

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ความคาดหวัง และ ความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

#### รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยจะเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face Interview)

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 50 ปี โดยจะต้องเป็นผู้ที่รับฟังรายการวิทยุและเคยส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุอย่างน้อย 1 ครั้ง จากพื้นที่การปกครองของกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น 50 เขต โดยการกำหนดอายุของประชากรเป็นผู้ที่มีอายุ 15-50 ปี เนื่องจากผู้วิจัยคาดว่าประชากรกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุ และ โทรศัพท์มือถือ รวมถึงใช้บริการการส่งข้อความในการสื่อสาร ดังนั้นเป็นช่วงอายุที่ผู้ศึกษาคาดว่าจะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุมากที่สุด

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2547) รายงานผลการวิจัยสำรวจพฤติกรรมการส่งข้อความสั้น (SMS) เพื่อร่วมสนุกในรายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์ปี 2547 ของ พบว่า การใช้ข้อความสั้น (SMS) ในประเทศไทยที่มีมากกว่า 100,000,000 ข้อความต่อเดือน และร้อยละ 32.20 ของผู้ใช้โทรศัพท์ เคลื่อนที่ที่เคยส่งข้อความร่วมสนุกกับรายการวิทยุ-รายการโทรทัศน์ และในส่วนของการศึกษาเกี่ยวกับอายุของผู้ใช้ข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า กลุ่มอายุ 21-30 ปี เป็นกลุ่มที่มีปริมาณการส่งข้อความสั้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.50

### กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสถิติของ Taro Yamane (1967) จากจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด 50 เขตพื้นที่ปกครองมีจำนวน 5,634,132 คน (สถิติประชากรจากทะเบียนเนื้อที่ ความหนาแน่น และ บ้าน จำแนกตามภาค-จังหวัด พ.ศ. 2547 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ) ใช้ตารางสถิติในระดับความเชื่อมั่น 94% โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 6% จากตารางสำเร็จรูปของ Yamane พบว่า จำนวนประชากรที่มากกว่า 100,000 คนขึ้นไปจะต้องใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 270 ตัวอย่าง ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงทำการศึกษาโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 50 ปี โดยจะต้องเป็นผู้ที่รับฟังรายการวิทยุและเคยส่งข้อความสั้น ผ่านรายการวิทยุอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 300 คน

### การสุ่มตัวอย่าง

เทคนิคการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง หรือการสุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในงานศึกษาวิจัยเรื่องการคาดหวัง และ ความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้เลือกใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความ น่าจะเป็น (Non Probability Sampling) แบบหลายขั้นตอนดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Cluster Sampling) การสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนจากเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 3กลุ่มเขต ตามเกณฑ์การแบ่งของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ๓ ได้แก่กลุ่มเขตเมือง กลุ่มเขตต่อเมือง และ กลุ่มเขตชานเมือง ดังนี้

1.1 กลุ่มเขตเมือง ประกอบด้วย 14 เขตคือ เขตพระนคร เขตสัมพันธวงศ์ เขต ป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตดินแดง

1.2 กลุ่มเขตต่อเมือง ประกอบด้วย 26 เขตคือ เขตยานนาวา เขตประเวศ เขตสาทร เขตบางกะปิ เขตพระโขนง เขตบางนา เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางเขน เขตสายไหม เขตดอนเมือง เขตสะพานสูง เขตบางคอแหลม เขตหลักสี่ เขตลาดพร้าว เขตจตุจักร เขตบึงกลุ่ม เขตคันนาราม เขตบางพลัด เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตทุ่งครุ เขตราชพฤกษ์ และเขตสวนหลวง

1.3 กลุ่มเขตชานเมือง ประกอบด้วย 10 เขตคือ เขตหนองจอก เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตลาดกระบัง เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา และเขตหนองแขม

จากจำนวนเขตการปกครองทั้งหมด 50 เขตเลือก 15 เขตจาก 3 กลุ่มเขตที่กำหนดไว้ (สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 30% จากจำนวนประชากรทั้งหมด) จะได้สัดส่วนของการเลือกในแต่ละกลุ่มเขตดังนี้

