

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสื่อวิทยุของผู้ฟังในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อวิทยุของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานครกับการเปิดรับสื่อวิทยุ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานครกับการเปิดรับสื่อวิทยุ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One shot case study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชากรอายุ 21-30 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่มีการฟังวิทยุมากที่สุดจากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Cluster Sampling) เริ่มจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต โดยการแบ่งพื้นที่เขตเป็น 5 กลุ่มเขตตามเกณฑ์การแบ่งพื้นที่เขตของสำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร จากนั้นเลือกตัวอย่างจำนวนเขตจากแต่ละกลุ่มเขต โดยการเลือกจำนวนเขตจากแต่ละกลุ่มเขตจำนวน 24% ได้ตัวแทนเขตจากแต่ละกลุ่มเขต จำนวนทั้งสิ้น 12 เขต และทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากแต่ละกลุ่มเขตนั้น ๆ ขั้นตอนสุดท้ายใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตรงตามชนิด ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยสอบถามเบื้องต้นจากกลุ่มก่อนว่ามีการเปิดรับฟังวิทยุหรือไม่เป็นประจำหรือไม่ ถ้ามีจึงลงมือเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนั้น

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามแบบชนิดปลายปิด (Closed-Ended Questionnaires) ซึ่งประกอบไปด้วยข้อคำถามจำนวนทั้งสิ้น 114 ข้อ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ (1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับสื่อวิทยุ และรูปแบบการดำเนินชีวิต (2) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ในการจัดเป็นองค์ประกอบกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต และ(3) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบ (Independent Sample T-Test) การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) จากการกระบวนการศึกษาวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี ที่เปิดรับฟังวิทยุเป็นประจำ จำนวน 400 คน พบว่า

1. เพศ

กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 เพศชาย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5

2. อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 24-27 ปี มากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 28-30 ปี จำนวน 130 คน ร้อยละ 32.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-23 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ตามลำดับ

3. การศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 72 คน ร้อยละ 18.0 และระดับมัธยมปลายหรือปวช. จำนวน 32 คน ร้อยละ 8.0

4. อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/ห้างร้าน/เอกชน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคืออาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐสาหกิจ จำนวน 53 คน ร้อยละ 13.25

5. รายได้ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รายได้ต่อเดือน 10,001–20,000 บาท จำนวน 148 คน ร้อยละ 37.0 และ รายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25

ส่วนที่ 2 การเปิดรับฟังวิทยุ

จากการศึกษาการเปิดรับฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า

1. ความถี่ในการเปิดรับฟังวิทยุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ฟังวิทยุ ทุกวัน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ฟังวิทยุ 5 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 56 คน ร้อยละ 14.0 และฟังวิทยุ 4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 37 คน ร้อยละ 9.25

2. ช่วงเวลาในการเปิดรับฟังวิทยุ

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับฟังวิทยุ ในช่วงเวลา 18.01 น. – 22.00 น. มากที่สุด จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 06.01 น. – 10.00 น. จำนวน 108 คน ร้อยละ 27.0 และ ช่วงเวลา 22.01 น. – 02.00 น. จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25

3. การเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระ

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระ จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระ จำนวน 142 คน ร้อยละ 35.5

4. สถานีข่าวสารและสาระที่เปิดรับฟัง

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระ สถานี 101.0 / INN News Channel มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับค่าคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ สถานี 90.0 / Sport Radio ร้อยละ 14.8 และสถานี 100.0 / จส. 100 คิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

5. ระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระ

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระ เป็นเวลา 1.01 – 3.00 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 81.40 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 35 คน ร้อยละ 13.56 และ 3.01 – 5.00 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.10 ตามลำดับ

6. การเปิดรับฟังสถานีความรู้

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับฟังสถานีความรู้ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับฟังสถานีความรู้ จำนวน 274 คน ร้อยละ 68.5

7. สถานีความรู้ที่เปิดรับฟัง

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังสถานีความรู้ สถานี 96.5 / คลื่นความคิด มากที่สุด เมื่อเปรียบกับค่าคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมา คือ สถานี 98.0 / Business Radio และ สถานี 101.5 / สถานีวิทยุจุฬา เท่ากัน คือ ร้อยละ 17.33 และ สถานี 97.0 / Family Radio คิดเป็นร้อยละ 15.33

8. ระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีความรู้

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังสถานีความรู้ เป็นเวลาน้อยกว่า 1.00 ชั่วโมง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 74.60 รองลงมา คือ 1.01 – 3.00 ชั่วโมง จำนวน 29 คน ร้อยละ 23.02 และ มากกว่า 5.01 ชั่วโมง จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.59 ตามลำดับ

9. การเปิดรับฟังสถานีบันเทิง

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับฟังสถานีบันเทิง จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับฟังสถานีบันเทิง จำนวน 6 คน ร้อยละ 1.5

10. สถานีบันเทิงที่เปิดรับฟัง

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังสถานีบันเทิง สถานี 97.5 / Seed FM มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับค่าคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.4 รองลงมาคือ สถานี 106.5 / Green Wave ร้อยละ 9.1 และ สถานี 95.5 / Virgin Hitz ร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

11. ระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีบันเทิง

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังสถานีบันเทิงมากที่สุด เป็นเวลา 1.01 – 3.00 ชั่วโมง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 56.09 รองลงมาเป็นจำนวน 3.01 – 5.00 ชั่วโมง จำนวน 74 คน ร้อยละ 18.78 และ เป็นเวลาน้อยกว่า 1.00 ชั่วโมง จำนวน 60 คน ร้อยละ 15.23

โดยในการเปิดรับฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่างสามารถสรุปการเปิดรับฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1

สรุปการเปิดรับฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสถานีวิทยุ

การเปิดรับฟังวิทยุ	ประเภทของสถานีวิทยุ		
	สถานีข่าวสารและสาระ จำนวน(คน)	สถานีความรู้ จำนวน(คน)	สถานีบันเทิง จำนวน(คน)
ฟัง	258	126	394
ไม่ฟัง	142	274	6

และสำหรับระยะเวลาในการเปิดรับฟังวิทยุต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อจำแนกตามประเภทของสถานีวิทยุ สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 5.2

สรุปการเปิดรับฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับฟังต่อวันและประเภทของสถานี

ระยะเวลาในการ เปิดรับฟัง	ประเภทของสถานีวิทยุ		
	สถานีข่าวสารและสาระ จำนวน(คน)	สถานีความรู้ จำนวน(คน)	สถานีบันเทิง จำนวน(คน)
น้อยกว่า 1.00 ชม.	35	94	60
1.01 – 3.00 ชม.	210	29	221
3.01 – 5.00 ชม.	8	1	74
มากกว่า 5.01 ชม.	5	2	18.78
รวม	258	126	394

ส่วนที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิต

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล โดยวิธี AIOs ซึ่งเป็นสามารถวัดได้จากตัวแปรกิจกรรม (Activities) ที่บุคคลนั้นทำ ตัวแปรความสนใจ (Interest) ในสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว และตัวแปรความคิดเห็น (Opinion) ที่มีต่อประเด็นต่าง ๆ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ซึ่งสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบทั้ง 3 ตัวแปรได้ดังนี้

1. ตัวแปรกิจกรรม (Activities) โดยใช้ข้อคำถามที่เกี่ยวกับการใช้เวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อจัดเป็นองค์ประกอบกลุ่มกิจกรรมได้ทั้งหมด 10 องค์ประกอบ ประกอบด้วย กลุ่มนักพัฒนา กลุ่มนักเที่ยว กลุ่มนักกิจกรรมบันเทิง กลุ่มนักบุญ กลุ่มนักติดตามข่าวสาร กลุ่มนักช้อปปิ้ง กลุ่มนักกีฬา กลุ่มนักทำงาน กลุ่มนักประดิษฐ์ และกลุ่มอยู่ติดบ้าน

2. ตัวแปรความสนใจ (Interest) โดยใช้ข้อคำถามที่เกี่ยวกับความสนใจหรือให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ เพื่อจัดเป็นองค์ประกอบกลุ่มความสนใจได้ 6 องค์ประกอบ คือ กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มรักงานและความสำเร็จ กลุ่มรักสิ่งแวดล้อมและสังคม กลุ่มรักสุขภาพ กลุ่มรักความทันสมัย และกลุ่มรักและใส่ใจผู้อื่น

3. ตัวแปรความคิดเห็น (Opinion) โดยใช้ข้อคำถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อประเด็นต่าง ๆ เพื่อจัดเป็นองค์ประกอบกลุ่มความคิดเห็น จำนวน 8 องค์ประกอบ คือ กลุ่มมองเศรษฐกิจ กลุ่มมองโลกแบบระวัง กลุ่มมองสินค้าต้องมียี่ห้อ กลุ่มมองแบบไทย กลุ่มมองอนาคต กลุ่มมองโลกแบบเปิดกว้าง กลุ่มมองโลกอย่างมั่นใจ และกลุ่มมองโลกแบบตะวันตก

