

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันมนุษย์เราอยู่ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคมได้มีการพัฒนาอย่างสูงจนทำให้เกิด CYBER SOCIETY สังคมสื่อสารที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) การสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunications) และสื่อสารมวลชนสมัยใหม่ (New Mass Media) เทคโนโลยีทางด้านการติดต่อสื่อสารโทรคมนาคม อย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) เป็นอุปกรณ์ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เริ่มแรกมีจุดประสงค์เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารทางเสียงเท่านั้น แต่ในปัจจุบันนี้จุดประสงค์ของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นอุปกรณ์ไร้สายที่สามารถใช้รับส่งข้อมูลข่าวสาร (Mobile Multimedia) ขอบเขตความสามารถในการติดต่อพูดคุยทางโทรศัพท์เคลื่อนที่กว้างขึ้น และเป็นไปอย่างสะดวกมากขึ้น เนื่องจากสามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันภายใต้แนวคิดของกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) อันเป็นผลให้สังคมโลกในปัจจุบันมีความต้องการการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น ทำให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีในด้านการสื่อสารอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการสมัยใหม่ในโลกไร้พรมแดน

สำหรับในประเทศไทยการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนไทยในปัจจุบัน ได้แพร่หลายในกลุ่ม คนหลาย ๆ ระดับ ตั้งแต่ นักเรียน – นักศึกษา กลุ่มคนทำงาน หลายหลายอาชีพ พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปด้วย ทั้งที่มีความจำเป็นเพื่อเป็น อุปกรณ์สื่อสารในการทำงาน หรือ มีไว้เพื่อใช้ประโยชน์โดยทั่วไปในการติดต่อสื่อสาร จากการศึกษาและสำรวจพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครปี 2546 พบว่าบริการเสริมที่ประชาชนเคยใช้บริการมากที่สุดได้แก่การรับส่งข้อความสั้น (SMS : Short Message Service) และปัจจุบันกล่าวได้ว่ากระแสบริการส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กลายเป็นบริการที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้โทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นตามลำดับ นอกเหนือจากบริการโทรออก-รับสายซึ่งเป็นบริการพื้นฐานทั่วไป

การพัฒนารูปแบบใช้ข้อความสั้นในประเทศไทย จากเดิมซึ่งเป็นเพียงช่องทาง สื่อสาร สำหรับส่งข้อความจากโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อสื่อสารไปยังผู้ใช้โทรศัพท์หมายเลขอื่น ๆ กลายเป็น เครื่องมือการตลาดที่น่าจับตามองในช่วง 3 - 5 ปีที่ผ่านมา เมื่อมีสินค้าและบริการ หลากหลาย รูปแบบใช้เอสเอ็มเอสเป็นสื่อกลางการตลาดรูปแบบใหม่โดยข้อความสั้นได้แพร่เข้าสู่สินค้าและ บริการประเภทอื่น ๆ เช่น ส่งรหัสข้อความชิงรางวัลจากสินค้า ส่งข้อความ เพื่อดาวนโหลดโลโก้ ริง โทน หรือ ส่งข้อความเล่นเกมชิงรางวัลในรายการโทรทัศน์ หรือรายการวิทยุ

ในส่วนของการรายการวิทยุความนิยมอย่างสูงในการสื่อสารผ่านข้อความสั้น ทำให้ รูปแบบการสื่อสารของรายการต่าง ๆ ที่นำเสนอเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารจากการสื่อสาร ทางเดียว (One Way Communication) มาเป็นการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive Communication) ที่สามารถสื่อสาร กับผู้ฟัง หรือเปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถมีส่วนร่วมกับการ รายการอย่างรวดเร็วจับใจ เกิดความ ใกล้ชิด สะดวกและทันสมัยมากขึ้น ซึ่งหากศึกษาจากวิวัฒนาการของ การสื่อสารของสื่อวิทยุในประเทศไทยจะพบว่า การสื่อสารระหว่างผู้ดำเนินรายการ และผู้ฟังใน ระยะแรกจะมีลักษณะของการสื่อสารทางเดียวอย่างชัดเจน มีเพียงการใช้ จดหมายซึ่งเป็นการ สื่อสารที่ค่อนข้างจะล่าช้า ต่อมาเมื่อมีเทคโนโลยีของการสื่อสารโทรคมนาคมพัฒนาขึ้น โทรศัพท์ จึงกลายเป็นช่องทางการสื่อสารที่สะดวก และ รวดเร็วในการสื่อสารระหว่างผู้จัดรายการ และผู้ฟัง ส่วนการสื่อสารในลักษณะของข้อความสั้นนั้นเริ่มมีมานานกว่า 40 ปีแล้ว โดยในยุคแรกคือการ สื่อสารผ่าน เพจเจอร์ (Pager) จนเมื่อโทรศัพท์มือถือกลายเป็นเครื่องมือ สื่อสารที่แพร่หลายและมี ราคาถูกลงมากขึ้น การส่งข้อความสั้น (SMS) ซึ่งเป็นบริการพื้นฐาน ต่อเนื่องของโทรศัพท์เคลื่อนที่ อันมีฟังก์ชันการทำงานไม่ซับซ้อนมากนัก และง่ายต่อการใช้งาน สำหรับผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จึง กลายเป็นอีกหนึ่งช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ได้รับความนิยม

