

บทที่ 5

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ฟัง

การศึกษาเรื่อง วิธีการสื่อสารผู้ดำเนินรายการ Club Friday การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ฟัง ในส่วนที่ 2 เป็นผลการศึกษาถึงพฤติกรรมกาฟัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ฟัง ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ฟังรายการ Club Friday จากแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
2. พฤติกรรมการฟังของผู้ฟัง
3. การใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการ Club Friday
4. ความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ฟังรายการ Club Friday

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติวิเคราะห์คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามต่างๆ ตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน การใช้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ฟังรายการ Club Friday

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ผลในส่วนนี้ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ นำเสนอผลการวิจัยสรุปลงในตารางดังนี้

เพศ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	118	28.1
หญิง	302	71.9
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ทั้งหมด 420 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 71.9 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 28.1

อายุ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 16 ปี	17	4.0
16 - 20 ปี	46	11.0
21 - 25 ปี	141	33.6
26 - 30 ปี	123	29.3
31 - 35 ปี	68	16.2
36 - 40 ปี	16	3.8
41 - 45 ปี	5	1.2
46 - 50 ปี	4	1.0
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้มีสัดส่วนช่วงอายุที่ค่อนข้างเกาะกลุ่ม โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือคิดเป็นร้อยละ 33.6

รองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.3 และกลุ่มอายุระหว่าง 46-50 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 1.0

สถานภาพ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	357	85.0
สมรส	45	10.7
หม้าย	7	1.7
หย่าร้าง	11	2.6
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพเป็นโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 10.7 และสถานภาพเป็นหม้ายมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.7

ระดับการศึกษา

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมปลายหรือต่ำกว่า	40	9.5
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	21	5.0
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	297	70.7
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	62	14.8
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมาคือกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 14.8 และที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 5.0



อาชีพ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	24	5.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	3.8
พนักงานบริษัทเอกชน	150	35.7
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4	1.0
นักเรียน/นักศึกษา	140	33.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ทำงานอิสระ	72	17.1
อื่นๆ	14	3.3
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ นักเรียนหรือนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 33.3 และกลุ่มที่มีอาชีพเป็นแม่บ้านหรือพ่อบ้านมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0

รายได้

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	143	34.0
10,000 - 20,000 บาท	157	37.4
20,001 - 30,000 บาท	67	16.0
30,001 - 40,000 บาท	25	6.0
มากกว่า 40,001 บาท	28	6.7
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมาคือมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.0 และรายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.0

2. พฤติกรรมการฟังของผู้ฟัง

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกสื่อที่เคยรับการปรึกษาปัญหาชีวิตรัก

สื่อที่เคยได้รับการปรึกษาปัญหาชีวิตรัก	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	211	19.2
วิทยุ	291	26.4
อินเทอร์เน็ต	225	20.4
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ พ็อคเก็ตบุ๊กส์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น	188	17.1
สื่อบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน จิตแพทย์ เป็นต้น	186	16.9
รวม	1101	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 420 คน มีการตอบทั้งหมด 1101 ครั้ง กลุ่มที่มีการปรึกษาปัญหาชีวิตรักโดยเลือกใช้สื่อวิทยุมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 20.4 และสื่อที่ใช้น้อยที่สุดคือ สื่อบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน จิตแพทย์ เป็นต้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.9

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความยาวนานในการรับฟังรายการ

ความยาวนานในการรับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	135	32.1
1 - 2 ปี	171	40.7
3 - 5 ปี	81	19.3
มากกว่า 5 ปี	33	7.9
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ฟังรายการ Club Friday มักจะฟังมาเป็นเวลา 1-2 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ ฟังมาเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.1 และที่พบจำนวนน้อยที่สุดคือ ฟังมามากกว่า 5 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 7.9

ตารางที่ 13 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการฟังรายการ

ความบ่อยครั้งในการฟัง	ความถี่	ร้อยละ
ฟังบ่อยเป็นประจำ (ทุกสัปดาห์)	131	31.2
ฟังบ้างไม่ฟังบ้าง (2-3 สัปดาห์ต่อเดือน)	218	51.9
นานๆ ฟังที (เดือนละครั้ง)	53	12.6
ได้ฟังน้อยมา (3 เดือนครั้ง หรือบังเอิญเปิดผ่านเลยฟัง)	18	4.3
รวม	420	100

