

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากรายการวิทยุกระจายเสียงประเภท อินเทอร์เน็ตทีฟของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self-administered Questionnaire)

#### ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่วัยรุ่นซึ่งมีอายุระหว่าง 12-24 ปีในเขต กรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและหญิงโดยทำการสุ่มตัวอย่างโดยจำนวนประชากรใน กรุงเทพมหานคร 5,710,427 คน จากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (กรมการปกครอง, มีนาคม 2551) ดังกล่าวโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะได้กลุ่มตัวอย่างอย่างต่ำ คือ 400 ตัวอย่าง โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

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

โดยแทนค่า e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง และค่าระดับนัยสำคัญ 0.05

$$N = \text{ขนาดของประชากรในกรุงเทพมหานคร} \\ 5,710,427 \text{ คน}$$

$$n = \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง}$$

$$n = \frac{5,710,427}{1 + 5,710,427 (0.05)^2}$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จะเท่ากับ 399.97 คน

ดังนั้น จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จาก 6 เขต

การวิจัยครั้งนี้ เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นหลัก โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกพื้นที่เจาะจง เพื่อเข้าถึงประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ห้างสรรพสินค้าซึ่งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้าที่กระจายอยู่ทั่วกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพราะพื้นที่ดังกล่าวมักเป็นที่รวมตัวของกลุ่มวัยรุ่น ในการเลือกพื้นที่อาศัยเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กรุงเทพมหานคร, 2545) ที่กระจายอยู่ทั่วกรุงเทพมหานคร 6 กลุ่ม คือ

### ตารางที่ 3.1

แสดงการแบ่งกลุ่มเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่	ชื่อกลุ่ม/จำนวน	เขต
1	กลุ่มรัตนโกสินทร์ 9 เขต	เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตพญาไท เขตดุสิต เขตบางซื่อ เขตราชเทวี
2	กลุ่มนุรพา 9 เขต	เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตบางเขน เขตจตุจักร, เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง
3	กลุ่มศรีนครินทร์ 8 เขต	เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก, เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง เขตคันนายาว
4	กลุ่มเจ้าพระยา 9 เขต	เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางนา, เขตพระโขนง เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา
5	กลุ่มกรุงธนเหนือ 7 เขต	เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย, เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขม เขตทวีวัฒนา
6	กลุ่มกรุงธนใต้ 8 เขต	เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตราษฎร์บูรณะ, เขตทุ่งครุ เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตบางแค

เลือกเขตกลุ่มเขตการปกครองมาเขตละ 1 เขต โดยเลือกห้างสรรพสินค้าในแต่ละเขตดังต่อไปนี้

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ ได้แก่ เขตปทุมวัน สำรวจที่ ห้างสรรพสินค้า มาบุญครอง และสยามเซ็นเตอร์และสยามแควร์ ร้าน ทูอินเตอร์เน็ต และร้านสตาร์บัคส์ (Starbucks)

2. กลุ่มบูรพา ได้แก่ เขตลาดพร้าว สํารวจที่ ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล ลาดพร้าว  
 3. กลุ่มศรีนครินทร์ ได้แก่ เขตสวนหลวง สํารวจที่ ห้างสรรพสินค้า ซีคอน สแควร์  
 4. กลุ่มเจ้าพระยา ได้แก่ เขตวัฒนา สํารวจที่ ห้างสรรพสินค้า เอ็มโพเรียม และสวนเบญจศิริ และร้านสตาร์บัค ซอยสุขุมวิท33

5. กลุ่มกรุงธนเหนือ ได้แก่ เขตบางพลัด สํารวจที่ ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล พระราม 2  
 6. กลุ่มกรุงธนใต้ ได้แก่ เขตราชบุรีบูรณะ สํารวจที่ ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล พระราม 2