- กลุ่มเขตเมือง มีสัดส่วนการเลือกเท่ากับ  $(15 \times 14) \div 50 = 4.2$   
4 เขตโดยเฉลี่ย
- กลุ่มเขตต่อเมือง มีสัดส่วนการเลือกเท่ากับ  $(15 \times 26) \div 50 = 7.8$   
8 เขตโดยเฉลี่ย
- กลุ่มเขตชานเมืองมีสัดส่วนการเลือกเท่ากับ  $(15 \times 10) \div 50 = 3$   
3 เขต

2. การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เมื่อได้สัดส่วนการเลือกของแต่ละกลุ่มเขตเรียบร้อยแล้ว จึงใช้การจับสลากเพื่อหาเขตที่เป็นกลุ่มตัวแทนสำหรับการศึกษาวิจัย ซึ่งได้ผลดังนี้

2.1 กลุ่มเขตเมือง 4 เขต ได้แก่ เขตพญาไท เขตปทุมวัน เขตพระนคร และเขตสัมพันธวงศ์

2.2 กลุ่มเขตต่อเมือง 8 เขต ได้แก่ เขตสาทร เขตบางเขน เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตลาดพร้าว เขตจตุจักร เขตบางกะปิ และเขตบางแค

2.3 กลุ่มเขตชานเมือง 3 เขต ได้แก่ เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา และเขตหนองแขม

3. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling and Accidental Sampling) ขั้นตอนสุดท้ายของการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดวิธีการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสถานที่ในการแจกแบบทดสอบในแต่ละเขตซึ่งคาดว่าจะมีกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาอยู่เป็นจำนวนมาก เช่นสถานที่ราชการ อาคารสำนักงาน สถาบันการศึกษา และห้างสรรพสินค้า จากนั้นใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง นั่นคือเลือกแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนประชากรในการศึกษา คือ เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่รับฟังรายการวิทยุ และ เคยส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุอย่างน้อย 1 ครั้ง

### ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้จำแนกตัวแปรตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยแบ่งตัวแปรออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่จะมีการคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และ การใช้โทรศัพท์มือถือ

ตัวแปรตาม การคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และ การใช้โทรศัพท์มือถือ

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการการส่งข้อความสั้น เช่นความถี่ในการส่ง ช่วงเวลาในการส่ง ประเภทของรายการที่ส่งข้อความสั้น และเหตุผลและแรงจูงใจ

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครจะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และ การใช้โทรศัพท์มือถือ

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น

สมมติฐานที่ 4 การคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ

ตัวแปรอิสระ การคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการการส่งข้อความสั้น เช่นความถี่ในการส่ง ช่วงเวลาในการส่ง ประเภทของรายการที่ส่งข้อความสั้น และเหตุผลและแรงจูงใจ

สมมติฐานที่ 5 การความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ

ตัวแปรอิสระ การคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ

สมมติฐานที่ 6 พฤติกรรมการการส่งข้อความสั้นของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ

ตัวแปรอิสระ พฤติกรรมการการส่งข้อความสั้น เช่นความถี่ในการส่ง ช่วงเวลาในการส่ง ประเภทของรายการที่ส่งข้อความสั้น และเหตุผลและแรงจูงใจ

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ

### **นิยามตัวแปรระดับปฏิบัติการ**

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของประชาชนแต่ละคน ซึ่งในที่นี้หมายถึงลักษณะทางกายภาพของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และการใช้โทรศัพท์มือถือ

พฤติกรรมการส่งข้อความสั้น (SMS) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลในการสื่อสารผ่านรายการวิทยุโดยการส่งข้อความสั้น (SMS) จากโทรศัพท์มือถือซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาถึงความถี่ในการส่งข้อความสั้น ช่วงเวลาในการส่งข้อความสั้น ประเภทของรายการที่มีการส่งข้อความสั้น

ความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น (SMS) หมายถึงความคาดหวัง และ ความต้องการที่ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครคิดว่าตนจะได้รับจากการส่งข้อความสั้น (SMS) ในรายการวิทยุ ได้แก่ การได้รับรางวัลในรูปแบบของเงิน ของรางวัล หรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ ดี เจ เป็ดเพลงตามที่ตั้งข้อความไป, พิธีกร หรือ ดีเจ ประกาศชื่อ หรืออ่านข้อความในรายการ พิธีกร หรือ ดีเจ กล่าวชื่นชม หรือ ขอบคุณในรายการ, การได้รับคำตอบ ความรู้ หรือความช่วยเหลือตามที่ต้องการ, การเป็นที่จดจำของพิธีกร ดีเจ หรือ ในหมู่ผู้ฟังรายการคนอื่น ๆ ความสนุกสนาน ตื่นเต้น จากการร่วมสนุกชิงรางวัล ผลการตัดสิน หรือการแพ้ – ชนะในรายการเป็นไปตามที่ต้องการ, ได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือผ่อนคลายความเครียด, รายการวิทยุจะสามารถสื่อสารข้อความ ความรู้สึก หรือความคิดไปถึงผู้อื่นได้ การได้รับการยอมรับ หรือ ชื่นชมจากคนรอบข้างเมื่อได้รับรางวัล หรือ เมื่อมีการประกาศชื่อในรายการ การมีส่วนช่วยให้ผู้อื่นได้รับความรู้ คำตอบ หรือ ความช่วยเหลือ, ข้อความที่ส่งไปได้รับความสนใจมากกว่าการโทรศัพท์เข้าไปในรายการ ความรู้สึกเป็นผู้ทันสมัยเมื่อผู้อ่านได้รับข้อความที่ส่งไป และ ความสามารถในการแสดงตัวตน ความคิดเห็น หรือ ความรู้สึกในข้อความสั้นได้อย่างเต็มที่



ความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น (SMS) หมายถึง ความคิดเห็นที่ผู้ฟังระบุว่าได้รับสิ่งที่คาดหวังต้องการ จากการส่งข้อความสั้น (SMS) ในรายการวิทยุ ได้แก่ การได้รับรางวัลในรูปแบบของเงิน ของรางวัล หรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ ดีเจเปิดเพลงตามที่ส่งข้อความไป, พิธีกร หรือ ดีเจ ประกาศชื่อ หรืออ่านข้อความในรายการ พิธีกร หรือ ดีเจ กล่าวชื่นชม หรือ ขอบคุณในรายการ, การได้รับคำตอบ ความรู้ หรือความช่วยเหลือตามที่ต้องการ, การเป็นที่จดจำของพิธีกร ดีเจ หรือ ในหมู่ผู้ฟังรายการคนอื่น ๆ ความสนุกสนาน ตื่นเต้น จากการร่วมสนุกชิงรางวัล, ผลการตัดสินใจ หรือการแพ้ – ชนะในรายการเป็นไปตามที่ต้องการ ได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือ ผ่อนคลายความเครียด, รายการวิทยุจะสามารถสื่อสารข้อความ ความรู้สึก หรือความคิดไปถึงผู้อื่นได้, การได้รับการยอมรับ หรือ ชื่นชมจากคนรอบข้างเมื่อได้รับรางวัล หรือ เมื่อมีการประกาศชื่อในรายการ, การมีส่วนช่วยให้ผู้อื่นได้รับความรู้ คำตอบ หรือ ความช่วยเหลือ, ข้อความที่ส่งไปได้รับความสนใจมากกว่าการโทรศัพท์เข้าไปในรายการ ความรู้สึกเป็นผู้ทันสมัยเมื่อผู้อ่านได้รับข้อความที่ส่งไป และสามารถแสดงตัวตน ความคิดเห็น หรือ ความรู้สึกในข้อความสั้นได้อย่างเต็มที่

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ทำการเก็บแบบสอบถาม และ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to Face-Interview) ซึ่งแบบสอบถามจะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบบมีตัวเลือก คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) และคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คำถามในแบบสอบถาม จะครอบคลุมและสอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัย โดยจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน อาชีพ และการใช้โทรศัพท์มือถือ จำนวน 6 ข้อคำถาม ข้อความที่ใช้วัดตัวแปรคุณลักษณะทางประชากร ได้แก่

