาจนสามารถจบการศึกษาได้ และจะได้นำความรู้และประสบการณ์ในการศึกษาครั้งนี้ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ต่อองค์กร ต่อครอบครัว สังคมและประเทศชาติต่อไป

นางสาวสาธิณี วันทนา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 สภาพปัญหาและความสำคัญ	1
1.2 ปัญหานำการศึกษา	6
1.3 วัตถุประสงค์การศึกษา	6
1.4 สมมติฐานการศึกษา	7
1.5 ขอบเขตการศึกษา	7
1.6 นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ทฤษฎี การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses-and-gratification)	9
2.2 ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)	13
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าว	15
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่	20
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	29

บทที่ 3 ระเบียบวิธีศึกษา 30
3.1 ประชากร 30
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง 31
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา 33
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 34
3.5 คำถามและเกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร 35
3.6 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 41
3.7 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล 42
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล 43

บทที่ 4 ผลการวิจัย 52

4.1 ลักษณะทางประชากร 52
4.2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น 55
4.3 ความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น 59
4.4 ความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น 64
4.5 แนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น 69
4.6 การทดสอบสมมติฐาน 70

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะ 85

5.1 สรุปผลการศึกษา 85
5.2 อภิปรายผลการศึกษาวิจัย 93
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา 99
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป 101

รายการอ้างอิง 102

ภาคผนวก 105

ประวัติผู้เขียน 112

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ลำดับความนิยมรายการวิทยุประเภท News Talk	5
3.1	การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มเขต (Cluster Sampling)	32
3.2	การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Random Sampling)	33
3.3	สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ	44
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	52
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ	52
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	53
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	54
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	54
4.6	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นจำแนกตามความถี่ (วัน/สัปดาห์)	55
4.7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	56
4.8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงรายการการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	56
4.9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	57
4.10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้วย	57
4.11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	58
4.12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	58
4.13	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร	59
4.14	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์บุคคล	60

4.15	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	61
4.16	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง	62
4.17	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	63
4.18	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร	64
4.19	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์บุคคล	65
4.20	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	66
4.21	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง	67
4.22	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	68
4.23	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	69
4.24	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น โดยรวมกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	70
4.25	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสารกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	71
4.26	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างอกลักษณ์บุคคลกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	72
4.27	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	73

4.28	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิงกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	74
4.29	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม	75
4.30	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร	76
4.31	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างอกลักษณ์บุคคล	77
4.32	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	78
4.33	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง	79
4.34	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวมกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	80
4.35	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสารกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	81
4.36	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างอกลักษณ์บุคคลกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	82
4.37	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	83

4.38 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิงกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น 84

5.1 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย 90

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	การแบ่งประเภทการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง	3
1.2	เปรียบเทียบงบอุตสาหกรรมวิทยุปี 2557 กับ ปี 2558	4
2.1	แบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ	14
2.2	กรอบแนวคิดในการวิจัย	29

บทที่ 1
บทนำ

1.1 สภาพปัญหาและความสำคัญ

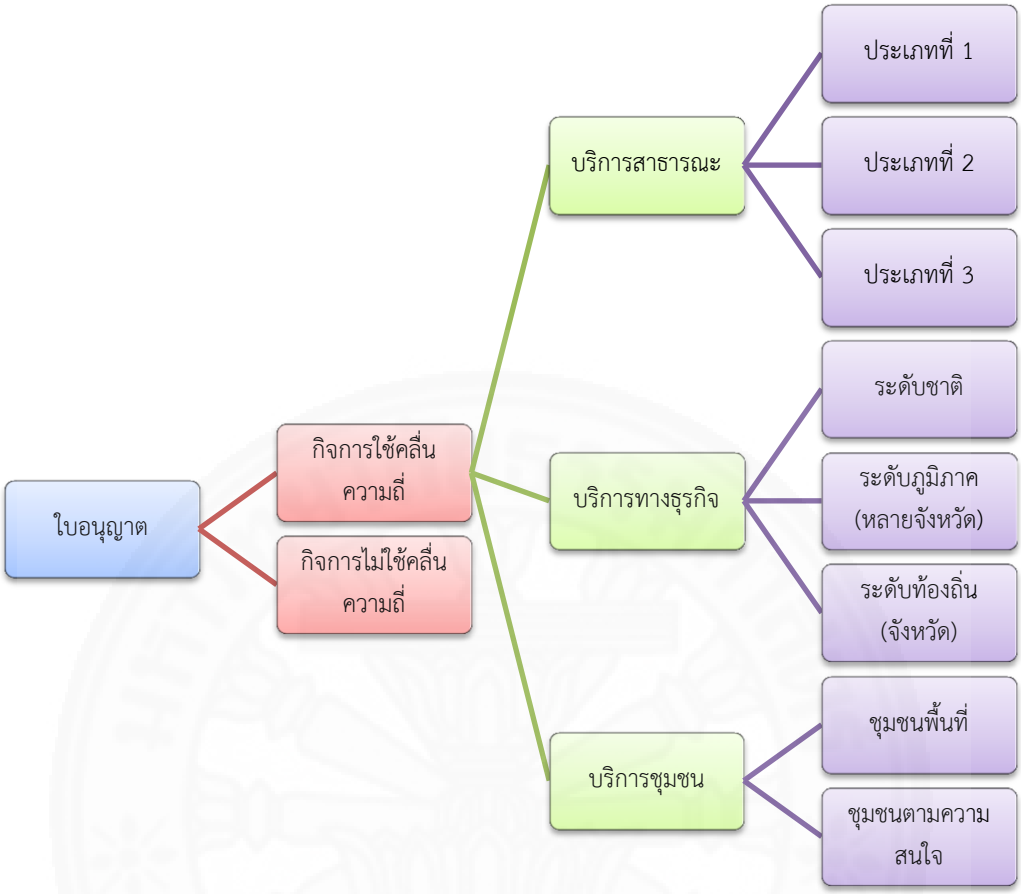
บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งและดำเนินกิจการด้านการสื่อสารมวลชนมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2495 โดยจัดตั้งขึ้นครั้งแรกในนาม บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ต่อมาใน ปี พ.ศ. 2520 รัฐบาลภายใต้การนำของ นายธานินทร์ กรัยวิเชียร นายกรัฐมนตรี ได้ออกพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) อสมท เริ่มดำเนินกิจการต่อเนื่องจาก บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด โดยโอน สถานีโทรทัศน์สี ช่อง 9 ช่อง 3 วิทยุ ท.ท.ท. และทรัพย์สินของ บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด มาเป็นของ อสมท และในปีเดียวกันก็ได้ก่อตั้ง สำนักข่าวไทย เป็นสำนักข่าวของบริษัทขึ้น เพื่อนำเสนอรายงานข่าวสนับสนุนแก่สถานีโทรทัศน์สี ช่อง 9 ช่อง 3 และวิทยุ ท.ท.ท. และเมื่อปี พ.ศ. 2546 ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้ ยุบ อ.ส.ม.ท และจัดตั้ง บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นรัฐวิสาหกิจที่กระทรวงการคลังถือหุ้นใหญ่ ได้ดำเนินการปรับแบรนด์และพัฒนาการบริหารธุรกิจจนถึงปัจจุบัน ภายใต้ วิสัยทัศน์ (Vision) องค์กรสื่อสร้างสรรค์ชั้นนำ ธุรกิจของ บมจ. อสมท มีภารกิจในการประกอบกิจการด้านสื่อสารมวลชน ประกอบด้วยธุรกิจหลักที่ดำเนินการเอง ได้แก่ กิจการสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 MCOT กิจการสถานีวิทยุกระจายเสียงและสำนักข่าวไทย รวมทั้งได้จัดตั้งบริษัทย่อยอีก 2 บริษัท คือ บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัดดำเนินธุรกิจด้านการผลิตรายการและสารคดีโทรทัศน์ และบริษัท ซี้ดเอ็มคอท จำกัด ดำเนินธุรกิจประกอบกิจการด้านบันเทิงทุกประเภท และผลิตภัณฑ์ดิจิตอลอื่น ๆ พัฒนาสินค้าและจำหน่ายสินค้าพรีเมี่ยม นอกจากนี้ยังร่วมดำเนินกิจการกับผู้ประกอบการเอกชนอื่น ๆ ภายใต้สัญญาร่วมดำเนินกิจการ ได้แก่ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเม้นต์ จำกัด ดำเนินกิจการส่งโทรทัศน์ ไทยทีวีสี ช่อง 3 และกลุ่มบริษัท ทรูวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินกิจการให้บริการโทรทัศน์บอกรับเป็นสมาชิก TrueVisions

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) บริหารงานตามวิสัยทัศน์ขององค์กร คือ องค์กรสื่อสร้างสรรค์ชั้นนำ มีพันธกิจในการดำเนินธุรกิจสื่อสารมวลชนครบวงจรที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน ผลิตและจัดหา Content ที่สร้างสรรค์และมีคุณภาพ ให้บริการออกอากาศ (Network Provider) ทุกช่องทาง (Platform) ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Organization) ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สถานีวิทยุ อสมท ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีการผลิตและออกอากาศรายการประเภทต่าง ๆ ทั้งสาระความรู้ และความบันเทิงที่หลากหลายรูปแบบ ภายใต้แนวคิด “สื่อสร้างสรรค์สังคมอุดมปัญญา” เพื่อพัฒนาความรู้ และคุณภาพชีวิตของประชาชน ตลอดจนเพื่อสาธารณประโยชน์

และมวลชนท้องถิ่นโดยครอบคลุมและเน้นการเข้าถึงผู้ฟังทุกกลุ่มเป้าหมาย ภายใต้ภาพลักษณ์ของสถานีวิทยุฯ “MCOT Radio Network” ส่งกระจายเสียงทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค รวมทั้งสิ้น 62 สถานี (ส่วนกลาง 7 สถานี ส่วนภูมิภาค 53 สถานี ระบบเอเอ็ม 2 สถานี) โดยส่วนภูมิภาค 53 สถานี ออกอากาศส่งกระจายเสียงด้วยระบบ เอฟ. เอ็ม. และส่วนกลาง จำนวน 7 สถานี ออกอากาศจากกรุงเทพมหานคร ตลอด 24 ชั่วโมง ส่งกระจายเสียงด้วยระบบ เอฟ. เอ็ม. โดยแต่ละคลื่นมีการปรับตัวให้ คลื่นมี Positioning ที่ชัดเจน เจาะกลุ่มเป้าหมายผู้รับฟังที่มีความชื่นชอบและความสนใจที่แตกต่างกัน ได้แก่ FM 95 คลื่นลูกทุ่งมหานคร FM 96.5 คลื่นความคิด FM 97.5 คลื่น seed FM 99 คลื่นเมืองไทยแข็งแรง FM 100.5 คลื่นข่าว News Network FM 107 คลื่น MET เพลงสากล และระบบ AM 2 สถานี ได้แก่ AM 1143 KHz. คลื่นเพื่อนร่วมทาง และ AM 1494 KHz. คลื่น Life Station

ภายหลังมี พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม การประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2553 ซึ่งสถานีวิทยุ อสมท ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จะต้องดำเนินการตาม พ.ร.บ. ดังกล่าว โดยมุ่งเน้นให้การประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติ ซึ่งใน พ.ร.บ. ดังกล่าว มีการแบ่งประเภทการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง เป็น 3 ประเภท คือ การบริการสาธารณะ การบริหารธุรกิจ และการบริการชุมชน (ที่มา: รายงานผลการดำเนินงาน บมจ.อสมท ปี 2557)



ภาพที่ 1.1 การแบ่งประเภทการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง.
ที่มา: *รายงานผลการดำเนินงาน บมจ.อสมท ปี 2557.*

สถานีวิทยุ อสมท จึงมีภารกิจทั้งทางด้านธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคมไปพร้อมกัน การเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ ส่งผลกระทบต่อกิจการวิทยุฯ ของ บมจ.อสมท ทั้งในด้านการบริหารการลงทุน รวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กร โดยที่ผ่านมาสถานีวิทยุ อสมท ทุกสถานี ต้องมีการเตรียมความพร้อมในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินกิจการให้สอดคล้องกับกฎหมาย สภาพสังคม และเทคโนโลยี ที่เปลี่ยนแปลง เพื่อประสบความสำเร็จทางธุรกิจ ประกอบกับการก้าวเข้าสู่ยุคการสื่อสารดิจิตอล ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว มีสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอล เพิ่มจำนวนมากขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งด้านงบโฆษณา มีแนวโน้มไปที่ดิจิตอลทีวีมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากงบอุตสาหกรรมวิทยุของปี 2558 งบโฆษณาด้านวิทยุกระจายเสียง มีการเติบโตเพียง ร้อยละ 1.16 เท่านั้น ในขณะที่ดิจิตอลทีวี มีการเติบโตมากกว่า ร้อยละ 143.91 (ที่มา: บริษัท นีลเส็น คอมปะนี ประเทศไทย)

YTD Dec 2015 VS YTD Dec 2014 BAHT MILLIONS

MEDIA	2015	SOV %	2014	SOV %	DIFF	% Change
ANALOG TV	57,526	47.03	63,777	53.88	-(6,251)	-(9.80)
CABLE/SATELLITE	6,055	4.95	7,232	6.11	-(1,177)	-(16.27)
DIGITAL TV	20,930	17.11	8,581	7.25	12,349	143.91
RADIO	5,675	4.64	5,610	4.74	65	1.16
NEWSPAPERS	12,332	10.08	13,182	11.14	-(850)	-(6.45)
MAGAZINES	4,227	3.46	4,931	4.17	-(704)	-(14.28)
CINEMA	5,134	4.20	4,349	3.67	785	18.05
OUTDOOR	4,265	3.49	3,974	3.36	291	7.32
TRANSIT	4,478	3.66	3,813	3.22	665	17.44
IN STORE	639	0.52	1,964	1.66	-(1,325)	-(67.46)
INTERNET	1,058	0.86	950	0.80	108	11.37
TOTAL	122,318	100.0	118,364	100.0	3,954	3.34

ภาพที่ 1.2 เปรียบเทียบงบอุตสาหกรรมวิทยุของปี 2557 และ 2558
ที่มา: บริษัท นีลเส็น คอมปะนี (ประเทศไทย)

คลื่นข่าว FM 100.5 MCOT News Network สำนักวิทยุ MCOT RADIO บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เริ่มดำเนินการในรูปแบบ “สถานีวิทยุคลื่นข่าว” ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2536 มีวิสัยทัศน์ (Vision)” ผู้นำสื่อวิทยุคลื่นข่าวคุณภาพ เครือข่ายระดับชาติ” มีพันธกิจ ด้านการผลิตรายการข่าวคุณภาพแบบมืออาชีพ มีจรรยาบรรณ สร้างความเชื่อมั่นศรัทธาแก่ประชาชนคนฟัง และเป็นกำลังหลักสำคัญด้านวิชาชีพข่าวของสังคมและประเทศ และสร้างเครือข่ายในการนำเสนอข่าวระดับชาติ โดยผนึกกำลังพันธมิตรสื่อมวลชนมืออาชีพระดับประเทศ สถาบันการศึกษา และประชาชนนักข่าวอาสา ร่วมผลิตข่าวและรายการเชิงข่าว พร้อมทั้งพัฒนาคุณภาพเนื้อหารายการ ให้ตรงกับรสนิยมของกลุ่มผู้ฟัง พร้อมไปกับการพัฒนากิจกรรมเสริมให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าและสร้างโอกาสด้านรายได้ และพัฒนาช่องทางในการรับฟังให้รองรับการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง ทุกภาคของประเทศ ภายใต้กรอบแนวคิดหลัก “100.5 คืบหน้าข่าว News Update” เจาะข่าวถึงแหล่งข่าวตรง รายงานเชิงลึกด้วยข้อมูลความจริงที่ไม่ใช่หน้าฉากตรงไปตรงมา รวดเร็ว ฉับไว รอบคอบ รอบด้าน และแหลมคม ภายใต้กรอบวิชาชีพแห่งจรรยาบรรณของสื่อสารมวลชน ประเภท ข่าว โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้สนใจติดตามข่าว อายุ 18 ปีขึ้นไป รวมถึงนักบริหาร ผู้นำองค์กร ตลอดจนผู้นำในแต่ละชนชั้นปกครอง เช่น ผู้บริหารและผู้นำในระบบราชการ ในระบบรัฐสภา โดยผนึกกำลังกับเครือข่ายสื่อ อสมท ขยายเขตบริการไปสู่ภูมิภาค และเสริมด้วยการขยายช่องทางการรับฟัง ผ่านสื่อนิวมีเดีย โซเชียลมีเดีย เช่น ทาง website, youtube,

facebook เนื่องจากการก้าวเข้าสู่ยุคการสื่อสารดิจิตอล อย่างรวดเร็ว ทำให้วิทยุจำเป็นต้องมีการปรับตัว เพื่อเพิ่มช่องทางการรับฟังให้มีความหลากหลายมากขึ้น

รายการคุยโขมงยามเย็น เป็นรายการข่าวที่ออกอากาศทาง คลื่นวิทยุ 100.5 MHz. คลื่นข่าว News Network มาเป็นระยะเวลายาวนาน ประมาณ 9 ปี โดยเป็นรายการวิทยุที่ต่อยอดมาจากรายการคุยโขมงข่าวเช้า ออกอากาศทาง คลื่นวิทยุ 100.5 MHz. คลื่นข่าว News Network และคุยโขมงบ่าย 3 โมง ออกอากาศทางช่อง 9 MCOT HD มีแนวคิดว่า นอกจากรายการวิทยุในช่วงเช้าและรายการทีวีในช่วงบ่ายแล้ว น่าจะมีรายการคุยโขมงยามเย็นเพิ่มขึ้นเพื่อสรุปข่าวเด่นข่าวดังในรอบวัน โดยมี คุณสุวิช สุทธิประภา และ คุณภรภัทร์ นีลพัธน์ เป็นผู้ดำเนินรายการ รายการคุยโขมงยามเย็นมีลักษณะเป็นรายการเล่าข่าว News Talk เล่าข่าวเด่น ข่าวดังประจำวัน สรุปข่าวสถานการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสของสังคม ข่าวที่ประชนให้ความสนใจ เป็นรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุด เมื่อเทียบกับรายการประเภทเล่าข่าว ของคลื่นข่าวอื่น ๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน ทั้งนี้จากข้อมูลการอันดับความนิยมรายการ ของบริษัทจัดอันดับความนิยมรายการ (บริษัท นีลเส็น คอมปะนี ประเทศไทย) พบว่า ในรายการประเภท News Talk รายการคุยโขมงยามเย็นมีอันดับความนิยมรายการสูงสุด แต่ค่าคะแนนของคลื่นคู่แข่ง มีความใกล้เคียงกับรายการคุยโขมงยามเย็นอยู่มาก

ตารางที่ 1.1

Market: GR BANGKOK / NEWS AND TALK

2015 / Radio Station	90.5	96.5	97	100.5	101	102	106	Total
16 May 2015	7	29	4	43	9	7	39	2285
16 Apr 2015	5	38	9	53	3	0	20	2181
16 Mar 2015	5	27	9	27	3	7	28	2347
16 Feb 2015	8	21	11	21	5	7	46	2124
16 Jan 2015	5	28	9	30	10	13	56	2420

(TIME 17.00-18.00)

ที่มา: บริษัท นีลเส็น คอมปะนี (ประเทศไทย)

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการก้าวเข้าสู่ยุคการสื่อสารดิจิตอลอย่างรวดเร็ว ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสารเปลี่ยนแปลงไป หันมาให้ความสนใจสื่อดิจิตอลมากขึ้น ดังนั้นวิทยุจำเป็นต้องมีการปรับตัว ในหลายด้านทั้ง ด้านข้อมูลเนื้อหา รูปแบบรายการ และช่องทางการรับฟัง ให้มีความหลากหลายและทันสมัยมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง และเพื่อการเพิ่ม

ประสิทธิภาพทางธุรกิจ จึงเป็นที่มาของการศึกษา รายการคุยโขมงยามเย็น คลื่นวิทยุ 100.5 MHz. คลื่นข่าว News Network เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจ ของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM 100.5 News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ เป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อผู้สนใจการจัดรายการวิทยุเชิงข่าว News Talk ต่อไป

1.2 ปัญหานำการศึกษา

1. ผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครมีความคาดหวังต่อรายการคุยโขมงยามเย็นอย่างไร
2. ผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นอย่างไร
3. ผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นอย่างไร
4. ผู้ฟังมีแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นอย่างไร
5. ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นอย่างไร
6. การเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นอย่างไร
7. ความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นของผู้รับฟังในเขต กทม.
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.
4. เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นของผู้รับฟังในเขต กทม.
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับการเปิดรับของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับกับความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.

7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มพฤติกรรมกับความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.

1.4 สมมติฐานการศึกษา

1. ความคาดหวังในการรับฟังรายการมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.

2. การเปิดรับฟังรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.

3. ความพึงพอใจในรับฟังรายการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.

1.5 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และ ความพึงพอใจของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM.100.5 MHz. News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้กำหนดการสุ่มตัวอย่างกับผู้ที่เคยรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อายุ 18-60 ปี เนื่องจากคนในกลุ่มอายุนี้ เป็นฐานของมูลเดิมของกลุ่มผู้รับฟังรายการของคลื่น FM 100.5 News Network ตามรายงานการวิจัยของ บริษัทเอคอน มาร์เก็ตติ้ง แอนด์รีเสิร์ช คอนซัลแทนส์ จำกัด ปี 2558 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระหว่าง วันที่ 15 กันยายน – 15 ตุลาคม 2559 เป็นระยะเวลาประมาณ 1 เดือน

1.6 นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. รายการคุยโขมงยามเย็น หมายถึง รายการคุยข่าว News Talk ผลิตรายการโดยบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ออกอากาศในประเทศไทย ทางคลื่นวิทยุ อสมท FM 100.5 MHz. News Network ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-18.00 น.

