

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่ส่งข้อความสั้น
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคาดหวังในการส่งข้อความสั้นกับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคาดหวัง และ ความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครกับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยจะเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face Interview) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 50 ปี โดยจะต้องเป็นผู้ที่รับฟังรายการวิทยุ และเคยส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านรายการวิทยุอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยเก็บแบบสอบถามจาก 12 เขตพื้นที่การปกครองที่เป็นตัวแทนพื้นที่การปกครองของกรุงเทพมหานครทั้งหมด 50 เขต ได้แก่ เขตปทุมธานี เขตปทุมวัน เขตพระนคร เขตสัมพันธวงศ์ เขตสาทร เขตบางเขน เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตลาดพร้าว เขตจตุจักร เขตบางกะปิ เขตบางแค เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา และ

เซตหนองแขม โดยการแจกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด แต่เลือกใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 300 ชุด

ทั้งนี้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ยในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง การคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น ผ่านรายการวิทยุ พฤติกรรมการส่งข้อความสั้น ผ่านรายการวิทยุ ความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น ผ่านรายการวิทยุ และความคิดเห็นที่มีต่อการส่งข้อความสั้น ในรายการวิทยุของกลุ่มตัวอย่างผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร ในส่วนการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) สมมติฐานข้อที่ 2 ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square) สมมติฐานข้อที่ 3 ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) สมมติฐานข้อที่ 4 ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) สมมติฐานข้อที่ 5 ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และสมมติฐานข้อที่ 6 ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 และเพศหญิงจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.7 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.7 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในกลุ่มธุรกิจเอกชน/ลูกจ้าง ร้อยละ 45.7 โดยมีรายได้อยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 37.3 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด สูงถึงร้อยละ 98.3 มีโทรศัพท์มือถือเป็นของตนเอง และใช้บริการส่งข้อความสั้นจากโทรศัพท์มือถือ นาน ๆ ครั้ง และเป็นประจำ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 52.7 และ 47.3 ตามลำดับ (จากตารางที่ 4.1- ตารางที่ 4.7)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านรายการวิทยุ

ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 65.3 ส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ ไม่เกิน 3 ข้อความต่อสัปดาห์ โดยช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างนิยมส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุมากที่สุด คือ ช่วง 19.00 น.-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 47.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะส่งข้อความสั้นไปยังรายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาได้แก่ รายการกีฬา ร้อยละ 16.6 และ รายการสนทนาที่ร้อยละ 10.7 ตามลำดับ (จากตารางที่ 4.8-ตารางที่ 4.10)

ส่วนที่ 3 การคาดหวังจากการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านรายการวิทยุ

ผลจากการศึกษาเรื่องการคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ ประกอบด้วยข้อความจำนวน 15 ข้อความพบว่า ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความคาดหวังต่อการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุอยู่ในระดับมากทั้งหมด 7 ข้อ โดยข้อที่มีระดับคาดหวังสูงสุด ได้แก่ การได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือผ่อนคลายความเครียด มีค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมาคือ รายการวิทยุจะสามารถสื่อสารข้อความความรู้สึก หรือ ความคิดของท่านไปถึงผู้อื่นได้ และสามารถแสดงตัวตน ความคิดเห็นหรือความรู้สึกในข้อความ สั้นได้อย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.61 ได้รับคำตอบ ความรู้ หรือความช่วยเหลือ ตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.57 อาจจะมีส่วนช่วยเหลือผู้อื่นได้รับความรู้ คำตอบ หรือ ความช่วยเหลือ มีค่าเฉลี่ย 3.55 ดีใจจะเปิดเพลงตามที่ท่านส่งข้อความไป และ ความสนุกสนาน ตื่นเต้น จากการร่วมสนุกชิงรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.44

โดยสรุปแล้วผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความคาดหวังต่อการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 (จากตารางที่ 4.11)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านรายการวิทยุ

ผลจากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ ประกอบด้วยข้อความจำนวน 15 ข้อความพบว่า ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีทั้งหมด 2 ข้อ โดยข้อที่มีระดับพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือผ่อนคลายความเครียด มีค่าเฉลี่ย 3.76 และ ท่านสามารถแสดงตัวตน ความคิดเห็นหรือความรู้สึกในข้อความได้อย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ย 3.53 สำหรับหัวข้อที่มีระดับ

ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีทั้งหมด 12 ข้อ ในขณะที่หัวข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยมีเพียง 1 หัวข้อ คือการได้รับรางวัลในรูปแบบของเงินของรางวัลหรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54

สรุปในภาพรวมแล้วผู้พึงรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความพึงพอใจต่อการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.98 (จากตารางที่ 4.12)

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านรายการวิทยุ

ผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คนเกี่ยวกับการส่งข้อความสั้น ในรายการวิทยุซึ่งประกอบด้วย 6 ข้อคำถามพบว่า ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุสูงที่สุด ในข้อ ท่านคิดว่าจะส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุต่อไป มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมา ได้แก่ ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุควรปรับลดลง มีค่าเฉลี่ย 3.67 และ ท่านคิดว่าผู้จัดรายการวิทยุในรายการที่ท่านรับฟังมักพูดกระตุ้นให้คนฟังส่งข้อความสั้นบ่อยเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.43 โดยทั้ง 3 ข้อ มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก สำหรับหัวข้อที่มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง ได้แก่ ท่านคิดว่าการแจกรางวัล หรือ การหาผู้โชคดีจากข้อความสั้นในรายการวิทยุควรมีความโปร่งใส และตรวจสอบได้ มีค่าเฉลี่ย 3.39 ท่านคิดว่าการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุปัจจุบันอาจไม่เหมาะกับบางรูปแบบของกิจกรรมหรือบางรายการ มีค่าเฉลี่ย 3.32 และ ท่านคิดว่าขั้นตอนการส่งข้อความสั้นเพื่อร่วมสนุกชิงรางวัลในรายการวิทยุบางครั้งยุ่งยาก และ สับสน มีค่าเฉลี่ย 3.12 (จากตารางที่ 4.13)

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้ประกอบด้วยสมมติฐานการวิจัยทั้งหมด 6 ข้อและสมมติฐานย่อย ซึ่งมีผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1
แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	หมายเหตุ
1	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อย 1.1	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานย่อย 1.2	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อย 1.3	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อย 1.4	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อย 1.5	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานย่อย 1.6	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตนเองแตกต่างกัน มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุไม่แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	หมายเหตุ
สมมติฐานย่อย 1.7	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการใช้บริการข้อความสั้นจากโทรศัพท์มือถือแตกต่างกัน มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุแตกต่างกัน	
2	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ	
สมมติฐานย่อย 2.1	เพศของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร <u>ไม่มี</u> ความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานย่อย 2.2	อายุของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ	
สมมติฐานย่อย 2.3	ระดับการศึกษาของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร <u>ไม่มี</u> ความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ	
สมมติฐานย่อย 2.4	อาชีพของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์</u> กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ	
สมมติฐานย่อย 2.5	รายได้ของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์</u> กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ	
สมมติฐานย่อย 2.6	การมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตนเองของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานคร <u>ไม่มี</u> ความสัมพันธ์กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	หมายเหตุ
สมมติฐานย่อย 2.7	ระดับการให้บริการส่งข้อความสั้นจากโทรศัพท์มือถือของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์</u> กับความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ	
สมมติฐานย่อย 2.8	เพศของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์</u> กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น	
สมมติฐานย่อย 2.9	อายุของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์</u> กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น	
สมมติฐานย่อย 2.10	ระดับการศึกษาของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์</u> กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น	
สมมติฐานย่อย 2.11	อาชีพของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์</u> กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น	
สมมติฐานย่อย 2.12	รายได้ของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์</u> กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น	
สมมติฐานย่อย 2.13	การมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตนเองของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์</u> กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น	
สมมติฐานย่อย 2.14	ระดับการให้บริการส่งข้อความสั้นจากโทรศัพท์มือถือของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์</u> กับประเภทของรายการวิทยุที่ส่งข้อความสั้น	