จากนั้นนำองค์ประกอบของตัวแปรทั้งสามกลุ่ม มาจัดเป็นกลุ่มองค์ประกอบกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง ได้ทั้งหมด 11 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่ เป็นกลุ่มที่ชอบกิจกรรมในลักษณะของการพบปะสังสรรค์กันของเพื่อนฝูง ชอบทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ๆ และเที่ยวกันเป็นกลุ่ม ชอบเข้าสังคม คลั่งไคล้เทคโนโลยีใหม่ๆ และติดตามแฟชั่นอยู่เสมอ แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้ตนเองเป็นคนที่น่าสนใจอยู่ตลอดเวลา และกลุ่มนี้ยังมีความมั่นใจในตนเองค่อนข้างสูง เป็นคนสนุกสนานและเข้ากับผู้อื่นได้ง่าย

กลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรักครอบครัว

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรักครอบครัว เป็นกลุ่มที่ใช้เวลาในการทำกิจกรรมในบ้านเป็นส่วนใหญ่ เช่น การจัดตกแต่งบ้านให้สวยงาม การทำความสะอาดบ้าน หรือการเลี้ยงดูบุตรหลาน และกลุ่มนี้ยังชอบที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับคนในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นการทำบุญตักบาตร หรือการรับประทานอาหารร่วมกับพ่อแม่ ญาติพี่น้อง เป็นนักวางแผนจัดการและดูแลสิ่งต่างๆภายในบ้านรวมทั้งยังมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ค่อนข้างสูง ทำให้เป็นคนที่มีจิตใจอบอุ่นอารีเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่คนรอบ ๆ ข้างอีกด้วย

กลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนเพื่อสังคม

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนเพื่อสังคม เป็นกลุ่มที่ชอบอุทิศตนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ในลักษณะที่หลากหลายรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น อาสาสมัคร คณะกรรมการนักพัฒนา ชอบทำงานช่วยเหลือผู้อื่น โดยไม่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนตน สามารถใช้เวลาส่วนใหญ่ในชีวิตในการดูแลรักษาความสงบเรียบร้อยของคนในสังคม มีลักษณะเป็นผู้นำที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้นในชุมชนและสังคมรอบตัว ชอบติดตามข่าวสารทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมเพื่อนำมาปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นต่อไป

กลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนหัวนอก

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนหัวนอก เป็นกลุ่มที่ชอบกิจกรรมในลักษณะของการผจญภัย การเล่นกีฬา การได้เคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายไปกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ และในขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เห็นอกเห็นใจผู้อื่น เคารพกฎกติกาและหลักเกณฑ์ของสังคม และมีความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ได้ง่าย ยอมรับและปรับตัวให้เข้ากับสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปในสังคมได้เป็นอย่างดี

กลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนอนุรักษ์นิยม

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนอนุรักษ์นิยม เป็นกลุ่มที่ชอบทำสิ่งต่าง ๆ ตามแต่ใจของตนเอง เป็นคนเฉื่อยชา ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ไม่ค่อยชอบคิดหรือวางแผนอนาคต เพราะคิดว่าโชคชะตาได้กำหนดสิ่งต่าง ๆ ไว้ จึงทำให้เป็นคนที่ไม่กระตือรือร้น ในการแสวงหาความรู้หรือสิ่งใหม่ ๆ อีกทั้ง เกร็งครัดกับวัฒนธรรมประเพณีไทย มักทำกิจกรรมที่หาความสุขให้ตนเองเป็นวัน ๆ

กลุ่มที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรักบ้าน

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรักบ้าน เป็นกลุ่มที่ไม่ค่อยชอบทำกิจกรรมต่าง ๆ มากนัก มักอยู่กับบ้าน ใช้เวลาส่วนใหญ่ในการพักผ่อนและดูโทรทัศน์ แต่เป็นคนที่น่าสนใจ

เรื่องของข่าวสาร และสาระประโยชน์ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องอาหารการกิน ความสะอาด และคุณค่าทางสารอาหาร ไม่ค่อยชอบเข้าสังคม และพบปะผู้อื่น ใช้เวลาอยู่กับตนเองเป็นส่วนใหญ่

กลุ่มที่ 7 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรับข่าวสาร

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรับข่าวสาร เป็นกลุ่มที่ชอบที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ เปิดรับสื่อค่อนข้างสูงและทุกประเภท จากการที่บริโภคข่าวสารสูงนี้เองทำให้ เป็นคนที่มีความคิดกว้างไกล สามารถวิเคราะห์เหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ในสังคมได้ดีและมีเหตุผล แต่ค่อนข้างมองโลกในแง่ร้าย และให้ความสำคัญกับข่าวสารที่ตนเองได้รับ ส่งผลถึงการเลือกซื้อสินค้าของคนกลุ่มนี้ที่เน้นเรื่องตราสินค้าเป็นสำคัญ

กลุ่มที่ 8 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักประดิษฐ์

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักประดิษฐ์ เป็นกลุ่มของนักกิจกรรมจำพวกงานประดิษฐ์ เย็บปักถักร้อย ตลอดจนทำสวน เลี้ยงสัตว์ประเภทต่าง ๆ

กลุ่มที่ 9 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนทำงาน

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนทำงาน เป็นกลุ่มที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ในการทำงานเพื่อหารายได้ให้ตนเอง ชอบทำงานหารายได้พิเศษ มองเรื่องประสบการณ์ ความรู้ และในการทำงานมากกว่าคนที่เรียนจบโดยตรง อย่างไรก็ตามคนกลุ่มนี้ก็ยังให้ความสำคัญกับการศึกษา ชอบอะไรก็ตามความพอใจในตนเอง เป็นคนมั่นใจและไม่สนใจผู้อื่น แต่ก็ไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน

กลุ่มที่ 10 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนก้าวหน้า

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนก้าวหน้า เป็นกลุ่มให้ความสนใจเรื่องความก้าวหน้าในอาชีพการงาน การได้รับความเคารพนับถือจากผู้อื่น เป็นคนที่ทุ่มเทให้กับการทำงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สินเงินทองและชื่อเสียง ชอบที่จะพัฒนาตนเองให้เหนือกว่าผู้อื่นในระดับเดียวกัน เพื่อที่จะให้ตนเองประสบความสำเร็จ สนใจในเรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ

กลุ่มที่ 11 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักช้อปปิ้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักช้อปปิ้งนั้น เป็นนักกิจกรรมที่ชอบเดินซื้อของเป็นกิจวัตร ไม่ว่าจะเป็นการเดินดูของตามตลาด หรือในห้างสรรพสินค้า อีกทั้งยังเป็นคนที่เชื่อในเรื่องของโชคละตา โดยกิจกรรมที่ทำประจำคือการพบหมอดูให้ทำนายดวงชะตา

ส่วนที่ 4 อิทธิพลจากการฟังวิทยุที่มีต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต

อิทธิพลจากการฟังวิทยุที่มีต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต แบ่งเป็นอิทธิพลจากการฟังวิทยุที่มีต่อการใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.53 อิทธิพลจากการฟังวิทยุที่มีต่อความสนใจและการให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 2.83 และอิทธิพลจากการฟังวิทยุที่มีต่อความคิดเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง คือ ร้อยละ 3.01 ส่วนอิทธิพลจากการฟังวิทยุที่มีต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน คิดเป็น ร้อยละ 2.75