1. เพศ แบ่งออกเป็น
  - เพศชาย
  - เพศหญิง

2. อายุ แบ่งออกเป็น
  - 15 – 20 ปี
  - 21 – 30 ปี
  - 31 – 40 ปี
  - 41 – 50 ปี
3. ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น
  - ต่ำกว่ามัธยมศึกษา
  - มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า
  - อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า
  - ปริญญาตรี
  - สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ แบ่งออกเป็น
  - นักเรียน/นักศึกษา
  - รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
  - พนักงานบริษัทเอกชน
  - กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ
  - แม่บ้าน
  - รับจ้าง
  - ว่างงาน/กำลังหางาน
  - อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_
5. รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน แบ่งออกเป็น
  - ต่ำกว่า 5,000 บาท
  - 5,001 – 10,000 บาท
  - 10,001 – 20,000 บาท
  - 20,001 – 30,000 บาท
  - สูงกว่า 30,000 บาท
6. การใช้โทรศัพท์มือถือ
  - 6.1 มีโทรศัพท์มือถือเป็นของตัวเอง
    - มี
    - ไม่มี

## 6.2 โทรศัพท์มือถือมีระบบวิทยุในตัว

- มี
- ไม่มี

## 6.3 การใช้บริการข้อความสั้น (SMS) จากโทรศัพท์มือถือ

- เป็นประจำ
- นาน ๆ ครั้ง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้น ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับความถี่ในการส่ง ช่วงเวลาในการส่ง ประเภทของรายการที่ส่งข้อความ รวมถึง เหตุผลและแรงจูงใจในการส่งข้อความ ซึ่งคำถามในเรื่องของเหตุผลและแรงจูงใจนี้ไม่ได้นำมาทดสอบสมมติฐานแต่ใช้ประกอบการอภิปรายผลเท่านั้น จำนวน 4 ข้อคำถาม ข้อความเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ ประกอบด้วยข้อคำถามดังต่อไปนี้

### 1. ความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุใน 1 สัปดาห์ ได้แก่

- 1-3 ข้อความ
- 4-6 ข้อความ
- 7-9 ข้อความ
- 10-12 ข้อความ
- มากกว่า 12 ข้อความขึ้นไป

### 2. ช่วงเวลาที่ส่งข้อความสั้น ได้แก่

- 04.00น. – 08.00น.
- 08.00น. – 12.00น.
- 12.00น. – 15.00น.
- 15.00น. – 19.00น.
- 19.00น. – 24.00น.
- 24.00น. – 04.00น.

### 3. ประเภทของรายการที่ส่งข้อความสั้น ได้แก่

- รายการเล่าข่าว หรือสนทนาข่าว
- รายการวิเคราะห์ข่าว
- รายการข่าวเจาะจร
- รายการเพื่อการศึกษา



- รายการสนทนา
- รายการเพลง
- รายการกีฬา
- รายการอื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกระดับของความคาดหวังว่าอยู่ระดับใด ใน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 1 ข้อคำถาม (15 คำถามย่อย) ข้อความเกี่ยวกับการคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุได้แก่

1. การได้รับรางวัลในรูปแบบของเงิน ของรางวัล หรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ
  2. ดีเจจะเปิดเพลงตามที่ท่านได้ส่งข้อความไป
  3. พิธีกร หรือ ดีเจ ประกาศชื่อ หรืออ่านข้อความของท่านในรายการ
  4. พิธีกร หรือ ดีเจ กล่าวชื่นชม หรือ ขอบคุณท่านในรายการ
  5. ได้รับคำตอบ ความรู้ หรือความช่วยเหลือตามที่ท่านต้องการ
  6. การเป็นที่จดจำของพิธีกร ดีเจ หรือ ในหมู่ผู้ฟังรายการคนอื่น ๆ
  7. ความสนุกสนาน ตื่นเต้น จากการร่วมสนุกชิงรางวัล
  8. ผลการตัดสินใจ หรือการแพ้ – ชนะในรายการเป็นไปตามที่ท่านต้องการ
  9. ได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือผ่อนคลายความเครียด
  10. รายการวิทยุจะสามารถสื่อสารข้อความ ความรู้สึก หรือความคิดของท่านไปถึงผู้อื่นได้
  11. การได้รับการยอมรับ หรือ ชื่นชมจากคนรอบข้างเมื่อท่านได้รับรางวัล หรือ เมื่อมีการประกาศชื่อของท่านในรายการ
  12. อาจมีส่วนช่วยให้ผู้อื่นได้รับความรู้ คำตอบ หรือความช่วยเหลือ
  13. ข้อความของท่านจะได้ได้รับความสนใจมากกว่าการโทรศัพท์เข้าไปในรายการ
  14. ข้อความสั้นที่ท่านส่งไปในรายการ จะทำผู้รับ หรือ ผู้อ่าน รู้สึกว่าท่านทันสมัย
  15. จะสามารถแสดงตัวตน ความคิดเห็น หรือ ความรู้สึกในข้อความสั้นได้อย่างเต็มที่
- โดยแบ่งการให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้
- |           |   |       |
|-----------|---|-------|
| มากที่สุด | 5 | คะแนน |
| มาก       | 4 | คะแนน |
| ปานกลาง   | 3 | คะแนน |

น้อย 2 คะแนน

น้อยที่สุด 1 คะแนน

จากนั้นได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการวัดระดับความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นในเรื่องต่าง ๆ เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกระดับของความพึงพอใจว่าอยู่ระดับใด ใน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 1 ข้อคำถาม (15 คำถามย่อย) ข้อความเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น ผ่านรายการวิทยุ ได้แก่

1. การได้รับรางวัลในรูปแบบของเงิน ของรางวัล หรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ
2. ดีใจเปิดเพลงตามที่ท่านได้ส่งข้อความไป
3. พิจาร หรือ ดีใจ ประกาศชื่อ หรืออ่านข้อความของท่านในรายการ
4. พิจาร หรือ ดีใจ กล่าวชื่นชม หรือ ขอบคุณท่านในรายการ
5. ได้รับคำตอบ ความรู้ หรือความช่วยเหลือตามที่ท่านต้องการ
6. การเป็นที่จดจำของพิจารณา ดีใจ หรือ ในหมู่ผู้ฟังรายการคนอื่น ๆ
7. ความสนุกสนาน ตื่นเต้น จากการร่วมสนุกชิงรางวัล
8. ผลการตัดสินใจ หรือการแพ้ – ชนะในรายการเป็นไปตามที่ท่านต้องการ
9. ได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือผ่อนคลายความเครียด
10. รายการวิทยุสามารถสื่อสารข้อความ ความรู้สึก หรือความคิดของท่านไปถึงผู้อื่นได้
11. ได้รับการยอมรับ หรือ ชื่นชมจากคนรอบข้างเมื่อท่านได้รับรางวัล หรือ เมื่อมีการประกาศชื่อของท่านในรายการ
12. มีส่วนช่วยให้ผู้อื่นได้รับความรู้ คำตอบ หรือ ความช่วยเหลือ
13. ข้อความของท่านได้ได้รับความสนใจมากกว่าการโทรศัพท์เข้าไปในรายการ
14. ข้อความสั้นที่ท่านส่งไปในรายการทำผู้รับ หรือ ผู้อ่าน รู้สึกว่าท่านทันสมัย
15. จะสามารถแสดงตัวตน ความคิดเห็น หรือ ความรู้สึกในข้อความสั้นได้อย่างเต็มที่

โดยแบ่งการให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับดังนี้

|            |   |       |
|------------|---|-------|
| มากที่สุด  | 5 | คะแนน |
| มาก        | 4 | คะแนน |
| ปานกลาง    | 3 | คะแนน |
| น้อย       | 2 | คะแนน |
| น้อยที่สุด | 1 | คะแนน |

จากนั้นได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการวัดระดับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในเรื่องต่าง ๆ เป็น 5 ระดับ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 มีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น มากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 มีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น มาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 มีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น ปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 มีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น น้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 มีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น น้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 คำถามปลายปิดที่เกี่ยวกับข้อคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารผ่านข้อความสั้นของรายการวิทยุในปัจจุบัน จำนวน 1 ข้อคำถาม (6 คำถามย่อย) ข้อความเกี่ยวกับข้อคิดเห็นที่มีต่อการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุได้แก่

1. ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุควรปรับลดลง
2. ท่านคิดว่าผู้จัดรายการวิทยุในรายการที่ท่านรับฟังมักพูดกระตุ้นให้คนฟังส่งข้อความสั้น บ่อยเกินไป
3. ท่านคิดว่าขั้นตอนการส่งข้อความสั้นเพื่อร่วมสนุก ซึ่งรางวัลในรายการวิทยุบางครั้งยุ่งยาก และสับสน
4. ท่านคิดว่าการแจกรางวัล หรือการหาผู้โชคดีจากข้อความสั้นในรายการวิทยุควรมีความโปร่งใส และ ตรวจสอบได้
5. ท่านคิดว่าการส่งข้อความสั้น ผ่านรายการวิทยุในปัจจุบัน อาจไม่เหมาะสมกับบางรูปแบบของกิจกรรม หรือบางรายการ
6. ท่านคิดว่าจะส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุต่อไป

โดยแบ่งการให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

|            |   |       |
|------------|---|-------|
| มากที่สุด  | 5 | คะแนน |
| มาก        | 4 | คะแนน |
| ปานกลาง    | 3 | คะแนน |
| น้อย       | 2 | คะแนน |
| น้อยที่สุด | 1 | คะแนน |

จากนั้นได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการวัดระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการส่งข้อความสั้นในเรื่องต่าง ๆ เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 เห็นด้วยเกี่ยวกับการส่งข้อความสั้นในเรื่องนั้น ๆ มากที่สุด  
 ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 เห็นด้วยเกี่ยวกับการส่งข้อความสั้นในเรื่องนั้น ๆ มาก  
 ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 เห็นด้วยเกี่ยวกับการส่งข้อความสั้นในเรื่องนั้น ๆ ปานกลาง  
 ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 มีเห็นด้วยเกี่ยวกับการส่งข้อความสั้นในเรื่องนั้น ๆ น้อย  
 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 มีเห็นด้วยเกี่ยวกับการส่งข้อความสั้นในเรื่องนั้น ๆ น้อยที่สุด

### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงดังนี้ คือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการวิทยานิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด ไปทำการทดสอบก่อน (Pre-Test) กับผู้ฟังรายการวิทยุรายการ Love Fm. (94.5 MHz ) ที่โทรศัพท์เข้ามาพูดคุยในรายการ และ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน แล้วทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$R = \frac{1 - n}{n - 1} \left[ \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

เมื่อ  $V_i$  = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$V_t$  = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

$n$  = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

จากการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เรื่องการคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.8091 เรื่องความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.7624

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยที่ผู้เก็บข้อมูลจะเป็นผู้สัมภาษณ์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบตัวต่อตัว ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมจากหนังสือ หนังสือพิมพ์ วารสาร และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบความคิดของการวิจัยและการวิเคราะห์สรุปผลการวิจัย

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อคัดเลือกแบบสอบถามที่มีคำตอบสมบูรณ์ สำหรับการนำมาประมวลผลวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล และบันทึกข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานของการวิจัยมี 2 ประเภท ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการแปลความเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูลในด้าน

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์
- พฤติกรรมการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ
- การคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น
- ความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ ดังนี้คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน จะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน จะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)



สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.6 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตนเองแตกต่างกัน จะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.7 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการใช้บริการข้อความสั้นจากโทรศัพท์มือถือแตกต่างกัน จะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test)

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.1 เพศของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.2 อายุของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.3 ระดับการศึกษาของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.4 อาชีพของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.5 รายได้ของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.6 การมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตนเองของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.7 ระดับการใช้บริการส่งข้อความสั้นจากโทรศัพท์มือถือของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุที่ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.8 เพศของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.9 อายุของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.10 ระดับการศึกษาของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.11 อาชีพของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.12 รายได้ของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.13 การมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตนเองของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.14 ระดับการใช้บริการส่งข้อความสั้นจากโทรศัพท์มือถือของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 3.1 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 3.2 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 3.3 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 3.4 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 3.5 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 3.6 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตนเองแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 3.7 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการใช้บริการข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุจากโทรศัพท์มือถือแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test)

สมมติฐานข้อที่ 4 การคาดหวังในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 4.1 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 4.2 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกันจะมีประเภทรายการที่ส่งข้อความสั้นแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 5 การคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานข้อที่ 6 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 6.1 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่ในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 6.2 ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทรายการที่ส่งข้อความสั้นแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

ในกรณีที่หากใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียวแล้วพบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 1 คู่ ก็จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) เพื่อทดสอบว่าคู่ใดมีค่าเฉลี่ยต่างกัน