ข้อความสั้น หรือ SMS (Short Message) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของ รายการวิทยุ ทั้งนี้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการวิทยุในรูปแบบของปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) เพื่อวัด และ ตรวจสอบปริมาณความนิยมของผู้ฟังรายการวิทยุในรูปแบบของการส่งข้อความสั้น เข้ามาในรายการวิทยุเพื่อพูดคุย แสดงความคิดเห็น หรือ การตอบคำถามเพื่อชิงรางวัล ในรายการ นอกจากนี้ยังเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความสนุกสนาน ตื่นเต้นให้กับรายการ รวมไปถึง การเพิ่มรายได้ให้กับรายการจากข้อความสั้น ที่ผู้ฟังรายการส่งเข้ามาในรายการอีกด้วย จากการ สัมภาษณ์ของผู้ศึกษาพบว่า รายการวิทยุที่ออกอากาศในปัจจุบันเกือบทุกรายการมีการนำระบบการ สื่อสารด้วยข้อความสั้นมาใช้ในการสื่อสารกับผู้ฟัง นอกเหนือจากการสื่อสารด้วยโทรศัพท์

เรื่องของการสื่อสารผ่านเอสเอ็มเอสในรายวิทยุเริ่มแรกเกิดจาก Sponsor ผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์มือถือต้องการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์ ใช้บริการส่งข้อความสั้นเอสเอ็มเอสจาก โทรศัพท์มือถือมากขึ้น เลยมีกิจกรรม ร่วมสนุกชิงรางวัลด้วยการส่งข้อความสั้นหรือเอสเอ็มเอส ขึ้นมาในรายการวิทยุ จากนั้นเอสเอ็มเอสก็ขยายวงขึ้นกลายเป็นช่องทางใหม่ของการสื่อสารไป ผู้ฟัง บางคนอยากแสดงความคิดเห็น อยากพูดคุยกับผู้จัดรายการ หรืออยากขอ เพลงแต่โทรศัพท์ มาไม่ติดก็ฝากเป็นเอสเอ็มเอสเข้ามาแทน ก็สะดวกมากขึ้น ส่วนทางรายการเองก็สะดวก เพราะการประมวลผลเพื่อหาผู้โชคดีสามารถใช้ ระบบ Computer ที่จะ Random หาผู้โชคดีได้โดยอัตโนมัติไม่ต้องมารับ สายโทรศัพท์ที่ละสายและใช้เวลานานเพื่อเก็บข้อมูลผู้ฟังเหมือนเมื่อก่อน ทำให้การร่วมสนุกกว้างขึ้นสะดวกขึ้น และจำนวนผู้ร่วมสนุกมากขึ้น (นฤทธิ พันธุเมธา, สัมภาษณ์)