ขั้นที่ 2 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ 400 คน เลือกมาเขตละ 66-67 คน ดังต่อไปนี้ เขตปทุมวัน เขตวัฒนา เขตลาดพร้าว เขตสวนหลวง เขตละ 67 คน ส่วน เขตบางพลัด เขตราชบุรีบูรณะเขตละ 66 คน และเข้าถึงในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยใช้คำถามเบื้องต้นในการคัดเลือกคุณสมบัติผู้ที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างหลัก ๆ 3 ประการ คือ ช่วงอายุจะต้องอยู่ในระหว่าง 12-24 ปีเท่านั้นและรายได้ไม่ต่ำกว่า 3,000 บาทต่อเดือน และจะต้องเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ รายการใดรายการหนึ่งดังต่อไปนี้ ซีดี (ZEED) 97.5 เอฟเอ็ม เวอร์จิ้นฮิต (Vergin-Hit) 95.5 เอฟเอ็ม แมกซ์ (Max) 94.5 เอฟเอ็ม แฟตเรดิโอ (Fat Radio) 104.5 เอฟเอ็ม ฮอตเวฟ (HotWave) 91.5 เอฟเอ็ม อีเอฟเอ็ม (Efm) 94.0 เอฟเอ็ม และในการเก็บข้อมูลแต่ละเขต ก่อนเก็บกลุ่มตัวอย่างทุกครั้งจะต้องมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับแบบสอบถามก่อนรวมไปถึงความเข้าใจเกี่ยวกับรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ

### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากสมมติฐานของการวิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ข้อ 1 วิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพื้นฐานด้านประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และความเป็นเจ้าของเครื่องสื่อสารของวิทยุที่มีเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ

สมมติฐานที่ข้อ 2 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพื้นฐานด้านประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และความเป็นเจ้าของเครื่องสื่อสารของวัยรุ่นที่มีการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

ตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

สมมติฐานที่ข้อ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุมีความสัมพันธ์กับใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

ตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

### การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด ลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questions) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

1. เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นแบบเลือกตอบดังนี้

- 1.1 เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เพศชาย กลุ่มที่ 2 เพศหญิง
- 1.2 อายุ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 12-14 ปี กลุ่มที่ 2 15 -17 ปี กลุ่มที่ 3 18-21 ปี กลุ่มที่ 4 22-24 ปี
- 1.3 อาชีพ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
- กลุ่มที่ 1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
  - กลุ่มที่ 2 พนักงานบริษัทเอกชน
  - กลุ่มที่ 3 ประกอบกิจการส่วนตัว
  - กลุ่มที่ 4 ไม่ได้ประกอบอาชีพ / กำลังอยู่ในระหว่างหางาน
  - กลุ่มที่ 5 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
- 1.4 ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
- กลุ่มที่ 1 มัธยมต้น
  - กลุ่มที่ 2 มัธยมปลาย/ปวช/ปวส
  - กลุ่มที่ 3 กำลังศึกษาปริญญาตรี
  - กลุ่มที่ 4 จบการศึกษاپริญญาตรี
- 1.5 รายได้ส่วนตัวต่อเดือน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
- กลุ่มที่ 1 3,000- 10,000 บาท
  - กลุ่มที่ 2 10,001- 15,000 บาท
  - กลุ่มที่ 3 15,001- 20,000 บาท
  - กลุ่มที่ 4 20,000 บาท ขึ้นไป
- 1.6 ความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารในการเปิดรับวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ (กลุ่มตัวอย่างที่มีเครื่องมือสื่อสาร สามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- กลุ่มที่ 1 มี
  - กลุ่มที่ 2 ไม่มี
- 1.7 เครื่องมือสื่อสารที่มี ในขณะที่การเปิดรับรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ
- กลุ่มที่ 1 โทรศัพท์เคลื่อนที่
  - กลุ่มที่ 2 โทรศัพท์บ้าน/พีซีที
  - กลุ่มที่ 3 โทรสาร
  - กลุ่มที่ 4 อินเทอร์เน็ต

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ

2. เป็นคำถามที่วัดพฤติกรรมการใช้การเปิดรับรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ

2.1 ความถี่ในการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟต่อสัปดาห์

กลุ่มที่ 5      ทุกวัน      ให้ 5 คะแนน

กลุ่มที่ 4      6 วัน      ให้ 4 คะแนน

กลุ่มที่ 3      5 วัน      ให้ 3 คะแนน

กลุ่มที่ 2      3-4 วัน      ให้ 2 คะแนน

กลุ่มที่ 1      1-2 วัน      ให้ 1 คะแนน

2.2 ระยะเวลาในการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟต่อวัน

กลุ่มที่ 1      4 ชั่วโมงขึ้นไป      ให้ 5 คะแนน

กลุ่มที่ 2      3 ชั่วโมง      ให้ 4 คะแนน

กลุ่มที่ 3      2 ชั่วโมง      ให้ 3 คะแนน

กลุ่มที่ 4      1 ชั่วโมง      ให้ 2 คะแนน

กลุ่มที่ 5      น้อยกว่า 1 ชั่วโมง      ให้ 1 คะแนน

2.3 เปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟต่อสัปดาห์

กลุ่มที่ 1      6 รายการขึ้นไป      ให้ 5 คะแนน

กลุ่มที่ 2      5 รายการ      ให้ 4 คะแนน

กลุ่มที่ 3      4 รายการ      ให้ 3 คะแนน

กลุ่มที่ 4      2-3 รายการ      ให้ 2 คะแนน

กลุ่มที่ 5      1 รายการ      ให้ 1 คะแนน

ภาพรวมของพฤติกรรมท่านเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟเป็นการนำคะแนนของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อที่ 2.1-2.3 มารวมกันแล้วเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.00-5.00 หมายถึง มีการเปิดรับฟังมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.00-3.99 หมายถึง มีการเปิดรับฟังมาก

ค่าเฉลี่ย 2.00-2.99 หมายถึง มีการเปิดรับฟังปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.99 หมายถึง มีการเปิดรับฟังน้อย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ถามถึงพฤติกรรมอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบ โดยนำเสนอข้อมูลในรูปความถี่หรือร้อยละ ไม่ได้นำมาคิดคะแนนพฤติกรรม การเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟได้แก่

#### 2.4 ลักษณะสื่อที่ใช้ในการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

กลุ่มที่ 1 สื่อวิทยุ

กลุ่มที่ 2 สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์)

กลุ่มที่ 3 ทั้งสองสื่อ

#### 2.5 ลักษณะสถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

กลุ่มที่ 1 บ้าน

กลุ่มที่ 2 โรงเรียน/มหาวิทยาลัย

กลุ่มที่ 3 ในรถยนต์

กลุ่มที่ 4 ที่ทำงาน

#### 2.6 ลักษณะช่วงเวลาในการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟระบุ

เหตุผลว่าทำไมถึงฟัง

กลุ่มที่ 1 6.00น-12.00น และเหตุผล

กลุ่มที่ 2 12.01 น- 18.00น และเหตุผล

กลุ่มที่ 3 18.01น- 24.00น และเหตุผล

กลุ่มที่ 4 24.01น- 6.00น และเหตุผล

#### 2.7 รายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟที่เปิดรับฟังบ่อยที่สุด

1) ฮอตเวฟ (HotWave) 91.5 เอฟเอ็ม

2) ซี๊ด (Zeed) 97.5 เอฟเอ็ม

3) แมกซ์ (Max) 94.5 เอฟเอ็ม

4) อีเอฟเอ็ม (Efm) 94.0 เอฟเอ็ม

5) เวอร์จินฮิต (Vergin-Hit) 95.5 เอฟเอ็ม

6) แฟตเรดิโอ (Fat Radio) 104.5 เอฟเอ็ม

#### 2.8 เปิดรับฟัง ดีเจที่จัดรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟบ่อยที่สุด (ระบุชื่อดีเจ

คนเดียวในช่องรายการที่เปิดรับบ่อยมากที่สุด)

#### 2.9 การมีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

1) เคยมีส่วนร่วมกับรายการ

2) ไม่เคย

2.10 รูปแบบการมีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ

1) โทรไปแสดงความคิดเห็นในรายการ

2) ให้คะแนน (โหวต)

3) โทรไปขอเพลงกับดีเจ

4) เล่นเกม/ชิงรางวัล

5) ส่งข้อความ (Sms) โดยมีมือถือแสดงความคิดเห็น

6) ส่งข้อความ (Sms) โดยมีมือถือขอเพลง

2.11 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ

1) เคยมีส่วนร่วมในกิจกรรมการตลาด

2) ไม่เคย

2.12 กิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟที่มีส่วนร่วม (ระบุเพียงช่องรายการเดียวที่เข้าร่วมกิจกรรมการตลาดมากที่สุด)

2.13 การเข้าไปแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟ

1) เคยเข้าไปแสดงความคิดเห็น

2) ไม่เคย

2.14 ความสนใจหากจะมีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟในอนาคต

1) สนใจ

2) ไม่สนใจ

2.15 เหตุผลที่ไม่สนใจที่จะมีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟในอนาคต (ระบุเหตุผลเพียงเหตุผลเดียวเท่านั้น)

2.16 รูปแบบส่วนร่วมในรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทอินเทอร์แอกทีฟในอนาคตหากสนใจ (ระบุเพียงรูปแบบการมีส่วนร่วมรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟอนาคตรูปแบบเดียวเท่านั้น)

### ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ต

3. คำถามที่วัดพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

3.1 ประโยชน์ที่ได้รับจากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ

กลุ่มที่ 1 ความบันเทิงและความรู้

กลุ่มที่ 2 ได้อัปเดตข่าวสารในวงการบินและสังคม

กลุ่มที่ 3 ได้รู้ข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมดี ๆ จากดีใจ

เป็นการวัดระดับการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ แบ่งออกเป็น ความบันเทิงและความรู้ ได้อัปเดตข่าวสารในวงการบินและสังคม ได้รู้ข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมดี ๆ จากดีใจ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด ค่าคะแนน = 5

มาก ค่าคะแนน = 4

ปานกลาง ค่าคะแนน = 3

น้อย ค่าคะแนน = 2

น้อยที่สุด ค่าคะแนน = 1

นอกจากนี้ ยังกำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยเฉลี่ย ของมาตราส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยกำหนดช่วงของการวัด ดังนี้

คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด ง

จำนวนระดับ

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

5

$$= 0.80$$

ผู้ศึกษาได้นำค่าเฉลี่ย 0.80 ที่ได้นี้ มาใช้เพื่อหาค่าคะแนนเฉลี่ยและกำหนดระดับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแอดทีฟ ดังนี้

ระดับคะแนน 4.21 – 5.00 เท่ากับ มากที่สุด

ระดับคะแนน 3.41 – 4.20 เท่ากับ มาก

ระดับคะแนน 2.61 – 3.40 เท่ากับ ปานกลาง

ระดับคะแนน	1.81 – 2.60	เท่ากับ	น้อย
ระดับคะแนน	1.00 – 1.80	เท่ากับ	น้อยที่สุด

3.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมกับรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟได้มากที่สุด

- กลุ่มที่ 1 แก่หงาและคลายเครียด
- กลุ่มที่ 2 ได้แสดงออกและแสดงความคิดเห็น
- กลุ่มที่ 3 ได้ของรางวัลจากการเข้าไปมีส่วนร่วม
- กลุ่มที่ 4 ได้มีโอกาสได้คุยและใกล้ชิดกับดีเจที่ชื่นชอบ

เป็นการวัดระดับการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมกับรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ แบ่งออกเป็น แก่หงาและคลายเครียด ได้แสดงออกและแสดงความคิดเห็น ได้ของรางวัลจากการเข้าไปมีส่วนร่วม ได้มีโอกาสได้คุยและใกล้ชิดกับดีเจที่ชื่นชอบ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	ค่าคะแนน = 5
มาก	ค่าคะแนน = 4
ปานกลาง	ค่าคะแนน = 3
น้อย	ค่าคะแนน = 2
น้อยที่สุด	ค่าคะแนน = 1

นอกจากนี้ ยังกำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยเฉลี่ย ของมาตราส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยกำหนดช่วงของการวัด ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

ผู้ศึกษาได้นำค่าเฉลี่ย 0.80 ที่ได้นี้ มาใช้เพื่อหาค่าคะแนนเฉลี่ยและกำหนดระดับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ ดังนี้

ระดับคะแนน	4.21 – 5.00	เท่ากับ	มากที่สุด
ระดับคะแนน	3.41 – 4.20	เท่ากับ	มาก
ระดับคะแนน	2.61 – 3.40	เท่ากับ	ปานกลาง
ระดับคะแนน	1.81 – 2.60	เท่ากับ	น้อย

ระดับคะแนน 1.00 – 1.80 เท่ากับ น้อยที่สุด

3.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟใดมากที่สุด

กลุ่มที่ 1 ความบันเทิงและเพลิดเพลิน

กลุ่มที่ 2 ได้ประสบการณ์ในชีวิตและเพื่อน

กลุ่มที่ 3 ได้ของรางวัลจากการร่วมกิจกรรม

กลุ่มที่ 4 ได้มีโอกาสได้คุยและใกล้ชิดกับดีเจและศิลปินที่ชื่นชอบ

กลุ่มที่ 5 เปิดโอกาสให้ได้แสดงความสามารถและเป็นบันไดสู่วงการบันเทิง

เป็นการวัดระดับการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ แบ่งออกเป็น ความบันเทิงและเพลิดเพลิน ได้ประสบการณ์ในชีวิตและเพื่อน ได้ของรางวัลจากการร่วมกิจกรรม ได้มีโอกาสได้คุยและใกล้ชิดกับดีเจและศิลปินที่ชื่นชอบ เปิดโอกาสให้ได้แสดงความสามารถและเป็นบันไดสู่วงการบันเทิง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด ค่าคะแนน = 5

