

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากรายการวิทยุกระจายเสียงประเภท อินเทอร์เน็ตแอดคิฟของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดคิฟของ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุ ประเภทอินเทอร์เน็ตแอดคิฟกับการใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ต แอดคิฟของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการ วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ วัยรุ่นซึ่งมีอายุระหว่าง 12-24 ปี ในเขต กรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและหญิง จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัย ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง 2 ชั้น คือ การ สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบสะดวก (Convenient Sampling) และการวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนสถิติเชิงอนุมานใช้การเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัว แปร 2 กลุ่มที่มีเป็นอิสระต่อกัน (T-test Groups) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA หรือ F-test) การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มี อายุ 18-21 ปี กำลังศึกษาใน ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 3,000-10,000 บาท เกือบทั้งหมดมีเครื่องมือสื่อสาร โดยมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นชนิดของเครื่องมือสื่อสารที่มีมากที่สุด

พฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดคิฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดคิฟ 5 วันต่อสัปดาห์ วันละ 1 ชั่วโมง สัปดาห์ละ 5 รายการ โดยจะเปิดฟังรายการสลับไปมากับช่องรายการอื่นและเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภท อินเทอร์เน็ตแอดคิฟผ่าน สื่อวิทยุ มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ต แอดคิฟ บ้านมากที่สุด และช่วงเวลา 18.01 น.- 24.00 น เป็นช่วงที่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง

เปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟมากที่สุด โดยมีเหตุผลที่เปิดรับฟัง คือ ว่าง/พักผ่อน เป็นเหตุในการเปิดรับฟังรายการมากที่สุด สำหรับรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟที่กลุ่มตัวอย่างเปิดฟังมากที่สุดได้แก่รายการ เวอร์จิ้นฮิต (Vergin Hit) 95.5 เอฟเอ็ม โดยดีเจที่ได้รับการเปิดรับฟังมากที่สุดคือ ดีเจ นานา ไร บีเรีย นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่เคยมีส่วนร่วมกับการมีส่วนร่วมกับรายการในลักษณะเล่นเกมและชิงรางวัลมากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมีส่วนร่วมกับการรายการ สนใจที่จะมีส่วนร่วมในลักษณะ เล่นเกม/ชิงรางวัล มากที่สุดเช่นกัน

กลุ่มตัวอย่างเคยมีส่วนร่วมกับการติดตามของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟและเข้าไปแสดงความคิดเห็นเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ของคลื่นวิทยุ อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย

การใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟอยู่ในระดับมาก การใช้ประโยชน์จากการเข้าไปมีส่วนร่วมกับการรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟอยู่ในระดับปานกลาง การใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรมทางการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ อยู่ในระดับ ปานกลาง การใช้ประโยชน์จากการเข้าไปแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของคลื่นวิทยุ อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับวิธีการจัดรายการของดีเจหรือผู้ดำเนินรายการที่ได้ประโยชน์ที่สุด คือ เน้นการเล่นเกม/ชิงรางวัล เป็นวิธีการจัดรายการที่ได้ประโยชน์มากที่สุด กลุ่มตัวอย่าง นำประโยชน์จากการเปิดรับฟัง การมีส่วนร่วม กิจกรรมการตลาด แสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ ไปใช้ในชีวิตรประจำวันมากที่สุด คือ สามารถนำความคิดเห็นคนที่โทรมายังรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตรประจำวันของตัวเอง

ข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เสนอแนะ รายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ ควรปรับปรุง เรื่องของโฆษณาให้น้อยลงมากที่สุด

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สมมติฐานข้อที่ 1 วิทยุรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟแตกต่างกัน โดยพฤติกรรมเปิดรับนั้นมาจากความถี่ในการเปิดรับข่าวสารระยะเวลาในการเปิดรับ จำนวนรายการที่เปิดรับ ซึ่งผลวิจัยพบว่า วิทยุรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟแตกต่างกัน ในขณะที่ วิทยุรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุ อาชีพ รายได้ ความ

เป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสาร ที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภท อินเทอร์เน็ตที่ฟังไม่แตกต่างกัน

วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ ความเป็นเจ้าของ เครื่องมือสื่อสารและรายได้ แตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภท อินเทอร์เน็ตที่ฟังต่อวันแตกต่างกัน ในขณะที่ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศที่แตกต่างกันมี ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่ฟังต่อวันไม่แตกต่างกัน

วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ มีจำนวนรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่ฟังต่อ สัปดาห์แตกต่างกัน ในขณะที่วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ แตกต่างกัน มีจำนวนรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่ฟังต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพื้นฐานด้านประชากรแตกต่างกันมี การใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันซึ่งผล วิจัยพบว่า วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟัง รายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน ในขณะที่วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารที่ แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่ฟังไม่แตกต่างกัน

วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการใช้ ประโยชน์จากการมีส่วนร่วมกับรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน ในขณะที่วัยรุ่นใน เขตกรุงเทพมหานครที่มี อาชีพ รายได้และความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารที่ แตกต่างกันมีการใช้ ประโยชน์จากการมีส่วนร่วมกับรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่ฟังไม่แตกต่างกัน

วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา มีการใช้ประโยชน์จากการ มีร่วมกิจกรรมการตลาดรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน ในขณะที่วัยรุ่นในเขต กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพ รายได้ ความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารที่ แตกต่างกัน มีการใช้ ประโยชน์จากการมีส่วนร่วมกิจกรรมการตลาดรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่ฟังไม่แตกต่างกัน

วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษา มีการใช้ประโยชน์จากการมีเข้าไป แสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน ในขณะที่ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ความเป็นเจ้าของเครื่องมือ สื่อสาร มีการใช้ประโยชน์จากการมีส่วนร่วมกิจกรรมการตลาดรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตที่ฟัง ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุมีความสัมพันธ์กับใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ โดยผลวิจัยพบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟต่อสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร จากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟจะมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ ในขณะที่จำนวนรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟที่รับฟังต่อสัปดาห์ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับจากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