ด้วยความสามารถทางเทคโนโลยีอาจกล่าวได้ว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่กลายเป็นอุปกรณ์ สื่อสารที่เพิ่มขีดความสามารถในตัวของมันเองเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนมีฟังก์ชันการใช้งานหลายรูปแบบ นอกจากใช้เป็นโทรศัพท์สำหรับการสื่อสารแล้ว โทรศัพท์มือถือหลาย ๆ รุ่นยังสามารถเป็นกล้อง ถ่าย ภาพ พร้อม ๆ กับการรับฟังวิทยุระบบFM.ในตัว และด้วยความสะดวกสบายของการรับฟัง วิทยุจาก โทรศัพท์มือถืออาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้รับฟังจะสามารถสื่อสารผ่านข้อความสั้นไปถึง รายการที่ตนรับฟังได้รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีการร่วมสนุกเพื่อชิงรางวัลที่เกือบทุกรายการ จะสรรหาของรางวัลเพื่อดึงดูดใจผู้ฟัง อันเป็นปรากฏการณ์ใหม่อย่างหนึ่งของวงการหน้าปัดวิทยุ ซึ่ง กลายเป็นหัวข้อทางสังคมที่ได้รับการถกเถียงในวงกว้าง และ ถูกโจมตีว่าไม่สร้างสรรค์เนื่องจาก ผู้ ส่งข้อความถูกชักจูงด้วยของรางวัลล่อใจและต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง เพราะผู้ส่งข้อความจำนวนมาก ไม่ทราบอัตราค่าบริการในการส่งข้อความสั้น และแม้ในที่สุดจะมีการกำหนดกรอบ กฎหมาย และมาตรการควบคุมเพื่อให้การส่งข้อความสั้นในสื่อวิทยุ-โทรทัศน์มีความ โปร่งใส ถูกต้อง และ เป็นธรรมมากขึ้น แต่ข้อความสั้นก็ยังคงเป็นช่องทางการสื่อสารที่ ได้รับความนิยมจากผู้ฟัง จำนวนมาก

ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาว่า เมื่อพิจารณาปรากฏการณ์ของ พฤติกรรมการสื่อสารด้วย ข้อความสั้น การคาดหวัง และความพึงพอใจของบุคคลโดยใช้ทฤษฎีการสื่อสารเช่น ทฤษฎีการใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratifications Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ใช้สำหรับ การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ นั้น จะสามารถช่วยอธิบายได้

หรือไม่ว่า บุคคลใช้การสื่อสารด้วยข้อความสั้นเพื่ออะไร มีความคาดหวังในการสื่อสาร อย่างไร และ ได้รับในสิ่งที่ต้องการหรือคาดหวังหลังจากการสื่อสารหรือไม่ ซึ่งผู้ศึกษาจะได้นำผลการศึกษาไปเป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการวิทยุ และเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบรายการ และระบบการสื่อสารผ่านข้อความสั้นในรายการวิทยุ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และการคาดหวังของผู้ฟัง กลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

ปัญหานำวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่ส่งข้อความสั้นเป็นอย่างไร
2. ประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่ส่งข้อความสั้นมีความคาดหวังในการส่งข้อความสั้นอย่างไร
3. พฤติกรรมการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
4. ประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่ส่งข้อความสั้นมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นอย่างไร
5. ความคาดหวังของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นอย่างไร
6. ความคาดหวังของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่ส่งข้อความสั้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้นอย่างไร
7. พฤติกรรมการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่ส่งข้อความสั้น
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคาดหวังในการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร กับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้น

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคาดหวัง และ ความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร

7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร กับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นแตกต่างกัน

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นแตกต่างกัน

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นแตกต่างกัน

4. การคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการการส่งข้อความสั้น

5. การความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น

6. พฤติกรรมการการส่งข้อความสั้นของการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น

ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ฟังรายการวิทยุที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเคยส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุอย่างน้อย 1 ครั้งเท่านั้น เนื่องจากประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความใกล้ชิดกับสื่อวิทยุ และโทรศัพท์มือถือมากกว่าประชาชนในเขตต่างจังหวัด และการศึกษาวิจัยครั้งนี้อาศัยแหล่งข้อมูลในชั้นปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาตลอดจนรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม 2549 - เดือนกุมภาพันธ์ 2550 สถานที่เก็บข้อมูลคือแหล่งชุมชนเช่น ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงานใหญ่

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของประชาชนแต่ละคน ซึ่งในที่นี้หมายถึงลักษณะทางกายภาพของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และการใช้โทรศัพท์มือถือ

ข้อความสั้น (short – message) หมายถึง ข้อความหรือสารที่เป็นตัวอักษร หรือตัวเลขที่ผู้ส่งสารส่งถึงผู้รับโดยผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งในที่นี้หมายถึงข้อความที่ผู้ฟังรายการวิทยุส่งถึงนักจัดรายการ หรือ รายการวิทยุ

พฤติกรรมการส่งข้อความสั้น หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลในการสื่อสารผ่านรายการวิทยุโดยการส่งข้อความสั้นจากโทรศัพท์มือถือซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาถึง ความถี่ในการส่งข้อความสั้น ช่วงเวลาในการส่งข้อความสั้น ประเภทของรายการที่มีการส่งข้อความสั้น