2. การเปิดรับ หมายถึง เปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM 100.5 MHz. ประกอบด้วย ความถี่ในการรับฟัง, ลักษณะในการรับฟัง, เนื้อหารายการที่ฟัง, ช่องทางในการเปิดรับฟัง, ผู้ร่วมรับฟังรายการ, การมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการ

3. ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการของผู้ฟังต่อรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM 100.5 MHz. News Network ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ข่าวสาร ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคล ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความบันเทิง

4. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจของผู้ฟังต่อรายการ รายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM 100.5 MHz. News Network ประกอบด้วย ความพึงพอใจ ด้านการรับรู้ข่าวสาร ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคล ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความบันเทิง ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจต่อการรับฟังรายการ

5. แนวโน้มพฤติกรรม หมายถึง ความตั้งใจที่จะรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM 100.5 MHz. News Network ต่อไปในอนาคต และระดับความตั้งใจที่จะแนะนำให้ผู้อื่นฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM 100.5 MHz. News Network

6. กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ของคลื่น FM 100.5 News Network อายุ 18-60 ปี ซึ่งเป็นฐานของมูลเดิมของกลุ่มผู้รับฟังรายการของคลื่น FM 100.5 News Network ตามรายงานการวิจัยความพึงพอใจผู้ฟัง ของ บริษัทเอคอน มาร์เก็ตติ้ง แอนด์รีเสิร์ช คอนซัลแทนส์ จำกัด ปี 2558

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบความคาดหวัง การเปิดรับ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.

2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ใช้ในการปรับปรุง พัฒนารายการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อผู้สนใจการจัดรายการวิทยุเชิงข่าว

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และ ความพึงพอใจของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM.100.5 MHz. News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกรับฟังรายการข่าว ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับและความพึงพอใจ ต่อรายการคุยโขมงยามเย็น ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses-and-gratification)
2. ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy-Value Theory)
3. แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าว
4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎี การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses-and-gratification)

ทฤษฎีความพึงพอใจ เป็นการศึกษาที่เน้นเรื่องความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยมีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนเองต้องการอะไร และสารอะไร จึงจะสนองความพึงพอใจของตนเองได้ ดังนั้นผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 113) ได้อธิบายการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจเป็นแนวทางการศึกษาที่ว่า ประชาชนทำอะไรกับสื่อมวลชน การศึกษาตามแนวทางนี้เน้นที่การใช้เนื้อหาของสื่อมวลชน (The uses of media content) เพื่อทำให้เกิดความพอใจ (Gragitifications) หรือเพื่อทำความต้องการให้สมบูรณ์ (Need fulfillment) พฤติกรรมของมวลชนผู้รับสารสามารถถูกอธิบายได้โดยความต้องการ (The needs) และความสนใจ (Interest) ของบุคคล

ความพึงพอใจ (gratification) ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรมได้ให้ความจำกัดความไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกที่ดีมีความสุข เมื่อคนเราได้นับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (need) หรือแรงจูงใจ (motivation) (Wolman, 1973, อ้างถึงใน เสกสรร พรหมพิทักษ์, 2541)

ทั้งนี้ กระบวนการที่ผู้รับสารแต่ละคนเลือกเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ประกอบด้วยพฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร โดยเฉพาะประสบการณ์โดยตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่าการใช้และความพึงพอใจในการสื่อสาร ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 144)

1. ผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (Goal Directed)

2. การใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่ได้เลือกสรรแล้วก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนตามข้อ 1 ไม่ได้เป็นการรับสารที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลชักจูงจากผู้ส่งสารแต่อย่างเดียว บุคคลที่มีความตระหนักในความต้องการของตนและสามารถบอกถึงความต้องการเหล่านั้นได้ วิธีการนี้ตั้งอยู่บนการสำรวจความต้องการของผู้รับสาร ดังนั้น เทคนิค การวิจัยจึงเชื่อว่าคำตอบของบุคคลจะเป็นตัวชี้วัด (indicator) ที่ถูกต้องของแรงจูงใจต่าง ๆ ของความต้องการของบุคคล

3. ความพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อหรือการเลือกใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในทางกลับกัน ผู้ส่งสารต่างหากที่มีความจำเป็นที่จะต้องแข่งขันเพื่อการบริการให้ประชาชนในฐานะผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองที่มีความพึงพอใจจากการสื่อสารก่อนหน้านั้น

ทฤษฎีความพึงพอใจ เป็นการศึกษาที่เน้นเรื่องความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร

โดยมีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนเองต้องการอะไร และสารอะไร จึงจะสนองความพึงพอใจของตนเองได้ ดังนั้นผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

สำหรับ เวนเนอร์ (Wenner, 1985, อ้างถึงใน วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ และ สหัทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2548, น. 9) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (New Gratification) นั้นสามมารถแบ่งความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสารเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1) การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิงเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหวังบุคคลกับสังคม (Orientational Gratification) เป็นรูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2) การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratification) ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การน้าข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นหรือใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3) กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-social Gratification) หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4) กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง (Para-orientational Gratification) เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกหนีจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

แคทซ์ และคณะ (Katz, et al., 1973, อ้างถึงใน สมภพ ติรัตนะประคม, 2542, น. 19-20) ได้กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ นั้นจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวแล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อันก่อให้เกิด การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อหรือการรับสื่อของผู้รับสารในแง่ต่าง ๆ 5 รูปแบบ ดังนี้

1) ความต้องการที่จะรู้ (Cognitive Needs) คือ ความต้องการด้านความข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความเข้าใจ

2) ความต้องการด้านอารมณ์ (Affective Needs) คือ ความต้องการด้านความคิดเห็น ความบันเทิง และความสุนทรียะ

3) ความต้องการการไม่แปลกแยก (Personal Integrative Needs) คือ ความต้องการในการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ด้านความน่าเชื่อถือ ความสนใจ ความมั่นคง และสถานภาพของตนเอง

4) ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social Integrative Needs) คือ ความเชื่อมั่นในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคมกับคนในครอบครัว เพื่อน และคนอื่น ๆ ในสังคม

5) ความต้องการที่ปลดปล่อยตัวจากความตึงเครียด (Tension Release Needs) คือ ความต้องการหันเห และหลีกหนีความกดดันและปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตประจ้าวัน โดยหันไปหาสิ่งบันเทิงเริงใจในสื่อมวลชน เพื่อลดความเครียด

แมคคอมบ์ และ เบกเคอร์ (McCombs & Becker, 1979, pp. 50-52) ได้อธิบายเกี่ยวกับ “ความพึงพอใจ” ไว้ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนที่จะเลือกใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่า “เหตุผล” นี้หมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล นอกจากนี้พวกเขาได้มีความเห็นว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการโดยเน้นการดำรงชีวิตในสังคมทั่ว ๆ ไป ดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้

2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของตน ซึ่งการรับสื่อมวลชนจะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว นับว่าเป็นประสบการณ์หนึ่งที่ช่วยในการตัดสินใจได้

3. ต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion) ในชีวิตประจำวัน โดยการรับสื่อมวลชน จะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในกรพูดคุยกับผู้อื่น

4. ต้องการเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ตนเองกระทำไปแล้ว (Reinforcement) เพื่อเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

5. ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ได้แก่ การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว เพราะมนุษย์ต้องการมีส่วนร่วมในสังคม เพื่อไม่รู้สึกโดดเดี่ยว

6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertaining) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย อารมณ์ โดยพบว่าส่วนใหญ่มนุษย์มักใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อความบันเทิงและผ่อนคลายอารมณ์

จากการศึกษาทฤษฎี (Uses-and-gratification) อาจสรุปได้ว่าในกระบวนการสื่อสาร ผู้รับสารมีเป้าหมาย วัตถุประสงค์และแรงจูงใจที่จะกระทำการสื่อสาร โดยจะเป็นฝ่ายเลือกรับและใช้ประโยชน์จากสื่อ ความต้องการทางสังคมและจิตใจของผู้รับสารจะเป็นเหตุผลหลักในการเลือกใช้สื่อของผู้รับสาร ซึ่งจะมีความแตกต่างกันและย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ต่างจากความคาดหวังหรือความพึงพอใจต่อสื่อที่ตัวเองเปิดรับก็จะมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้รับสารซึ่งถูกมองในลักษณะ Active Audiences จึงไม่อาจปฏิเสธความต้องการหรือความจำเป็นของตนเองในการแสวงหาสารเพื่อตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นเหล่านั้น ซึ่งในท้ายที่สุดผู้รับสารจะเป็นผู้ที่ตัดสินใจได้ว่าตนเองมีความสนใจหรือความจำเป็นที่จะต้องรับสารในเรื่องใด อันจะเป็นที่มาของการตัดสินใจใช้สื่อตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล ทฤษฎี Uses-and-gratification จะถูกนำไปใช้เพื่อกำหนดแบบสอบถามและสมมติฐานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร และการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2 ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและการจูงใจ (Action/Motivation Perspective) โดยใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสารว่า การใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและมีเหตุผล สอดคล้องกับหลักการของ Alfred Schutz นักสังคมวิทยาที่ได้เสนอแนวทางทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจและมีการคาดหมายไว้ล่วงหน้าถึงผลที่จะได้รับ หรือก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดสิ่งนั้น จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี่คือสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะการเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 92) การนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate Benefits) หรือผลประโยชน์ที่ตามมาในอนาคต (Delayed Benefits) ล้วนแต่เป็น ผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการโดยยึดหลักการใหญ่ที่ว่าผู้รับสารเป็นผู้กระทำ (Actor) และมีภาพในใจแล้วว่าเขากำลังทำอะไรอยู่ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 93-94) ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ

1. พฤติกรรมมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรม ๆ เท่านั้น หากแต่มีอิสระที่จะให้ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น ๆ

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายใน แต่ควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

3. สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้ คืออนาคตผู้รับสาร สามารถมองเห็น นั้นคือผู้รับสาร สามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมา

McQuail and Gurevitch (1974, อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 93-94) อธิบายว่าหลักการทั้งหลายและแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจหรือทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อได้ถูกนำมาใช้ในงานวิจัยเพื่อศึกษาประสบการณ์ของผู้รับสารจากสื่อมวลชน แนวทางปฏิบัติ มักเป็นดังนี้

1. ใช้วิธีการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบว่าทำไมผู้รับสารจึงเปิดรับสื่อต่าง ๆ ผู้รับสารจะรู้ตัวว่าแรงจูงใจของตน คืออะไร คำตอบที่ได้มักจะเป็นการคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร

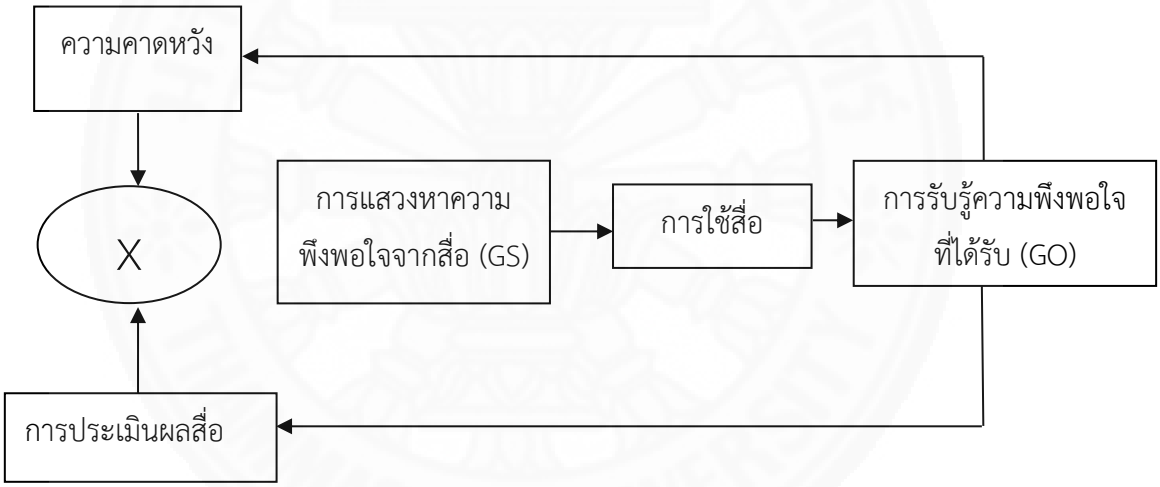
2. อย่าด่วนสรุปว่าพฤติกรรมทุกอย่างมีความหมายเพียงความหมายเดียว ผู้รับสารแต่ละคนอาจให้ความหมายประสบการณ์เดียวกันแตกต่างกัน โดยนำเอาความเห็นส่วนตัวเข้าไป

ปะปนในการให้ความหมายด้วยจึงควรเปิดโอกาสให้ผู้ตอบคำถามในแบบสอบถาม หรือเครื่องมือแบบอื่น ๆ อธิบายความหมายของตนประกอบด้วย

3. เมื่อถามคำถาม พยายามเฟ้นหาคำตอบจากผลที่ผู้รับสารคาดว่าจะได้รับจากการเปิดรับสื่อมวลชน พยายามมุ่งไปที่ผลในอนาคตไม่ใช่ผลจากอดีต

4.พยายามตีกรอบของคำถาม ให้อยู่ในขอบเขตของประสบการณ์ทางด้านการสื่อสารเท่านั้น สิ่งอื่น ๆ เช่น บุคลิกภาพ สถานการณ์ชีวิต หรือประสบการณ์ในอดีตนั้นมีความสำคัญน้อยกว่าสิ่งที่ผู้รับสารปัจจุบันมองเห็นว่าจะได้จากสื่อมวลชน

ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn, 1985, p. 26, อ้างถึงใน พิมพลอย ปัจชัยโย, 2551) ได้ร่วมกันศึกษาได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ตามแนวคิดนี้เรียกว่า Expectancy Value ซึ่งมีรูปแบบจำลองดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ. จาก *McQuail's Mass Communication Theory* (p. 428), by D. McQuail, 2005, Oxford London: SAGE Publications.

แบบจำลอง Palmgreen and Raybum (1985, as cited in McQuail, 2005, p. 428) ดังกล่าว อธิบายได้ว่าการแสวงหาความพึงพอใจของบุคคลในฐานะผู้รับสาร (x) จากสื่อหนึ่ง ๆ (ประเภทของสื่อ รายการที่นำเสนอ เนื้อหารายการ) คือ ความเชื่อ (ของแต่ละบุคคลที่คิดว่าเป็นไปได้) และการประเมินค่าคุณสมบัติของสื่อเป็นแรงจูงใจในการแสวงหาความพึงพอใจ บุคคลจึงตัดสินใจที่จะใช้สื่อชนิดนั้น เมื่อได้รับความพึงพอใจ ผลที่ได้ก็จะสะท้อนกลับไปตอกย้ำความเชื่อที่มีอยู่เดิม รวมถึงการย้อนกลับไปประเมินผลที่ได้อีกครั้ง นอกจากนี้ยังได้แยกแยะระหว่างความคาดหวังที่จะได้รับความพึงพอใจ (การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ) – Gratification Sought – GS กับความพึงพอใจ

ที่จะได้รับจริง – Gratification Obtained – GO และยังมีตัวแปรเรื่อง ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นหลังจากที่ใช้สื่อมาเป็นเวลานานพอควร ในกรณีที่ GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือ ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดไว้ ก็จะทำให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจสื่อในระดับที่สูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ในทำนองเดียวกันหากกรณี GO มีค่าน้อย GS ผลที่เกิดขึ้นก็จะกลับกัน

จากการศึกษาทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) จะเห็นได้ว่ามุ่งความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ เมื่อบุคคลมีความคาดหวังจากสื่อซึ่งจะเป็นแรงจูงใจสำคัญที่จะนำไปสู่การเลือกเปิดรับสื่อ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามความต้องการหรือความคาดหวังที่มีก่อนการเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคล ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร และสมมติฐานความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าว

แนวคิดเกี่ยวกับข่าว “ข่าว” (News) นับว่าเป็นสาร (Message) อย่างหนึ่งในกระบวนการสื่อสารที่มีความสำคัญ โดยแต่ละวันจะมีข่าวเกิดขึ้นมากมาย แต่คำว่า ข่าว คืออะไรนั้น ยังไม่มีใครสามารถให้คำนิยามที่แน่นอนได้ โดยพจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ให้ความหมายไว้ว่า ข่าว คือคำบอกเล่าเรื่องราวซึ่งเป็นเรื่องเกิดใหม่ หรือเป็นที่สนใจ, คำบอกกล่าว, คำเล่าลือ ส่วนในทางวิชาชีพสื่อสารมวลชนนั้น มีผู้ให้คำนิยามของข่าวไว้มากมาย ดังนี้

ข่าว คือ รายงาน มิใช่เพียงเหตุการณ์หนึ่งเหตุการณ์ใดเท่านั้น แต่ข่าวจะเป็นเรื่องราวที่มีคนรายงานให้ทราบ สาระสำคัญของข่าวต้องเป็นรายงานของเหตุการณ์ปัจจุบัน ที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการเห็นพ้องต้องกันว่า ประชาชนควรรับทราบเหตุการณ์หรือเรื่องราวนั้น ๆ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2535, น. 18-19)

ข่าว คือ การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ เป็นความสัมพันธ์ต่าง ๆ ระหว่างมนุษย์และเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยมิได้คาดหมายมาก่อน อันทำให้เป็นที่น่าตื่นเต้น เป็นการรายงานอย่างทันท่วงทีเกี่ยวกับทุกสิ่งที่มนุษย์สนใจ และข่าวที่ดีที่สุดคือข่าวที่ผู้อ่านส่วนใหญ่สนใจ (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2521, น. 1)

หลักการและวิธีการเสนอข่าววิทยุกระจายเสียง

ผู้ฟังข่าววิทยุมีความแตกต่างกันค่อนข้างสูง จึงต้องเสนอข่าวให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย ซึ่งมีหลักที่ควรคำนึงถึง ดังนี้

1. ความถูกต้อง (Accuracy) หมายถึง การเสนอข่าวต้องให้ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและสมบูรณ์ที่สุด คำพูดที่ยกมาต้องถูกต้องตามแหล่งข่าวที่ให้ข้อมูล รวมทั้งชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง สถานที่เกิดเหตุ ต้องเสนอรายละเอียดให้ครบถ้วน และด้วยความระมัดระวังไม่ให้คลาดเคลื่อน

2. การใช้สำนวนภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจ (Simplicity) หมายถึงการเสนอข่าววิทยุต้องคำนึงถึงการใช้ภาษาเขียนเพื่อพูด มากกว่าภาษาเขียนเพื่ออ่าน ควรใช้ถ้อยคำอย่างง่ายซึ่งเป็นที่เข้าใจของคนทั่วไป นิยมใช้ประโยคสั้น ๆ ไม่นิยมเชื่อมประโยคให้ยาว และการเขียนจะต้องได้ใจความ รวมทั้งมีการเรียงลำดับความสำคัญเพื่อสะดวกในการตัดทอนข่าวหากเกิดกรณีเกินเวลา

3. ใช้ข้อความที่กะทัดรัดและดำเนินเรื่องให้กระชับ (Brevity) หมายถึงการเสนอข่าวต้องพยายามตัดรายละเอียดที่ไม่สำคัญออกไป ให้เหลือเฉพาะประเด็นหรือรายละเอียดที่สำคัญเท่านั้น เพราะวิทยุมีข้อจำกัดที่มีแต่เสียง และขณะรับฟังผู้ฟังสามารถทำกิจกรรมอื่นไปด้วยได้ สมาธิในการรับสารตึงน้อยกว่าสิ่งอื่น รวมถึงข้อจำกัดด้านเวลาที่มีน้อยด้วย หากใส่รายละเอียดมากเกินไปจะทำให้ผู้ฟังจดจำได้ไม่ทั้งหมดและเสียเวลาโดยใช่เหตุ

4. ดำเนินเรื่องตรงไปตรงมา (Directly) หมายถึง การเสนอข่าวที่ดีต้องไม่อ้อมค้อม เพราะผู้ฟังต้องการเฉพาะใจความสำคัญเท่านั้น

5. การเพิ่มสีสันของเรื่อง (Color) หมายถึง การใช้ภาษาหรือการใช้สำนวนในการเสนอข่าว ต้องมีลีลาและมีชีวิตชีวา ต้องทำให้ผู้ฟังเห็นภาพพจน์ที่ชัดเจน อาจทำได้โดยใช้คำกริยาที่เหมาะสม

6. ความเป็นกลาง (Objectively) หมายถึง การเสนอข่าวต้องเป็นการรายงานตามข้อเท็จจริง ไม่มีการบิดเบือนหรือแสดงความคิดเห็นส่วนตัวลงไป

7. ความเที่ยงธรรม (Fair) หมายถึง การเสนอข่าวต้องเป็นธรรมมีความเสมอภาคในการนำเสนอ ไม่เจาะจงนำเสนอเฉพาะฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

8. มีรสนิยมที่ดี (Good Taste) หมายถึง การเสนอข่าวต้องอยู่ในกรอบข้อเท็จจริง ไม่สร้างเรื่องเร้าอารมณ์ หรือหวือหวาเกินเลยความเป็นจริง โดยมีเจตนาให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจผิด

การนำเสนอข่าวทางวิทยุต้องมีความสด ทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้ตลอดเวลาหรือทุกชั่วโมง โดยเฉพาะรายงานความคืบหน้าหรือความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และข่าวนั้นต้องสั้นกะทัดรัดชัดเจน เข้าใจง่ายที่สำคัญต้องมีคุณสมบัติของข่าวที่ดี คือ มีความถูกต้อง เป็นกลาง มีความสมดุลจึงจะเป็นข่าววิทยุที่น่าติดตาม (สาธินี ชัยพันธ์, 2544, น. 9)

คุณค่าของข่าว

การเสนอข่าวแก่ ผู้ฟัง ผู้ชม หรือผู้อ่านของสื่อมวลชนแต่ละประเภทนั้น แม้จะมีความแตกต่างกันไปบ้างเพราะวิทยุกระจายเสียงอาจเสนอข่าวได้รวดเร็วที่สุดกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ในขณะที่หนังสือพิมพ์ไม่มีข้อจำกัดในการนำเสนอเนื้อหาของข่าวมากเท่ากับวิทยุกระจายเสียง ส่วนการเสนอข่าวให้น่าสนใจแก่ผู้ฟัง โทรทัศน์จะได้เปรียบกว่าสื่ออื่น ๆ อย่างไรก็ตามจุดมุ่งหมายของการเสนอข่าวมีความเหมือนกันก็คือ ให้ผู้ฟังได้รับประโยชน์มากที่สุด โดยปกติแล้วเหตุการณ์ที่จะนำมาเป็นข่าวจะมีคุณสมบัติเฉพาะเหตุการณ์ คุณลักษณะของเหตุการณ์ ที่จะนำมาเป็นข่าวหรือมีคุณค่าของความเป็นข่าวนั้นจะมีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าวของผู้เฝ้าประตูข่าวสาร เป็นองค์ประกอบที่ยอมรับกันทั่วไปว่าเป็นข่าวที่มีคุณค่าด้วยคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้ (อรนุช เลิศจรรยารักษ์, 2558, น. 14)

1. ความรวดเร็ว (Immediacy) ซึ่งในที่นี้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประการ คือ ประการแรกหมายถึงความรวดเร็วของเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น หรือเวลาที่เหตุการณ์จะเกิดขึ้น กับเวลาที่รายงานเหตุการณ์ทางสื่อมวลชน หากช่วงเวลานี้เป็นไปด้วยความรวดเร็วทันที เหตุการณ์นั้นย่อมมีคุณค่าทางข่าวสูง ส่วนประการที่สองคือ ความรวดเร็วของเวลาของเหตุการณ์เกิดขึ้นแล้วถูกค้นพบกับเวลาที่เหตุการณ์นั้นถูกรายงานไปยังกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ทั้งนี้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมานานแล้ว แต่หากเพิ่งมีการค้นพบเป็นครั้งแรกก็ถือว่าเป็นเหตุการณ์ที่ยังใหม่อยู่

2. ความใกล้ชิด (Proximity) แบ่งเป็นความใกล้ชิดทางกาย (Physical Proximity) กับความใกล้ชิดทางจิตใจ (Mental) ความใกล้ชิดในทางกาย คือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้ตัวของผู้ฟังรายการนั้นย่อมได้รับความสนใจมากเป็นพิเศษ หรือหากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเหตุการณ์นั้นก็ย่อมได้รับความสนใจมากเป็นพิเศษ ส่วนความใกล้ชิดทางจิตใจเกิดขึ้นเนื่องจากความรักความผูกพัน ความรักพวกพ้องญาติมิตร รวมถึงกลุ่มผลประโยชน์ เชื้อชาติ ศาสนา และความเป็นมนุษยชาติเดียวกัน ยิ่งประเด็นหรือเหตุการณ์มีความใกล้ชิดต่อผู้ฟังมากเพียงใดผลกระทบและคุณค่าของข่าวก็จะมีมากเช่นกัน

3. ความสำคัญหรือความเด่น (Prominence) สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประการ คือ

3.1 ความสำคัญเกี่ยวกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในเหตุการณ์ เป็นบุคคลที่รู้จักทั่วไปอาจเพราะตำแหน่งทางสังคม หรือบุคคลที่ทำงานสำคัญ บุคคลดังกล่าวเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น ๆ จะทำให้เหตุการณ์นั้นมีคุณค่ามากขึ้น บุคคลที่จะเป็นข่าวได้ ต้องเป็นบุคคลที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของประชาชนส่วนรวม

3.2 ความสำคัญในเรื่องสถานที่ คือการที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นในสถานที่สำคัญ การที่จะทำให้สถานที่ใดเด่นขึ้นมาในข่าวได้ เพราะเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นในสถานที่ที่ไม่น่าจะเกิดขึ้น

3.3 ความสำคัญในเรื่องของเวลา คือ การที่เหตุการณ์นั้น ๆ เกิดขึ้นในเวลาที่ไม่ควรจะเกิดขึ้น สรุปได้ว่ายิ่งบุคคล สถานที่ และเวลา ในเหตุการณ์มีความเด่นหรือมีความสำคัญมากเพียงใด เหตุการณ์นั้นก็จะเป็นข่าวที่สำคัญและมีความเด่นเช่นกัน

4. ผลกระทบกระเทือน (Consequence) องค์ประกอบนี้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับความรวดเร็วและความใกล้ชิดมาก นอกจากเป็นตัวพิจารณาว่าเหตุการณ์ใดจะเป็นข่าวได้หรือไม่แล้ว ยังเป็นตัวพิจารณาว่าเหตุการณ์นั้นจะเป็นข่าวเล็กหรือข่าวใหญ่ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจจะมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนในสังคมการทำข่าวเหตุการณ์ประเภทนี้ ต้องพยายามหาคำตอบให้ได้ว่าเหตุการณ์มีผลกระทบต่อผู้ฟังอย่างไร

5. ความมีเงื่อนงำ (Suspense) คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่มีผู้ใดคาดคิดมาก่อน หรือเป็นเหตุการณ์ ที่คลี่คลายไปทางที่ไม่มีใครคาดถึง เหตุการณ์เช่นนี้ ถือเป็นข่าวโดยที่ไม่จำเป็นต้องมีผลกระทบกระเทือนต่อบุคคลอื่น

6. ความแปลก (Oddity) คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแปลกไปจากเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือตามปกติ หรือเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไม่บ่อยนัก คุณค่าของเหตุการณ์ที่จะได้รับการพิจารณาเป็นข่าวได้แก่ ความผิดธรรมชาติ ความแปลกใหม่

7. ความขัดแย้ง (Conflict) ความขัดแย้งเป็นเรื่องที่เกิดในสังคมเป็นประจำ และมักได้รับความสนใจ ความขัดแย้งภายในครอบครัว ระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด ประเทศ และระหว่างประเทศ รวมถึงความขัดแย้งทางการเมือง เป็นต้น ข่าวเหล่านี้จะมีคุณค่าทางข่าวสูงมาก

8. องค์ประกอบทางเพศ (Sex) องค์ประกอบดังกล่าว มักมีความขัดแย้งร่วมอยู่เสมอจะปรากฏออกมาในข่าว เด็กผู้ชาย เด็กผู้หญิง เพศชาย ความรัก การแต่งงานการหย่าร้าง องค์ประกอบทางเพศ แทรกด้วยองค์ประกอบที่มีความผิดแปลกทางธรรมชาติ ซึ่งได้รับความสนใจจากประชาชนมากขึ้น

9. อารมณ์ (Emotion) เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความสะเทือนอารมณ์ในทุก ๆ ด้าน แม้จะไม่กระทบต่อผู้ฟังโดยตรง แต่จะได้รับความสนใจอยู่เสมอ

10. ความก้าวหน้า (Progress) จะแทรกอยู่ในทุกเหตุการณ์ อาจเป็นความก้าวหน้าทางด้านวิชาการ ในอดีตหรือปัจจุบัน ก็เป็นได้

คุณค่าของข่าวนับเป็นเกณฑ์สำคัญประการหนึ่ง ที่บรรณาธิการข่าวและนักข่าว ใช้ในการตัดสินใจเลือกข่าว ว่าเหตุการณ์ หรือเรื่องราวใด ที่จะเป็นข่าวนำเสนอสู่สาธารณะชน แต่กระนั้นการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน จะเริ่มด้วยการพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสมกับข่าว โดยการคำนึงถึงคุณลักษณะของสื่อแต่ละชนิดที่มีความแตกต่างกัน เพื่อพิจารณาข้อดีและข้อจำกัด รวมทั้งนำเสนอลักษณะที่ทำให้เกิดผลสำเร็จทางการสื่อสารมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

นอกจากเรื่องราวของข่าวแล้ว อาจแบ่งข่าวออกได้เป็น 2 ประเภท คือ Hard News และ Soft News อธิบายคุณลักษณะของข่าวทั้ง 2 ประเภทไว้ดังนี้ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556, น. 50)

Hard News หรือข่าวหนักมีคุณลักษณะดังนี้

1. เป็นข่าวที่ให้ข่าวสารความรู้มากกว่า ความบันเทิง

2. มีลักษณะทางเสริมสร้างภูมิปัญญา (Intellect) และความคิด (Idea) มากกว่าความรู้สึก

3. มีความสำคัญ (Significance) ตามคุณค่าของความเป็นข่าว คือ มีความสัมพันธ์กระทบกระเทือนกับคนส่วนใหญ่และในระยะยาว

4. มีความน่าสนใจถึงแม้ว่าโดยเนื้อหาแล้วข่าวนั้นจะไม่น่าสนใจเท่าใดนัก แต่นักข่าวก็สามารถชี้ให้เห็นความน่าสนใจ โดยการเน้นจุดที่น่าสนใจที่ซ่อนอยู่ในข่าวนั้น

Hard News หรือข่าวหนัก มักจะเป็นการรายงานเกี่ยวกับสถานการณ์ผลกระทบของปัญหาต่าง ๆ ข่าวชนิดนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับปัญหาซึ่งไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในทันใดแล้วหายไป ลักษณะเด่นอย่างหนึ่ง คือ ผู้ฟังมักนำไปคิดและตรึกตรองหลังจากฟังข่าวสาร ผู้ฟัง Hard News ส่วนใหญ่จึงเป็นบุคคลประเภทหนึ่งที่มีความสนใจ เหตุการณ์บ้านเมืองเป็นพิเศษ หรือประเภทปัญญาชน (Intellectual Audience)

แม้ว่าโดยทั่วไป Hard News จะเป็นข่าวที่มีความสำคัญแต่มักจะดึงดูโความสนใจของผู้ฟังได้น้อย เพราะเป็นเรื่องงราวที่เข้าใจยาก ผู้ฟังต้องพิจารณาข้อมูลที่เสนอมา เพื่อที่จะทำความเข้าใจถึงความสำคัญของข่าว ดังนั้นการรายงานข่าวประเภท Hard News จึงเป็นลักษณะข่าวในเชิงสืบสวนหรือเรียกว่าข่าวเจาะเพื่ออธิบายให้ผู้ฟังได้เข้าใจข้อเท็จจริง ภูมิหลังแลความสำคัญของเรื่องราวที่เกิดขึ้น

Soft News มีลักษณะดังนี้

1. เบาสมอง มีคุณค่าเน้นทางให้ความบันเทิงมากกว่าให้ความรู้

2. ให้ความรู้สึกทางอารมณ์ (เห็นใจ สงสาร สนุกสนาน) มากว่าให้ความรู้หรือสร้างภูมิปัญญา

3. มีองค์ประกอบของความน่าสนใจ (Interest) เด่นกว่าองค์ประกอบอื่นที่ทำให้ข่าวมีคุณค่า

4. มีความสำคัญ (Significance) น้อยกว่าข่าวประเภท Hard News

ข่าวประเภทอาชญากรรม (Crime) จัดเป็นข่าวเบาหรือ Soft News เช่น ข่าวการตีรันฟันแทง ข่าวฉกชิงวิ่งราว การจี้ปล้นหรือข่าวอะไรก็ตามที่มีน้ำหนักของการฟังแล้วเกิดความบันเทิง ความมันและอยากรู้ ข่าวประเภทนี้มักให้ความพอใจและน่าสนใจแก่ผู้ฟังในทันที หลังจากนั้นนานไปความรู้สึกเหล่านั้นก็จางไป ข่าวตื่นเต้นหวาดเสียว ข่าวสนุกสนาน ฯลฯ เหล่านี้จัดอยู่ใน Soft News ซึ่ง Soft News บางชิ้นสามารถจัดเป็นข่าวที่มีสาระแบบ Hard news ได้ ถ้าหากข่าวนั้นมีความสำคัญ

เป็นที่น่าสนใจของผู้ฟังส่วนใหญ่ และมีผลสะท้อนต่อความเป็นอยู่ของผู้คนจำนวนมาก ข่าวนั้นก็จะมีคุณค่ามากว่า Soft News ธรรมดา กล่าว คือ สามารถจะเป็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนในระยะเวลาหนึ่งได้

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับรายการข่าว สรุปได้ว่า การนำเสนอข่าวทางวิทยุต้องมีความสด ทันต่อเหตุการณ์ และข่าวนั้นต้องสั้นกะทัดรัดชัดเจน เข้าใจง่ายที่สำคัญต้องมีคุณสมบัติของข่าวที่ดี คือ มีความถูกต้อง เป็นกลาง มีความสมดุลจึงจะเป็นข่าววิทยุที่น่าติดตาม ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจ ด้านเนื้อหารายการของผู้รับฟังต่อรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

โรเจอร์ (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 232-234) กล่าวว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ปัจจัยนี้ต้องทำงานร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ คุณลักษณะสำคัญ ๆ ของสื่อใหม่ (New Media) ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญมีอยู่ 3 ประการ

1. ลักษณะการโต้ตอบกัน (Interactivity) ของสื่อ ที่แต่เดิมคุณสมบัติในการตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้อง ลักษณะ “ตอบโต้ฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติทางด้านกาลเทศะ ของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก สำหรับการเปิดรับข่าวสารผ่านทางอินเตอร์เน็ตก็สามารถตอบโต้กันได้โดยการส่งต่อให้กัน (Share) การแสดงความเห็น (Post) รวมถึงการจัดเรตติ้ง (Rating) ให้ภายหลังจากการรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านทางอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

2. ลักษณะความเป็นปัจเจกชน (Individualize / Demassified) เดิมการสื่อสารมวลชนจะสร้างรูปแบบผู้รับสารเป็นมวลชน ทุกคนจะรับชมรายการโทรทัศน์ ทุกอย่างเหมือนกันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่นับวัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกใช้ตามกาลเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น

3. ลักษณะการสื่อสารที่สามารแบ่งแยกกันเป็นส่วน ๆ ได้ อันเป็นลักษณะประการหนึ่งของสื่อใหม่ (Asychronous Nature of New Communication) คือ สามารถจะแบ่งแยกเป็นส่วน ๆ ได้โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น ลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวที่ต่อเนื่องกันยาว ๆ แต่จะมาแบบแยกเป็นส่วน ๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบเอาเอง ลักษณะการรับฟังรายการวิทยุและรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านทางอินเตอร์เน็ตก็เช่นเดียวกัน นอกจากนั้น ยังหมายถึงศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ได้ด้วย

สื่อใหม่นับว่าเป็นช่องทางการสื่อสารแบบสองทางที่ผู้ส่งสารสามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารผ่านระบบเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ เพราะเป็นการสื่อสารที่นำพาข้อมูลไปบนเส้นทางด่วนสารสนเทศ (Information Superhighway) ที่มีประสิทธิภาพอย่างไร้ขอบเขต และตอบสนองความต้องการทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารใช้สื่อใหม่จะสัมผัสความแตกต่างระหว่างสื่อใหม่และสื่อดั้งเดิมในระดับต่าง ๆ ดังนี้ (McQuail, 2000, pp. 127-128, อ้างถึงใน พรจิต สมบัติพานิช, 2547, น. 13)

1. ระดับการติดต่อสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์ (Degree of Interactive) หมายถึง ผู้รับสารสามารถติดต่อกลับไปยังผู้ส่งสารในสื่อใหม่ แต่สื่อดั้งเดิม ไม่สามารถทำได้

2. ระดับทางด้านสังคม (Degree of Social Presence) หมายถึง สื่อใหม่เกิดโอกาสให้ผู้รับสารติดต่อสื่อสารผ่านสื่อไปยังผู้รับอื่นหรือองค์กร ทำให้เชื่อมโยงประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

3. ระดับความเป็นอิสระ (Degree of Autonomy) หมายถึง สื่อใหม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถควบคุมเนื้อหาที่เสนอผ่านสื่อหรือการใช้สื่อทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกอิสระ เพราะเป็นผู้กำหนดเนื้อหาของสื่อตามความต้องการของตน

4. ระดับความบันเทิง (Degree of Playfulness) หมายถึง สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารเกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินในข้อมูลข่าวสารที่เสมือนจริงเสนอผ่านตามความต้องการเฉพาะบุคคล

5. ระดับความเป็นส่วนตัว (Degree of Privacy) หมายถึง สื่อใหม่สร้างความเป็นส่วนตัวและแตกต่าง เพราะลักษณะสื่อและเนื้อหาที่นำเสนอตรงตามความต้องการเฉพาะบุคคล

ทั้งนี้ ในงานวิจัยของ ปราณี พุ่มบางป่า (2543) ยังได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ ซึ่งมีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาว่าลักษณะสำคัญ 4 ประการของสื่อใหม่ที่มีช่องทางการสื่อสารที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันตามประเภทของการใช้งาน เนื้อหา และบริบท ได้แก่

1. สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication Media) ได้แก่ โทรศัพท์ (ซึ่งมีลักษณะของความสามารถในการเคลื่อนย้ายมากขึ้น) และอีเมล์ (ในระยะแรก เป็นการใช้เพื่อการทำงาน แต่ปัจจุบันเป็นการใช้ในเรื่องส่วนตัวมากขึ้น) โดยทั่วไปมักมีเนื้อหาเป็นส่วนตัว ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารอาจสำคัญมากกว่าข้อมูลที่ส่งถึงกัน

2. สื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อความเพลิดเพลิน (Interactive Play Media) ได้แก่ คอมพิวเตอร์และวีดีโอเกมส์ รวมทั้งอุปกรณ์ Virtual Reality หากเปรียบเทียบกับสื่อเก่า แม้ว่าจะมีการสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีคล้ายคลึงกันและอาจถือว่าเป็น “ทางเลือกในการใช้งาน” ของการใช้สื่อบางอย่างข้อแตกต่างที่สำคัญก็คือความสามารถในการโต้ตอบ (Interactivity) และ “กระบวนการ” ในการใช้ประโยชน์

3. สื่อเพื่อการค้นหาข้อมูล (Information Search Media) เป็นประเภทที่มีสื่อหลายชนิด แต่อินเตอร์เน็ตและเวิลด์ไวด์เว็บเป็นตัวอย่างที่เด่นที่สุด โดยจัดเป็นเสมือนห้องสมุด และแหล่งข้อมูลที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของขนาดความเป็นปัจจุบันและการเข้าถึง อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายของ

เนื้อหา และแรงจูงใจในการใช้แสดงให้เห็นถึงลักษณะที่เป็นประโยชน์ ที่นอกเหนือไปจากผลของการพัฒนาการทางเทคโนโลยี

4. สื่อเพื่อการมีส่วนร่วม (Collective Participatory Media) สื่อในกลุ่มนี้ ประกอบด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตในการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิด ประสบการณ์ และสร้างความสัมพันธ์จากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ นอกจากอินเทอร์เน็ต แล้วการประชุมผ่านทางวีดีโอและโทรศัพท์ก็เกี่ยวข้อกับสื่อประเภทนี้ด้วยเช่นกัน แม้ว่าจะเป็นสื่อที่จำกัดอยู่ในขอบเขตของการใช้เพื่อจุดประสงค์เรื่องงาน

นอกจากนี้ สื่อใหม่ อาจมีคุณลักษณะโครงสร้างที่สำคัญอันประกอบด้วย คุณลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. กระบวนการบูรนาการ (Integration) โดยการนำเอาการสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunications) การสื่อสารทางด้านข้อมูล (Data Communications) และสื่อมวลชน (Mass Communications) นำมาไว้ในสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง (Medium) ซึ่งเป็นการหลอมรวม (Convergence) เทคโนโลยีการสื่อสารในลักษณะของสื่อที่เรียกว่า Multimedia เช่น การหลอมรวมโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ในการสื่อสารข้อมูล การถ่ายทอดสัญญาณภาพจากโทรศัพท์และอินเตอร์เน็ตทีวีสู่เคเบิ้ลทีวี หรือโทรทัศน์ดาวเทียม รวมไปถึงการส่งข้อมูลที่มีทั้งภาพ เสียง ข้อความ เป็นต้น

2. คุณลักษณะของโครงสร้างที่สำคัญของการปฏิวัติเข้าสู่ยุคของสื่อใหม่ในปัจจุบันที่สำคัญอีกประการ คือ การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) ที่เป็นการก่อกำเนิดของสื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive media) คือ สื่อที่สามารถกระทำและโต้ตอบได้ทันที สำหรับระดับของการมีปฏิสัมพันธ์ของสื่อใหม่นั้นสามารถแบ่งได้เป็น 4 มิติ คือ

2.1 มิติทางด้านพื้นที่ (Space Dimension) ที่จะช่วยส่งเสริมการสื่อสารจากหลายทิศทาง เช่น ความต้องการในการเข้าถึงการดาวน์โหลดข้อมูล การมีปฏิสัมพันธ์ในด้านของการแบ่งปันข้อมูล เป็นต้น