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่ง เป็นกลุ่มที่ฟังรายการ Club Friday บ้างไม่ฟังบ้าง หรือ 2-3 สัปดาห์ต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ ฟังบ่อยเป็นประจำหรือฟังทุกสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 31.2 และกลุ่มที่พบเป็นจำนวนน้อยที่สุดคือ ได้ฟังรายการน้อยมาก หรือ 3 เดือนครั้ง หรือบังเอิญเปิดผ่านเลยฟัง คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้เวลาในการรับฟังในแต่ละครั้ง

การใช้เวลาในการรับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง	12	2.9
ครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง	68	16.2
1 - 1 ชั่วโมงครึ่ง	88	21.0
1 ชั่วโมงครึ่ง - 2 ชั่วโมง	252	60.0
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการฟังรายการแต่ละครั้ง หนึ่งชั่วโมงครึ่งถึงสองชั่วโมง มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการฟังหนึ่งถึงหนึ่งชั่วโมงครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 21.0 และที่พบน้อยที่สุดคือใช้เวลาในการฟังน้อยกว่าครึ่งชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.9

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางในการฟัง

ช่องทางในการฟัง	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	132	31.4
วิทยุออนไลน์/อินเทอร์เน็ต	167	39.8
เคเบิลทีวี	121	28.8
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับฟังรายการ Club Friday ทางช่องทางวิทยุออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ต เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ วิทยุ และเคเบิลทีวี คิดเป็นร้อยละ 31.4 และ 28.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมีส่วนร่วมต่างๆในรายการ

การมีส่วนร่วมในรายการ	จำนวน	ร้อยละ
เล่าเรื่องราวออกอากาศสด	22	4.6
เล่าเรื่องราวส่งทางอีเมล	44	9.2
เล่าเรื่องราวหรือแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดหรือเว็บไซต์ของรายการ	44	9.2
ส่ง sms แสดงความคิดเห็น	70	14.7
ฟังอย่างเดียว	296	62.2
รวม	476	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 420 คน มีการตอบทั้งหมด 476 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างมีการฟังอย่างเดียวเกินครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 62.2 ของการเลือกทั้งหมด เพราะฉะนั้นจำนวนการเลือกที่เหลือจึงหมายถึงการมีส่วนร่วมในรายการ ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการส่ง SMS แสดงความคิดเห็นในรายการมีจำนวนมากที่สุดของการมีส่วนร่วม คิดเป็นร้อยละ 14.7 รองลงมาคือ เล่าเรื่องราวโดยส่งทางอีเมลเข้ามาในรายการ และเล่าเรื่องราวหรือแสดงความคิดเห็นในเว็บ

บอร์ดหรือเว็บไซต์ของรายการ มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และการมีส่วนร่วมในรายการที่พบน้อยที่สุดคือ การเล่าเรื่องราวออกอากาศสด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 4.6

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกตอบเหตุผลในการฟังรายการ

เหตุผลในการฟัง	จำนวน	ร้อยละ
หมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ	78	9.2
ได้ยินผู้อื่นพูดถึงเลยลองเปิดฟังดู	77	9.1
ตามรอยภาพยนตร์เรื่อง กวน มึน โฮ	58	6.9
มีบุคคลอื่นแนะนำให้ฟัง	51	6.0
กำลังประสบปัญหาชีวิตความรัก	97	11.5
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	178	21.0
เพื่อนำข้อคิดที่ได้รับมาช่วยในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้อง	307	36.3
รวม	846	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 420 คน มีการเลือกเหตุผลในการฟังรายการ Club Friday 846 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างเลือกเหตุผลในการฟังเพื่อนำข้อคิดที่ได้รับมาช่วยในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.3 ของการเลือกทั้งหมด รองลงมาคือ ฟังเพื่อผ่อนคลายความเครียด คิดเป็นร้อยละ 21.0 และฟังเพราะมีบุคคลอื่นแนะนำให้ฟัง มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความชอบของผู้ฟัง จำแนกตามลักษณะการนำเสนอของรายการ

