

## บทคัดย่อ

ชื่อภาคนิพนธ์ : ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับฟังคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz  
 โดย : นางสาว สุภัทรา ตาวิเชียร  
 ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)  
 ปีการศึกษา : 2544

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับฟังคลื่นข่าววิทยุ F.M. 90.5 MHz มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการรับฟังคลื่นข่าว F.M.90.5 MHz และศึกษาระดับความนิยมของลูกค้าที่มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการของคลื่นข่าว F.M.90.5 MHz โดยการศึกษาความพึงพอใจในด้านเนื้อหาสาระของรายการ ด้านวิธีดำเนินรายการและในด้านเวลาดำเนินรายการ ผู้ศึกษาได้เก็บแบบสอบถามจากลูกค้าของบริษัท สมาร์ทบอม จำกัด จำนวน 146 คน ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ลูกค้าซื้อสื่อโฆษณาโดยตรง(Direct) จำนวน 81 คน กับลูกค้าซื้อสื่อโฆษณาผ่านตัวแทน จำนวน 65 คน

ลักษณะภูมิหลังกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือลูกค้าคลื่นข่าววิทยุ F.M. 90.5 MHz ในกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นธุรกิจประเภท ลูกค้าซื้อสื่อโฆษณาโดยตรง (Direct) โดยส่วนมากตำแหน่งลูกค้าซื้อสื่อโฆษณาโดยตรง (Direct) คือ พนักงานระดับกลาง สำหรับลูกค้าซื้อสื่อโฆษณาผ่านตัวแทน (Agency) นั้นลูกค้าส่วนมากเป็นบริษัทประเภท Limited Service Agency และอื่น ๆ สำหรับในด้านรายได้ของลูกค้าในส่วนมากมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

ความพึงพอใจในการรับฟังรายการของลูกค้าซื้อสื่อโฆษณาโดยตรง (Direct) มีความพึงพอใจในการรับฟังคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz มากกว่าลูกค้าซื้อสื่อโฆษณาผ่านตัวแทน (Agency) การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาทั้ง 12 รายการ ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายการที่ลูกค้าพึงพอใจอันดับ 1.คือรายการเก็บตกจากเนชั่น อันดับ 2 รายการจับข่าวมาคุย อันดับ 3 รายการจับชีพจรโลก อันดับ 4 รายการมิติข่าวเช้านี้ เวลา 05.30-07.00 น. อันดับ 5 รายการวันนี้ที่ กทม. อันดับ 6 รายการส่องโลกธุรกิจอันดับ 7 รายการก้าวทันธุรกิจ (อันดับ 1-7 ลูกค้าพึงพอใจมาก ส่วนอันดับ 8-12 ลูกค้าพึงพอใจปานกลาง) อันดับ 8 รายการก้าวไปด้วยกัน อันดับ 9 รายการมิติข่าวเช้านี้ เวลา 07.30-08.00 น.อันดับ 10 รายการเนชั่นเน็ตเวอร์ค อันดับ 11 โคมหน้าสภาไทย อันดับ 12 รายการสายตรงจากห้องคำ

ความพึงพอใจของลูกค้าในรายด้านของเนื้อหาสาระของรายการของคลื่นข่าว F.M.90.5 MHz ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก 8 รายการ ส่วนอีก 4 รายการลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลาง

ความพึงพอใจของลูกค้าในรายด้านของวิธีดำเนินรายการ ของคลื่นข่าว F.M.90.5 MHz ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก 5 รายการ ส่วนอีก 7 รายการลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านเวลาดำเนินรายการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในการรับฟังเวลาเดิมมากกว่าเวลาใหม่ทุกรายการ การศึกษาพบอีกว่าในช่วงเวลาเช้า 05.30-10.00 น. ช่วงเวลากลางวัน 10.00 –16.00 น. และช่วงเวลาเย็น 16.00-18.00 น. จากการศึกษาพบว่าลูกค้าพึงพอใจในการรับฟังช่วงเวลา เช้า ,เย็น ,กลางวัน ตามลำดับ และจากผลการศึกษาพบว่า เวลาไม่ได้เป็นตัวกำหนดในเรื่องความพึงพอใจในการรับฟังรายการ แต่ลูกค้าคำนึงถึงความพึงพอใจในด้านเนื้อหาสาระของรายการและวิธีดำเนินรายการมากกว่า