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	หมายเหตุ
3	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>แตกต่างกัน</u>	
สมมติฐานย่อย 3.1	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>ไม่แตกต่างกัน</u>	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานย่อย 3.2	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>แตกต่างกัน</u>	
สมมติฐานย่อย 3.3	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>แตกต่างกัน</u>	
สมมติฐานย่อย 3.4	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>แตกต่างกัน</u>	
สมมติฐานย่อย 3.5	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>แตกต่างกัน</u>	
สมมติฐานย่อย 3.6	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตนเองแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>ไม่แตกต่างกัน</u>	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานย่อย 3.7	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการใช้บริการข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุจากโทรศัพท์มือถือแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>แตกต่างกัน</u>	

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	หมายเหตุ
4	ความคาดหวังในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ	
สมมติฐานย่อย 4.1	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกันจะมีความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุแตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อย 4.2	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุแตกต่างกันจะมีประเภทรายการที่ส่งข้อความสั้น <u>ไม่แตกต่างกัน</u>	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
5	ความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมี <u>ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ</u> จากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ	
6	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>แตกต่างกัน</u>	
สมมติฐานย่อย 6.1	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่ในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>แตกต่างกัน</u>	
สมมติฐานย่อย 6.2	ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทรายการที่ส่งข้อความสั้นแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ <u>แตกต่างกัน</u>	

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” นี่เป็นการศึกษาในแง่ของ “ผู้ส่งสาร” โดยตรง เมื่อพิจารณาผลจากการศึกษา ประกอบกับทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ พบว่ามีประเด็นน่าสนใจที่จะนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

ในการศึกษาวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุซึ่งได้แก่ ความถี่ในการส่งข้อความสั้น และประเภทของรายการวิทยุที่เลือกส่งข้อความสั้นแตกต่างกัน ปราบกฎการณ์ดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ที่มีความเชื่อว่า คนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ซึ่งการสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ดังนั้นนักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจึงน่าจะแตกต่างกันด้วย ซึ่งจากทฤษฎีนี้ยังสามารถใช้อธิบายได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครจะมีความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน และได้รับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุแตกต่างกัน ไปด้วย ซึ่งผลการวิจัยที่ออกมาสอดคล้องกับที่ Katz and others (1974, p. 20) ได้ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยได้อธิบายถึงปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวกับกับการใช้สื่อของผู้รับสารว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันของมนุษย์ ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป โดยความต้องการในการใช้สื่อที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกัน และนำไปสู่ความแตกต่างในการใช้สื่อ สุดท้ายคือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อ จะต่างกันออกไปด้วย

ส่วนผลการศึกษาในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการคาดหวังและความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ความคาดหวังในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ฟังมีความคาดหวังในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุสูงขึ้น จะมีความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้นผ่านรายการวิทยุเพิ่มขึ้นด้วย โดยสิ่งที่ผู้ส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุคาดหวังมากที่สุด คือความต้องการได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือผ่อนคลายความเครียด ซึ่งตรงกับหัวข้อที่ผู้ส่งข้อความสั้นใน

รายการวิทยุได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งผู้ศึกษาพบว่าประเภทของรายการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกส่งข้อความสั้นไปร่วมรายการมากที่สุดคือรายการประเภทรายการเพลงจึงแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครมีการคาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจด้านการได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือผ่อนคลายความเครียดจากรายการวิทยุมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชูดาภา ปุณณะหิตานนท์ (2541) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลัม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร” ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการมาก โดยรับฟังรายการเพราะช่วยผ่อนคลายความเครียดจากกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันอันดับแรก รองลงมาฟังเพราะทำให้ได้รับความบันเทิงและความเพลิดเพลิน ทั้งนี้ Rayburn and Plamgreen (1985, p. 26) ได้อธิบายถึงการแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ ว่าเกิดจากความคาดหวังและการประเมินค่าของบุคคล การแสวงหาความพึงพอใจจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อ ทำให้เกิดความพึงพอใจที่บุคคลได้รับหรือเชื่อว่าได้รับ ซึ่งจะส่งผลย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อ หรือความคาดหวังที่มีอยู่เดิมของบุคคล อันเกี่ยวกับคุณสมบัติของสื่อ หรือ เนื้อหาของสื่อที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ แต่จะไม่มีผลต่อการประเมินค่า เนื่องจากการประเมินค่าเป็นตัวแปรคงที่ซึ่งเป็นผลของความต้องการ และ ค่านิยมของแต่ละบุคคล