ลักษณะต่างๆ ของ รายการ ที่ชอบ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	X	SD	อยู่ใน ระดับ
เพลงประกอบแต่ละตอน	3 (0.7)	13 (3.1)	98 23.3	145 (34.5)	161 (38.3)	4.07	0.9	สูง
ลีลาการพูดและน้ำเสียงของดี เจ	2 (0.5)	4 (1.0)	25 (6.0)	91 (21.7)	298 (71.0)	4.62	0.69	สูงมาก
การแสดงความคิดเห็นและ ตอบปัญหาหรือไขข้อข้องใจ ของดีเจ	1 (0.2)	6 (1.4)	16 (3.8)	132 (31.4)	265 (63.1)	4.56	0.66	สูงมาก
รูปแบบรายการที่แตกต่างจาก รายการอื่น	1 (0.2)	4 (1.0)	27 (6.4)	137 (32.6)	251 (59.8)	4.51	0.68	สูงมาก
เนื้อหาของรายการที่น่าสนใจ	2 (0.5)	0 (0.0)	18 (4.3)	162 (38.6)	238 (56.7)	4.51	0.63	สูงมาก
การสัมภาษณ์บุคคลในรายการ	3 (0.7)	6 (1.4)	51 (12.1)	190 (45.2)	170 (40.5)	4.23	0.77	สูง
ช่วงเวลาที่ย่อออกอากาศ (วันศุกร์ 21.00–23.00 น.)	8 (1.9)	21 (5.0)	80 (19.0)	160 (38.1)	151 (36.0)	4.01	0.96	สูง

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความชอบในลักษณะการนำเสนอต่างๆ ของ รายการ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบลักษณะการนำเสนอลีลาการพูดและน้ำเสียงของผู้ดำเนิน รายการมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมาคือ ชอบลักษณะการนำเสนอในการแสดงความ คิดเห็นและตอบปัญหาไขข้อข้องใจของผู้ดำเนินรายการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.56 และที่ชอบลักษณะ การนำเสนอของรายการน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลาของรายการที่ย่อออกอากาศ (วันศุกร์ เวลา 21.00 – 23.00 น.) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01

3. การใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการ Club Friday

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเห็นของผู้ฟัง จำแนกตามการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการ

การใช้ประโยชน์	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	X	SD	อยู่ในระดับ
1. ทำให้ทราบเรื่องราวชีวิตความรักของคนอื่นๆ มากขึ้น	4 (1.0)	3 (0.7)	44 (10.5)	168 (40.0)	201 (47.9)	4.33	0.77	สูง
2. ช่วยให้เป็นคนทันสมัย รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์	6 (1.4)	24 (5.7)	103 (24.5)	153 (36.4)	134 (31.9)	3.92	0.96	สูง
3. ช่วยสร้างแรงบันดาลใจในการดำรงชีวิตของตน	4 (1.0)	4 (1.0)	58 (13.8)	135 (32.1)	219 (52.1)	4.34	0.82	สูง
4. ช่วยรักษาสุขภาพจิตใจที่บอบช้ำให้ดีขึ้น หรือช่วยสร้างกำลังใจให้ตนเอง	5 (1.2)	10 (2.4)	57 (13.6)	127 (30.2)	221 (52.6)	4.31	0.88	สูง
5. ช่วยให้มองเห็นตัวเอง และเข้าใจตัวเองในโลกความเป็นจริงมากขึ้น	3 (0.7)	3 (0.7)	40 (9.5)	142 (33.8)	232 (55.2)	4.42	0.75	สูง
6. ช่วยให้ได้ข้อคิดหรือมุมมองจากเรื่องราวของคนอื่น นำไปเป็นแบบอย่างปรับใช้กับชีวิตของตน และช่วยให้มีแนวทางในการแก้ปัญหาชีวิตของตนที่เป็นอุปสรรคอยู่ได้	1 (0.2)	6 (1.4)	34 (8.1)	135 (32.1)	244 (58.1)	4.46	0.73	สูง
7. ช่วยกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเองให้ดียิ่งขึ้น	4 (1.0)	9 (2.1)	90 (21.4)	145 (34.5)	172 (41.0)	4.12	0.88	สูง
8. ช่วยเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจของตนในการแสดงออกร่วมกับผู้อื่นดีขึ้น	2 (0.5)	10 (2.4)	64 (15.2)	171 (40.7)	173 (41.2)	4.20	0.82	สูง

การใช้ประโยชน์ (ต่อ)	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	X	SD	อยู่ในระดับ
9. ช่วยเป็นเพื่อนแก้เหงาได้	4 (1.0)	23 (5.5)	74 (17.6)	120 (28.6)	199 (47.4)	4.16	0.97	สูง
10. ช่วยให้เข้าใจผู้อื่นและเปิดใจยอมรับสังคมที่กว้างมากขึ้น	3 (0.7)	11 (2.6)	51 (12.1)	163 (38.8)	192 (45.7)	4.26	0.83	สูง
11. ฟังเรื่องเล่าจากบุคคลอื่น ช่วยให้ใช้เป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นได้	16 (3.8)	34 (8.1)	101 (24.0)	139 (33.1)	130 (31.0)	3.80	1.08	สูง
12. ช่วยลดปัญหาในระดับสังคมเช่น ปัญหาอาชญากรรม โศกนาฏกรรม เป็นต้น	16 (3.8)	47 (11.2)	132 (31.4)	131 (31.2)	94 (22.4)	3.57	1.07	สูง
13. เพื่อความบันเทิง ช่วยทำให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน	12 (2.9)	21 (5.0)	87 (20.7)	156 (37.1)	144 (34.4)	3.95	1.00	สูง
14. ช่วยปลดปล่อยอารมณ์หรือคลายความเครียด	5 (1.2)	21 (5.0)	88 (21.0)	139 (33.1)	167 (39.8)	4.05	0.96	สูง
15. ช่วยให้ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป	58 (13.8)	45 (10.7)	115 (27.4)	102 (24.3)	100 (23.8)	3.34	1.32	ปานกลาง
รวม						4.08	0.92	สูง

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการใช้ประโยชน์จากการฟังรายการ Club Friday ในด้านต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านช่วยให้ได้ข้อคิดหรือมุมมองจากเรื่องราวของคนอื่น นำไปเป็นแบบอย่างปรับใช้กับชีวิตของตน และช่วยให้มีแนวทางในการแก้ปัญหาชีวิตของตนที่เป็นอุปสรรคอยู่ได้ มีความเห็นมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมาคือ นำไปใช้ประโยชน์ในการช่วยให้มองเห็นตัวเอง และเข้าใจตัวเองในโลกความเป็นจริงมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.42 และการใช้ประโยชน์ในด้านช่วยให้ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไปมีความเห็นน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.34

4. ความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ฟังรายการ Club Friday
 ตารางที่ 20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเห็นของผู้ฟัง
 จำแนกตามความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ

ความพึงพอใจ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	X	SD	อยู่ใน ระดับ
1. รู้สึกพอใจที่ได้ฟังเรื่องราวชีวิต ความรักของคนอื่น หรือพอใจที่ได้ ฟังประสบการณ์ของคนอื่น	5 (1.2)	6 (1.4)	79 (18.8)	166 (39.5)	164 (39.0)	4.14	0.85	สูง
2. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้วทำให้ ตนเองทันสมัย	26 (6.2)	35 (8.3)	141 (33.6)	113 (26.9)	105 (25.0)	3.56	1.13	สูง
3. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้ว สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการ ดำรงชีวิตของตนได้	4 (1.0)	7 (1.7)	59 (14.0)	164 (39.0)	186 (44.3)	4.24	0.82	สูง
4. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้ว สามารถรักษาสภาพจิตใจที่บอบช้ำ ให้ดีขึ้น หรือช่วยสร้างกำลังใจให้ ตนเองได้	5 (1.2)	15 (3.6)	55 (13.1)	137 (32.6)	208 (49.5)	4.26	0.90	สูง
5. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้ว สามารถมองเห็นตัวเองและเข้าใจ ตัวเองในความเป็นจริงได้	3 (0.7)	7 (1.7)	45 (10.7)	149 (35.5)	216 (51.4)	4.35	0.79	สูง
6. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้ว สามารถได้ข้อคิดหรือมุมมองจาก เรื่องราวของคนอื่นแล้วสามารถ นำไปเป็นแบบอย่างปรับใช้กับชีวิต ของตนได้	0 (0.0)	7 (1.7)	41 (9.8)	139 (33.1)	233 (55.5)	4.42	0.74	สูง
7. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้ว สามารถกระตุ้นให้เกิดความ กระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเองให้ดี ยิ่งขึ้น	3 (0.7)	14 (3.3)	67 (16.0)	162 (38.6)	174 (41.4)	4.17	0.86	สูง
8. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้ว สามารถเสริมความคิดเห็น หรือ สนับสนุนการตัดสินใจของตนใน การแสดงออกร่วมกับผู้อื่นดีขึ้น	6 (1.4)	12 (2.9)	80 (19.0)	159 (37.9)	163 (38.8)	4.10	0.90	สูง