ส่วนในเรื่องความนิยมในการรับฟังรายการของลูกค้าที่มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการของคลื่นข่าว F.M.90.5 MHz ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าซื้อสื่อโฆษณา(Direct) มีความพึงพอใจในระดับมากส่วนลูกค้าซื้อสื่อโฆษณาผ่านตัวแทน(Agency)มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยพบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งหมด กล่าวคือ เพศ อายุ ประเภทธุรกิจ ตำแหน่งลูกค้าซื้อสื่อโฆษณาโดยตรง (Direct) ตำแหน่งลูกค้าซื้อสื่อโฆษณาผ่านตัวแทน (Agency) ประเภทบริษัท และรายได้ต่อเดือน มีความแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคลื่นข่าววิทยุ F.M. 90.5 MHz แตกต่างกัน โดยจากผลที่ได้ความแปรปรวนแตกต่างกันจึงใช้ค่าสถิติเชฟเฟ้ทำการทดสอบพบว่าความแตกต่างของอายุคือลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี กับ 41-50 ปีมีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz แตกต่างกันซึ่งเหมือนกันใน 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาสาระของรายการ ด้านวิธีดำเนินรายการและด้านภาพรวมและความแตกต่างของอายุคือ ลูกค้าที่มีอายุต่างกันคือน้อยกว่า 30 ปี กับ 31-40 ปี มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz แตกต่างกัน 3 ด้าน ที่เหมือนกันคือในด้านวิธีดำเนินรายการ ด้านภาพรวมและด้านเวลา ส่วนด้านเนื้อหาสาระของรายการนั้นลูกค้าที่มีอายุต่างกันคือน้อยกว่า 31-40 ปี กับ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz ในด้านเนื้อหาสาระของรายการแตกต่างกัน ซึ่งไม่เหมือนกันในด้านอื่น ๆ สำหรับประเภทบริษัท พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทบริษัทแตกต่างกันคือ Full Service Agency กับ Other มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz แตกต่างกันซึ่งเหมือนกันทั้ง 4 ด้านคือ ด้านเนื้อหาสาระของรายการ ด้านวิธีดำเนินรายการ ด้านภาพรวมด้านเวลา นอกจากนี้

ลูกค้าที่มีประเภทบริษัทต่างกันคือ Limited Service Agency กับ Other มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz แตกต่างกันซึ่งเหมือนกันใน 3 ด้าน คือด้านเนื้อหาสาระของรายการ ด้านวิธีดำเนินรายการ และด้านภาพรวมของรายการ สำหรับตำแหน่งลูกค้าต่างกันคือ Media Buyer กับ Account Executive หรือ Account Supervisor มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz แตกต่างกันซึ่งเหมือนกันทั้ง 4 ด้าน คือด้านเนื้อหาสาระของรายการ ด้านวิธีดำเนินรายการ ในด้านภาพรวมของรายการและในด้านเวลาของรายการ นอกจากนี้ตำแหน่งลูกค้าต่างกันคือ Media Planner กับ Account Executive หรือ Account Supervisor มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz ทั้ง 4 ด้าน คือด้านเนื้อหาสาระของรายการ ด้านวิธีดำเนินรายการในด้านภาพรวมของรายการและในด้านเวลาของรายการ ส่วนตำแหน่งลูกค้าต่างกันคือ Media Buyer กับ Account Service มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz ในการรับฟังแตกต่างกันซึ่งเหมือนกัน 3 ด้าน คือด้านวิธีดำเนินรายการ ในด้านภาพรวมของรายการและในด้านเวลาของรายการ สำหรับรายได้ต่อเดือน พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน คือ 10,001-20,000 บาท กับมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการของคลื่นข่าววิทยุ F.M.90.5 MHz แตกต่างกันซึ่งเหมือนกันทั้ง 4 ด้าน คือด้านเนื้อหาสาระของรายการ ในด้านวิธีดำเนินรายการ ในด้านภาพรวมของรายการและในด้านเวลาของรายการ นอกจากนี้ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันคือ 20,001-30,000 บาท กับมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการวิทยุ F.M.90.5 MHz แตกต่างกันซึ่งเหมือนกันใน 3 ด้าน คือด้านเนื้อหาสาระของรายการ ในด้านวิธีดำเนินรายการและในด้านภาพรวมของรายการ

## ABSTRACT

**Title of Research Paper** : Satisfaction of Clients with the F.M. 90.5 MHz News  
Radio Programs

**Author** : Miss Supata Tarbwichain

**Degree** : Master of Arts (Social Development)

**Year** : 2001

---

The main purpose of the study was to find out the clients' satisfaction with the F.M. 90.5 MHz news radio programs and to measure the popularity of the news programs. Focus was on the news contents, program conducting pattern and the broadcasting time. The data were collected from 146 clients of Smartbomb Company Limited : 81 were those directly who purchased advertising time from the company and 65 were those who made a purchase through an agency.

Background of the sample: Most of the samples were males, aged 31 – 40 and were employed in the business sector. The clients who made a direct purchase were mostly middle level employees, whereas those purchasing through an agency were limited service agencies and others. Their monthly salaries were in the range of 10,001 – 20,000 baht.

Satisfaction with the news programs.: Most direct purchasers were found to be more satisfied with the F.M.90.5 MHz news programs than those purchasing through an agency. All the twelve news programs were studied and the overall satisfaction was found to be at a high level. The most satisfactory program was Picking up What Was Dropped from the Nation (#1), followed by Catching News to Talk, (#2), Touching the World Pulse (#3), News, Dimensions This Morning broadcast during 5.30 – 7.00 a.m. (#4), Today in Bangkok (#5), Looking at the Business World (#6), and Keeping Pace with Business (#7), Step Forward Together (#8), News Dimension This Morning broadcast during 7.30 – 8.00 a.m. (#9), Nation Network (#10), Outlook of the Thai Parliament, (#11), and Direct Line from the Stock Room (#12), respectively. The first seven programs were very satisfactory while the eighth to the twelfth programs were moderately satisfactory.

Regarding the contents of the F.M. 90.5 MHz news programs, the clients were very satisfied with 8 programs and moderately satisfied with 4 programs.

Next, the conducting pattern of 5 programs were very satisfactory, while the other 7 were moderately satisfactory.

As for broadcasting time, the clients were satisfied with the old time period than the new time period for all the programs. It was also found that they were most satisfied with the 5.30 – 10.00 a.m., followed by the 10.00 a.m. – 4.00 p.m and the 4.00 – 6.00 p.m., respectively. In fact, time did not have an impact their satisfaction with the news programs, but the program contents and the program conducting pattern did.

Concerning the popularity of the F.M. 90.5 MHz news programs, it was found that they were very popular among the direct purchaser group and were moderately popular among the other group.

When the hypotheses were tested, all were accepted. That is, sex, age, type of business, job level of the direct purchase, job level of the purchaser through an agency, type of firms, and monthly salary all contributed to the different degrees of satisfaction with the F.M. 90.5 MHz news programs. When the Sheffe' was employed it was found that there was difference between the clients aged lower than 30 and those aged 41 – 50 in the degree of satisfaction with the program contents, the program conducting pattern and the overall picture. Also, there was difference between the clients aged lower than 30 and those aged 31 – 40 in the degree of satisfaction with the program conducting pattern, time and the overall picture. Next, the clients aged lower than 31-40 were different in the degree of satisfaction with the program contents from those aged 41 – 50, unlike other aspects.

Regarding types of firms, it was found that there was difference between the full service agencies and the others in the degree of satisfaction with the program contents, conducting pattern, Time and the overall picture. Also, the limited service agencies were found to be different from the others in the degree of satisfaction with the program contents, the conducting pattern, and the overall picture. Moreover, the media buyers were found to be different from the account executives or the account supervisors in the degree of satisfaction with the program contents, time and the overall picture. Again, the Media Buyers and the Account Executive or Account

Supervisor were found to be different in their degree of satisfaction with the conducting pattern, time and the overall picture.

Furthermore, the clients with monthly salary range of 10,001 – 20,000 baht were different from those with the monthly salary of 30,001 baht or higher in the degree of satisfaction with the program contents, conducting pattern, time and the overall picture. Besides, these with monthly salary range of 20,001 – 30,000 baht and those with the monthly salary of higher than 30,000 were found to have a different degree of satisfaction with the program contents, conducting pattern, time and the overall picture.