สิ่งสำคัญที่สุดอีกสิ่งหนึ่งที่งานวิจัยนี้ค้นพบคือกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 -20 ปีที่เรียกได้ว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่นนักร้อง ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยมีความคิดเห็นว่าสาเหตุที่กลุ่มวัยรุ่นนักร้อง หรือ เยาวชนเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นมากที่สุดนั้นเกิดจากค่านิยมในการมีโทรศัพท์มือถือถือเป็นของตนเองในหมู่วัยรุ่นซึ่งเป็นสาเหตุให้พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือรวมถึงพฤติกรรมการสื่อสารด้วยการส่งข้อความสั้น หรือ การส่ง SMS นั้นเป็นการสื่อสารที่คุ้นเคย และ เคยชินในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน อันแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุอื่น ซึ่งจากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าประเภทรายการที่กลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนนิยมเลือกส่งข้อความสั้นไปมากที่สุดคือรายการประเภทรายการเพลง ทั้งนี้ ผู้ศึกษาคาดว่าอาจเนื่องมาจากความต้องการใช้สื่อของกลุ่มวัยรุ่นเยาวชนแตกต่างจากช่วงอายุอื่น ๆ โดยการใช้สื่อมักเป็นไปเพื่อความบันเทิงเสียเป็นส่วนใหญ่หมายถึงรวมถึงประเภทของรายการวิทยุที่เลือกฟังด้วยเช่นเดียวกัน ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าอาจเป็นเพราะรูปแบบของรายการเพลงในปัจจุบันหลายรายการเป็นรายการที่ตรงกับความชื่นชอบ และรสนิยมของวัยรุ่นเยาวชน และรายการเหล่านี้จะมีรูปแบบการสื่อสารกับผู้ฟังในรายการด้วยข้อความสั้น เป็นสาเหตุให้ความถี่ใน

การส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุของกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 15 – 20 ปีสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุอื่น

นอกจากนี้จากผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 15 -20 ปีนี้ เป็นกลุ่มที่มีความคาดหวังในการส่งข้อความสั้นมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยความต้องการได้รับความสบายใจ คลายเหงา และ คลายเครียดนี้เป็นหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังมากที่สุด ทั้งนี้ ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าอาจจะเป็นเพราะกลุ่มวัยรุ่นนักร้อง เป็นช่วงอายุที่เริ่มมีความต้องการสร้างโลกส่วนตัวของตนเอง และ มีความใกล้ชิดกับครอบครัวลดลงแต่มีความใกล้ชิดกับกลุ่มเพื่อนฝูงมากขึ้น จึงทำให้วัยรุ่นมักจะมีความรู้สึกว่าเหงาเมื่อต้องอยู่คนเดียวหรือขาดเพื่อน ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าช่วงเวลาที่มีการส่งข้อความสั้นมากที่สุดคือช่วง 19.00 – 24.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่วัยรุ่นมักอยู่เพียงลำพัง และเลือกที่จะใช้รายการวิทยุซึ่งมีนักจัดรายการวิทยุที่มีวัยใกล้เคียงกัน หรือมีบุคลิกที่วัยรุ่นชื่นชอบเป็นเสมือนตัวแทนของเพื่อน และทำให้เกิดความคาดหวังว่าจะได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือคลายเครียดดังที่ปรากฏในผลวิจัย ซึ่งความคาดหวังในการได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือคลายเครียดเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างได้รับความพึงพอใจมากที่สุด นั่นแสดงให้เห็นว่ารายการเพลงดังกล่าวสามารถทำหน้าที่ตอบสนองต่อความคาดหวังต้องการของกลุ่มผู้ฟังได้เป็นอย่างดี

จากผลการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุของประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร” นอกจากจะทำให้ได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการส่งข้อความสั้นความคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นและความพึงพอใจที่ได้รับจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาแล้ว ยังเป็นประโยชน์ในการทดสอบแนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use & Gratification) อันเป็นทฤษฎีหลักที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ และนอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบ และวิธีการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุให้ตรงกับความความต้องการของประชาชน รวมถึงการสร้างสรรค์กิจกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุผ่านการสื่อสารด้วยข้อความสั้น เพื่อให้ประชาชนได้รับความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น และเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการการคาดหวังของผู้ฟังรายการวิทยุได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ในด้านผู้บริโภค

จากการศึกษาทำให้ได้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในกลุ่มธุรกิจเอกชน/ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท แต่ที่กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุสูงที่สุดคือ กลุ่มผู้ฟังที่มีอายุระหว่าง 15 – 20 ปี ซึ่งมีอาชีพนักศึกษาและมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาทซึ่งหากเปรียบเทียบระหว่างรายรับและค่าใช้จ่ายจากการส่งข้อความสั้นจะพบว่าไม่สมดุลกัน ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากได้รับความเดือดร้อนเนื่องจากเกิดภาระค่าใช้จ่ายในครอบครัวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตรายการวิทยุโดยเฉพาะรายการเพลงซึ่งเป็นประเภทรายการที่กลุ่มเยาวชนเลือกส่งข้อความสั้นไปร่วมรายการมากที่สุดควรให้ความสำคัญในการกำหนดวิธีการในการมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการวิทยุให้เหมาะสมกับผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นเพื่อเป็นการลดปัญหาดังกล่าว

ในด้านผู้ผลิตรายการ

1. จากผลการศึกษาพบว่าหัวข้อที่มีการคาดหวังของผู้ส่งข้อความสั้นในระดับปานกลางคือการได้รับรางวัลในรูปแบบของเงินของรางวัลหรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ แต่กลับเป็นหัวข้อที่ได้รับความพึงพอใจของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครในระดับต่ำที่สุด ซึ่งต่างจากหัวข้อการคาดหวังอื่น ๆ ที่มีระดับของการคาดหวังและระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้ง ๆ ที่ในเรื่องของการแจกรางวัลในรูปแบบของเงินรางวัลหรือสิ่งตอบแทนต่าง ๆ นี้เป็นกลยุทธ์หลักสำคัญที่รายการวิทยุส่วนใหญ่นำมาใช้เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ฟังส่งข้อความสั้นมาร่วมรายการ จึงทำให้สรุปได้ว่าที่กลุ่มตัวอย่างมีการคาดหวังในระดับปานกลางเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอาจคิดว่ามีคู่แข่งจำนวนมาก และของรางวัลมีจำนวนน้อยจึงทำให้การคาดหวังว่าจะได้รับของรางวัลจากการส่งข้อความสั้นอยู่ในระดับปานกลางและเป็นไปเพื่อการเสี่ยงโชคมากกว่า และระดับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นที่มีระดับต่ำสุดนั้นก็เนื่องจากว่ามีผู้ส่งข้อความสั้นจำนวนน้อยมากที่ได้รับรางวัล ซึ่งหากความพึงพอใจจากการได้รับรางวัลในรูปแบบของเงินของรางวัลหรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ มีระดับต่ำอย่างต่อเนื่องอาจทำให้เกิดความรู้สึกไม่ต้องการส่งข้อความสั้นเพื่อชิงรางวัลอีกต่อไป หรือเกิดความรู้สึกไม่ประทับใจในรายการ ด้วยเหตุผู้ผลิตรายการวิทยุจึงจำเป็นต้องมีวิธีการที่เหมาะสมใน

การเพิ่มปริมาณของผู้ที่ได้รับรางวัลให้มากขึ้น หรือ จัดหาของรางวัลเพิ่มมากขึ้น หรือจัดระบบรายชื่อผู้ได้รับรางวัลสำหรับป้องกันการได้รางวัลซ้ำซ้อน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจ และ ความพึงพอใจจากการมีส่วนร่วมกิจกรรมการแจกรางวัลในรายการผ่านการส่งข้อความสั้นต่อไป

2. จากการศึกษาในส่วนของการคาดหวังจากการส่งข้อความสั้นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมาร้อยละ 37.30 มีความคาดหวังว่าจะได้รับความสบายใจ คลายเหงา หรือผ่อนคลายความเครียดจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ ดังนั้นรายการวิทยุโดยเฉพาะรายการประเภทรายการเพลงควรมีแนวทางในการกำหนดเนื้อหารายการ หรือ การมีส่วนร่วมในรายการผ่านการส่งข้อความสั้นเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น เช่น นักจัดรายการวิทยุควรหยิบยกบางข้อความจากผู้ฟังมาพูดถึงในรายการ หรือ การแสดงความยินดีที่ดีด้วยการพูดให้กำลังใจ หรือ การแสดงความห่วงใยผู้ฟังที่ส่งข้อความสั้นเข้ามาในรายการวิทยุเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้ฟังที่คาดหวังการได้รับความสบายใจ และความผ่อนคลายจากความเหงา และ ความตึงเครียดจะได้รับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุมากยิ่งขึ้น

3. จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุพบว่า ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนมากมีความคิดเห็นว่าจะส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุต่อไป (มีค่าเฉลี่ย 3.75) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ฟังรายการวิทยุยังคงให้ความสนใจและนิยมที่จะสื่อสารด้วยส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ แต่ผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนมากมีความเห็นคิดว่าอัตราค่าบริการในการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุควรปรับลดลง (มีค่าเฉลี่ย 3.67) รวมถึงผู้ฟังส่วนมากมีความรู้ดีกว่าผู้จัดรายการวิทยุควรกระตุ้นให้คนฟังส่งข้อความสั้นเข้าไปในรายการบ่อยเกินไป (มีค่าเฉลี่ย 3.43) ด้วยเหตุนี้รายการวิทยุที่มีรูปแบบของการสื่อสารด้วยการส่งข้อความสั้นจึงควรพิจารณาถึงอัตราค่าบริการในการส่งข้อความสั้นให้ลดลงหรือ มีความเป็นธรรมแก่ผู้ฟังที่ต้องการส่งข้อความสั้นเข้าไปในรายการมากขึ้น เช่นการจับมือกับบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อจัดโปรโมชั่นส่งข้อความสั้นฟรีจำนวนหนึ่งในรายการต่อเดือน และนอกจากนี้ผู้ผลิตและควบคุมรายการควรกำหนดความถี่ในการพูดประชาสัมพันธ์ของนักจัดรายการหรือดีเจในการเชิญชวน หรือ กระตุ้นให้ผู้ฟังส่งข้อความสั้นเข้ามาในรายการให้น้อยลงเพื่อมิให้ผู้ฟังรู้สึกรำคาญหรือเกิดความไม่ประทับใจ

4. ส่วนการสำรวจความคิดเห็นในหัวข้อที่เกี่ยวกับการแจกรางวัล หรือ การหาผู้โชคดี ในรายการวิทยุควรมีความโปร่งใส และตรวจสอบได้หรือไม่ พบว่ามีความคิดเห็นในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39) ซึ่งผู้ศึกษาคาดว่าอาจมีความเกี่ยวพันกันระหว่างการคาดหวังในการได้รับรางวัลในรูปแบบของเงินของรางวัลหรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ ด้วย เนื่องจากผู้ที่ส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุจำนวนมากไม่สามารถตรวจสอบ หรือ รับทราบหลักเกณฑ์การค้นหาผู้โชคดี หรือ การมอบรางวัล เพราะรายการวิทยุส่วนมากจะแจ้งแก่ผู้ส่งข้อความมาร่วมสนุกว่าใช้ระบบการสุ่มด้วยคอมพิวเตอร์ (Random) ซึ่งประชาชนไม่อาจมีส่วนร่วมในตรวจสอบได้ ประกอบกับการมีกระแสข่าวอยู่เนือง ๆ ว่ารางวัลใหญ่ ๆ หรือ รางวัลที่มีมูลค่าสูงมักถูกทางรายการล็อกหรือกำหนดรายชื่อผู้โชคดีเอาไว้แล้ว จุดนี้เองจึงทำให้ผู้ส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุเกิดความไม่มั่นใจและไม่กล้าที่จะคาดหวัง ซึ่งหากรายการวิทยุสามารถแสดงให้เห็นว่าการแจกรางวัล หรือ การค้นหาผู้โชคดีมีหลักเกณฑ์ โปร่งใส และ มีความยุติธรรมแล้วเชื่อว่าการคาดหวังในการได้รับรางวัลในรูปแบบของเงินของรางวัลหรือสิ่งของตอบแทนต่าง ๆ ผู้ส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุจะเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

แม้ว่าระบบการสื่อสารด้วยข้อความสั้นจะเป็นระบบการสื่อสารที่ได้รับความนิยมและถูกนำมาใช้แทนที่ระบบการสื่อสารเดิม ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในสื่อวิทยุ – โทรทัศน์แต่จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วยข้อความสั้นในแง่มุมต่าง ๆ กลับพบว่า มีการศึกษาที่จำกัดอยู่ในวงแคบ ซึ่งจะเป็นการศึกษาในรูปแบบของเนื้อหาของสาร และ ผู้รับสารโดยส่วนมาก และเพื่อให้มีงานศึกษาวิจัยที่ก้าวทันรูปแบบการใช้งาน และ การปรับใช้ข้อความสั้นในสื่อต่าง ๆ ผู้ศึกษาจึงขอแนะนำสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยข้อความสั้นเพื่อให้ได้ประโยชน์ต่อไปในอนาคตดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความคาดหวัง และ ความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นการศึกษาในลักษณะของผู้ส่งสาร (Sender) โดยตรงเพื่อศึกษาถึงความคาดหวังก่อนการส่งข้อความสั้นและความพึงพอใจที่ได้รับหลังจากการสื่อสารผ่านข้อความสั้นเป็นหลัก ดังนั้นหากผู้ที่ต้องการศึกษาเรื่องข้อความสั้นต่อ ควรศึกษาในแนวของเนื้อหา (Message) ของข้อความสั้นที่ส่งเข้าไปในรายการวิทยุ หรือ รายการโทรทัศน์ว่าผู้ส่งสารที่มีลักษณะแตกต่างกันมีเนื้อหาของข้อความสั้นที่ส่งไปแตกต่างกันอย่างไร เนื้อหาแบบใดที่มีถูกส่งเป็นข้อความมากที่สุด และเนื้อหาของข้อความสั้นบ่งบอกความ

ต้องการใดของผู้ส่งสาร เป็นต้นทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงพัฒนาการ และ รูปแบบการสื่อสารผ่านข้อความสั้นของประชากรให้ชัดเจนและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น การศึกษาในครั้งต่อไป จึงควรทำการสุ่มตัวอย่างโดยอาจรวมประชากรในเขตภูมิภาค หรือ เลือกศึกษาประชากรเฉพาะในเขตจังหวัดอื่น ๆ เช่น เชียงใหม่ นครราชสีมา พัทธยาหรือ สุราษฎร์ธานี หรืออาจศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้ได้ทราบข้อมูลใหม่ ๆ เพิ่มเติม

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยมิได้เจาะลึกถึงพฤติกรรมการส่งสารมากนักซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมการหาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการสื่อสารที่มากยิ่งขึ้น เช่น สถานที่ที่ส่งข้อความ จำนวนบุคคลแวดล้อมขณะส่งข้อความ หรือ แม้แต่ภาษาที่ใช้ส่งข้อความ สั้น ทั้งนี้เพราะปัจจัยดังกล่าวอาจเป็นข้อมูลในการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชากรต่อไป

4. การศึกษาเรื่อง การคาดหวังและความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ ซึ่งหากลองศึกษาในเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบกลุ่มที่เจาะลึกถึงตัวผู้ส่งสาร (Sender) โดยตรงอาจได้ข้อมูลหรือผลการวิจัยที่แตกต่าง เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับการศึกษาในครั้งนี้ว่ามีความสอดคล้องสัมพันธ์กันหรือไม่ ก็จะทำให้งานศึกษาวิจัยเกิดการพัฒนาต่อไป