ความพึงพอใจ (ต่อ)	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	อยู่ในระดับ
9. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้วใช้เป็นเพื่อนยามเหงาได้	10 (2.4)	20 (4.8)	85 (20.2)	132 (31.4)	173 (41.2)	4.04	1.00	สูง
10. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้วสามารถเข้าใจผู้อื่นและเปิดใจยอมรับสังคมที่กว้างมากขึ้น	1 (0.2)	13 (3.1)	64 (15.2)	156 (37.1)	186 (44.3)	4.22	0.83	สูง
11. รู้สึกพอใจที่ฟังเรื่องเล่าจากคนอื่นแล้วใช้เป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นได้	17 (4.0)	35 (8.3)	114 (27.1)	131 (31.2)	123 (29.3)	3.73	1.10	สูง
12. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้วสามารถลดปัญหาในระดับสังคมได้ เช่น ปัญหาอาชญากรรม โศกนาฏกรรม เป็นต้น	18 (4.3)	40 (9.5)	130 (31.0)	123 (29.3)	109 (26.0)	3.63	1.10	สูง
13. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้วมีความสนุกสนานเพลิดเพลิน	8 (1.9)	22 (5.2)	83 (19.8)	141 (33.6)	166 (39.5)	4.04	0.99	สูง
14. รู้สึกพอใจที่ได้ปลดปล่อยอารมณ์จากการฟังรายการหรือคลายความเครียด	7 (1.7)	18 (4.3)	86 (20.5)	138 (32.9)	171 (40.7)	4.07	0.96	สูง
15. รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้วใช้ฆ่าเวลาได้	46 (11.0)	44 (10.5)	100 (23.8)	107 (25.5)	123 (29.3)	3.52	1.31	สูง
รวม						4.03	0.95	สูง

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในการฟังรายการ Club Friday โดยรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยมีความพึงพอใจที่ฟังรายการแล้วสามารถได้ข้อคิดหรือมุมมองจากเรื่องราวของคนอื่นแล้วสามารถนำไปเป็นแบบอย่างและปรับใช้กับชีวิตของตนได้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาคือ รู้สึกพอใจที่ฟังรายการแล้วสามารถมองเห็นตัวเองและเข้าใจตัวเองในความเป็นจริงได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.35 และสำหรับผู้ฟังที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือ ฟังพอใจที่ฟังรายการแล้วใช้ฆ่าเวลาได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน การใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการ Club Friday มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ฟังรายการ Club Friday

ตารางที่ 21 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการใช้ประโยชน์ กับ ความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ฟังรายการ Club Friday

ตัวแปร / ค่าสถิติ	ความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ฟังรายการ		
	จำนวน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการ	420	0.856***	0.000

***.มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 21 พบว่า การใช้ประโยชน์จากการฟังรายการ Club Friday และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ฟังรายการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 และเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวก กล่าวคือ กลุ่มผู้ฟังที่มีการใช้ประโยชน์จากการฟังรายการมาก ก็จะได้รับ ความพึงพอใจจากการฟังรายการมากตามไปด้วย และในทางตรงกันข้าม หากกลุ่มผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์จากการฟังรายการน้อย ก็จะได้รับ ความพึงพอใจจากการฟังรายการน้อยเช่นกัน และพบว่า ความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ในระดับสูงมาก