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย 9 ข้อ ดังนี้

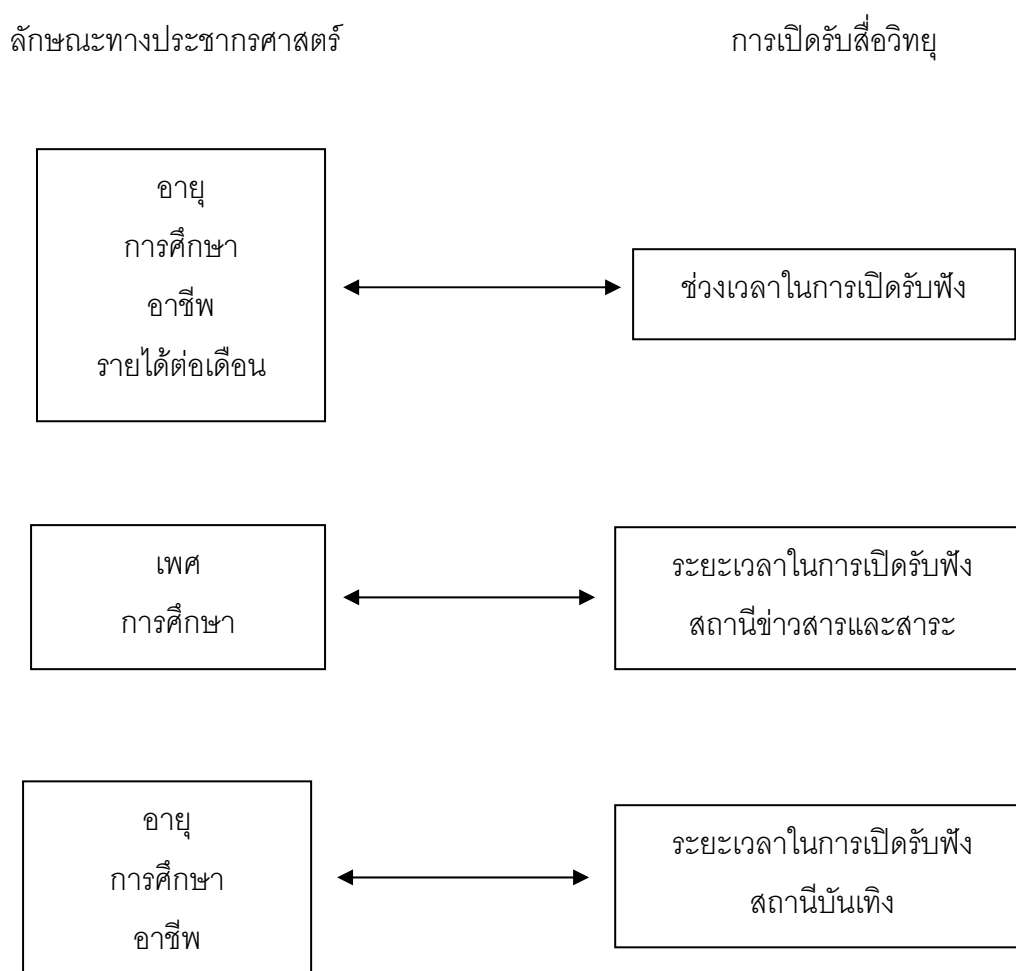
1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับฟังวิทยุแตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเปิดรับฟังวิทยุ
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระแตกต่างกัน
4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีความรู้แตกต่างกัน
5. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีบันเทิงแตกต่างกัน
6. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับฟังวิทยุ
7. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระ
8. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีความรู้

9. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีบันเทิง

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 – 5 เป็นส่วนของการทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้

ภาพที่ 5.1

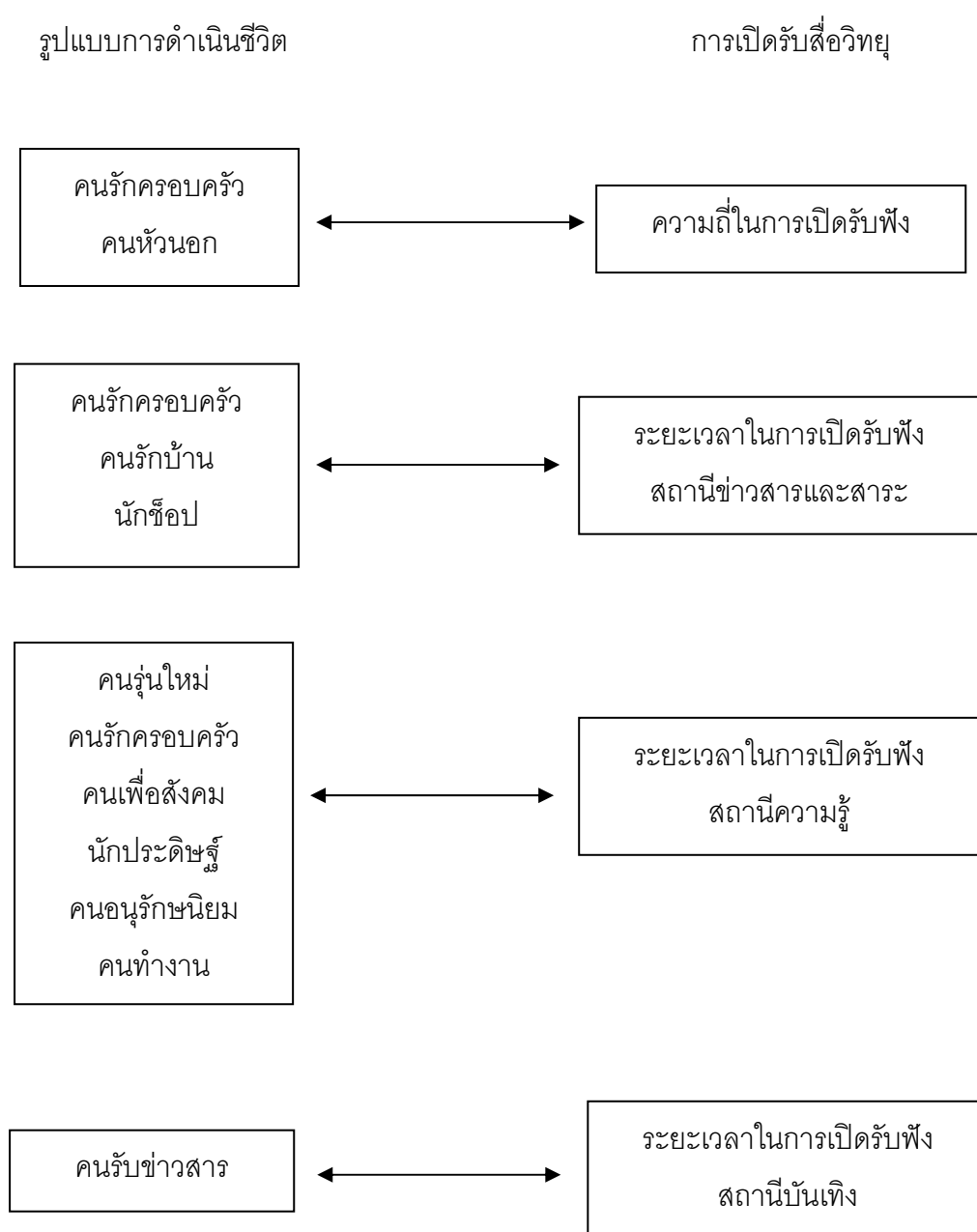
สรุปความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์
ของผู้ฟังวิทยุกับการเปิดรับสื่อวิทยุ



การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 6-9 เป็นส่วนของการทดสอบรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้

ภาพที่ 5.2

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตของ
ผู้ฟังวิทยุกับการเปิดรับสื่อวิทยุ



อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสื่อวิทยุของผู้ฟังในกรุงเทพมหานคร” เมื่อพิจารณาผลการศึกษา การทดสอบสมมติฐาน ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่นำมาอ้างอิงในการศึกษา พบว่ามีประเด็นน่าสนใจ ที่จะนำมาอภิปรายผลได้ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุอยู่ที่ประมาณ 24-27 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ซึ่งลักษณะโดยทั่วไปกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มที่กำลังอยู่ในวัยทำงานตอนต้น เพิ่งจบการศึกษา ซึ่งงานวิจัยของ ธรรมรัฐ ศิริเจริญ (2544) นุจรีดวงแก้ว (2541) อรุณี แดงพันธ์ (2548) และชุดาภา ปุณณะหิตานนท์ (2541) ที่ทำการศึกษ ผู้ฟังวิทยุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังวิทยุส่วนใหญ่เป็นหญิงเช่นเดียวกัน ผู้หญิงนั้นจะมักเปิดรับสื่อที่สามารถเปิดรับได้ง่ายและให้ความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากสถานีวิทยุระบบเอฟเอ็มในกรุงเทพมหานครทำการศึกษาทั้งสิ้น 40 สถานีในครั้งนี้ พบว่าเป็นสถานีวิทยุประเภทบันเทิงถึงร้อยละ 57.5 (จำนวน 23 สถานี) อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ฟังวิทยุที่มีการศึกษาค่อนข้างดี ชอบเปิดรับสื่อที่ให้ความบันเทิงเพลิดเพลินใจเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน หรือกิจกรรมที่ทำประจำวัน

2. การเปิดรับสื่อวิทยุของกลุ่มตัวอย่าง

การเปิดรับสื่อวิทยุของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังวิทยุทุกวัน ช่วงเวลาในการเปิดรับฟังคือช่วงเวลาตั้งแต่ 18.01-22.00 น. และเปิดรับฟังสถานีวิทยุประเภทต่าง ๆ แบ่งเป็นสถานีบันเทิงมากที่สุด อยู่ที่ 1.01 – 3.00 ชั่วโมง สถานีที่ชอบฟังมากที่สุด คือ สถานี 97.5 / SEED FM รองลงมาคือ สถานีข่าวสารและสาระ ฟังประมาณ 1.01 -3.00 ชั่วโมง สถานีที่ฟัง คือ สถานี 101.0 / INN NEWS Channel และสถานีความรู้ ระยะเวลาที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมง สถานีที่ฟังคือ สถานี 96.5 / คลื่นความคิด กลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ เพราะวิทยุถือได้ว่าเป็นสื่อหนึ่งที่จัดอยู่ในกลุ่มของสื่อที่ให้ความบันเทิงเป็นหลัก และสืบเนื่องมาจากกลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นเพศหญิง กำลังอยู่ในวัยเพิ่งจบการศึกษา หรือช่วงของวัยรุ่นตอนปลาย จึงทำให้สนใจสื่อวิทยุโดยเน้นที่ความบันเทิง ความสนุกสนาน แต่ก็มีส่วนหนึ่งที่ใช้ในการติดตามข่าวสารประจำวัน สอดคล้องกับแนวคิดของแคลปเปอร์ (Klapper, อ้างถึงใน เลิศหญิง หิรัญโร, 2545) ที่กล่าวว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับสารจากสื่อและเลือกใช้สื่อบางชนิดที่มีการเผยแพร่ข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติและความสนใจของตนเอง และเมอริลกับโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein, 1971 อ้างถึงใน พรกมล รัชนาภรณ์, 2542) ที่กล่าวถึงแรงผลักดันในการเปิดรับสารของบุคคลว่ามีสาเหตุมาจาก ความเหงา จึงต้องพยายามเปิดรับสื่อต่าง ๆ ความอยากรู้อยากเห็นที่ต้องการรับรู้ข่าวสาร และประโยชน์ใช้สอยของบุคคลนั่นเองที่ต้องการข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเองโดยอาจได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสุขใจ ประกอบกับสถานีวิทยุประเภทบันเทิงในการสำรวจทั้ง 23 สถานี แต่ละยังเป็นสถานีที่มีการเปิดเพลงหรือดนตรีในแนวที่แตกต่างกันออกไป เช่น แนวดนตรีร่วมสมัยสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Contemporary) แนวดนตรีร็อก (Album-Oriented Rock) ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการเลือกรับฟังได้หลายแนวส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นหญิงและอยู่ในวัยรุ่นตอนปลายนั้นฟังวิทยุโดยเน้นเรื่องความบันเทิงเป็นหลัก

3. รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสื่อวิทยุของผู้ฟังในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต มาวิเคราะห์และจัดประเภทของกลุ่มตัวอย่างควบคู่ไปกับการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพื่ออธิบายและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายของรายการวิทยุประเภทต่างๆ มากยิ่งขึ้น ในการที่จะวางแผนการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้วิธีการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยวิธี AIOs และอาศัยกรอบแนวความคิดตามหลักการ AIO Framework ของ Joseph T. Plummer มาใช้ในการออกแบบข้อคำถามผ่านการศึกษาคำประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น เพื่อจัดกลุ่มตัวอย่างผู้ฟังออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งผลการวิจัยสามารถจัดกลุ่มได้จำนวน 11 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มคนรุ่นใหม่ มั่นใจในตนเอง สนุกสนานเข้ากับคนง่าย ชอบอยู่ในกลุ่มเพื่อนฝูงตามแฟชั่นและสนใจเทคโนโลยี
2. กลุ่มคนรักครอบครัว เป็นแม่บ้านพ่อบ้าน จิตใจดี คอยจัดการดูแลความเป็นอยู่ของคนในครอบครัว
3. กลุ่มคนเพื่อสังคม ผู้นำชุมชนอาสาช่วยดูแลความ

สงบเรียบร้อยของผู้คนในสังคม 4. กลุ่มคนหัวนอก นักผจญภัยที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เคารพกฎกติกาของสังคม 5. กลุ่มคนอนุรักษ์นิยม เคารพวัฒนธรรมประเพณี ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง 6. กลุ่มคนรักบ้าน อยู่กับที่ไม่ชอบเดินทาง สนใจข่าวสารรอบตัว 7. กลุ่มคนรับข่าวสาร เปิดรับสื่อทุกประเภท มีความคิดกว้างไกล มองโลกแบบระแวงระวัง 8. กลุ่มนักประดิษฐ์ ชอบใช้เวลาว่างกับการทำงานอดิเรก อย่างปลูกต้นไม้ หรือเย็บปักถักร้อย 9. กลุ่มคนทำงาน ชอบทำงานเพิ่มรายได้ ให้ความสำคัญกับการศึกษาและทำอะไรตามความพอใจ 10. กลุ่มคนก้าวหน้า มุ่งมั่นทุ่มเทให้กับการทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จ และ 11. กลุ่มนักช้อปปิ้ง ชอบเดินเล่นช้อปปิ้งตามสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีช่วงอายุใกล้เคียงกัน โดยใช้วิธีการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs เช่นเดียวกัน พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 11 กลุ่มนี้ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับการศึกษาที่ผ่านมาในรอบ 10 ปี ของเกษรา เกิดมงคล (2546) ที่ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยทำงานได้ 9 กลุ่ม นทีรย์ เกรียงชัยพร (2543) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานครได้ 14 กลุ่ม และสุมาลี เหลืองดำรงกิจ (2543) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานครได้ 8 กลุ่ม สามารถแสดงผลการวิจัยแต่ละงานวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 5.3

เปรียบเทียบงานวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในกรุงเทพมหานคร

นทีรย์ (2543) ผู้บริโภคชาย 14 กลุ่ม	สุมาลี (2543) ผู้บริโภคหญิง 8 กลุ่ม	เกษรา (2546) วัยทำงาน 9 กลุ่ม	ปาริชาติ (2552) ผู้ฟังวิทยุ 11 กลุ่ม
1.กลุ่มมีความสุขทั้งกับตัวเองและสังคม 2.กลุ่มรักการทำงาน 3.กลุ่มรักความหรูหรา ร่ำรวย 4.กลุ่มทันสมัย 5.กลุ่มชอบความท้าทาย	1. กลุ่มนำสมัย 2. กลุ่มอนุรักษ์นิยม 3. กลุ่มต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต 4. กลุ่มมีอุดมการณ์เพื่อสังคม	1. กลุ่มรักการแข่งขัน 2. กลุ่มคนรุ่นใหม่ 3. กลุ่มอนุรักษ์นิยม 4. กลุ่มก้าวหน้าโลก 5. กลุ่มผู้นำยุคใหม่ 6. กลุ่มรักครอบครัว 7. กลุ่มตามใจตัวเอง 8. กลุ่มตามกระแส	1. กลุ่มคนรุ่นใหม่ 2. กลุ่มคนรักครอบครัว 3. กลุ่มคนเพื่อสังคม 4. กลุ่มคนหัวนอก 5. กลุ่มคนอนุรักษ์นิยม 6. กลุ่มรักบ้าน

ตารางที่ 5.3 (ต่อ)

เปรียบเทียบงานวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในกรุงเทพมหานคร

นทีรีย (2543) ผู้บริโภชาย 14 กลุ่ม	สุมาลี (2543) ผู้บริโภคหญิง 8 กลุ่ม	เกษรา (2546) วัยทำงาน 9 กลุ่ม	ปาริชาติ (2552) ผู้ฟังวิทยุ 11 กลุ่ม
6.กลุ่มพึงพอใจใน ตนเอง 7.กลุ่มสนใจการเมือง 8.กลุ่มหัวสมัยใหม่ 9.กลุ่มทำตาม กฎเกณฑ์ของสังคม 10.กลุ่มชอบสังสรรค์ สนทนา 11.กลุ่มหัวสมัยใหม่ 12.กลุ่มอนุรักษ์นิยม 13.กลุ่มชีวิตเร่งรีบ 14.กลุ่มชอบกีฬา	5. กลุ่มมีความสุข พอใจในชีวิต 6.กลุ่มบันเทิงเฮฮา 7. กลุ่มเฉื่อยชา 8. กลุ่มอารมณ์รุนแรง	9. กลุ่มเป็นตัวของตัวเอง	7. กลุ่มคนรับข่าวสาร 8. กลุ่มนักประดิษฐ์ 9. กลุ่มคนทำงาน 10. กลุ่มคนก้าวหน้า 11. กลุ่มนักช้อปปิ้ง

จะเห็นว่า กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะแยกเป็นกลุ่มผู้ฟังวิทยุ วัยทำงาน ผู้บริโภชายและหญิง สามารถจัดกลุ่มได้ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 8-14 กลุ่ม ซึ่งในแต่ละกลุ่มของแต่ละการศึกษาจะมีลักษณะที่ใกล้เคียงกันและคล้ายคลึงกัน เพราะกลุ่มคนที่ศึกษาในการวิจัยแต่ละครั้งข้างต้นคือคนกลุ่มเดียวกัน จะเห็นว่าในรอบ 10 ปีที่ผ่านมารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนกรุงเทพฯ ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก และส่วนสำคัญคือจุดมุ่งหมายของข้อคำถาม AIOs ในการนำมาใช้กำหนดลักษณะเพื่อแบ่งส่วนตลาดของผู้บริโภคออกเป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มคนที่มีลักษณะอนุรักษ์นิยม เป็นคนที่ยึดถือวัฒนธรรมประเพณี หรือกลุ่มคนรับข่าวสาร เป็นกลุ่มที่พบในการศึกษาทั้ง 4 ครั้ง ทั้งนี้ เนื่องจากในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ความเป็นอยู่ กลุ่มคนในเมืองหลวงค่อนข้างจะมีลักษณะที่คล้าย ๆ กัน พื้นที่อันจำกัดทำให้ทำกิจกรรมต่าง ๆ คล้าย ๆ กัน การศึกษาการทำงานอยู่ในระดับเดียวกันจึงทำให้ความสนใจเหมือนกัน และการเลือกเปิดรับสารตลอดจนการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้ความคิดเห็นคล้าย ๆ

กัน เหล่านี้เป็นเหตุผลที่ทำให้กลุ่มคนในแต่ละการศึกษาวิจัยในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีผลการศึกษาออกมาในแนวทางเดียวกัน

4. อิทธิพลจากการฟังวิทยุที่มีต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต

จากการศึกษา อิทธิพลของวิทยุที่มีชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า วิทยุมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง อาจแตกต่างจากแนวคิดของสุขสวัสดิ์ ภาษิต (2531) ที่ว่า วิทยุกระจายเสียงมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชนอย่างมาก เพราะเป็นสื่อมวลชนเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยง่าย และสะดวกรวดเร็ว ซึ่งเหตุผลที่การวิจัยครั้งนี้แตกต่างจากแนวคิดที่ผ่านมา คือ ปัจจุบันประชาชนมีทางเลือกในการเปิดรับสื่อมวลชนมากขึ้น เช่น โทรทัศน์ และที่สำคัญ คือ อินเทอร์เน็ต ที่ปัจจุบันเครือข่าย หรือการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในแต่ละท้องถิ่น ราคา ประโยชน์ใช้สอยเป็นที่ยอมรับ ว่าสะดวกสบาย แสวงหาข้อมูลได้รวดเร็วมากขึ้น ทำให้สื่อมวลชนพื้นฐาน อย่างวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ต้องปรับตัวให้เข้ากับความเร็วเติบโตทางเทคโนโลยี เช่น สถานีวิทยุนอกเหนือจากการออกอากาศทางคลื่นความถี่แล้ว ยังต้องเป็นสถานีวิทยุออนไลน์ เพื่อที่สามารถเปิดรับฟังจากทางอินเทอร์เน็ตได้ และสามารถที่จะมองเห็นผู้จัดรายการได้อีกด้วย ทั้งนี้เป็นการลบข้อจำกัดของสื่อวิทยุกระจายเสียง ที่ฟังได้แต่เสียงเท่านั้น

5. การทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 9 ข้อ โดยสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อใช้ในการอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ตารางที่ 5.4

อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1-5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์
ของกลุ่มตัวอย่างกับการเปิดรับสื่อวิทยุ

ลักษณะทาง ประชากรศาสตร์	การเปิดรับสื่อวิทยุ				
	ความถี่	ช่วงเวลา	ระยะเวลาในการเปิดรับ		
			สถานี ข่าวสาร	สถานีความรู้	สถานีบันเทิง
เพศ	-	-	0.002*	-	-
อายุ	-	0.000*	-	-	0.011*
การศึกษา	-	0.000*	0.000*	-	0.000*
อาชีพ	-	0.001*	-	-	0.032*
รายได้ต่อเดือน	-	0.002*	-	-	-

หมายเหตุ : * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน ในส่วนของความถี่ในการเปิดรับฟังวิทยุ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้กับความถี่ในการเปิดรับฟังวิทยุแตกต่างกัน เพราะไม่ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจะเป็นอย่างไร กลุ่มตัวอย่างก็เปิดรับฟังวิทยุเป็นประจำ เช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าวิทยุกระจายเสียงได้เปรียบสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เพราะสามารถเข้าถึงประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับความรู้ ความสามารถ ให้เปิดรับข่าวสารได้โดยสะดวกรวดเร็ว และรับได้อย่างกว้างขวางพร้อมกันทุกหนทุกแห่งที่กำลังส่งไปถึง นอกจากนั้น วิทยุกระจายเสียงยังเป็นสื่อที่สามารถเลือกนำเสนอได้หลายรูปแบบ ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยง่าย เช่น จัดในรูปแบบรายการเพลง ละคร สารคดี สนทนา อภิปราย เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแจ้งข่าวทางวิทยุกระจายเสียง สามารถกระทำได้โดยสะดวกรวดเร็วและต่อเนื่อง (สุขสวัสดิ์ ภาษิต, 2531, น. 11) ทั้งนี้สถานีวิทยุในกรุงเทพมหานครนั้นมีทั้งสิ้นจำนวน 40 สถานี และเป็นสถานีที่มีเนื้อหาหลากหลาย คือสามารถแบ่งประเภทของสถานีวิทยุตามวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินการออกอากาศเป็นสถานีข่าวสารสาระ สถานีความรู้ และสถานบันเทิง อีกทั้งบางสถานียังออกอากาศ 24 ชั่วโมงจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเปิดรับฟังเป็นประจำและตลอดเวลา ที่สำคัญอีกประการ

หนึ่งคือ เครื่องรับวิทยุมีราคาไม่แพง ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของเครื่องรับได้เกือบทุกครัวเรือนก็ได้ ในขณะที่ประชาชนยังไม่สามารถอ่านออกเขียนได้ทุกคน วิทยุจึงเป็นสื่อที่เอื้ออำนวยต่อผู้ฟังทุกระดับ(สุขสวัสดิ์ ภาษิต, 2531, น. 11) ปัจจุบันเทคโนโลยีเครื่องรับวิทยุไม่เพียงแต่เป็นเครื่องรับที่มีอยู่ติดบ้านเท่านั้น แต่ได้พัฒนาเป็นวิทยุแบบติดตามตัวสามารถรับฟังได้ทุกที่ หรือเครื่องรับวิทยุยังรวมอยู่ในโทรศัพท์มือถือด้วย จึงทำให้ผู้ฟังสามารถเปิดรับฟังวิทยุได้ตลอดทุกเวลาและทุกสถานที่

ส่วนช่วงเวลาในการเปิดรับฟังวิทยุ ผลการวิจัยพบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเปิดรับฟังวิทยุ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารในฐานะตลาดที่มีการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ว่าบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมทั่ว ๆ ไปแตกต่างกัน พฤติกรรมที่เกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ ก็จะแตกต่างกันด้วย กล่าวคือ คุณสมบัติทางด้านประชากรศาสตร์จะผลักดันให้คนที่มีคุณสมบัติเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน ต้องมีกิจวัตรในทำนองเดียวกัน และพฤติกรรมต่าง ๆ ก็คล้ายกัน (ยุบล เบญจรงค์กิจ, อ้างถึงใน ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 58) จึงส่งผลให้พฤติกรรมการฟังวิทยุของคนที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ รวมถึงรายได้ เปิดรับฟังวิทยุในช่วงเวลาที่แตกต่างกันไป ตามวิถีชีวิตประจำวันของบุคคลในแต่ละช่วงที่มีความสะดวก หรือโอกาสการเปิดรับฟังในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-23 ปี หรือเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษานั้นเปิดรับฟังวิทยุในช่วงเวลาที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 28-30 ปี หรืออาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากในแต่ละช่วงอายุส่งผลให้สถานภาพทางการทำงานของกลุ่มตัวอย่างต่างกันตามตัวอย่างข้างต้น เวลาที่สะดวกหรือโอกาสในการรับฟังในแต่ละช่วงอายุ หรือ อาชีพนั้นย่อมต่างกันไปด้วย ส่วนรายได้นั้นก็มีความเกี่ยวข้องกับอาชีพ ทำให้ช่วงเวลาในการฟังต่างกันไปด้วย สำหรับตัวแปรเพศนั้นไม่มีความสัมพันธ์ในการเปิดรับสื่อวิทยุในช่วงเวลาต่างกัน เพราะเพศชายหรือหญิง ไม่มีผลในการกำหนดการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันที่ต่างกันออกไปในแต่ละช่วงเวลา

ส่วนระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระ พบว่า เพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระแตกต่างกัน ทั้งนี้เกิดจากความแตกต่างกันของบุคคลตามแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ และเมื่อพิจารณาในแต่ละตัวแปรแล้ว พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับฟังวิทยุที่แตกต่างกัน กล่าวคือเพศชาย มีระยะเวลาในการเปิดรับฟังวิทยุประเภทข่าวสารมากกว่าเพศหญิง ในอัตราส่วนประมาณร้อยละ 20 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 105-109) ที่ว่า

ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง และผู้ชายจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย จะเห็นได้ว่าเพศชายให้ความสนใจในการแสวงหาข่าวสารจากวิทยุในรูปแบบการรายการข่าว วิเคราะห์ข่าว ในส่วนของการศึกษามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระด้วย สำหรับระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอื่น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารที่กล่าวถึงการศึกษากับการเปิดรับสื่อไว้ว่า การศึกษามีอิทธิพลกับผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน, ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เช่นเดียวกับ Wilbur Schramm (1949, pp. 121-122) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบหนึ่งในการเลือกรับสารว่า การศึกษาและสถานภาพทางสังคม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้รับสาร ทั้งการเลือกสื่อและเนื้อหาของข่าวสาร เช่น การศึกษาจะทำให้ผู้รับสารมีความสามารถในการอ่านและต้องการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงจึงมักดูรายการข่าว และมักเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อโทรทัศน์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีการใช้วิทยุในการติดตามข่าวสารและสาระมากกว่าระดับอื่น ๆ เป็นไปตามแนวคิดข้างต้น เนื่องจากข่าวสารที่ได้รับฟังจากวิทยุไม่ต้องใช้ความสามารถในการเปิดรับมาก แตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาในระดับที่สูงกว่า ย่อมมีทางเลือกในการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ มากกว่า เช่น หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารข่าว

ส่วนของการทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับระยะเวลาในการเปิดรับสถานีความรู้ ต่างพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้กับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีความรู้แตกต่างกัน คือ ไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีสถานภาพอย่างไร การเปิดรับสถานีความรู้ก็ไม่แตกต่างกัน ซึ่ง สถานีวิทยุประเภทที่ให้ความรู้ สามารถฟังได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ ประกอบกับสถานีความรู้มีจำนวนน้อยเมื่อเทียบจำนวนกับสถานีวิทยุประเภทอื่น ๆ อย่างสถานีข่าวสาร หรือสถานีบันเทิง อาจเป็นเพราะว่า ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์หลักในการผลิตรายการวิทยุ มักเน้นไปที่เรื่องของความบันเทิง หรือแจ้งข่าวสาร ทำให้สถานีที่มีวัตถุประสงค์หลักในการ

ให้ความรู้มีน้อยกว่าสถานีอื่น ๆ ทางเลือกของผู้ฟังวิทยุ ย่อมมีน้อยตามไปด้วย อย่างไรก็ตามรายการในสถานีแต่ละประเภทอาจมีสัดส่วนของเนื้อหารายการหลายด้าน แม้วัตถุประสงค์หลักของรายการอาจเป็นการแจ้งข่าวสาร หรือให้ความบันเทิง แต่ในเนื้อหาของแต่ละรายการก็มีการสอดแทรกการให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ด้วย

การเปิดรับสื่อวิทยุ ในส่วนของระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีวิทยุประเภทบันเทิงพบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสถานีวิทยุประเภทบันเทิงแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-23 ปี มีระยะเวลาในการฟังสถานีวิทยุประเภทบันเทิงมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาหรือเพิ่งจบการศึกษา เช่นเดียวกับงานวิจัยของชูดากา ปุณณะหิตานนท์ ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการเพลง ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา อายุประมาณ 18-24 ปี สำหรับระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษามัธยมต้นหรือต่ำกว่า มีระยะเวลาในการเปิดรับฟังวิทยุบันเทิงมากกว่าระดับอื่น ๆ ซึ่งคล้ายคลึงกับแนวคิดการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารที่กล่าวข้างต้น ว่าระดับการศึกษามีผลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน ซึ่งนอกจากจะใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังใช้เพื่อความบันเทิงในการพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนในด้านอาชีพกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพงานอิสระ จะมีระยะเวลาในการเปิดรับสถานีบันเทิงมากกว่าอาชีพอื่น กล่าวคือคนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมรัฐ ศิริเจริญ (2544) ที่พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการฟัง ซึ่งอาชีพอิสระมีโอกาสในการรับฟังวิทยุมากกว่าอาชีพอื่น ๆ เพราะไม่มีเวลามาเป็นตัวกำหนดการทำงาน และงานอิสระต้องการความบันเทิงในลักษณะของการผ่อนคลายความตึงเครียดจากลักษณะงานบางอย่างที่ต้องใช้สมาธิเป็นอย่างมาก ซึ่ง Wilbur Schramm (1949, pp. 121-122) อธิบายว่า ผู้รับสารมักจะเลือกใช้สื่อที่ได้ประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด โดยแบ่งได้เป็น ผลตอบแทนเร็ว คือเสนอเนื้อหาที่ผ่อนคลายความตึงเครียด หรือช่วยแก้ปัญหา เช่น กีฬา กิจกรรมทางสังคม เป็นต้น และผลตอบแทนช้า ซึ่งได้แก่ ข่าวสารที่ให้ความรู้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิต เช่น เศรษฐกิจ การเมือง ปัญหาสังคม และสุขภาพอนามัย เป็นต้น ทำให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสถานีบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านการผ่อนคลายอารมณ์ แตกต่างกันไปตามช่วงอายุ การศึกษา และอาชีพ

การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6-9 สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 5.4

อภิปรายผลการทดสอบทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 6-9 รูปแบบ
การดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างกับการเปิดรับสื่อวิทยุ

รูปแบบการ ดำเนินชีวิต	การเปิดรับสื่อวิทยุ			
	ความถี่	ระยะเวลาในการเปิดรับ		
		สถานีข่าวสาร	สถานีความรู้	สถานีบันเทิง
คนรุ่นใหม่	-	-	-0.114(0.022)*	-
คนรักครอบครัว	0.132(0.008)*	0.134(0.007)*	0.198(0.000)*	-
คนเพื่อสังคม	-	-	-0.145(0.004)*	-
คนหัวนอก	-0.200 (0.000)*	-	-	-0.161(0.001)*
คนอนุรักษ์นิยม	-	-	0.103(0.039)*	-
คนรักบ้าน	-	0.130(0.009)*	-	-
คนรับข่าวสาร	-	-	-	-0.109(0.029)*
นักประดิษฐ์	-	-	0.138(0.006)*	-
คนทำงาน	-	-	0.177(0.000)*	-
คนก้าวหน้า	-	-	-	-
นักช้อป	-	-0.118(0.019)*	-	-

หมายเหตุ : * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 6-9 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุ พบว่า กลุ่มคนรักครอบครัวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับฟังวิทยุในทิศทางบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรักครอบครัวมาก จะมีความถี่ในการเปิดรับฟังวิทยุมาก กลุ่มคนรักครอบครัว เป็นกลุ่มที่มีลักษณะของความเป็นแม่บ้านที่คอยดูแลจัดการความเป็นอยู่ของคนในครอบครัว และมักทำกิจกรรมเช่น การเลี้ยงบุตร หรือการทำความสะอาดบ้าน ทำให้มีการเปิดรับสื่อวิทยุที่ให้ความเพลิดเพลินระหว่างการทำกิจกรรมดังกล่าว เพราะวิทยุเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและรับได้อย่างกว้างขวางที่กำลังส่งไปถึง(สุขสวัสดิ์ ภาษิต, 2531, น. 9-11) โดยผู้รับฟังสามารถทำกิจกรรมอื่นควบคู่ไปด้วยได้ สอดคล้องกับ Wilbur Schramm (1949, pp. 121-122) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารมักจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด

หรือสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด และได้ประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด จึงทำให้การเปิดรับสื่อวิทยุของกลุ่มนี้มีอัตราสูง

ส่วนกลุ่มคนหัวนอก มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับฟังวิทยุในทิศทางลบ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนหัวนอกมาก จะมีความถี่ในการเปิดรับฟังวิทยุน้อย กิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มคนหัวนอกนี้สนใจ เช่น การเล่นกีฬา การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังนั้น ทำให้การใช้เวลาส่วนใหญ่ในชีวิตประจำวันของคนกลุ่มนี้ หันไปกับการทำกิจกรรมที่ต้องอยู่กลางแจ้ง ส่งผลให้การเปิดรับสื่อวิทยุของคนกลุ่มนี้ไม่ค่อยมีการใช้สื่อวิทยุเท่าใดนัก

ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระ พบว่ากลุ่มคนรักครอบครัว กลุ่มคนรักบ้าน มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระในทิศทางบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรักครอบครัวมาก หรือกลุ่มคนรักบ้านมาก จะมีระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระมาก กลุ่มคนรักครอบครัว และกลุ่มคนรักบ้าน เป็นกลุ่มที่มีลักษณะค่อนข้างคล้ายคลึงกัน คือเป็นกลุ่มคนที่ไม่ชอบทำกิจกรรมภายนอกบ้าน หรือที่อยู่อาศัยสนใจในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลบ้านและเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ ดังนั้นทำให้กิจกรรมที่มักใช้เวลาอยู่บ้าน ก็คือการเปิดรับสื่อ การแสวงหาข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ โดยวิทยุเป็นช่องทางที่เข้าถึงง่ายและรับได้อย่างกว้างขวาง โดยมักใช้วิทยุในการติดตามข่าวสารและสาระต่าง ๆ ซึ่งแนวคิดของแคลปเปอร์ (Klapper, อ้างถึงใน เลิศหญิง หิรัญโร, 2545) กล่าวว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่มีการเผยแพร่ข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติหรือความสนใจของตนเอง ซึ่งในขั้นตอนการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) คือ การที่บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหา และสนองความต้องการของตน โดยใช้สนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิม ดังนั้นกลุ่มคนรักครอบครัวเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระในการหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่สนใจ เนื่องจากกลุ่มคนรักครอบครัวให้ความสนใจในเรื่องของการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับคนในครอบครัว การตกแต่งบ้าน การเลี้ยงดูบุตรหลาน กลุ่มคนรักครอบครัวจึงเปิดรับข่าวสาร เช่น สถานีที่ท่องเที่ยวเพื่อไปพักผ่อนกับครอบครัว หรือเรื่องเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตรหลาน ส่วนกลุ่มคนรักบ้าน เป็นคนอยู่กับที่ ไม่ชอบเดินทาง ให้ความสนใจกับการติดตามข่าวสารบ้านเมืองจากสื่อมวลชนต่าง ๆ โดยเฉพาะข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งสถานีวิทยุประเภทข่าวสารและสาระนั้นมีการนำเสนอข่าวสาร วิเคราะห์ วิวิจารณ์ข่าวสาร เหตุการณ์ประจำวันที่เกิดขึ้น ในรูปแบบที่หลากหลาย ทำให้ทั้งสองกลุ่มจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับความสนใจของตน

ในขณะที่กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักช้อปปิ้งมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสาระในทิศทางลบ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักช้อปปิ้งมาก จะมีระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีข่าวสารและสารถน้อย กลุ่มนักช้อปปิ้งเป็นกลุ่มที่ชอบทำกิจกรรมในการเดินเล่นหรือเดินซื้อของตามตลาด หรือห้างสรรพสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่อยู่ภายนอกบ้านหรือที่อยู่อาศัย ซึ่งแอนโทนี และราลท์ (อ้างถึงใน สุมาลี เหลืองดำรงกิจ, 2545) กล่าวว่า กิจกรรมนั้นเป็นส่วนที่กำหนดว่าบุคคลใช้เวลาของเขาทำอะไร เขาทำงานอดิเรกอะไร มีสันตนาการอะไร และกีฬาชนิดไหนที่เขาฝึกฝน มีการซื้อสินค้ามากน้อยแค่ไหน และที่ใด มีการออกไปนอกบ้านมากน้อยแค่ไหน หรืออยู่บ้านมากน้อยเพียงใด เรื่องของสวนรถ การพบเพื่อน พบญาติมีวัตถุประสงค์อะไร และคุณค่าที่เป็นจริงคืออะไร ดังนั้นการช้อปปิ้งไปข้างนอกบ้านของกลุ่มนักช้อปปิ้ง ทำให้การเปิดรับฟังรายการข่าวสารจากสื่อวิทยุอาจมีสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับกิจกรรมที่ทำหรือสื่ออื่น

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีความรู้ พบว่ากลุ่มคนรักครอบครัว กลุ่มคนอนุรักษ์นิยม กลุ่มนักประดิษฐ์ และกลุ่มคนทำงาน มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีความรู้ในทิศทางบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรักครอบครัว กลุ่มคนอนุรักษ์นิยม กลุ่มนักประดิษฐ์ หรือกลุ่มคนทำงานมาก มีระยะเวลาในการฟังสถานีวิทยุประเภทความรู้มาก สถานีวิทยุประเภทนี้ให้ความรู้ นั้นทำหน้าที่เสนอรายการความรู้และการศึกษาแก่ผู้ฟัง โดยอาจเป็นรายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ หรือการศึกษาต่อเนื่อง/การศึกษาดูชีวิต โดยนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งข่าว สารคดี บทเรียน สนทนา ดนตรี ละคร (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, น. 387-396) กลุ่มคนรักครอบครัวมีแนวโน้มการใช้สื่อวิทยุมากอยู่แล้ว สถานีความรู้จึงเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่คนกลุ่มนี้เลือกใช้ในการแสวงหาสาระความรู้ ในเรื่องที่ตนเองสนใจและสอดคล้องกิจกรรมที่ทำอยู่ประจำ สอดคล้องกับการสำรวจสถานีวิทยุในกรุงเทพมหานครข้างต้นคือ สถานี 97.0/Family Radio ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนรักครอบครัว กลุ่มนักประดิษฐ์เป็นกลุ่มที่ชอบทำกิจกรรมอย่างปลูกต้นไม้ หรืองานประดิษฐ์ สถานีความรู้มีรายการที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเฉพาะ เช่น สารคดีเรื่องเกี่ยวกับการเกษตร หรือวิธีทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นลักษณะของรายการแบบ How to คือสอนวิธีการประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ จึงทำให้เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีการเปิดรับสถานีความรู้มาก ส่วนกลุ่มคนทำงานเป็นคนชอบทำงานหารายได้เพิ่ม และให้ความสำคัญกับการศึกษา ดังข้อคำถามในด้านของความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากในกลุ่มนี้ คือ “รัฐบาลควรส่งเสริมการศึกษาของเด็กไทยให้มากกว่านี้” และ “ปริญญาบัตรเพียงอย่างเดียวไม่ใช่เครื่องตัดสินความรู้ของบุคคล” จะ

เห็นได้ว่ากลุ่มคนทำงานให้ความสนใจในเรื่องของการศึกษาหาความรู้และการพัฒนาตนเอง จึงส่งผลให้มีการเปิดรับสถานีวิทยุประเภทที่ให้ความรู้การศึกษากับผู้ฟังมากตามไปด้วย สำหรับกลุ่มคนอนุรักษ์นิยม เป็นคนที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีไทย ซึ่งรูปแบบของรายการสถานีความรู้นั้นครอบคลุมถึงรายการที่ให้สาระประโยชน์เกี่ยวกับ ความเป็นมาของวัฒนธรรมหรือประเพณีไทยด้วย ดังนั้น จึงเป็นได้ว่า กลุ่มคนอนุรักษ์นิยมมีการเปิดรับสถานีวิทยุประเภทความรู้มาก

ส่วนกลุ่มคนรุ่นใหม่ กลุ่มคนเพื่อสังคม มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีความรู้ในทิศทางลบ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่มาก หรือกลุ่มคนเพื่อสังคมมาก มีระยะเวลาในการฟังสถานีความรู้น้อย กลุ่มคนรุ่นใหม่ มักทำกิจกรรมในรูปแบบของการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ และสนใจในเรื่องของการพักผ่อนและเทคโนโลยี จึงทำให้มีการเปิดรับฟังสถานีความรู้น้อย โดยเบคเคอร์ (Becker, 1972, pp. 123-4) กล่าวว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (Information Receptivity) ของบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองอยากรู้ และหากมีข้อมูลที่มีความสำคัญสำหรับตนเอง ก็จะทำให้ความเอาใจใส่หรือเปิดดูเป็นพิเศษ ซึ่งในลักษณะของเนื้อหารายการประเภทที่ให้ความรู้ไม่มีข้อมูลหรือเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มคนรุ่นใหม่ จึงทำให้มีการแสวงหาข้อมูลที่ตนสนใจจากสื่ออื่น ๆ เห็นได้จากกิจกรรมที่กลุ่มคนรุ่นใหม่ทำเป็นประจำ นอกเหนือจากการท่องเที่ยว คือ การเล่นอินเทอร์เน็ต และชมภาพยนตร์ ที่มีเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของคนกลุ่มนี้คือในเรื่องการพักผ่อนหย่อนใจมากกว่า สำหรับกลุ่มคนเพื่อสังคม เป็นผู้นำชุมชนช่วยเหลือดูแลความสงบเรียบร้อยในสังคม กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่มักเป็นการทำงานเพื่อช่วยเหลือสังคม เป็นอาสาสมัครมูลนิธิต่าง ๆ ซึ่งกิจกรรมคือสิ่งที่บอกว่าคนกลุ่มนี้ทำอะไรและการใช้เวลาว่างว่ามีวิธีการใช้อย่างไร การใช้เวลาของคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นการทำงานเพื่อสังคม ซึ่งอาจเกิดขึ้นนอกเหนือเวลาการทำงานประจำของคนกลุ่มนี้ในแต่ละวัน จึงทำให้เวลาในการเปิดรับฟังสถานีวิทยุประเภทให้ความรู้มีน้อย เพราะรายการส่วนใหญ่ในสถานีความรู้นี้ เป็นรายการที่ต้องอาศัยสมาธิในการรับฟัง เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหารายการในรูปแบบต่าง ๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีบันเทิง พบว่ากลุ่มคนหัวนอก กลุ่มคนรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีบันเทิงในทิศทางลบ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนหัวนอกมาก และกลุ่มคนรับข่าวสารมาก มีระยะเวลาในการฟังสถานีวิทยุประเภทบันเทิงน้อย ในขณะที่กลุ่มคนหัวนอก คือกลุ่มที่ชอบทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการออกกำลังกายในรูปแบบต่าง ๆ จากผล

การศึกษาข้างต้นที่พบว่าคนกลุ่มนี้มีความถนัดในการเปิดรับฟังวิทยุน้อยอยู่แล้ว ดังนั้นจึงส่งผลให้มีระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีบ้านเทิงน้อยไปด้วย ประกอบกับความสนใจของคนกลุ่มนี้ที่มีการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคม จึงทำให้การเปิดรับสถานีบ้านเทิงซึ่งจากการสำรวจส่วนใหญ่เป็นสถานีที่เป็นรายการเพลงแทบทั้งสิ้น กลุ่มคนหัวนอกไม่ได้มีการเปิดรับมากนัก เหตุจากเกี่ยวกับกิจกรรมและความสนใจของคนกลุ่มนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของเมอร์ริล และโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein, อ้างถึงใน พรกมล รัตนภรณ์, 2542) ที่กล่าวถึงแรงผลักดันในการเปิดรับสารของแต่ละบุคคลว่ามีสาเหตุหนึ่งมาจากประโยชน์ใช้สอยของตนเอง จึงมีความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตนเอง ซึ่งกลุ่มคนหัวนอกที่มีความสนใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและการปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคม ทำให้สถานีประเภทนี้มีความบันเทิง จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการข่าวสารที่คนกลุ่มนี้สนใจได้ ส่วนกลุ่มคนรับข่าวสาร เป็นกลุ่มที่ชอบติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนทุกประเภท ทำให้เป็นกลุ่มคนที่มีทราบข้อมูลข่าวสารในปริมาณมาก ซึ่งองค์ประกอบหนึ่งในการเลือกรับสารของ Wilbur Schramm (1949, pp. 121-122) ก็คือ การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร จึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารมีประโยชน์แตกต่างกัน จากการรับข่าวสารมากนี้เองส่งผลให้กลุ่มคนรับข่าวสารเรียนรู้และประเมินได้ว่าข่าวสารใดที่จะเป็นประโยชน์กับตนเอง ส่งผลให้เกิดการแสวงหาข่าวสารในรูปแบบอื่นมากกว่าความบันเทิง และก่อให้เกิดพัฒนาการปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนอื่น ๆ ที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นสาระประโยชน์ได้มากกว่า ประกอบกับสถานีวิทยุแนวบันเทิง มีหน้าที่เสนอรายการบันเทิงและสาระบันเทิงเพื่อสร้างความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย โดยส่วนใหญ่นำเสนอในรูปแบบรายการเพลง โดยกลุ่มคนรับข่าวสารประเมินแล้วว่าสาระประโยชน์ที่ได้รับจากสถานีวิทยุประเภทบันเทิงไม่ได้ตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้ได้มากเพียงพอ ส่งผลให้คนรับข่าวสารมีการเปิดรับฟังสถานีบ้านเทิงน้อย

จากผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่ากลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีมักไม่ค่อยทำกิจกรรมกลางแจ้งหรือกิจกรรมข้างนอก ได้แก่ กลุ่มคนรักครอบครัว กลุ่มคนรักบ้าน กลุ่มนักประดิษฐ์ กลุ่มคนอนุรักษ์นิยม จะมีแนวโน้มในการเปิดรับสื่อวิทยุมาก ในขณะที่กลุ่มคนรุ่นใหม่ กลุ่มคนหัวนอก กลุ่มนักช้อปปิ้งนั้นสนใจเปิดรับสื่อวิทยุน้อย อาจกล่าวได้ว่า กิจกรรมที่ทำจะเป็นตัวกำหนดการเปิดรับสื่อวิทยุของแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกันว่ามีการเปิดรับมากน้อยมากน้อยเพียงใด ส่วนความสนใจและความคิดเห็นเป็นตัวกำหนดว่าคนกลุ่มนั้นจะเปิดรับสถานีวิทยุประเภทใด ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละเรื่องของความสนใจของแต่ละกลุ่ม

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสื่อวิทยุของผู้ฟังในกรุงเทพมหานคร” พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. จากการวิจัยที่พบว่า ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ไม่มีส่วนในการทำให้ความถี่ในการเปิดรับฟังวิทยุต่างกัน แสดงได้ว่าวิทยุยังเป็นสื่อที่ทุกคนทุกเพศทุกวัย ยังเลือกใช้ในการเปิดรับสารถึงแม้ในปัจจุบันจะมีสื่ออื่นๆ ที่น่าสนใจและดึงดูดใจมากกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ผลิตรายการวิทยุปรับตัวเองให้เข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปได้เป็นอย่างดี เช่น สถานีวิทยุทางออนไลน์ออกอากาศทางอินเทอร์เน็ต หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นจุดที่ผู้ผลิตรายการจะต้องคำนึงถึงและดำรงรักษาให้เป็นอย่างดี

2. จากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ อย่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเปิดรับฟังวิทยุ ดังนั้น ในการวางแผนการจัดผังรายการและนำเสนอเนื้อหารายการ ผู้ผลิตรายการควรพิจารณาจากลักษณะเหล่านี้ของผู้ฟังด้วย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการผลิตรูปแบบและนำเสนอเนื้อหารายการต่อไป

3. จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรักครอบครัว มีความสัมพันธ์ในกับความถี่ในการเปิดรับฟัง ระยะเวลาในการเปิดรับสถานีข่าวสารและสาระ และระยะเวลาในการเปิดรับฟังสถานีความรู้ ซึ่งผู้ผลิตรายการทางสถานีวิทยุข่าวสารและสาระ และสถานีความรู้จะจัดจัดช่วงเวลา เนื้อหารายการที่กลุ่มนี้สนใจ เช่น การตกแต่งบ้าน การเลี้ยงดูบุตรหลาน หรือสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับพักผ่อนกับครอบครัว นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การตอบปัญหาเพื่อชิงรางวัลที่ดึงดูดใจสำหรับผู้ฟังกลุ่มนี้

4. จากผลการวิจัย โดยภาพรวมที่พบว่า กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่หรือทำกิจกรรมภายในบ้าน หรือในที่อยู่อาศัย มักไม่ค่อยทำกิจกรรมกลางแจ้งหรือกิจกรรมข้างนอก อย่างกลุ่มคนรักครอบครัว คนรักบ้าน นักประดิษฐ์ กลุ่มคนอนุรักษ์นิยม มีแนวโน้มในการเปิดรับสื่อวิทยุ มากกว่ากลุ่มอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตาม แต่ละกลุ่มก็เลือกฟังสถานีแต่ละประเภทแตกต่างกัน เช่น คนรักครอบครัว คนรักบ้าน ฟังสถานีข่าวสาร คนอนุรักษ์นิยม นักประดิษฐ์ คนทำงานฟังสถานีความรู้ ดังนั้นการวางแผนในเรื่องรูปแบบรายการ เนื้อหาที่น่าสนใจ และการโฆษณา จึงต้องคำนึงถึงกลุ่มที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในลักษณะดังกล่าวด้วย

5. กลุ่มคนรับข่าวสาร ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มากที่สุด แต่ไม่สนใจเปิดรับสถานีวิทยุประเภทบันเทิง ถึงแม้จะสำรวจพบสถานีเหล่านี้มากที่สุด

จึงเป็นที่น่าสังเกตว่า สถาบันแห่งนี้จะมีการปรับเปลี่ยนในรูปแบบของเนื้อหาให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ความบันเทิงในรูปแบบที่หลากหลายมากกว่าในปัจจุบัน ซึ่งรูปแบบรายการค่อนข้างที่จะคล้ายคลึงกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. จากการวิจัยหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับการเปิดรับสื่อวิทยุ และรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสื่อวิทยุ นั้นพบว่าในส่วนของความถี่ในการเปิดรับฟังนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ในขณะที่รูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อวิทยุทุกตัว แสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะทางกายภาพ ซึ่งบางครั้งไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ได้ชัดเจนมากเท่ากับลักษณะทางจิตวิทยาอย่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ดังนั้นในการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของบุคคลกับพฤติกรรมในครั้งต่อไป ควรศึกษาระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ควบคู่ไปด้วยกับลักษณะทางจิตวิทยาอย่างรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อที่จะสามารถอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคลได้ชัดเจนยิ่งขึ้นซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาดในการวางแผนในเรื่องของการสร้างแนวคิดหลัก การวางแผนการสื่อสาร และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เพราะถึงแม้ลักษณะทางประชากรศาสตร์จะไม่ได้อธิบายพฤติกรรม แต่ก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งส่งผลให้เห็นภาพกลุ่มของผู้บริโภคได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ในการวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารครั้งต่อไป ควรมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มที่เปิดรับสื่ออื่น เช่น โทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อที่จะได้สามารถมองภาพของผู้บริโภคสื่อได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะผู้ฟังวิทยุที่มีอายุ 21-30 ปีที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาผู้ฟังวิทยุในกลุ่มอื่น เช่น กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 15-20 ปี ซึ่งเป็นอีกกลุ่มที่เปิดรับฟังวิทยุมากเช่นกัน หรือ กลุ่มวัยผู้ใหญ่อายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไปว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละกลุ่มเป็นอย่างไร

4. การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังวิทยุในครั้งนี้ ใช้วิธีการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs ซึ่งวัดจากกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ซึ่งในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตครั้งต่อไปอาจใช้วิธีการวัดแบบ VALS หรือ LOVS ในการวัดเพื่อหารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังวิทยุ เพื่อให้การศึกษากลุ่มนี้หลากหลายมากขึ้น