มาก ค่าคะแนน = 4

ปานกลาง ค่าคะแนน = 3

น้อย ค่าคะแนน = 2

น้อยที่สุด ค่าคะแนน = 1

นอกจากนี้ ยังกำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยเฉลี่ย ของมาตราส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยกำหนดช่วงของการวัด ดังนี้

คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด

จำนวนระดับ

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

ผู้ศึกษาได้นำค่าเฉลี่ย 0.80 ที่ได้นี้ มาใช้เพื่อหาค่าคะแนนเฉลี่ยและกำหนดระดับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ ดังนี้

ระดับคะแนน 4.21 – 5.00 เท่ากับ มากที่สุด

ระดับคะแนน 3.41 – 4.20 เท่ากับ มาก

ระดับคะแนน 2.61 – 3.40 เท่ากับ ปานกลาง

ระดับคะแนน 1.81 – 2.60 เท่ากับ น้อย

ระดับคะแนน 1.00 – 1.80 เท่ากับ น้อยที่สุด

3.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าไปแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์  
รายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟใดมากที่สุด

กลุ่มที่ 1 ได้แสดงความคิดเห็นและแสดงออก และได้เรียนรู้มุมมองต่าง ๆ  
ของผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน

กลุ่มที่ 2 ได้มีโอกาสได้คุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับดีเจและศิลปินที่  
ชื่นชอบ

เป็นการวัดระดับการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าไปแสดงความคิดเห็นในเว็บ  
บอร์ดของเว็บไซต์รายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ แบ่งออกเป็น การได้แสดงความคิดเห็นและ  
แสดงออก และได้เรียนรู้มุมมองต่าง ๆ ของผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น  
กัน การได้มีโอกาสได้คุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับดีเจและศิลปินที่ชื่นชอบ โดยมีเกณฑ์การให้  
คะแนนดังนี้

มากที่สุด ค่าคะแนน = 5

มาก ค่าคะแนน = 4

ปานกลาง ค่าคะแนน = 3

น้อย ค่าคะแนน = 2

น้อยที่สุด ค่าคะแนน = 1

นอกจากนี้ ยังกำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยเฉลี่ย ของมาตรา  
ส่วนประเมนค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยกำหนดช่วงของการวัด ดังนี้

คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด

จำนวนระดับ

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

5

$$= 0.80$$

ผู้ศึกษาได้นำค่าเฉลี่ย 0.80 ที่ได้นี้ มาใช้เพื่อหาค่าคะแนนเฉลี่ยและกำหนด  
ระดับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ ดังนี้

ระดับคะแนน 4.21 – 5.00 เท่ากับ มากที่สุด

ระดับคะแนน 3.41 – 4.20 เท่ากับ มาก

ระดับคะแนน	2.61 – 3.40	เท่ากับ	ปานกลาง
ระดับคะแนน	1.81 – 2.60	เท่ากับ	น้อย
ระดับคะแนน	1.00 – 1.80	เท่ากับ	น้อยที่สุด

3.5 ลักษณะวิธีการจัดรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟที่ได้ประโยชน์มากที่สุด (ระบุวิธีการจัดรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟวิธีเดียวเท่านั้น)

3.6 ประโยชน์จากการเปิดรับฟัง การมีส่วนร่วม กิจกรรมการตลาด แสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ ไปใช้ในชีวิตรประจำวัน (ระบุประโยชน์ที่นำไปใช้ในชีวิตรประจำวัน)

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามทั้งชนิดคำถามปลายปิด (Close-ended Question) คำถามปลายเปิด (Open –ended-Question) และคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และความเป็นเจ้าของเครื่องสื่อสารและชนิดของเครื่องมือสื่อสาร รวม 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ ประกอบด้วย ความถี่ในการเปิดรับฟังต่อสัปดาห์ เวลาที่ใช้ในการเปิดรับฟังต่อวัน จำนวนรายการที่เปิดรับฟังต่อสัปดาห์ ลักษณะการเปิดฟังรายการ ลักษณะสื่อที่ใช้ในการเปิดรับ สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับ ช่วงเวลาที่เปิดรับ รายการวิทยุที่เปิดรับฟังมากที่สุด รายการวิทยุที่เคยมีส่วนร่วม กิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุที่เคยมีส่วนร่วม เว็บบอร์ดของรายการวิทยุที่มีการเข้าไปแสดงความความคิดเห็น ความสนใจอยากมีส่วนร่วมในอนาคต สนใจมีส่วนร่วมในลักษณะใด รวม 13 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของวัยรุ่นไทยต่อการรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ คำถามเกี่ยวกับประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ คำถามเกี่ยวกับประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ คำถามเกี่ยวกับประโยชน์จากการแสดงความความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ของคลื่นวิทยุ คำถามเกี่ยวกับประโยชน์จากลักษณะวิธีการจัดรายการวิทยุ