รายการวิทยุ หมายถึง รายการวิทยุที่กระจายเสียงด้วยระบบความถี่เอ็ฟเอ็มเอสเตอริโอทุกคลื่น ที่นำเอาระบบการสื่อสาร และ ระบบประมวลผลการส่งข้อความสั้นเข้ามาใช้ในการสื่อสารกับผู้ฟังนอกเหนือจากการใช้เครื่องมือสื่อสารพื้นฐานอย่างโทรศัพท์ และ โทรสาร โดยการสื่อสารเป็นไปในรูปแบบของการขอเพลง ถามตอบปัญหา แสดงความคิดเห็น การให้คะแนน การร่วมกิจกรรมเพื่อชิงรางวัล

การคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น หมายถึง ความคาดหวัง และ ความต้องการที่ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครคิดว่าตนจะได้รับจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ ได้แก่ การได้รับรางวัลในรูปแบบของเงิน ของรางวัล หรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ ดีเจเปิดเพลงตามที่ส่ง

ข้อความไป พิธีกรหรือดีเจประกาศชื่อ หรืออ่านข้อความในรายการ พิธีกรหรือดีเจกล่าวชื่นชม หรือขอบคุณในรายการ การได้รับคำตอบ ความรู้ หรือความช่วยเหลือตามที่ต้องการ การเป็นที่จดจำของพิธีกร ดีเจ หรือในหมู่ผู้ฟังรายการคนอื่น ๆ ความสนุกสนาน ตื่นเต้น จากการร่วมสนุกชิงรางวัล ผลการตัดสิน หรือการแพ้-ชนะในรายการเป็นไปตามที่ต้องการ ได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือผ่อนคลายความเครียด รายการวิทยุจะสามารถสื่อสารข้อความ ความรู้สึก หรือความคิดไปถึงผู้อื่นได้ การได้รับการยอมรับหรือชื่นชมจากคนรอบข้างเมื่อได้รับรางวัล หรือเมื่อมีการประกาศชื่อในรายการ การมีส่วนช่วยให้ผู้อื่นได้รับความรู้ คำตอบ หรือความช่วยเหลือ ข้อความที่ส่งไปได้รับความสนใจมากกว่าการโทรศัพท์เข้าไปในรายการ ความรู้สึกเป็นผู้ทันสมัย เมื่อผู้อ่านได้รับข้อความที่ส่งไปและความสามารถในการแสดงตัวตน ความคิดเห็น หรือความรู้สึกในข้อความสั้นได้อย่างเต็มที่

ความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น หมายถึง ความคิดเห็นที่ผู้ฟังระบุว่าได้รับสิ่งที่คาดหวังต้องการ จากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ ได้แก่ การได้รับรางวัลในรูปแบบของเงินของรางวัล หรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ ดีเจเปิดเพลงตามที่ส่งข้อความไป พิธีกรหรือดีเจประกาศชื่อ หรืออ่านข้อความในรายการ พิธีกรหรือดีเจกล่าวชื่นชม หรือขอบคุณในรายการ การได้รับคำตอบ ความรู้ หรือความช่วยเหลือตามที่ต้องการ การเป็นที่จดจำของพิธีกร ดีเจ หรือในหมู่ผู้ฟังรายการคนอื่น ๆ ความสนุกสนาน ตื่นเต้น จากการร่วมสนุกชิงรางวัล ผลการตัดสิน หรือการแพ้-ชนะในรายการเป็นไปตามที่ต้องการ ได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือผ่อนคลายความเครียด รายการวิทยุจะสามารถสื่อสารข้อความ ความรู้สึก หรือความคิดไปถึงผู้อื่นได้ การได้รับการยอมรับ หรือ ชื่นชมจากคนรอบข้างเมื่อได้รับรางวัล หรือ เมื่อมีการประกาศชื่อในรายการ การมีส่วนช่วยให้ผู้อื่นได้รับความรู้ คำตอบ หรือ ความช่วยเหลือ ข้อความที่ส่งไปได้รับความสนใจมากกว่าการโทรศัพท์เข้าไปในรายการ ความรู้สึกเป็นผู้ทันสมัยเมื่อผู้อ่านได้รับข้อความที่ส่งไป และสามารถแสดงตัวตน ความคิดเห็น หรือ ความรู้สึกในข้อความสั้นได้อย่างเต็มที่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมความคาดหวัง และความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้น

2. ผลการวิจัยจะทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการส่งข้อความสั้น การคาดหวัง และความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้น ซึ่งสามารถนำไปปรับปรุงรูปแบบของรายการ วิทยุ และการสื่อสารผ่านข้อความสั้นในรายการวิทยุให้ตรงกับความต้องการของประชาชนได้

3. เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use & Gratifications Theory)