2.2 มิติทางด้านเวลา (Time Dimension) กล่าวคือ สื่อใหม่จะทำให้การสื่อสารเกิดขึ้นและโต้ตอบได้ทันท่วงทีหรือในลักษณะทันทีทันใดซึ่งจะช่วยให้การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นไปอย่างมีคุณภาพ

2.3 มิติทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Dimension) ที่ผู้รับและผู้ส่งสามารถปรับบทบาทตามสถานการณ์แต่ละขณะได้ ซึ่งจะเป็นการควบคุมสถานการณ์ในขณะที่มีการสื่อสารกัน

2.4 มิติทางด้านจิตใจ (Mental Dimension) กล่าวคือ ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจะได้รับการโต้ตอบด้วยความเข้าใจความหมายและเนื้อหามากขึ้น เช่นการสนทนาผ่านคอมพิวเตอร์ที่สามารถถ่ายทอดภาพและเสียงไปพร้อมกัน

3. คุณลักษณะที่เรียกว่า Digital Code อันเป็นคุณลักษณะของการส่งและเข้ารหัสข้อมูล ในขณะที่มีการใช้คอมพิวเตอร์ ในด้านการสื่อสารแล้ว Digital Code จะทำให้เนื้อหามีรูปแบบเดียวกัน (Uniformity) และมาตรฐานเดียวกัน (Standardization) ยิ่งไปกว่านั้นรูปแบบและเนื้อหาสาระจะมีมากขึ้นเช่นเดียวกับการสื่อสารที่มากขึ้นเนื่องจากสามารถผลิต บันทึก เผยแพร่ข้อมูลได้และภายใต้ Digital Code โปรแกรมต่าง ๆ จะนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลในลักษณะ Hyperlink ที่ส่งเสริมให้ผู้ใช้งานในฐานะผู้รับสารสามารถเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้นไปยังรูปแบบการสื่อสารอื่น ๆ ที่ตนเองต้องการได้ ซึ่งจะไม่เป็นการสื่อสารในเชิงเส้นตรง

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New media) อาจกล่าวได้ว่าสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทในกิจกรรมทางการสื่อสารของมนุษย์โดยผ่านกระบวนการหลอมรวมและบูรนาการเข้ากับเทคโนโลยีการสื่อสารในทุกรูปแบบ ซึ่งจะส่งผลให้พฤติกรรมและรูปแบบการสื่อสารของมนุษย์ปรับเปลี่ยนตามสื่อที่ตนเองเลือกใช้ตามความเหมาะสม โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่เครื่องมือการสื่อสารมีการเชื่อมโยงเข้ากับอินเตอร์เน็ต รวมถึงการพัฒนาเนื้อหา (Content) และช่องทางที่รองรับกิจกรรมทางการสื่อสารในทุกรูปแบบ โดยผู้วิจัยนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นของผู้รับฟังในเขตกรุงเทพมหานคร และแนวโน้มการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นของผู้รับฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภาวรรณ จรุญเมธา (2538) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้ประชาชนรับฟังรายการข่าววิทยุในลักษณะการสนทนาข่าว ศึกษาเฉพาะกรณีรายการวิทยุเนชั่น นิวส์ทอล์ค พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีรายได้ค่อนข้างมาก และมีอาชีพเป็นหลักแหล่งมั่นคง เป็นอาชีพที่ต้องพบปะผู้คนอยู่เป็นประจำ มีรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะ และรับฟังรายการเนชั่น นิวส์ทอล์คขณะขับรถ และที่บ้าน มีความสนใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมและบ้านเมืองมากเป็นพิเศษ โดนเห็นได้จากการรับฟังรายการเนชั่น นิวส์ทอล์ค มาเป็นระยะเวลานาน และฟังเป็นประจำด้วยความตั้งใจ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ทำให้รู้ข่าวสารบ้านเมือง และเป็นคนทันสมัย สามารถพูดคุยสนทนากับผู้อื่นได้ เป็นต้น หัวข้อสนทนาที่น่าสนใจคือหัวข้อเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อรูปแบบ หัวข้อ และเนื้อหาว่า เป็นรายการที่มีการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลายจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง หัวข้อที่นำมาสนทนาก็น่าพอใจ ได้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ อีกทั้งดำเนินรายการได้กระชับ ช่วงเวลาออกอากาศเหมาะสมเนื่องจากเป็นเวลาเลิกงาน ภาษาที่ใช้เข้าใจง่าย ให้ความชัดเจน มีผู้ดำเนินรายการที่สามารถตั้งคำถามได้ตรงประเด็น ค้นหา

ความจริงจากการสนทนาได้ และควบคุมการสนนาได้ดี ผู้ร่วมสนทนามีความรู้ความเชี่ยวชาญต่อข้อมูลที่นำมาพูดถึงได้อย่างน่าเชื่อถือ

ราเชษฐ์ หิมสุหรี (2540) ศึกษาวิเคราะห์เชิงโครงสร้างการทำงาน กระบวนการผลิตและวิธีการนำเสนอของรายการข่าววิทยุเนชั่น พบว่า ภายใต้โครงสร้างที่รัฐเป็นเจ้าของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทวิทยุกระจายเสียง แต่ให้บริษัทเอกชนดำเนินการได้ โดยระบบสัมปทานเวลาออกอากาศเป็นผลให้วิทยุเนชั่นซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจเอกชนด้านข่าวสาร ต้องประสบปัญหาในการนำเสนอข่าวสาร เสรีภาพในการนำเสนอข่าวจึงเป็นเสรีภาพภายในกรอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ส่งผลกระทบต่อเจ้าของสถานี ทำให้การดำเนินธุรกิจต้องปรับตัวใหม่เพื่อความอยู่รอด จากการเช่าเวลามาเป็นการรับจ้างผลิตข่าว ซึ่งน่าจะส่งผลต่อนโยบายที่เคยวางไว้ จะกระจายข่าวสารให้กับสังคมให้ได้มากที่สุด และสื่อวิทยุในสังคมไทยน่าจะมีรายการข่าวที่มีคุณภาพต่อสังคมการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม การใช้เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ในระดับน้อย เหตุผลส่วนใหญ่ในการใช้เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยเพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ ในระดับมาก รองลงมาคือ เพื่อนประโยชน์ของตนเองในการติดต่อสื่อสารกับวิทยาลัยในระดับมาก

สุธานี คงภูมิ (2556) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร” ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร โดยความพึงพอใจด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านระยะเวลาออกอากาศ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านปฏิสัมพันธ์กับสังคม และด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร

ขนิษฐา ลุนผา (2551) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้และความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้สื่อสมัยใหม่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเว็บบล็อก” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้เว็บบล็อกมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เว็บบล๊อค โดยพบว่า จำนวนครั้งที่เขียนบล็อกต่อสัปดาห์ และระยะเวลาเฉลี่ยในการเขียนบล็อกต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เว็บบล็อก โดยคาดหวังประโยชน์ด้านการจัดความรู้สูงที่สุดรองลงมาคือด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการพักผ่อน หรือความบันเทิง ในขณะที่ ความคาดหวังด้านการประกอบอาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างคาดหวังในระดับต่ำ

จรินธร ธนาศิลปกุล (2545) ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ เหตุผลในการใช้ ลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม การใช้เว็บไซต์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ในระดับน้อย เหตุผลส่วนใหญ่ในการใช้เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยเพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ ในระดับมาก รองลงมาคือ เพื่อนประโยชน์ของตนเองในการติดต่อสื่อสารกับวิทยาลัยในระดับมาก

ศรีหญิง ศรีคชา (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของสื่ออินเตอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” พบว่า ผู้รับผิดชอบภาครัฐด้านการท่องเที่ยวของไทยได้กำหนดให้ระบบการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านอินเตอร์เน็ตเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานด้านการตลาด

ภัทร์ศินี แสนสำแดง (2550) ศึกษาเรื่อง “การใช้เทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่กับวิถีชีวิตประจำวันของวัยรุ่น ใน อ. เมือง จ.สกลนคร” พบว่า พื้นที่ดังกล่าวมีมวลชนเข้ามามากมาย และกำลังเริ่มมีเทคโนโลยีสมัยใหม่มากขึ้นทุกวัน เช่น การให้บริการสื่ออินเตอร์เนตอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งสามารถทำความเข้าใจกับข่าวประเภท Hard News ผ่านการเปิดรับจากจำนวนถี่และช่องทางเพื่อตรวจสอบรับสารอีกครั้งหนึ่ง

วลีรัตน์ สาครพันธ์ (2543) ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการรับฟังรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ช่วงเวลา 7.00-8.00 น. ซึ่งเป็นการศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยข้อมูลแบบเจาะลึก ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษ มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการรับฟัง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการรับฟังในด้านความรู้ทันเหตุการณ์ อีกส่วนได้ฝึกภาษาและนำความรู้ ข้อมูล ไปแลกเปลี่ยนสนทนากับความคิดเห็นกับผู้อื่น อย่างไรก็ตามในส่วนของผู้ที่ไม่พึงพอใจในการรับฟัง ให้ความเห็นว่าวิธีการดำเนินรายการรวมถึงการนำเสนอขาดความน่าสนใจ ซึ่งเนื้อหารายการส่วนใหญ่เป็นการเสนอกิจกรรมและผลงานของรัฐบาลมากเกินไป เหตุการณ์ทั่วไปมีน้อย และกลุ่มสุดท้ายให้ความเห็นว่าต้องการให้มีการปรับปรุง ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าการนำเสนอรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษมีลักษณะเป็นทางการ มีรูปแบบการนำเสนอแบบตายตัว ไม่มีรูปแบบใหม่ที่ดึงดูดความสนใจจากผู้ฟังได้ รวมทั้งเนื้อหาในรายการก็เป็นลักษณะข่าว Hard News ทั้งนี้ผู้ฟังรายการต้องนำเสนอสาระและบันเทิงควบคู่กันไป ตลอดจนนำเสนอเรื่องใกล้ตัวและเรื่องที่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้ฟังด้วย

กนกกาญจน์ กาญจนคช (2548) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางในการนำเสนอข่าวประจำวัน ภาค 19.00 น. ของสำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เป็นการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า หลักเกณฑ์และปัจจัยในการในการคัดเลือกข่าว เพื่อนำเสนอนั้น ประกอบด้วยปัจจัยด้านนโยบาย ปัจจัยด้านเวลา ปัจจัยการแข่งขันกับสื่อมวลชน และมองประเด็นข่าวที่ประชาชานผู้รับสารจะให้ความสนใจ โดยผลจากการศึกษาครั้งนี้ พบข้อเสนอแนะว่า สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ควรกำหนดตัวเองให้มี Positioning

ในทางการข่าวที่เด่นชัดกว่าสำนักข่าวอื่น โดยพยายามนำเสนอข่าวในมิติที่คำนึงถึงการสร้างประโยชน์ให้กับผู้รับบริการมากที่สุด แทนที่จะรายงานข่าวว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เพียงมิติเดียว และควรเน้นการนำเสนอข่าวที่เป็นการวิเคราะห์มากขึ้น

เอกวิทย์ จิตสันเทียะ (2555) ทำการศึกษา เรื่อง ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ใช้แอพพลิเคชั่น เกม โออิชิ เชค มีทู เจเปน ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านรูปแบบด้านเนื้อหา จากการใช้แอพพลิเคชั่น เกม โออิชิ เชค มีทู เจเปน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับ

สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและการจูงใจ (Action/Motivation Perspective) โดยใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสารว่า การใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและมีเหตุผล สอดคล้องกับหลักการของ Alfred Schutz นักสังคมวิทยาที่ได้เสนอแนวทางทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจและมีการคาดหมายไว้ล่วงหน้าถึงผลที่จะได้รับ หรือก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดสิ่งนั้น จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี่คือสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะการเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

ขนิษฐา ลุนผา (2551) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้และความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้สื่อสมัยใหม่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเว็บบล็อก” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้เว็บบล็อกมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เว็บบล๊อค โดยพบว่า จำนวนครั้งที่เขียนบล็อกต่อสัปดาห์ และระยะเวลาเฉลี่ยในการเขียนบล็อกต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เว็บบล็อก โดยคาดหวังประโยชน์ด้านการจัดความรู้สูงที่สุดรองลงมาคือด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการพักผ่อน หรือความบันเทิง ในขณะที่ ความคาดหวังด้านการประกอบอาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างคาดหวังในระดับต่ำ

งานวิจัยของยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534, น. 93-94) ผู้รับสารแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate Benefits) หรือผลประโยชน์ที่ตามมาในอนาคต (Delayed Benefits) ล้วนแต่เป็น ผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการโดยยึดหลักการใหญ่ที่ว่าผู้รับสารเป็นผู้กระทำ (Actor) และมีภาพในใจแล้วว่าเขากำลังทำอะไรอยู่ อาจกล่าวได้ว่า ผู้รับฟังรายการคาดหวังการเพิ่มความรู้ ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเองและรับฟังเพื่อรับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ ให้กับตนเอง

แนวคิดของ เวนเนอร์ Wenner, 1985, อ้างถึงใน วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ และ สหัทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2548, น. 9) ผู้รับสารจะคาดหวังว่าจะรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นหรือใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ และความคาดหวังด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อเป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่

สมมติฐานการศึกษาที่ 1 ความคาดหวังผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับ

แนวคิดของ โรเจอร์ (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 232-234) กล่าวว่าเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม เมื่อมีเทคโนโลยีสารที่ทันสมัยผู้คนก็หันมาใช้ สื่อใหม่ (New Media) มากขึ้น เนื่องมาจากลักษณะการโต้ตอบกัน (Interactivity) ของสื่อ มีคุณสมบัติในการตอบโต้การสื่อสาร ระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น ทำให้เกิดความรวดเร็ว สะดวก และเกิดความใกล้ชิดได้มากกว่า จึงเป็นเหตุผลประการหนึ่ง ที่ทำให้สื่อ Social Network ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากขึ้นในปัจจุบัน

McQuail and Gurevitch (1974, อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 93-94) อธิบายว่า หลักการทั้งหลายและแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจหรือทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อได้ถูกนำมาใช้ในงานวิจัยเพื่อศึกษาประสบการณ์ของผู้รับสารจากสื่อมวลชน แนวทางปฏิบัติ มักเป็นดังนี้

1. ใช้วิธีการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบว่าทำไมผู้รับสารจึงเปิดรับสื่อต่าง ๆ ผู้รับสารจะรู้ตัวว่าแรงจูงใจของตน คืออะไร คำตอบที่ได้มักจะเป็นการคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร

2. อย่าด่วนสรุปว่าพฤติกรรมทุกอย่างมีความหมายเพียงความหมายเดียว ผู้รับสารแต่ละคนอาจให้ความหมายประสบการณ์เดียวกันแตกต่างกัน โดยนำเอาความเห็นส่วนตัวเข้าไปปะปนในการให้ความหมายด้วยจึงควรเปิดโอกาสให้ผู้ตอบคำถามในแบบสอบถาม หรือเครื่องมือแบบอื่น ๆ อธิบายความหมายของตนประกอบด้วย

3. เมื่อถามคำถาม พยายามเฟ้นหาคำตอบจากผลที่ผู้รับสารคาดว่าจะได้รับจากการเปิดรับสื่อมวลชน พยายามมุ่งไปที่ผลในอนาคตไม่ใช่ผลจากอดีต

4. พยายามตีกรอบของคำถาม ให้อยู่ในขอบเขตของประสบการณ์ทางด้านการสื่อสารเท่านั้น สิ่งอื่น ๆ เช่น บุคลิกภาพ สถานการณ์ชีวิต หรือประสบการณ์ในอดีตนั้นมีความสำคัญน้อยกว่าสิ่งที่ผู้รับสารปัจจุบันมองเห็นว่าจะได้จากสื่อมวลชน

สมมติฐานการศึกษาที่ 2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการ

สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรม

แนวคิดของ แมคคอมบ์ และ เบกเคอร์ (McCombs & Becker, 1979, pp. 50-52) ได้อธิบายเกี่ยวกับ “ความพึงพอใจ” ไว้ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนที่จะเลือกใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่า “เหตุผล” นี้หมายถึงอะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล

แนวคิดของ ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn, 1985, p. 26, อ้างถึงใน พิมพลอย ปัจชัยโย, 2551) ได้ร่วมกันศึกษาได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ตามแนวคิดนี้เรียกว่า Expectancy Value เรื่อง ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น หลังจากที่ใช้สื่อมาเป็นเวลานานพอควร ในกรณีที่การรับรู้ความพึงพอใจที่ได้รับ มีค่ามากกว่า การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ กล่าวคือ ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดไว้ ก็จะทำให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจสื่อในระดับที่สูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

แนวคิดของ เวนเนอร์ (Wenner, 1985, อ้างถึงใน วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ และ สหัทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2548, น. 9) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (New Gratification) นั้นสามารถแบ่งความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสารเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1) การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิงเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสังคม (Orientational Gratification) เป็นรูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2) การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratification) ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นหรือใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3) กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-social Gratification) หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4) กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง (Para-orientational Gratification) เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกหนีจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

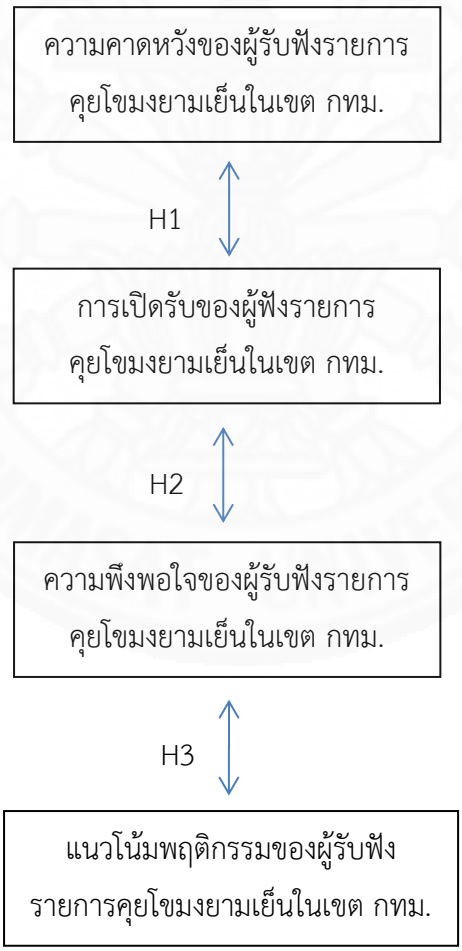
งานวิจัยของ สุธานี คงภูมิ (2556) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร” ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร โดยความพึงพอใจด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านระยะเวลาออกอากาศ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านปฏิสัมพันธ์กับ

สังคม และด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร

สมมติฐานการศึกษาที่ 3 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถวางกรอบแนวคิดและทฤษฎีและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3
ระเบียบวิธีศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ ความพึงพอใจของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM 100.5 MHz. News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการวัดผลเพียงครั้งเดียว ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-Administration Questionnaire) ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีศึกษาดังนี้

1. ประชากร
2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง
3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
5. คำถามและเกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร
6. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
7. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
8. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนเพศชายและเพศหญิง ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี และมีการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา จากจำนวนเขตของกรุงเทพมหานครทั้งหมด 50 เขต โดยใช้การคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Taro Yamane ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 6 % หรือ 0.06 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

แทนค่า n = ขนาดของตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้มีค่าเท่ากับ 0.06

เนื่องจากไม่มีข้อมูลระบุจำนวนของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18-60 ปีและมีการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา (N) ที่ชัดเจน ดังนั้นสูตรที่ได้ คือ

$$n = \frac{1}{e^2}$$

$$n = \frac{1}{(0.06)^2}$$

$$n = 277.78$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18-60 ปี และมีการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 278 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมดในการสำรวจ 300 คน

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน (Mixed Sampling) คือ การเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) และการเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) การเลือกตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และการเก็บตัวอย่างโดยอาศัยหลักความไม่น่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident Sampling)

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) กลุ่มเขตการปกครองกรุงเทพมหานคร บ่งการปกครองออกเป็น 50 เขต จัดเป็น 6 กลุ่มตามกายภาพพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

ชั้นภูมิที่ 1 (กลุ่มเขตรัตนโกสินทร์) ประกอบด้วย 9 สำนักงานเขต ได้แก่ บางซื่อ ดุสิต พญาไท ปทุมวัน ราชเทวี พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธ์วงศ์ บางรัก

ชั้นภูมิที่ 2 (กลุ่มเขตบูรพา) ประกอบด้วย 9 สำนักงานเขต ได้แก่ ดอนเมือง หลักสี่ สายไหม บางเขต จตุจักร ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางกะปิ และวังทองหลาง

ชั้นภูมิที่ 3 (กลุ่มเขตศรีนครินทร์) ประกอบด้วย 8 สำนักงานเขต ได้แก่ สะพานสูง มีนบุรี ประเวศ คลองสามวา หนองจอก ลาดกระบัง สวนหลวง และคันนายาว

ชั้นภูมิที่ 4 (กลุ่มเขตเจ้าพระยา) ประกอบด้วย 9 สำนักงานเขต ได้แก่ ดินแดง ห้วยขวาง วัฒนา คลองเตย บางนา พระโขนง สาทร บางคอแหลม และยานนาวา

ชั้นภูมิที่ 5 (กลุ่มเขตกรุงธนใต้) ประกอบด้วย 8 สำนักงานเขต ได้แก่ บางขุนเทียน ราษฎร์บูรณะ บางบอน จอมทอง ทุ่งครุ ธนบุรี คลองสานและบางแค

ชั้นภูมิที่ 6 (กลุ่มเขตรัตนโกสินทร์) ประกอบด้วย 7 สำนักงานเขต ได้แก่ บางพลัด ตลิ่งชัน หนองแขม บางกอกน้อง บางกอกใหญ่ ภาษีเจริญ และทวีวัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) เนื่องจากแต่ละชั้นภูมิ (กลุ่มเขต) มีจำนวนรวมกันทั้งหมด 50 เขต จะเลือกมา 10 % จากเขตทั้งหมด ได้จำนวน 10 เขต

ตารางที่ 3.1

การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มเขต (Cluster Sampling)

ชั้นภูมิ (กลุ่มเขต)	จำนวนเขต	จำนวนเขตตัวอย่าง
ชั้นภูมิที่ 1 (กลุ่มเขตรัตนโกสินทร์)	9	2
ชั้นภูมิที่ 2 (กลุ่มเขตบูรพา)	9	2
ชั้นภูมิที่ 3 (กลุ่มเขตศรีนครินทร์)	8	2
ชั้นภูมิที่ 4 (กลุ่มเขตเจ้าพระยา)	9	2
ชั้นภูมิที่ 5 (กลุ่มเขตกรุงธนใต้)	8	1
ชั้นภูมิที่ 6 (กลุ่มเขตรัตนโกสินทร์)	7	1
รวม	50	10

ขั้นตอนที่ 3 การเลือกตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลาก เพื่อเลือกเขตที่จะทำการสุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม ซึ่งผลจากการจับสลาก ได้เขตที่จะทำการเก็บข้อมูล จำนวน 10 เขต ดังนี้

1. บางซื่อ
2. บางรัก
3. ดอนเมือง
4. บางกะปิ
5. คลองสามวา
6. หนองจอก
7. ห้วยขวาง
8. บางนา
9. บางแค
10. ตลิ่งชัน

โดยขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใน 10 เขต จะทำการเก็บข้อมูลจำนวน 300 คน ดังนั้น ในการเลือกตัวอย่างครั้งนี้จึงใช้การเลือกตัวอย่าง จำนวน 30 คน ในแต่ละชั้นภูมิ ดังนี้

ตารางที่ 3.2

การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Random Sampling)

ชั้นภูมิ (กลุ่มเขต)	จำนวนเขตตัวอย่าง	จำนวนตัวอย่าง
ชั้นภูมิที่ 1 (กลุ่มเขตรัตนโกสินทร์)	1. บางซื่อ	15
	2. บางรัก	15
ชั้นภูมิที่ 2 (กลุ่มเขตบูรพา)	3. ดอนเมือง	15
	4. บางกะปิ	15
ชั้นภูมิที่ 3 (กลุ่มเขตศรีนครินทร์)	5. คลองสามวา	15
	6. หนองจอก	15
ชั้นภูมิที่ 4 (กลุ่มเขตเจ้าพระยา)	7. ห้วยขวาง	15
	8. บางนา	15
ชั้นภูมิที่ 5 (กลุ่มเขตกรุงธนใต้)	9. บางแค	30
ชั้นภูมิที่ 6 (กลุ่มเขตรัตนโกสินทร์)	10. ตลิ่งชัน	30
รวม	10	300

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บตัวอย่างโดยอาศัยหลักความไม่น่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident Sampling) ซึ่งแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่พบเจอ โดยบังเอิญในเขตที่กำหนดไว้ 10 เขต โดยก่อนทำการเก็บข้อมูลผู้ศึกษาใช้คำถามนำ เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในขั้นต้นว่า ท่านเคยรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นหรือไม่

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

สมมติฐานการศึกษาที่ 1 ความคาดหวังในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นมีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตัวแปร ความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตัวแปร การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สมมติฐานการศึกษาที่ 2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการ

ตัวแปร การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ครั้ง/สัปดาห์

ตัวแปร ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สมมติฐานการศึกษาที่ 3 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตัวแปร ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตัวแปร แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้ศึกษาทำเป็น 2 ลักษณะ คือ แบบสอบถามปลายปิด (Closed Questionnaire) และ แบ่งคำถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้บุคคลต่อเดือน ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ได้แก่ ความถี่ในการรับฟัง, ลักษณะในการรับฟัง, เนื้อหารายการที่ฟัง, ช่องทางในการเปิดรับฟัง, ผู้ร่วมรับฟังรายการ, การมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการ ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบ มีจำนวนทั้งหมด 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นถามเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในด้านต่าง ๆ 4 ด้าน คือการรับรู้ข่าวสาร ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคล ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความบันเทิง มีจำนวน 1 ข้อ (15 ข้อย่อย) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยโขมงยามเย็น ในด้านต่าง ๆ 4 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ข่าวสาร ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคล ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความบันเทิง จำนวน 1 ข้อ (15 ข้อย่อย) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มการเปิดรับของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จำนวน 1 ข้อ (2 ประเด็นคำถาม)

3.5 คำถามและเกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร

ส่วนที่ 1 วัดลักษณะทางประชากร

ผู้ศึกษาจัดทำคำถาม ลักษณะทางประชากร ดังต่อไปนี้

ข้อ 1) เพศ

- ชาย
- หญิง

ข้อ 2) อายุ

- 18-22 ปี
- 23-35 ปี
- 36-50 ปี
- 51-60 ปี

ข้อ 3) ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษา
- มัธยมศึกษาตอนต้น
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
- อนุปริญญา/ปวส.
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อ 4) อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ธุรกิจส่วนตัว
- แม่บ้าน
- อื่น ๆ .....

ข้อ 5) รายได้แต่ละบุคคลต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท
- 15,000-25,000 บาท
- 25,001-35,000 บาท
- 35,001-45,000 บาท
- มากกว่า 45,000บาท

ส่วนที่ 2 วัดการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ผู้ศึกษาได้กำหนดหัวข้อคำถามแบบเลือกตอบ เพียง 1 ข้อ เพื่อวัดการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ดังนี้

ข้อ 6) คุณมีความถี่ในการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นอย่างไร

จำนวน .....วัน / สัปดาห์

ข้อ 7) คุณมีลักษณะในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อย่างไร

- ตั้งใจฟัง ไม่เปลี่ยนช่องตั้งแต่ต้นจนจบ
- เปลี่ยนคลื่นเมื่อมีโฆษณา
- เลือกฟังเฉพาะช่วงที่สนใจ
- ฟังเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างไม่ตั้งใจบ้าง

ข้อ 8) คุณรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ช่วงใดบ่อยที่สุด

- ฟังช่วงเล่าข่าว
- ฟังช่วงข่าวกลางชั่วโมง /รายงานข่าวจราจร
- ฟังช่วงลับเล็ก ๆ กับวาสนา นาน่วม
- ฟังทั้งหมดทุกช่วง

ข้อ 9) คุณรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นผ่านช่องทางใดบ่อยที่สุด

- ผ่านเครื่องรับวิทยุ (บ้าน / ที่ทำงาน / รถยนต์)
- ผ่านเว็บไซต์ (http://mcot-web.mcot.net/fm1005/)
- ผ่านแอพพลิเคชั่น On Mobile Phone (App FM 100.5 หรือ MCOT App)

ข้อ 10) คุณรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นกับใครบ่อยที่สุด

- คนเดียว
- เพื่อน
- ครอบครัว/ญาติ
- คนรัก/คู่สมรส
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

ข้อ 11) คุณเคยมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น หรือไม่

- เคยมีส่วนร่วม (เช่น แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์, ร่วมกิจกรรม ฯลฯ)
- ไม่เคยมีส่วนร่วม (ข้ามไปตอบคำถามส่วนที่ 3)

ข้อ 12) จากคำถาม ข้อ 11 ถ้าคุณเคยมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นอย่างไร

- โดยโทรศัพท์ (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์)
- โดยการส่ง SMS (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์)
- โดยผ่านทาง Social Network (Line official, Facebook, Web) (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์)
- โดยร่วมกิจกรรมพิเศษกับทางรายการ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

ส่วนที่ 3 วัดความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ข้อ 13) ก่อนรับฟังรายการ คุณมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในประเด็นต่าง ๆ อย่างไร

ด้านการรับรู้ข่าวสาร

1. เพื่อรับฟังรายการ ที่มีเนื้อหาข่าว ถูกต้อง เป็นกลาง
2. เพื่อรับรู้ข่าวสาร ที่อยู่ในความสนใจ เหมาะสมแก่การรับฟัง
3. เพื่อรับรู้ข่าวสาร ที่มีความกระชับ ฉับไว ไม่ยืดเยื้อ
4. เพื่อฟังรายกการข่าว ที่มีการใช้ภาษาและสำนวนในการเสนอข่าว ที่มีลีลา ที่มีชีวิตชีวา
5. เพื่อรับฟังรายการข่าว ที่มีความแปลกใหม่ และมีความคิดสร้างสรรค์เพลิดเพลิน
6. เพื่อรับทราบข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันได้ทันท่วงที

การเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล

7. เพื่อเพิ่มความรู้ ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเอง
8. เพื่อรับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ

การรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

9. เพื่อนำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการ ไปสนทนากับผู้อื่น
10. เพื่อนำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน
11. เพื่อเป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club

ความบันเทิง

12. เพราะรับฟังรายการได้สะดวก หลายช่องทาง

13. เพราะมีกิจกรรมให้ทำยามว่าง

14. เพื่อใช้เวลาให้หมดไป /ระหว่างรอทำธุระ หรือ รถติด

15. เพราะรายการมีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน

ส่วนที่ 4 วัดความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ข้อ 14) หลังจากรับฟังรายการคุณมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในประเด็นต่าง ๆ อย่างไร

ด้านการรับรู้ข่าวสาร

1. ได้รับฟังรายการ ที่มีเนื้อหาข่าว ถูกต้อง เป็นกลาง

2. ได้รับรู้ข่าวสาร ที่อยู่ในความสนใจ เหมาะสมแก่การรับฟัง

3. ได้รับรู้ข่าวสาร ที่มีความกระชับ ฉับไว ไม่ยืดเยื้อ

4. ได้ฟังรายกการข่าว ที่มีการใช้ภาษาและสำนวนในการเสนอข่าว ที่มีลีลาและมีชีวิตชีวา

5. ได้รับฟังรายการข่าว ที่มีความแปลกใหม่ และมีความคิดสร้างสรรค์เพลิดเพลิน

6. ได้รับทราบข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันได้ทันท่วงที

การเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล

7. ได้เพิ่มความรู้ ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเอง

8. ได้รับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ

การรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

9. ได้นำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการ ไปสนทนากับผู้อื่น

10. ได้นำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน

11. ใช้เป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club

ความบันเทิง

12. รับฟังรายการได้สะดวก หลายช่องทาง

13. ได้มีกิจกรรมให้ทำยามว่าง

14. ใช้ค่าเวลาให้หมดไป ระหว่างรอทำธุระ หรือ รถติด

15. ได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน

ส่วนที่ 5 แนวโน้มการเปิดรับของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จำนวน 1 ข้อ

ข้อ 15) คุณมีความตั้งใจที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในประเด็นต่อไปนี้อย่างไร

1. คุณมีความตั้งใจที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นต่อไปในอนาคต
2. คุณมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

เกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปร

คำถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความคาดหวังในประเด็นต่าง ๆ จากการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ของ Likert ซึ่งได้กำหนดค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคาดหวัง

มากที่สุด ได้ 5 คะแนน
มาก ได้ 4 คะแนน
ปานกลาง ได้ 3 คะแนน
น้อย ได้ 2 คะแนน
น้อยที่สุด ได้ 1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของค่าเฉลี่ยแบบมาตราส่วนประเมินค่านั้นได้ใช้ค่าทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนด ช่วงการวัด คือ

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์การแปลความหมายความคาดหวังจากการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จึงมีระดับ ค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีความคาดหวังจากการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีความคาดหวังจากการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีความคาดหวังจากการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีความคาดหวังจากการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีความคาดหวังจากการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับน้อยที่สุด

คำถามส่วนที่ 4 เกี่ยวกับความพึงพอใจในประเด็นต่าง ๆ จากการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ของ Likert ซึ่งได้กำหนดค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ

มากที่สุด ได้ 5 คะแนน
มาก ได้ 4 คะแนน
ปานกลาง ได้ 3 คะแนน
น้อย ได้ 2 คะแนน
น้อยที่สุด ได้ 1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของค่าเฉลี่ยแบบมาตราส่วนประเมินค่านั้นได้ใช้ค่าทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนด ช่วงการวัด คือ

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์การแปลความหมายความพึงพอใจต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จึงมีระดับ ค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีความพึงพอใจต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีความพึงพอใจต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีความพึงพอใจต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีความพึงพอใจต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีความพึงพอใจต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับน้อยที่สุด

คำถามส่วนที่ 5 เกี่ยวกับแนวโน้มการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ของ Likert ซึ่งได้กำหนดค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความตั้งใจ

มากที่สุด ได้ 5 คะแนน
มาก ได้ 4 คะแนน

ปานกลาง ได้ 3 คะแนน

น้อย ได้ 2 คะแนน

น้อยที่สุด ได้ 1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของค่าเฉลี่ยแบบมาตราส่วนประเมินค่านั้นได้ใช้ค่าทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนด ช่วงการวัด คือ

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด – ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนแนวโน้มการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จึงมีระดับ ค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีแนวโน้มที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีแนวโน้มที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีแนวโน้มที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีแนวโน้มที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ผู้รับฟังรายการมีแนวโน้มที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.6 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดสอบเครื่องมือด้านความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังนี้คือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปปรึกษาและขอคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาถึงโครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct Validity) เนื้อหา และภาษาที่ใช้ (Content Validity) ในแบบสอบถามว่ามีความเหมาะสมและความชัดเจนของถ้อยภาษาตรงตามประเด็นการศึกษาและสัมพันธ์สอดคล้องกับแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา และวัตถุประสงค์ของการศึกษาหรือไม่

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว มาทดสอบความเชื่อมั่นโดยการทดลองนำไปใช้ (Pre-test) กับประชากรเพศหญิงและชายที่ฟัง

รายการคุยโขมงยามเย็น ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ผู้ศึกษาต้องการและมีคำถามเหมาะสมหรือไม่อย่างไร โดยใช้สูตรของ Pearson Moment Correlation Coefficient โดยวิธี ของ Cronbach's Alpha เพื่อทดสอบว่าคุณภาพของแบบสอบถามอยู่ในระดับที่ใช้ได้หรือไม่ ซึ่งควรมีค่าเกิน 0.70 ขึ้นไป กล่าวได้ว่าเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2550, น. 284) โดยมีสูตรที่ใช้ในการคำนวณดังนี้

$$\alpha = \frac{N}{N-1}\left[\frac{1-\sum {S_i}^2}{{S_t}^2}\right]$$

เมื่อ α = ค่าสัมประสิทธิ์ของความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด

N = จำนวนข้อคำถาม หรือจำนวนรายการทั้งหมดที่ใช้วัดในแบบสอบถาม

$\sum {S_i}^2$ = ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนที่วัดได้ในแต่ละข้อ เนื่องจากแต่ละคนอาจได้คะแนนไม่เท่ากัน

${S_t}^2$ = ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมจากคำตอบทุกข้อ

จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยการแจกแบบสอบถาม 30 ชุด ให้กับกลุ่มตัวอย่างสามารถวิเคราะห์หา Cronbach's Alpha ได้ดังนี้

- ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามในประเด็น ความคาดหวังในการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเท่ากับ 0.948
- ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามในประเด็น ความพึงพอใจในการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเท่ากับ 0.952
- ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามในประเด็น แนวโน้มในการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเท่ากับ 0.758

3.7 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field data collecting) ซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการแจกแบบสอบถาม 300 ชุด ตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administration Questionnaire) เดือนกันยายน – ตุลาคม 2559 เป็นระยะเวลาประมาณ 1 เดือน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความถูกต้องและ ทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในลำดับต่อไป

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูลครบจำนวน 300 ชุด ผู้ศึกษาได้มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ทำการลงรหัส (Coding) แบบสอบถามทุกฉบับ
2. นำรหัสคะแนนที่ได้ไปบันทึกในแบบลงรหัส (Coding Sheets) ก่อนนำไปประมวลผล
3. นำข้อมูลในแบบลงรหัสไปบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้การป้อนข้อมูลประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเพื่อการศึกษา
4. นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ (Print-Out) มาแปลความหมาย แล้วบันทึกผล และจัดทำตารางแสดงผลร้อยละและค่าทางสถิติ เพื่อทำรายงานสรุปผลการศึกษาต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล และอธิบายการศึกษาโดยแยกออกเป็น

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency), ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น รวมทั้งส่วนของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานในการศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานการศึกษาที่ 1 ความคาดหวังผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson' Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานการศึกษาที่ 2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการ ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson' Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานการศึกษาที่ 3 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson' Product Moment Correlation Coefficient)

ตารางที่ 3.3

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	**สถิติที่ใช้ในการทดสอบ**
สมมติฐานการศึกษาที่ 1 ความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	
สมมติฐานการศึกษาที่ 1.1 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น โดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) สมมติฐานทางสถิติ H_0 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) H_1 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	(Pearson product-moment correlation)
สมมติฐานการศึกษาที่ 1.2 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) สมมติฐานทางสถิติ H_0 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) H_1 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	(Pearson product-moment correlation)

ตารางที่ 3.3

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	**สถิติที่ใช้ในการทดสอบ**
สมมติฐานการศึกษาที่ 1.3 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) สมมติฐานทางสถิติ H_0 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) H_1 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	(Pearson product-moment correlation)
สมมติฐานการศึกษาที่ 1.4 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) สมมติฐานทางสถิติ H_0 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) H_1 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	(Pearson product-moment correlation)

ตารางที่ 3.3

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานการศึกษาที่ 1.5 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) สมมติฐานทางสถิติ H_0 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) H_1 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	(Pearson product-moment correlation)
สมมติฐานการศึกษาที่ 2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	
สมมติฐานการศึกษาที่ 2.1 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม สมมติฐานทางสถิติ H_0 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม H_1 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม	(Pearson product-moment correlation)

ตารางที่ 3.3

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	**สถิติที่ใช้ในการทดสอบ**
สมมติฐานการศึกษาที่ 2.2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร สมมติฐานทางสถิติ H_0 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร H_1 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร	(Pearson product-moment correlation)
สมมติฐานการศึกษาที่ 2.3 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล สมมติฐานทางสถิติ H_0 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล H_1 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล	(Pearson product-moment correlation)

ตารางที่ 3.3

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานการศึกษาที่ 2.4 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม สมมติฐานทางสถิติ H_0 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม H_1 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	(Pearson product-moment correlation)
สมมติฐานการศึกษาที่ 2.5 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง สมมติฐานทางสถิติ H_0 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง H_1 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง	(Pearson product-moment correlation)

ตารางที่ 3.3

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานการศึกษาที่ 3 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	
สมมติฐานการศึกษาที่ 3.1 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น สมมติฐานทางสถิติ H_0 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น H_1 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	(Pearson product-moment correlation)
สมมติฐานการศึกษาที่ 3.2 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น สมมติฐานทางสถิติ H_0 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น H_1 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	(Pearson product-moment correlation)

ตารางที่ 3.3

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	**สถิติที่ใช้ในการทดสอบ**
สมมติฐานการศึกษาที่ 3.3 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น สมมติฐานทางสถิติ H_0 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น H_1 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	(Pearson product-moment correlation)
สมมติฐานการศึกษาที่ 3.4 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น สมมติฐานทางสถิติ H_0 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น H_1 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	(Pearson product-moment correlation)

ตารางที่ 3.3

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	**สถิติที่ใช้ในการทดสอบ**
สมมติฐานการศึกษาที่ 3.5 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น สมมติฐานทางสถิติ H_0 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น H_1 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	(Pearson product-moment correlation)

บทที่ 4
ผลการวิจัย

4.1 ลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตามตารางที่ 4.1-4.5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	154	51.3
หญิง	146	48.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเป็นเพศหญิง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-22 ปี	25	8.3
23-35 ปี	70	23.3
36-50 ปี	137	45.7
51-60 ปี	68	22.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุระหว่าง 36-50 ปี มากที่สุด คือ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมา คือ ช่วงอายุระหว่าง 23-35 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และช่วงอายุ 18-22 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	22	7.3
อนุปริญญา/ปวส.	42	14.0
ปริญญาตรี	188	62.7
สูงกว่าปริญญาตรี	46	15.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	5	1.7
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	79	26.3
พนักงานบริษัทเอกชน	85	28.3
ธุรกิจส่วนตัว	98	32.7
แม่บ้าน	33	11.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมา คือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 อาชีพแม่บ้าน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	27	9.0
15,000-25,000 บาท	111	37.0
25,001-35,000 บาท	121	40.3
35,001-45,000 บาท	32	10.7
มากกว่า 45,000 บาท	9	3.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาท มากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมา คือ รายได้ 15,000-25,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รายได้ 35,001-45,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ

10.7 รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และน้อยที่สุด คือ รายได้มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

4.2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	14	4.7
2	24	8.0
3	76	25.3
4	47	15.7
5	139	46.3
รวม	300	100.0
ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 หรือ 4 (วัน/สัปดาห์)		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.206 (วัน/สัปดาห์)		

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยความถี่ในการรับฟัง มีค่าในระดับสูง คือ 4 วัน ต่อสัปดาห์ เนื่องจากรายการคุยโขมงยามเย็น ออกอากาศ 5 วันต่อสัปดาห์

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) โดยเฉลี่ย 3.91 หรือ 4 วัน/สัปดาห์ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.206 วัน/สัปดาห์ โดยมีการเปิดรับฟัง ความถี่ 5 วัน/สัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา คือ ความถี่ 3 วัน/สัปดาห์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ความถี่ 4 วัน/สัปดาห์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ความถี่ 2 วัน/สัปดาห์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และความถี่ 1 วัน/สัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งใจฟังไม่เปลี่ยนช่องตั้งแต่ต้นจนจบ	66	22.0
เปลี่ยนคลื่นเมื่อมีโฆษณา	2	0.7
เลือกฟังเฉพาะช่วงที่สนใจ	40	13.3
ฟังเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างไม่ตั้งใจบ้าง	192	64.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในลักษณะฟังเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างไม่ตั้งใจบ้าง มากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา คือ ตั้งใจฟังไม่เปลี่ยนช่องตั้งแต่ต้นจนจบ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 เลือกฟังเฉพาะช่วงที่สนใจ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และเปลี่ยนคลื่นเมื่อมีโฆษณา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงข่าวการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ช่วงที่รับฟัง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเล่าข่าว	71	23.7
ช่วงข่าวกลางชั่วโมง/รายงานข่าวจราจร	11	3.7
ช่วงลับเล็ก ๆ กับวาสนา นาน่วม	16	5.3
ทั้งหมดทุกช่วง	202	67.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในทั้งหมดทุกช่วง มากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมา คือ ช่วงเล่าข่าว จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 ช่วงลับเล็ก ๆ กับ วาสนา นาน่วม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และช่วงข่าวกลางชั่วโมง/รายงานข่าวจราจร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ช่องทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผ่านเครื่องรับวิทยุ (บ้าน/ที่ทำงาน/รถยนต์)	254	84.7
ผ่านเว็บไซต์ (http://mcot-web.mcot.net/fm1005/)	13	4.3
ผ่านแอพพลิเคชั่น On Mobile Phone (App FM 100.5 หรือ MCOT App)	33	11.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ผ่านเครื่องรับวิทยุ (บ้าน/ที่ทำงาน/รถยนต์) มากที่สุด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 84.7 รองลงมา คือ ผ่านแอพพลิเคชั่น On Mobile Phone (App FM 100.5 หรือ MCOT App) จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และผ่านเว็บไซต์ (http://mcot-web.mcot.net/fm1005/) จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้วย

บุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	182	60.7
เพื่อน	50	16.7
ครอบครัว/ญาติ	30	10.0
คนรัก/คู่สมรส	38	12.6
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นคนเดียว มากที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมา คือ เปิดรับฟังรายการกับเพื่อน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 เปิดรับฟังรายการกับคนรัก/คู่สมรส จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 และเปิดรับฟังรายการกับครอบครัว/ญาติ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

การมีส่วนร่วม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	165	55.0
ไม่เคย	135	45.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และไม่เคยมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0

ตารางที่ 4.12

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ลักษณะการมีส่วนร่วม	จำนวน (คำตอบ) *	ร้อยละ
การโทรศัพท์ (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์)	2	1.5
การส่ง SMS (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์)	40	29.6
ผ่านทาง Social Network (Line official, Facebook, Web) (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์)	76	56.3
การร่วมกิจกรรมพิเศษกับทางรายการ	17	12.6
รวม	135	100.0

หมายเหตุ. *เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ผ่านทาง Social Network (Line official, Facebook, Web) (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์) มากที่สุด จำนวน 76 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา คือ การส่ง SMS (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์) จำนวน 40 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.6 การร่วมกิจกรรมพิเศษกับทาง

รายการ จำนวน 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.6 และการโทรศัพท์ (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์) จำนวน 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

4.3 ความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตารางที่ 4.13

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับความคาดหวัง)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. เพื่อรับฟังรายการที่มีเนื้อหาข่าวถูกต้องเป็นกลาง	89 (29.7)	205 (68.3)	6 (2.0)	-	-	300 (100.0)	4.28 (มากที่สุด)	0.491
2. เพื่อรับรู้ข่าวสารที่อยู่ในความสนใจเหมาะสมแก่การรับฟัง	94 (31.3)	203 (67.7)	3 (1.0)	-	-	300 (100.0)	4.30 (มากที่สุด)	0.482
3. เพื่อรับรู้ข่าวสารที่มีความกระชับ ฉับไว ไม่ยืดเยื้อ	88 (29.3)	207 (69.0)	5 (1.7)	-	-	300 (100.0)	4.28 (มากที่สุด)	0.484
4. เพื่อฟังรายกการข่าวที่มีการใช้ภาษาและสำนวนในการเสนอข่าวที่มีลีลา ที่มีชีวิตชีวา	110 (36.6)	185 (61.7)	5 (1.7)	-	-	300 (100.0)	4.35 (มากที่สุด)	0.512
5. เพื่อรับฟังรายการข่าวที่มีความแปลกใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์เพลิดเพลิน	107 (35.7)	187 (62.3)	5 (1.7)	1 (0.3)	-	300 (100.0)	4.33 (มากที่สุด)	0.526
6. เพื่อรับทราบข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันได้ทันท่วงที	80 (26.6)	215 (71.7)	5 (1.7)	-	-	300 (100.0)	4.25 (มากที่สุด)	0.471
รวม							4.30 (มากที่สุด)	0.442

จากตารางที่ 4.13 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.30 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร โดยมีความคาดหวังเพื่อฟังรายการข่าวที่มีการใช้ภาษาและสำนวนในการเสนอข่าว ที่มีลีลา ที่มีชีวิตชีวา มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.35 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อรับฟังรายการข่าวที่มีความแปลกใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์ เพลิดเพลิน มีค่าเฉลี่ย 4.33 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด และเพื่อรับทราบข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันได้ทันท่วงที น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.25 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด

ตารางที่ 4.14

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับความคาดหวัง)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
7. เพื่อเพิ่มความรู้ ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเอง	83 (27.7)	212 (70.7)	4 (1.3)	1 (0.3)	-	300 (100.0)	4.26 (มากที่สุด)	0.488
8. เพื่อรับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ	63 (21.0)	223 (74.3)	14 (4.7)	-	-	300 (100.0)	4.16 (มาก)	0.480
รวม							4.21 (มากที่สุด)	0.445

จากตารางที่ 4.14 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.21 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล โดยมีความคาดหวังเพื่อเพิ่มความรู้ ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเอง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.26 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อรับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ย 4.16 ถือว่ามีความคาดหวังมาก

ตารางที่ 4.15

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับความคาดหวัง)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
9. เพื่อนำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการ ไปสนทนากับผู้อื่น	54 (18.0)	217 (72.3)	27 (9.0)	2 (0.7)	-	300 (100.0)	4.08 (มาก)	0.540
10. เพื่อนำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน	46 (15.3)	227 (75.7)	26 (8.7)	1 (0.3)	-	300 (100.0)	4.06 (มาก)	0.501
11. เพื่อเป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club	34 (11.3)	218 (72.7)	43 (14.3)	3 (1.0)	2 (0.7)	300 (100.0)	3.93 (มาก)	0.594
รวม							4.02 (มาก)	0.461

จากตารางที่ 4.15 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.02 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยมีความคาดหวังเพื่อนำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการ ไปสนทนากับผู้อื่น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.08 ถือว่ามีความคาดหวังมาก รองลงมา คือ เพื่อนำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 4.06 ถือว่ามีความคาดหวังมาก และเพื่อเป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.93 ถือว่ามีความคาดหวังมาก

ตารางที่ 4.16

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับความคาดหวัง)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
12. เพราะรับฟังรายการได้สะดวก หลายช่องทาง	65 (21.7)	219 (73.0)	14 (4.7)	1 (0.3)	1 (0.3)	300 (100.0)	4.15 (มาก)	0.533
13. เพราะมีกิจกรรมให้ทำยามว่าง	62 (20.7)	223 (74.3)	13 (4.3)	2 (0.7)	-	300 (100.0)	4.14 (มาก)	0.539
14. เพื่อใช้เวลาให้หมดไป/ระหว่างรอทำธุระหรือรถติด	65 (21.3)	222 (74.0)	11 (3.7)	1 (0.3)	1 (0.3)	300 (100.0)	4.16 (มาก)	0.520
15. เพราะรายการมีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน	91 (30.3)	200 (66.7)	9 (3.0)	-	-	300 (100.0)	4.27 (มากที่สุด)	0.509
รวม							4.18 (มาก)	0.456

จากตารางที่ 4.16 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.18 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง โดยมีความคาดหวังเพราะรายการมีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.27 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อใช้เวลาให้หมดไป/ระหว่างรอทำธุระหรือรถติด มีค่าเฉลี่ย 4.16 ถือว่ามีความคาดหวังมาก และเพราะมีกิจกรรมให้ทำยามว่าง น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.14 ถือว่ามีความคาดหวังมาก

ตารางที่ 4.17

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ประเด็นความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความคาดหวัง
ด้านการรับรู้ข่าวสาร	4.30	0.442	มากที่สุด
ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล	4.21	0.445	มากที่สุด
ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	4.02	0.461	มาก
ด้านความบันเทิง	4.18	0.456	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20	0.390	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า โดยภาพรวมความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 4.20 ถือว่า มีความคาดหวังมาก รายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.30 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.21 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.18 ถือว่ามีความคาดหวังมาก และด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.02 ถือว่ามีความคาดหวังมาก ตามลำดับ

4.4 ความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตารางที่ 4.18

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับความพึงพอใจ)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก			น้อยที่สุด			
1. ได้รับฟังรายการที่มีเนื้อหาข่าวถูกต้องเป็นกลาง	144 (48.0)	153 (51.0)	3 (1.0)	-	-	300 (100.0)	4.47 (มากที่สุด)	0.520
2. ได้รับรู้ข่าวสารที่อยู่ในความสนใจเหมาะสมแก่การรับฟัง	157 (52.4)	142 (47.3)	1 (0.3)	-	-	300 (100.0)	4.52 (มากที่สุด)	0.507
3. ได้รับรู้ข่าวสารที่มีความกระชับ ฉับไว ไม่ยืดเยื้อ	160 (53.3)	139 (46.4)	1 (0.3)	-	-	300 (100.0)	4.53 (มากที่สุด)	0.507
4. ได้ฟังรายกการข่าวที่มีการใช้ภาษาและสำนวนในการเสนอข่าวที่มีลีลา ที่มีชีวิตชีวา	170 (56.7)	125 (41.7)	4 (1.3)	1 (0.3)	-	300 (100.0)	4.55 (มากที่สุด)	0.544
5. ได้รับฟังรายการข่าวที่มีความแปลกใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์เพลิดเพลิน	166 (55.4)	129 (43.0)	4 (1.3)	1 (0.3)	-	300 (100.0)	4.53 (มากที่สุด)	0.545
6. ได้รับทราบข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันได้ทันท่วงที	115 (38.3)	183 (61.0)	2 (0.7)	-	-	300 (100.0)	4.38 (มากที่สุด)	0.499
รวม							4.50 (มากที่สุด)	0.458

จากตารางที่ 4.18 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.50 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร โดยมีความพึงพอใจในประเด็น

ได้ฟังรายกการข่าวที่มีการใช้ภาษาและสำนวนในการเสนอข่าวที่มีลีลา ที่มีชีวิตชีวา มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ประเด็น ได้รับรู้ข่าวสารที่มีความกระชับฉับไว ไม่ยืดเยื้อ และประเด็น ได้รับฟังรายการข่าวที่มีความแปลกใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์เพลิดเพลิน มีค่าเฉลี่ย 4.53 เท่ากัน ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด และได้รับทราบข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันได้ทันท่วงที น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด

ตารางที่ 4.19

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับความพึงพอใจ)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก			น้อยที่สุด			
7. ได้เพิ่มความรู้ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเอง	128 (42.7)	167 (55.7)	4 (1.3)	1 (0.3)	-	300 (100.0)	4.41 (มากที่สุด)	0.538
8. ได้รับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ	90 (30.0)	201 (67.0)	7 (2.3)	2 (0.7)	-	300 (100.0)	4.26 (มากที่สุด)	0.531
รวม							4.34 (มากที่สุด)	0.494

จากตารางที่ 4.19 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.34 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล โดยมีความพึงพอใจในประเด็น ได้เพิ่มความรู้ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเอง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ประเด็น ได้รับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ย 4.26 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด

ตารางที่ 4.20

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับความพึงพอใจ)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก			น้อยที่สุด			
9. ได้นำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการไปสนทนากับผู้อื่น	71 (23.7)	219 (73.0)	7 (2.3)	2 (0.7)	1 (0.3)	300 (100.0)	4.19 (มาก)	0.531
10. ได้นำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน	73 (24.4)	215 (71.7)	10 (3.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	300 (100.0)	4.19 (มาก)	0.533
11. ได้เป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club	52 (17.4)	226 (75.3)	16 (5.3)	4 (1.3)	2 (0.7)	300 (100.0)	4.07 (มาก)	0.579
รวม							4.15 (มาก)	0.476

จากตารางที่ 4.20 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.15 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยมีความพึงพอใจในประเด็น ได้นำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการไปสนทนากับผู้อื่น และประเด็น ได้นำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.19 เท่ากัน ถือว่ามีความพึงพอใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น ได้เป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club มีค่าเฉลี่ย 4.07 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.21

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับความพึงพอใจ)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก			น้อยที่สุด			
12. รับฟังรายการได้สะดวกหลายช่องทาง	85 (28.3)	207 (69.0)	5 (1.7)	2 (0.7)	1 (0.3)	300 (100.0)	4.24 (มากที่สุด)	0.546
13. ได้มีกิจกรรมให้ทำยามว่าง	87 (29.0)	205 (68.3)	3 (1.0)	3 (1.0)	2 (0.7)	300 (100.0)	4.24 (มากที่สุด)	0.586
14. ได้ใช้เวลาให้หมดไประหว่างรอทำธุระหรือรถติด	90 (30.0)	199 (66.3)	8 (2.7)	2 (0.7)	1 (0.3)	300 (100.0)	4.25 (มากที่สุด)	0.567
15. ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน	119 (39.7)	175 (58.3)	6 (2.0)	-	-	300 (100.0)	4.38 (มากที่สุด)	0.525
รวม							4.28 (มากที่สุด)	0.499

จากตารางที่ 4.21 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.28 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง โดยมีความพึงพอใจ ในประเด็นได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ประเด็น ได้ใช้เวลาให้หมดไประหว่างรอทำธุระหรือรถติด มีค่าเฉลี่ย 4.25 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด และประเด็น รับฟังรายการได้สะดวก หลายช่องทาง และประเด็น ได้มีกิจกรรมให้ทำยามว่าง มีค่าเฉลี่ย 4.24 เท่ากัน ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความพึงพอใจ
ด้านการรับรู้ข่าวสาร	4.50	0.458	มากที่สุด
ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล	4.34	0.494	มากที่สุด
ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	4.15	0.476	มาก
ด้านความบันเทิง	4.28	0.499	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.35	0.416	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 4.35 ถือว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด รายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.34 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.28 ถือว่ามีความพึงพอใจมากมากที่สุด และด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.15 ถือว่ามีพึงพอใจมาก ตามลำดับ

4.5 แนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตารางที่ 4.23

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

แนวโน้มพฤติกรรม	ระดับความตั้งใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับความตั้งใจ)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก			น้อยที่สุด			
1. คุณมีความตั้งใจที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นต่อไปในอนาคต	37 (12.4)	202 (67.3)	60 (20.0)	1 (0.3)	-	300 (100.0)	3.92 (มาก)	0.575
2. คุณมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	9 (3.0)	150 (50.0)	140 (46.7)	1 (0.3)	-	300 (100.0)	3.56 (มาก)	0.561
รวม							3.74 (มาก)	0.510

จากตารางที่ 4.23 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 3.74 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในระดับมาก โดยมีความตั้งใจที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นต่อไปในอนาคต มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.92 ถือว่ามีแนวโน้มพฤติกรรมในระดับมาก รองลงมา คือ มีความตั้งใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 3.56 ถือว่ามีแนวโน้มพฤติกรรมในระดับมาก

4.6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

H_1 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ตารางที่ 4.24

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวมกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ตัวแปร	ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม
การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	r = 0.122 P-value = 0.035* (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) *P-value < 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวมกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีค่าเท่ากับ 0.122 และค่า P-value เท่ากับ 0.035 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 สรุปได้ว่า ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีความคาดหวังต่อรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวมเพิ่มขึ้น จะทำให้การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) เพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

H_1 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ตารางที่ 4.25

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสารกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ตัวแปร	ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร
การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	r = 0.094 P-value = 0.103 (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสารกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีค่าเท่ากับ 0.094 และค่า P-value เท่ากับ 0.103 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 สรุปได้ว่า ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

H_1 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ตารางที่ 4.26

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคลกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ตัวแปร	ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล
การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	r = 0.063 P-value = 0.274 (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคลกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีค่าเท่ากับ 0.063 และค่า P-value เท่ากับ 0.274 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 สรุปได้ว่า ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

H_1 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ตารางที่ 4.27

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ตัวแปร	ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	r = 0.114 P-value = 0.048* (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) *P-value < 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีค่าเท่ากับ 0.114 และค่า P-value เท่ากับ 0.048 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 สรุปได้ว่า ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีความคาดหวังต่อรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพิ่มขึ้น จะทำให้การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) เพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

H_1 : ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ตารางที่ 4.28

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิงกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

ตัวแปร	ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง
การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	r = 0.136 P-value = 0.018* (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) *P-value < 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิงกับการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีค่าเท่ากับ 0.136 และค่า P-value เท่ากับ 0.018 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 สรุปได้ว่า ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีความคาดหวังต่อรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิงเพิ่มขึ้น จะทำให้การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) เพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม

H_1 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม

ตารางที่ 4.29

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม

ตัวแปร	ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม
การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	r = 0.171 P-value = 0.003** (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) **P-value < 0.01

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.171 และค่า P-value เท่ากับ 0.003 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 สรุปได้ว่า การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) เพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวมเพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร

H_1 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร

ตารางที่ 4.30

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร

ตัวแปร	ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร
การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	r = 0.122 P-value = 0.035* (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) *P-value < 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร มีค่าเท่ากับ 0.122 และค่า P-value เท่ากับ 0.035 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 สรุปได้ว่า การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) เพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล

H_1 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.31

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล

ตัวแปร	ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล
การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	r = 0.124 P-value = 0.032* (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) *P-value < 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเท่ากับ 0.124 และค่า P-value เท่ากับ 0.032 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 สรุปได้ว่า การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) เพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

H_1 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ตารางที่ 4.32

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ตัวแปร	ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	r = 0.154 P-value = 0.008** (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) **P-value < 0.01

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเท่ากับ 0.154 และค่า P-value เท่ากับ 0.008 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 สรุปได้ว่า การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) เพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง

H_1 : การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง

ตารางที่ 4.33

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง

ตัวแปร	ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง
การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	r = 0.197 P-value = 0.001** (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) **P-value < 0.01

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีค่าเท่ากับ 0.197 และค่า P-value เท่ากับ 0.001 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 สรุปได้ว่า การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) เพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิงเพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวมมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

H_1 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตารางที่ 4.34

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวมกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตัวแปร	แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น
ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม	r = 0.365 P-value = 0.000** (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) **P-value < 0.01

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวมกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเท่ากับ 0.365 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวมเพิ่มขึ้น จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นเพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

H_1 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตารางที่ 4.35

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสารกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตัวแปร	แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น
ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร	r = 0.282 P-value = 0.000** (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) **P-value < 0.01

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสารกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเท่ากับ 0.282 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นเพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

H_1 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตารางที่ 4.36

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคลกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตัวแปร	แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น
ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล	r = 0.298 P-value = 0.000** (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) **P-value < 0.01

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคลกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเท่ากับ 0.298 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นเพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

H_1 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตารางที่ 4.37

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตัวแปร	แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น
ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	r = 0.363 P-value = 0.000** (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) **P-value < 0.01

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเท่ากับ 0.363 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพิ่มขึ้น จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นเพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง ไม่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

H_1 : ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตารางที่ 4.38

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิงกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ตัวแปร	แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น
ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง	r = 0.348 P-value = 0.000** (n = 300 คน)

P-value คือ Sig. (2-tailed) **P-value < 0.01

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิงกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเท่ากับ 0.348 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อผู้ฟังมีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิงเพิ่มขึ้น จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นเพิ่มขึ้น และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ ความพึงพอใจ ของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM 100.5 News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นของผู้รับฟังในเขต กทม.
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.
4. เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นของผู้รับฟังในเขต กทม.
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการเปิดรับของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มพฤติกรรมกับความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขต กทม.

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ศึกษา คือ ผู้รับฟัง รายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น เอฟ. เอ็ม.100.5 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน พบว่า

1. เพศ เป็น เพศหญิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเป็นเพศหญิง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7

2. อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุระหว่าง 36-50 ปี มากที่สุด คือ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมา คือ ช่วงอายุระหว่าง 23-35 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และช่วงอายุ 18-22 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

3. ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ

15.3 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

4. อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมา คือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 อาชีพแม่บ้าน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาท มากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมา คือ รายได้ 15,000-25,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รายได้ 35,001-45,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และน้อยที่สุด คือ รายได้มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ส่วนที่ 2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

จากผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จำแนกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ความถี่ (วัน/สัปดาห์) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) โดยเฉลี่ย 3.91 หรือ 4 วัน/สัปดาห์ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.206 วัน/สัปดาห์ โดยมีการเปิดรับฟัง ความถี่ 5 วัน/สัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา คือ ความถี่ 3 วัน/สัปดาห์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ความถี่ 4 วัน/สัปดาห์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ความถี่ 2 วัน/สัปดาห์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และความถี่ 1 วัน/สัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

2. ลักษณะการรับฟัง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในลักษณะฟังเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างไม่ตั้งใจบ้าง มากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา คือ ตั้งใจฟังไม่เปลี่ยนช่องตั้งแต่ต้นจนจบ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 เลือกฟังเฉพาะช่วงที่สนใจ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และเปลี่ยนคลื่นเมื่อมีโฆษณา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

3. เนื้อหารายการที่รับฟัง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในทั้งหมดทุกช่วง มากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมา คือ ช่วงเล่าข่าว จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 ช่วงลับเล็ก ๆ กับวาสนา นาน่วม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และช่วงข่าวกลางชั่วโมง/รายงานข่าวจราจร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

4. ช่องทางการรับฟัง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ผ่านเครื่องรับวิทยุ (บ้าน/ที่ทำงาน/รถยนต์) มากที่สุด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 84.7 รองลงมา คือ ผ่านแอพพลิเคชั่น On Mobile Phone คือ App FM 100.5 หรือ MCOT App จำนวน 33 คน คิดเป็น

ร้อยละ 11.0 และผ่านเว็บไซต์ http://mcot-web.mcot.net/fm1005/ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

5. ผู้ร่วมรับฟังรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นคนเดียวมากที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมา คือ เปิดรับฟังรายการกับเพื่อน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 เปิดรับฟังรายการกับคนรัก/คู่สมรส จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 และเปิดรับฟังรายการกับครอบครัว/ญาติ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

6. การมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และไม่เคยมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0

7. ช่องทางในการมีส่วนร่วม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ผ่านทาง Social Network เช่น Line official, Facebook, Web เพื่อแสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์ มากที่สุด จำนวน 76 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา คือ การส่ง SMS เพื่อแสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์ จำนวน 40 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.6 การร่วมกิจกรรมพิเศษกับทางรายการ จำนวน 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.6 และการโทรศัพท์ เช่น แสดงความคิดเห็น ตอบคำถาม เล่นเกมส์ จำนวน 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.5

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

จากการศึกษาสามารถสรุปโดยภาพรวมความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 4.20 ถือว่า มีความคาดหวังมาก รายละเอียดดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.30 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.21 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.18 ถือว่ามีความคาดหวังมาก และด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.02 ถือว่ามีความคาดหวังมาก

เมื่อพิจารณาความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในแต่ละด้าน สามารถจำแนกประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ด้านการรับรู้ข่าวสาร จากการศึกษาความคาดหวังการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.30 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร โดยมีความคาดหวังเพื่อฟังรายการข่าวที่มีการใช้ภาษาและสำนวนในการเสนอข่าว ที่มีลีลา ที่มีชีวิตชีวา มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.35 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อรับฟังรายการข่าวที่มีความแปลกใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์

เพลิดเพลิน มีค่าเฉลี่ย 4.33 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด และเพื่อรับทราบข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันได้ทันท่วงที น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.25 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด

ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.21 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล โดยมีความคาดหวังเพื่อเพิ่มความรู้ ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเอง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.26 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อรับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ย 4.16 ถือว่ามีความคาดหวังมาก

ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.02 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยมีความคาดหวังเพื่อนำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการไปสนทนากับผู้อื่น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.08 ถือว่ามีความคาดหวังมาก รองลงมา คือ เพื่อนำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 4.06 ถือว่ามีความคาดหวังมาก และเพื่อเป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.93 ถือว่ามีความคาดหวังมาก

ด้านความบันเทิง พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.18 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง โดยมีความคาดหวังเพราะรายการมีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.27 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อใช้เวลาให้หมดไป/ระหว่างรอทำธุระหรือรถติด มีค่าเฉลี่ย 4.16 ถือว่ามีความคาดหวังมาก และเพราะมีกิจกรรมให้ทำยามว่าง น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.14 ถือว่ามีความคาดหวังมาก

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

จากการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 4.35 ถือว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด รายละเอียดดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.34 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.28 ถือว่ามีความพึงพอใจมากมากที่สุด และด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.15 ถือว่ามีพึงพอใจมาก

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในแต่ละด้าน สามารถจำแนกประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ด้านการรับรู้ข่าวสาร พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.50 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด จากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร โดยมีความพึงพอใจในประเด็นได้ฟังรายกการข่าวที่มีการใช้ภาษาและสำนวนในการเสนอข่าวที่มีลีลา ที่มีชีวิตชีวา มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ประเด็น ได้รับรู้ข่าวสารที่มีความกระชับ ฉับไว ไม่ยืดเยื้อ และประเด็น ได้รับฟังรายการข่าวที่มีความแปลกใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์ เพลิดเพลิน มีค่าเฉลี่ย 4.53 เท่ากัน ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด และได้รับทราบข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันได้ทันท่วงที น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.34 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด จากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล โดยมีความพึงพอใจในประเด็น ได้เพิ่มความรู้ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเองมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ประเด็น ได้รับทราบข้อมูลข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ย 4.26 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.15 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยมีความพึงพอใจในประเด็น ได้นำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการไปสนทนากับผู้อื่น และประเด็น ได้นำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.19 เท่ากัน ถือว่ามีความพึงพอใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น ได้เป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club มีค่าเฉลี่ย 4.07 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก

ด้านความบันเทิง พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.28 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง โดยมีความพึงพอใจ ในประเด็นได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ประเด็น ได้ใช้เวลาให้หมดไประหว่างรอทำธุระหรือรถติด มีค่าเฉลี่ย 4.25 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด และประเด็น รับฟังรายการได้สะดวก หลายช่องทาง และประเด็น ได้มีกิจกรรมให้ทำยามว่าง มีค่าเฉลี่ย 4.24 เท่ากัน ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด

ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

จากการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 3.74 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในระดับมาก โดยมีความตั้งใจที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นต่อไปในอนาคต มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.92 ถือว่ามีแนวโน้มพฤติกรรมในระดับมาก รองลงมา คือ มีความตั้งใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 3.56 ถือว่ามีแนวโน้มพฤติกรรมในระดับมาก

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

จากผลการศึกษา เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และ ความพึงพอใจ ของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM.100.5 MHz. News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้ทดสอบสมมติฐาน การวิจัยที่กำหนดไว้ 4 ข้อ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 5.1

การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานการศึกษาที่ 1 ความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	
สมมติฐานการศึกษาที่ 1.1 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น โดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.122 P-value = 0.035*
สมมติฐานการศึกษาที่ 1.2 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการศึกษาที่ 1.3 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1

การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานการศึกษาที่ 1.4 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.114 P-value = 0.048*
สมมติฐานการศึกษาที่ 1.5 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.136 P-value = 0.018*
สมมติฐานการศึกษาที่ 2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	
สมมติฐานการศึกษาที่ 2.1 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.171 P-value = 0.003**
สมมติฐานการศึกษาที่ 2.2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.122 P-value = 0.035*
สมมติฐานการศึกษาที่ 2.3 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.124 P-value = 0.032*
สมมติฐานการศึกษาที่ 2.4 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.154 P-value = 0.008**
สมมติฐานการศึกษาที่ 2.5 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านความบันเทิง	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.197 P-value = 0.001**

ตารางที่ 5.1

การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานการศึกษาที่ 3 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	
สมมติฐานการศึกษาที่ 3.1 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.365 P-value = 0.000**
สมมติฐานการศึกษาที่ 3.2 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.282 P-value = 0.000**
สมมติฐานการศึกษาที่ 3.3 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.298 P-value = 0.000**
สมมติฐานการศึกษาที่ 3.4 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.363 P-value = 0.000**
สมมติฐานการศึกษาที่ 3.5 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย r = 0.348 P-value = 0.000**

5.2 อภิปรายผลการศึกษาวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และ ความพึงพอใจ ของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM.100.5 MHz. News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

ความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

จากการศึกษาพบว่า ผู้รับฟังมีความคาดหวัง จากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 4.20 ถือว่า มีความคาดหวังมาก สอดคล้องกับ ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและการจูงใจ (Action/Motivation Perspective) โดยใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสารว่า การใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและมีเหตุผล สอดคล้องกับหลักการของ Alfred Schutz นักสังคมวิทยาที่ได้เสนอแนวทางทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจและมีการคาดหมายไว้ล่วงหน้าถึงผลที่จะได้รับ หรือก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดสิ่งนั้น จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี่คือสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำ โดยพบว่าผู้รับฟัง มีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในประเด็นด้านการรับรู้ข่าวสารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.30 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษฐา ลุนผา (2551) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้และความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้สื่อสมัยใหม่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเว็บบล็อก” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังประโยชน์ด้านการจัดความรู้สูงที่สุด เช่นเดียวกัน

เมื่อพิจารณาความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในประเด็นด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.21 ถือว่ามีความคาดหวังมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534, น. 93-94) ผู้รับสารแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate Benefits) หรือผลประโยชน์ที่ตามมาในอนาคต (Delayed Benefits) ล้วนแต่เป็น ผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการโดยยึดหลักการใหญ่ที่ว่าผู้รับสารเป็นผู้กระทำ (Actor) และมีภาพในใจแล้วว่าเขากำลังทำอะไรอยู่ อาจกล่าวได้ว่า ผู้รับฟังรายการคาดหวังการเพิ่มความรู้ ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเองและรับฟังเพื่อรับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ ให้กับตนเอง

ความคาดหวังด้านความบันเทิง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.18 ถือว่ามีความคาดหวังมาก โดยมีความคาดหวังรายการมีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.27 วิเคราะห์ได้ว่า แม้ว่ารูปแบบรายการคุยโขมงยามเย็น จะเป็นรายการ News Talk แต่กลุ่มตัวอย่าง ก็มีความคาดหวังให้ รายการมีความสนุกสนาน เพลิดเพลินด้วยเช่นกัน รองลงมาคือ มีกิจกรรมให้ทำยามว่าง เพื่อใช้

เวลาให้หมดไป /ระหว่างรอทำธุระ หรือ รถติด อภิปรายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังให้ว่าการฟังรายการข่าว New Talk นั้น ช่วยค่าเวลา หรืออาจฟังในสถานที่ ที่รถติดหรือ ฟังเวลาที่ไม่มีกิจกรรมอื่นใดทำ

ความคาดหวังด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยภาพรวมผู้รับฟังมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.02 หมายถึง ผู้รับฟัง มีความคาดหวังมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 ถือว่ามีความคาดหวังมาก โดยมีความคาดหวังเพื่อนำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการ ไปสนทนากับผู้อื่น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.08 ถือว่ามีความคาดหวังมาก รองลงมา คือ เพื่อนำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 4.06 ถือว่ามีความคาดหวังมาก สอดคล้องกับ แนวคิดของ เวนเนอร์ (Wenner, 1985, อ้างถึงใน วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ และ สหัทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2548, น. 9) ผู้รับสารจะความคาดหวังว่าจะรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นหรือใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ และความคาดหวังด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อเป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.93 อาจวิเคราะห์ได้ว่าแม้ว่าค่าคะแนนด้านความคาดหวังอยู่ในระดับมาก แต่กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club อยู่ในระดับที่ต่ำ

การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับฟัง มีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) โดยเฉลี่ย 3.91 หรือ 4 วัน/สัปดาห์ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.206 วัน/สัปดาห์ โดยมีการเปิดรับฟัง ความถี่ 5 วัน/สัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา คือ ความถี่ 3 วัน/สัปดาห์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ความถี่ 4 วัน/สัปดาห์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ความถี่ 2 วัน/สัปดาห์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และความถี่ 1 วัน/สัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 อภิปรายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ 4 วัน/สัปดาห์ ถือกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับฟังในระดับค่าเฉลี่ย ระดับมาก เนื่องจากรายการคุยโขมงยามเย็น เป็นรายการที่ออกอากาศ 5 วัน /สัปดาห์

ในประเด็นลักษณะการรับฟังรายการ พบว่า ผู้รับฟัง เปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในลักษณะฟังเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างไม่ตั้งใจบ้าง มากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา คือ ตั้งใจฟังไม่เปลี่ยนช่องตั้งแต่ต้นจนจบ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 เลือกฟังเฉพาะช่วงที่สนใจ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และเปลี่ยนคลื่นเมื่อมีโฆษณา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 อภิปรายได้ว่า ผู้รับฟัง มีลักษณะการรับฟังเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างไม่ตั้งใจบ้าง มากที่สุด ถึง ร้อยละ 64 และรองลงมา คือ ตั้งใจฟังไม่เปลี่ยนช่องตั้งแต่ต้นจนจบ เพียงร้อยละ 22.0 อภิปรายได้ว่า ผู้รับฟัง

มีลักษณะการฟังเพื่อฆ่าเวลา หรืออาจจะฟังขณะที่ทำกิจกรรมอื่น ๆ ไปด้วย มีเพียง ร้อยละ 22.0 ที่ตั้งใจฟังและเป็นผู้รับฟังรายการที่เหนี่ยวแน่น และร้อยละ 13.3 เลือกฟังเฉพาะช่วงที่สนใจ มีเพียงร้อยละ 0.7 เปลี่ยนคลื่นเมื่อมีโฆษณา ซึ่งเป็นส่วนที่น้อยมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการมีโฆษณา ไม่มีผลต่อการเลือกรับฟังรายการในประเด็นเนื้อหารายการที่รับฟังบ่อยที่สุด พบว่า ผู้รับฟัง เปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในทั้งหมดทุกช่วง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมา คือ ช่วงเล่าข่าว คิดเป็นร้อยละ 23.7 ช่วงลับเล็ก ๆ กับวาสนา นาน่วม คิดเป็นร้อยละ 5.3 และช่วงข่าวกลางชั่วโมง/รายงานข่าวจราจร คิดเป็นร้อยละ 3.7 อภิปรายได้ว่า ผู้รับฟัง รับฟังรายการในเนื้อหาภาพรวม คือรับฟังทุกช่วงของรายการ และนิยมรับฟังรายการช่วงข่าว มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วงลับเล็ก ๆ กับวาสนา นาน่วม ส่วน ช่วงข่าวกลางชั่วโมง/รายงานข่าวจราจร รับฟังน้อยที่สุด อภิปรายได้ว่า รายการคุยโขมงยามเย็น เป็นรายการ News Talk ดังนั้น ผู้รับฟัง จึงมีการเปิดรับฟังรายการและนิยมรับฟังเนื้อหารายการช่วงเล่าข่าวมากที่สุด

ในประเด็นช่องทางการรับฟังรายการ พบว่า ผู้รับฟัง เปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นผ่านเครื่องรับวิทยุ (บ้าน/ที่ทำงาน/รถยนต์) มากที่สุด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 84.7 รองลงมา คือ ผ่านแอพพลิเคชั่น On Mobile Phone คือ App FM 100.5 หรือ MCOT App จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และผ่านเว็บไซต์ http://mcot-web.mcot.net/fm1005/ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 อภิปรายได้ว่า ผู้รับฟัง ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด และมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด รองลงมา คือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ จึงจัดเป็นกลุ่มผู้มีความรู้และมีหน้าที่การงานในระดับดี และโดยปกติคนในสังคมเมืองหลวง ในช่วงเวลา 17.00-18.00 น. จะอยู่ในรถ หรือบางส่วนอาจยังคงอยู่ที่ทำงาน ดังนั้นอาจวิเคราะห์ได้ว่า ผู้รับฟังส่วนใหญ่สะดวกที่จะรับฟังรายการทางวิทยุในรถยนต์ หรือในที่ทำงาน ทั้งนี้ก็ยังคงมีกลุ่มตัวอย่าง บางส่วนที่รับฟัง ผ่านแอพพลิเคชั่น On Mobile Phone App FM 100.5 หรือ MCOT App มากถึงร้อยละ 11 ส่วนการรับฟังผ่านเว็บไซต์ http://mcot-web.mcot.net/fm1005/ ร้อยละ 4.3 แม้จะมีจำนวนไม่มาก แต่ก็ยังคงมีผู้รับฟังอยู่บ้าง

ในประเด็นการมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการ พบว่า ผู้รับฟัง เคยมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คิดเป็นร้อยละ 55.0 และเคยมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 อภิปรายได้ว่า มีผู้รับฟัง เพียงครึ่งเดียวเท่านั้นที่มีส่วนร่วมในการรับฟังรายการ ส่วนอีกกว่าครึ่ง รับฟังโดยที่ไม่เคยมีส่วนร่วม

ส่วนในประเด็นผู้รับฟัง มีส่วนร่วมในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นผ่านช่องทางใด พบว่า ผู้รับฟัง ใช้ช่องทาง Social Network เช่น Line official, Facebook, Web เพื่อใช้แสดงความคิดเห็น ตอบคำถาม เล่นเกมส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา คือ การส่ง SMS เพื่อแสดงความคิดเห็น ตอบคำถาม เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 29.6 การร่วมกิจกรรมพิเศษกับทางรายการ คิดเป็น

ร้อยละ 12.6 และการโทรศัพท์ เพื่อแสดงความคิดเห็น ตอบคำถาม เล่นเกมส์ คิดเป็นร้อยละ 1.5 อภิปรายได้ว่า ผู้รับฟัง ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นสังคมเมืองหลวง มีการใช้สื่อ Social Network ในการสื่อสารมากที่สุด สอดคล้องกับ แนวคิดของ โรเจอร์ (Rogers, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 232-234) กล่าวว่าเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม เมื่อมีเทคโนโลยีสารที่ทันสมัย ผู้คนก็หันมาใช้ สื่อใหม่ (New Media) มากขึ้น เนื่องมาจากลักษณะการโต้ตอบกัน (Interactivity) ของสื่อ มีคุณสมบัติในการตอบโต้การสื่อสาร ระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น ทำให้เกิดความรวดเร็ว สะดวก และเกิดความใกล้ชิดได้มากกว่า จึงเป็นเหตุผลประการหนึ่ง ที่ทำให้สื่อ Social Network ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากขึ้นในปัจจุบัน

ความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

จากการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 4.35 ถือว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อเทียบกับความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 4.20 ถือว่า มีความคาดหวังมาก สรุปได้ว่าหลังการเปิดรับฟังรายการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น และความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อยู่เกณฑ์ของค่าคะแนนที่มากและมากที่สุด และเมื่อเทียบค่าคะแนน ในทุกด้าน ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมีค่าคะแนนเพิ่มขึ้นในทุกประเด็น คือ ด้านการรับรู้ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.80 จากค่าเฉลี่ย ความคาดหวังด้านการรับรู้ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.30 เพิ่มขึ้น 0.50 ความพึงพอใจด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.34 ความคาดหวังด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.21 เพิ่มขึ้น 0.13 ความพึงพอใจด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.28 ความคาดหวังด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.18 เพิ่มขึ้น 0.10 ความพึงพอใจด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.15 ความคาดหวังด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.02 เพิ่มขึ้น 0.13 ซึ่งจะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมีค่าคะแนนเพิ่มขึ้นมากกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังในทุกประเด็น สอดคล้องกับ แนวคิดของ ปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn, 1985, p. 26, อ้างถึงใน พิมพลอย ปัจชัยโย, 2551) ได้ร่วมกันศึกษาได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ตามแนวคิดนี้เรียกว่า Expectancy Value เรื่อง ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น หลังจากที่ใช้สื่อมาเป็นเวลานานพอควร ในกรณีที่การรับรู้ความพึงพอใจที่ได้รับ มีค่ามากกว่า การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ กล่าวคือ ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดไว้ ก็จะทำให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจสื่อในระดับที่สูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

แนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

จากการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมผู้รับฟัง มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 3.74 โดยผู้รับฟัง มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยาม

เย็นในระดับมาก โดยมีความตั้งใจที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นต่อไปในอนาคต มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.92 ถือว่ามีแนวโน้มพฤติกรรมในระดับมาก และมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีค่าเฉลี่ย 3.56 ถือว่ามีแนวโน้มพฤติกรรมในระดับสูง เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Palmgreen & Rayburn (1985, p. 26, อ้างถึงใน พิมพลอย ปัจชัยโย, 2551) ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดไว้ ก็จะทำให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจสื่อในระดับที่สูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะเพิ่มขึ้นด้วย และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุธานี คงภูมิ (2556) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร” ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร โดยความพึงพอใจด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านระยะเวลาออกอากาศ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านปฏิสัมพันธ์กับสังคม และด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร

อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการศึกษาที่ 1 ความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์)

จากการศึกษา พบว่า ความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ ผู้รับฟัง มีความคาดหวังในระดับมาก ดังนั้นความถี่ในการเปิดรับฟังรายการ จึงอยู่ในระดับมากเช่นกัน คือ 4 วันต่อสัปดาห์ โดยรายการคุยโขมงยามเย็น ออกอากาศ 5 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและการจูงใจ (Action/Motivation Perspective) โดยใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสารว่า การใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและมีเหตุผล สอดคล้องกับหลักการของ Alfred Schutz นักสังคมวิทยาที่ได้เสนอแนวทางทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ตามหลักการที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจและมีการคาดหมายไว้ล่วงหน้าถึงผลที่จะได้รับ หรือก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดสิ่งนั้น จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี่คือสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำ

แต่ทั้งนี้ ในประเด็น ความคาดหวังการรับฟังรายการด้านการรับรู้ข่าวสาร ปฏิเสธสมมติฐานการศึกษาที่ 1.2 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) อธิบายได้ว่า ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการรับรู้ข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) สามารถอภิปรายได้ว่า เนื่องจากรายการคุยโขมงยามเย็น เป็นรายการเล่าข่าว News Talk ในลักษณะ Soft News คือ มีลักษณะเบาสมอง มีคุณค่าเน้นทางให้ความบันเทิงมากกว่า

ให้ความรู้ ให้ความรู้สึกทางอารมณ์ เช่น เห็นใจ สงสาร สนุกสนาน โดยมีองค์ประกอบของความน่าสนใจ (Interest) เด่นกว่าองค์ประกอบอื่นที่ทำให้ข่าวมีคุณค่า มีความสำคัญ (Significance) น้อยกว่าข่าวประเภท Hard news

และในประเด็น ความคาดหวังการรับฟังรายการด้านการรับรู้ข่าวสาร ปฏิเสธสมมติฐานการศึกษาที่ 1.3 ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) อธิบายได้ว่า ความคาดหวังของผู้ฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) อภิปรายได้ว่า รายการคุยโขมงยามเย็น เป็นรายการเป็นรายการเล่าข่าว News Talk ในลักษณะ Soft News กลุ่มตัวอย่างอาจไม่มีความคาดหวังในการรับฟัง เพื่อเพิ่มความรู้ ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเอง และไม่มีความคาดหวังเพื่อรับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจได้

สมมติฐานการศึกษาที่ 2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

จากการศึกษา พบว่า การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น โดยความพึงพอใจมีค่าคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นมากกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในทุกประเด็น คือ ด้านการรับรู้ข่าวสาร ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล ด้านการรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและด้านความบันเทิง โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ ความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการอยู่ในระดับมาก มีผลให้ความถี่ในการเปิดรับฟังรายการ อยู่ในระดับมากเช่นกัน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธานี คงภูมิ (2556) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร” ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร โดยความพึงพอใจด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านระยะเวลาออกอากาศ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านปฏิสัมพันธ์กับสังคม ด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร และสอดคล้องกับ แนวคิดของปาล์มกรีนและเรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn, 1985, p. 26, อ้างถึงใน พิมพลอย ปัจชัยโย, 2551) ได้ร่วมกันศึกษาได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ตามแนวคิดนี้เรียกว่า Expectancy Value เรื่อง ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นหลังจากที่ใช้สื่อมาเป็นเวลานานพอควร ในกรณีที่ การรับรู้ความพึงพอใจที่ได้รับ มีค่ามากกว่าการแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ กล่าวคือ ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดไว้ ก็จะทำให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจสื่อในระดับที่สูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

สมมติฐานการศึกษาที่ 3 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คือ ผู้รับฟัง มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น และกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในระดับมาก และมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในระดับมาก ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก คือ ค่าความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการ มีระดับมาก ก็จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับฟัง มีระดับมากด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกวิทย์ จิตสันเทียะ (2555) ทำการศึกษา เรื่อง ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ใช้แอพพลิเคชั่น เกม โออิชิ เชค มีทู เจเปน ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา จากการใช้แอพพลิเคชั่น เกม โออิชิ เชค มีทู เจเปน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธานี คงภูมิ (2556) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร” ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร โดยความพึงพอใจด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านระยะเวลาออกอากาศ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านปฏิสัมพันธ์กับสังคม และด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร และยังสอดคล้องกับแนวคิด ของ Palmgreen and Rayburn (1985, p. 26, อ้างถึงใน พิมพลอย ปัจชัยโย, 2551) ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดไว้ ก็จะทำให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจสื่อในระดับที่สูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. จากผลการศึกษาความคาดหวังของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยพบว่าผู้รับฟัง มีความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในประเด็นด้านการรับรู้ข่าวสาร มากที่สุด ดังนั้นรายการคุยโขมงยามเย็น ควรเน้นการผลิตรายการที่มีเนื้อหารายการ การนำเสนอข่าวทางวิทยุ ที่ต้องมีความสด ทันต่อเหตุการณ์ และข่าวนั้นต้องสั้นกะทัดรัดชัดเจน เข้าใจง่ายที่สำคัญต้องมีคุณสมบัติของข่าวที่ดี คือ มีความถูกต้อง เป็นกลาง มีความสมดุลจึงจะเป็นข่าววิทยุที่น่าติดตาม

2. จากผลการศึกษาการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นของผู้รับฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้รับฟังมีการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ความถี่ 4 วัน/สัปดาห์ และกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการฟังเพื่อฆ่าเวลา หรืออาจจะฟังขณะที่ทำกิจกรรมอื่น ๆ ไปด้วย มีที่ตั้งใจฟัง และไม่เปลี่ยน

คลื่นเมื่อมีโฆษณา และผู้รับฟัง มีการเปิดรับฟังรายการ ช่วงเล่าข่าวมากที่สุด จึงนับเป็นโอกาสอันดีในการสร้างรายได้จากการโฆษณาและปรับเนื้อหาช่วงเล่าข่าวให้มีความเข้มข้น และสีสันมากขึ้น และยังพบว่า ผู้รับฟังส่วนใหญ่ สะดวกที่จะรับฟังรายการทางวิทยุในรถยนต์ หรือในที่ทำงาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้รับฟังส่วนมาก มีระดับการศึกษาสูง มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพข้าราชการเป็นส่วนมาก จึงจัดเป็นกลุ่มผู้มีความรู้และมีหน้าที่การงานในระดับดี และโดยปกติคนในสังคมเมืองหลวง ในช่วงเวลา 17.00-18.00 น. จะอยู่ในรถ หรือบางส่วนอาจยังคงอยู่ที่ทำงาน แต่มีข้อสังเกตว่า มีผู้รับฟังบางส่วนรับฟังผ่านแอพพลิเคชั่น On Mobile Phone เช่น App FM 100.5 หรือ MCOT App อยู่จำนวนหนึ่ง จึงอาจเป็นโอกาสในการพัฒนา App FM 100.5 หรือ MCOT App ให้ขึ้นมาอยู่ในความสนใจของผู้รับฟังมากขึ้น ส่วนในด้านการมีส่วนร่วมในรายการนั้น พบว่า มีผู้รับฟังเพียงครึ่งเดียวเท่านั้นที่มีส่วนร่วมในการรับฟังรายการ ส่วนอีกกว่าครึ่ง รับฟังโดยที่ไม่เคยมีส่วนร่วม และมีส่วนร่วมในการตอบคำถามและแสดงความคิดเห็น ผ่านทางช่องทาง Social Network เช่น Line official, Facebook, Web จึงถือเป็นโอกาสอีกเช่นกัน ในการสร้างสรรค์หรือคิดกิจกรรมที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ฟังให้มากขึ้น

3. จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าคะแนนความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในทุกประเด็น โดยเฉพาะ ความพึงพอใจด้านการรับรู้ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังรายการมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการด้านข่าว สอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดรับที่นิยมรับฟังรายการช่วงเล่าข่าว จึงถือเป็นโอกาสที่ดีในการปรับเวลา หรือเพิ่มช่วงเวลาเล่าข่าวขึ้นอีก เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ฟัง

4. จากผลการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นของผู้รับฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้รับฟัง มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในระดับสูง โดยมีความตั้งใจที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นต่อไปในอนาคต มากที่สุด และมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ในค่าคะแนนระดับมาก เช่นกัน จึงถือเป็นโอกาสที่ดี ในการสร้างความจงรักภักดีต่อรายการโดยการจัดกิจกรรมให้ผู้ฟังรายการทั้งเก่าและใหม่มีส่วนร่วมในการรับฟังรายการมากขึ้น

5. จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการเปิดรับของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ ผู้รับฟัง มีความคาดหวังในระดับมาก ดังนั้นความถี่ในการเปิดรับฟังรายการ จึงอยู่ในระดับมากเช่นกัน คือ 4 วันต่อสัปดาห์ โดยรายการคุยโขมงยามเย็น ออกอากาศ 5 วันต่อสัปดาห์ จึงถือเป็นโอกาสดี เพราะหากรายการได้รับความนิยมมากขึ้น ก็เป็นการสร้างโอกาสในการหารายได้มากขึ้นด้วย

6. จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ ความถี่ในการเปิดรับฟังรายการ จึงอยู่ในระดับมาก มีผลให้ความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการอยู่ในระดับมากเช่นกัน จึงถือเป็นโอกาสดี เพราะหากกลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจในระดับมาก ก็มีผลต่ออันดับความนิยมของรายการเพิ่มสูงขึ้นด้วย และเป็นโอกาสในการสร้างรายได้

7. ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับฟังกับความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ ค่าความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการ มีระดับมาก ก็จะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับฟัง มีระดับมากด้วย จึงถือเป็นโอกาสที่ดี ในการสร้างความจงรักภักดี ต่อรายการ และสร้าง Community ให้ผู้ฟังรายการทั้งเก่าและใหม่มีส่วนร่วมในการรับฟังรายการต่อไป

5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษา ครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังการเปิด ความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้รับฟังส่วนมากเปิดรับฟังทาง เครื่องรับ วิทยุ แต่ก็มีผู้รับฟัง ครึ่งหนึ่ง ที่มีการใช้ช่องทาง Social Network ในการมีส่วนร่วมกับรายการมากที่สุด ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรให้ความสนใจศึกษา เรื่อง ช่องทางการมีส่วนร่วมกับรายการ โดยเฉพาะ Social Network เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง เพื่อนำไปพัฒนาช่องทางการสื่อสาร และปรับรูปแบบการจัดกิจกรรม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม เพื่อเป็นโอกาสในการสร้าง Community ให้ผู้ฟังรายการทั้งเก่าและใหม่มีส่วนร่วมในการรับฟังรายการต่อไป

2. เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นข้อมูลภาพรวม ทำให้ไม่สามารถ ตอบคำถามในเชิงลึกได้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรให้ความสนใจศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพิ่มเติม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) ผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากขึ้น

รายการอ้างอิง

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *สื่อสารมวลชนทฤษฎีและแนวทางการศึกษา.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *สื่อสารมวลชนทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: Higher Press.

ชวรัตน์ เชิดชัย. (2521). *การสื่อข่าว.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *เอกสารการสอนชุดวิชา 15201 หลักและทฤษฎีการสื่อสาร.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มาลี บุญศิริพันธ์. (2535). *การเขียนสารคดีสำหรับสิ่งพิมพ์.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

มาลี บุญศิริพันธ์. (2556). *วารสารศาสตร์เบื้องต้น: ปรัชญาและแนวคิด.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2550). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สามลดา.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรนุช เลิศจรรยารักษ์ (2558). *การจัดรายการข่าววิทยุและการเสนอรายการข่าวประกอบ.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

วิทยานิพนธ์

จรินธร ธนาศิลปกุล. (2545). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

ปราณี พุ่มบางป่า . (2543). *การวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์วาไรตี้ในด้านสังคมประกิต.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ.

พรจิต สมบัติพานิช. (2547). *โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010 การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่ต่อรูปแบบโฆษณา.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

ภัทร์ศินี แสนสำแดง. (2550). *การใช้เทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่กับวิถีชีวิตประจำวันของวัยรุ่นใน อ.เมือง จ.สกลนคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน.

วิมลพรรณ อาภาเวท และ วราพันธ์ มุ่งวิชา. (2549). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการโฆษณาแบบตอบกลับโยตรงที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ศรีหญิง ศรีคชา. (2544). *การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเตอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ.

สุภาวรรณ จรูญเมธา. (2538). *ศึกษาปัจจัยที่ทำให้ประชาชนรับฟังรายการข่าววิทยุในลักษณะการสนทนาข่าว ศึกษาเฉพาะกรณีรายการวิทยุเนชั่น นิวส์ทอล์ก.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

สาธินี ชัยพันธ์. (2544). *การบริหารงานข่าวโทรทัศน์: ข่าว 9 อสมท.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

เสกสรร พรหมพิทักษ์. (2541). *ความต้องการและความพึงพอใจรายการวิทยุกระจายเสียงมุสลิมภาคภาษาไทยของชาวไทยมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.

สมภพ ติรัตนะประคม. (2542). *พฤติกรรมการเปดรับสื่อสิ่งพิมพกับการเลือกทองเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการคาไทย, คณะนิเทศาสตร์, สาขานิเทศศาสตรการตลาด.

เอกสารอื่น ๆ

กนกกาญจน์ กาญจนคช. (2548). *การศึกษาแนวทางในการนำเสนอข่าวประจำวัน ภาค 19.00 น. ของสำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย.* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน.

ขนิษฐา ลุนผา. (2551). *พฤติกรรมการใช้ และความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้สื่อสมัยใหม่ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเว็บบล็อก.* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน.

พิมพลอย ปัจชัยโย. (2551). *พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจรายการข่าวบันเทิง "ดาวกระจาย" ทางโมเดิร์นไนน์ทีวีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

ราเชษฐ์ หิมสุหรี. (2540). *ศึกษาวิเคราะห์เชิงโครงสร้างการทำงาน กระบวนการผลิตและวิธีการนำเสนอของรายการข่าววิทยุเนชั่น.* (รายงานการวิจัย). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน.

วลีรัตน์ สาครพันธ์. (2543). *การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการรับฟังรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ช่วง 07.00 น. - 08.00 น.* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ และ สหัทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมในวิถีชีวิตกับการบริโภคสื่อมวลชนของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุธานี คงภูมิ. (2556). *การเปิดรับ ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการเกมพันหน้าเอื้ออาทร.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

เอกวิทย์ จิตสันเทียะ. (2555). *ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้ใช้แอพพลิเคชั่นเกมโออิชิ เชค มี ทู เจแปน.* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน.

Books

Katz, E., Blumer, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills: Sage.

McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using Mass Communication Theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory* (5th ed.). London: SAGE Publications.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น คลื่น FM 100.5 News Network ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อด้วยความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หรือเติมคำลงในช่องว่างที่จัดไว้ให้ตามความเป็นจริงหรือใกล้เคียงกับท่านมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

ข้อ 1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

ข้อ 2. อายุ

( ) 18-22 ปี ( ) 23-35 ปี

( ) 36-50 ปี ( ) 51-60 ปี

ข้อ 3. ระดับการศึกษา

( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น

( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ( ) อนุปริญญา/ปวส.

( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อ 4. อาชีพ

( ) นักเรียน/นักศึกษา ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) พนักงานบริษัทเอกชน ( ) ธุรกิจส่วนตัว

( ) แม่บ้าน ( ) อื่น ๆ.....

ข้อ 5. รายได้แต่ละบุคคลต่อเดือน

( ) ต่ำกว่า 15,000 บาท ( ) 15,000-25,000 บาท

( ) 25,001-35,000 บาท ( ) 35,001-45,000 บาท

( ) มากกว่า 45,000บาท

ส่วนที่ 2 การเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ข้อ 6. คุณมีความถี่ในการเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นอย่างไร

จำนวน.....วัน /สัปดาห์

ข้อ 7. คุณมีลักษณะในการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น อย่างไร (เลือกตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

( ) ตั้งใจฟัง ไม่เปลี่ยนช่องตั้งแต่ต้นจนจบ ( ) เปลี่ยนคลื่นเมื่อมีโฆษณา

( ) เลือกฟังเฉพาะช่วงที่สนใจ ( ) ฟังเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างไม่ตั้งใจบ้าง

ข้อ 8. คุณรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ช่วงใดบ่อยที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

( ) ฟังช่วงเล่าข่าว ( ) ฟังช่วงข่าวกลางชั่วโมง /รายงานข่าวจราจร

( ) ฟังช่วงลับเล็ก ๆ กับวาสนา นาน่วม ( ) ฟังทั้งหมดทุกช่วง

ข้อ 9. คุณรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น ผ่านช่องทางใดบ่อยที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

( ) ผ่านเครื่องรับวิทยุ (บ้าน / ที่ทำงาน / รถยนต์)

( ) ผ่านเว็บไซต์ (http://mcot-web.mcot.net/fm1005/)

( ) ผ่านแอพพลิเคชั่น On Mobile Phone (App FM 100.5 หรือ MCOT App)

ข้อ 10. คุณรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นกับใครบ่อยที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

( ) คนเดียว ( ) เพื่อน

( ) ครอบครัว/ญาติ ( ) คนรัก/คู่สมรส

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ข้อ 11. คุณเคยมีส่วนร่วมในการรับฟัง รายการคุยโขมงยามเย็น หรือไม่

( ) เคยมีส่วนร่วม (เช่น แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์, ร่วมกิจกรรม ฯลฯ)

( ) ไม่เคยมีส่วนร่วม (ข้ามไปตอบคำถาม ส่วนที่ 3)

ข้อ 12. จากคำถาม ข้อ 11 ถ้าคุณเคยมีส่วนร่วมในการรับฟัง รายการคุยโขมงยามเย็น อย่างไร

(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) การโทรศัพท์ (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์)

( ) การส่ง SMS (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์)

( ) ผ่านทาง Social Network (Line official, Facebook, Web) (แสดงความคิดเห็น, ตอบคำถาม, เล่นเกมส์)

( ) ร่วมกิจกรรมพิเศษกับทางรายการ

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังจากการรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น

ข้อ 13. ก่อนรับฟังรายการ คุณมีความคาดหวังจากการรับฟัง “รายการคุยโขมงยามเย็น” ในประเด็นต่าง ๆ อย่างไร

ประเด็น	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการรับรู้ข่าวสาร					
1. เพื่อรับฟังรายการ ที่มีเนื้อหาข่าว ถูกต้องเป็นกลาง					
2. เพื่อรับรู้ข่าวสาร ที่อยู่ในความสนใจ เหมาะสมแก่การรับฟัง					
3. เพื่อรับรู้ข่าวสาร ที่มีความกระชับ ฉับไว ไม่ยืดเยื้อ					
4. เพื่อฟังรายกการข่าว ที่มีการใช้ภาษาและสำนวนในการเสนอข่าว ที่มีลีลา ที่มีชีวิตชีวา					
5. เพื่อรับฟังรายการข่าว ที่มีความแปลกใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์ เพลิดเพลิน					
6. เพื่อรับทราบข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันได้ทันท่วงที					
การเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล					
7. เพื่อเพิ่มความรู้ ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเอง					
8. เพื่อรับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ					
การรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม					
9. เพื่อนำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการไปสนทนากับผู้อื่น					
10. เพื่อนำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน					

ประเด็น	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
11. เพื่อเป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club					
ความบันเทิง 12. เพราะรับฟังรายการได้สะดวก หลายช่องทาง					
13. เพราะมีกิจกรรมให้ทำยามว่าง					
14. เพื่อใช้เวลาให้หมดไป /ระหว่างรอทำธุระ หรือรถติด					
15. เพราะรายการมีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน					

ส่วนที่ 4 วัดความพึงพอใจต่อการรับฟัง “รายการคุยโขมงยามเย็น”

ข้อ 14. หลังจากรับฟังรายการคุณมีความพึงพอใจจากการรับฟัง “รายการคุยโขมงยามเย็น” ในประเด็นต่าง ๆ อย่างไร

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการรับรู้ข่าวสาร 1. ได้รับฟังรายการ ที่มีเนื้อหาข่าว ถูกต้องเป็นกลาง					
2. ได้รับรู้ข่าวสาร ที่อยู่ในความสนใจ เหมาะสมแก่การรับฟัง					
3. ได้รับรู้ข่าวสาร ที่มีความกระชับ ฉับไว ไม่ยืดเยื้อ					
4. ได้ฟังรายกการข่าว ที่มีการใช้ภาษาและสำนวนในการเสนอข่าว ที่มีลีลาและมีชีวิตชีวา					
5. ได้รับฟังรายการข่าว ที่มีความแปลกใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์ เพลิดเพลิน					

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
6. ได้รับทราบข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันได้ทันท่วงที					
การเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล **7.** ได้เพิ่มความรู้ ในด้านต่าง ๆ ให้กับตนเอง					
8. ได้รับทราบข้อมูล ข้อแนะนำหรือความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ					
การรวมตัวและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 9. ได้นำข้อมูลข่าวสารและความรู้จากรายการไปสนทนากับผู้อื่น					
10. ได้นำข้อมูลข่าวสารความรู้และข้อคิดจากรายการไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน					
11. ใช้เป็นช่องทางในการเปิดรับเพื่อนใหม่ ในกลุ่มสังคมคนฟังรายการคุยโขมงยามเย็น fan club					
ความบันเทิง 12. รับฟังรายการได้สะดวก หลายช่องทาง					
13. ได้มีกิจกรรมให้ทำยามว่าง					
14. ใช้ค่าเวลาให้หมดไป ระหว่างรอทำธุระหรือ รถติด					
15. ได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน					

ส่วนที่ 5 แนวโน้มการเปิดรับของผู้รับฟัง “รายการคุยโขมงยามเย็น”

ข้อ 15. คุณมีความตั้งใจที่จะเปิดรับฟัง “รายการคุยโขมงยามเย็น” ในประเด็นต่อไปนี้อย่างไร

ประเด็น	ระดับความตั้งใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. คุณมีความตั้งใจที่จะเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็นต่อไปในอนาคต					
2. คุณมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นเปิดรับฟังรายการคุยโขมงยามเย็น					

ขอขอบพระคุณท่านในการสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวสาธิณี วันทนา
วันเดือนปีเกิด	28 มิถุนายน 2517
วุฒิการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก