

วัตถุประสงค์การวิจัย (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุคลื่น 103.5 F.M.ONE (2) เพื่อศึกษาเนื้อหา การนำเสนอของรายการวิทยุคลื่น 103.5 F.M.ONE ที่นำเสนอต่อผู้ฟัง (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการรับฟังรายการวิทยุคลื่น 103.5 F.M.ONE ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ฟัง รายการวิทยุคลื่น 103.5 F.M.ONE จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามสำหรับกรอกด้วยตนเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t -test การวิเคราะห์ ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ (multiple comparison) ด้วยวิธี LSD ในกรณีที่พบความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การวิจัย พบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการฟัง รายการวิทยุคลื่น 103.5 F.M.ONE เพราะผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกันเอง จัดรายการมี ชีวิตชีวา มีความเป็นธรรมชาติ และเปิดเพลงตามใจผู้ฟังเป็นส่วนใหญ่ มีการจัดกิจกรรม สร้างสรรค์สังคม โดยการให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง รวมถึงโอกาส พิเศษต่าง ๆ ที่นำศิลปินคนแรกที่ผู้ฟังส่วนใหญ่ชื่นชอบมาร่วมกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อให้ บรรยากาศในงานมีสีสันเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งจัดมินิคอนเสิร์ต เพื่อให้ผู้ฟังที่ไปร่วมงาน รู้สึกถึงความเป็นกันเอง สนุกสนาน และรู้สึกอบอุ่นเหมือนอยู่กับคนในครอบครัว ผู้ฟังที่ มีความพึงพอใจต่อรายการวิทยุคลื่น 103.5 F.M.ONE ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุ ระหว่าง 18-25 ปี โดยช่วงวัยนี้จะฟังเพลงตลอดทั้งวัน เพราะเป็นการผ่อนคลายความตึง-เครียดจากการทำงาน หรือจากการเรียน โดยมีความถี่ในการรับฟังรายการวิทยุคลื่น 103.5 F.M.ONE 5-6 วัน/สัปดาห์ ($\bar{X} = 4.113$) มากกว่าผู้ฟังที่เปิดรับฟัง 7 วัน/สัปดาห์ ($\bar{X} = 4.087$) และผู้ฟังที่เปิดรับฟังรายการวิทยุคลื่น 103.5 F.M.ONE 1-2 วัน/สัปดาห์ ($\bar{X} = 4.038$) มากกว่าผู้ฟังที่เปิดรับ 3-4 วัน/สัปดาห์ ($\bar{X} = 4.027$)

ผู้ฟังส่วนใหญ่ต้องการให้ดาราร่วมกิจกรรมพิเศษของวิทยุคลื่น 103.5 F.M.ONE ในโอกาสวันปีใหม่ ($\bar{X} = 4.113$) มากกว่าผู้ฟังที่ต้องการให้ดาราร่วมกิจกรรมใน โอกาสวันเกิด ($\bar{X} = 4.084$) และผู้ฟังที่ต้องการให้ดาราร่วมกิจกรรมพิเศษของวิทยุคลื่น 103.5 F.M.ONE ในโอกาสวันวาเลนไทน์ ($\bar{X} = 4.041$) มากกว่าผู้ฟังที่ต้องการให้ดาราร่วมกิจกรรมพิเศษอื่น ๆ เช่น ฮาโลวีน, ลอยกระทง ($\bar{X} = 4.027$) รวมทั้งยังต้องการให้ รายการวิทยุเพิ่มเนื้อหาสาระเรื่องความรัก ความงาม อาหาร และสุขภาพ เพื่อนำเกร็ด-ความรู้ที่ได้จากรายการเพลงนี้ไปบำรุงรักษาสุขภาพของตนเองและคนในครอบครัวให้มี สุขภาพที่ดีต่อไป

This thesis investigates the satisfaction of Bangkok Metropolis listeners with the 103.5 F.M. ONE radio program. In this connection, investigated are the exposure behaviors of selected listeners in regard to this radio program. In addition, considered are the content and presentation style of the radio program insofar as they affect the satisfaction levels of these listeners. Finally, taken into account are the levels of satisfaction of those studied vis-à-vis this radio program.

The sample population consisted of 400 listeners of the radio program under study in Bangkok Metropolis. The tool of investigation was a self-administered questionnaire.

Techniques of descriptive statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. For test purposes, the *t*-test and one-way analysis of variance (ANOVA) were employed. In addition, the method of least significant difference (LSD) multiple comparison was used in cases in which differences were found to be at a statistically significant level.

Findings are as follows:

Listeners in Bangkok Metropolis were satisfied with listening to the 103.5 F.M. ONE radio program because radio hosts were friendly and their presentations were both lively and natural. They played music in accordance with the preferences of listeners. They conducted socially creative activities with listener participation. On special occasions, they brought in performers, actors or actresses preferred by the listeners as participants so as to make activities more colorful. Mini-concerts were also held so as to create friendly feelings and to amuse and make listeners feel as if they were in the bosoms of their own families.

Listeners evincing satisfaction with the radio program were mostly female and between the ages of eighteen and twenty-five. Persons of this age usually listen to music all day in order to relax and to free themselves from the stresses of study or work.

The frequency with which the highest number of listeners tuned in to this radio program was from five to six days per week ($\bar{X} = 4.113$). This frequency was higher than that of listeners who listened at a frequency of seven days per week ($\bar{X} = 4.087$) or those who listened from one to two days per week ($\bar{X} = 4.027$).

The majority of listeners were appreciative of performers, actors or actresses participating in special activities on the radio program on New Year's Day ($\bar{X} = 4.003$). This was a greater number than those who wanted performers to participate in birthday parties ($\bar{X} = 4.084$). A greater number of listeners wanted performers to participate in special activities on the radio program on Valentine's Day ($\bar{X} = 4.041$) than those who desired performers to participate in special activities at Halloween or Loy Krathong ($\bar{X} = 4.027$).

In addition, the respondents wanted the radio program to add more content pertaining to love, beauty, food, and health. They were particularly desirous of being able to obtain health tips from listening to this radio program to the end of promoting the health of themselves and the members of their families.