ประเภทอินเทอร์เน็ตแคททิฟ คำถามเกี่ยวกับการนำประโยชน์จากการเปิดรับฟัง การมีส่วนร่วม กิจกรรมการตลาด แสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดในชีวิตประจำวัน รวม 7 ข้อ

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติที่เหมาะสมแก่การศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อให้อธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานซึ่งสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การหาค่า (t – test) และ One Way ANOVA (F-test) และนำมาวิเคราะห์ดังนี้ในการเปรียบเทียบตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับฟังวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแคททิฟและการใช้ประโยชน์ของจากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแคททิฟ โดยค่า (t – test) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม และค่า One Way ANOVA (F-test) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ในการวิเคราะห์ในครั้งนี้ได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson) อย่างง่ายเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับฟังวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแคททิฟและการใช้ประโยชน์ของจากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแคททิฟ

โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแคททิฟแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแคททิฟต่อสัปดาห์แตกต่างกัน  
ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมติฐานข้อที่ 1.2 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์เน็ตแคททิฟต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์

ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.3 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.4 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่อาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.5 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.6 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมติฐานข้อที่ 1.7 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟต่อวันแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมติฐานข้อที่ 1.8 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่อายุแตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอกทีฟต่อวันแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่าง

น้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.9 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟต่อวันแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.10 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟต่อวันแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.11 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟต่อวันแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.12 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารแตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟต่อวันแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมติฐานข้อที่ 1.13 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีจำนวนรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟที่รับฟังต่อสัปดาห์แตกต่าง ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมติฐานข้อที่ 1.14 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีจำนวนรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟที่รับฟังต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.15 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีจำนวนรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟที่รับฟังต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.16 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีจำนวนรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟที่รับฟังต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.17 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีจำนวนรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟที่รับฟังต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานข้อที่ 1.18 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารแตกต่างกันมีจำนวนรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟที่รับฟังต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมติฐานข้อที่ 2 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพื้นฐานด้านประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการได้รับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมติฐานข้อที่ 2.2 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.3 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.4 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.5 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.6 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมุติฐานข้อที่ 2.7 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมุติฐานข้อที่ 2.8 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.9 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.10 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.11 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.12 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมในรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมุติฐานข้อที่ 2.13 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมุติฐานข้อที่ 2.14 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.15 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบ

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.16 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.17 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.18 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรมการตลาดของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมุติฐานข้อที่ 2.19 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมุติฐานข้อที่ 2.20 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.21 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test)

ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.22 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.23 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากการแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA (F-test) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมุติฐานข้อที่ 2.24 วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสารแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ของรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test groups)

สมมุติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ

สมมุติฐานข้อที่ 3.1 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟต่อสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมุติฐานข้อที่ 3.2 ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟต่อวันมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมุติฐานข้อที่ 3.3 จำนวนรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟที่รับฟังต่อสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุประเภทอินเทอร์แอคทีฟ ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และการหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้มาหาความเที่ยงตรงที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการศึกษาวิจัยทางวารสารศาสตร์เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของถ้อยคำที่ใช้ โครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct Validity) โดยได้รับคำแนะนำให้ปรับปรุงเนื้อหาและถ้อยคำภาษาที่ใช้ในบางข้อคำถามให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้นแล้วนำมาทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่าง 50 คน

2. การหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ได้มาทดสอบความเที่ยงตรงหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach จากการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.8275

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีแหล่งที่มา ได้แก่

1. การศึกษาจากทฤษฎี ข้อมูลทางเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา

2. ข้อมูลจากการสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสอบถาม ทั้งนี้ในการสอบถามจะมอบแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบเอง และมีผู้ศึกษาให้ความกระจ่างเพิ่มเติมในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจวิธีการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้ศึกษาเป็นผู้เก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์โดยนำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทั้งหมด จากนั้นทำการวิเคราะห์ และประมวลผลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ทางสถิติ SPSS แล้วนำผลที่ได้จากการประมวลมาวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัย