

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคของสังคมข้อมูลข่าวสาร (the information society) ซึ่งเป็นสังคมที่มีการใช้สารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย (ลานนา ดวงสิงห์, 2543, หน้า 2) เพื่อเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจ (decision making) จนทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร (information flow) เพิ่มขึ้น (กรมประชาสัมพันธ์, 2548, หน้า 4) ทำให้คนในยุคสังคมข้อมูลข่าวสารจำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้ก้าวทันกับความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ด้วยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากทุกแหล่ง และหลายช่องทางโดยเฉพาะการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ (กรมประชาสัมพันธ์, 2537, หน้า 1) เพื่อผลักดันให้ตนเองสามารถก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากทั่วทุกมุมโลกอย่างไร้พรมแดน

สังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมแห่งข้อมูลข่าวสาร ทำให้มีการคิดค้นและพัฒนาช่องทางใหม่ ๆ ในการเสนอข่าวสารให้สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายรูปแบบมากกว่าเดิม มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว กว้างไกล และยังสามารถช่วยลดต้นทุนได้มากขึ้น (บวร ปัทมราทร, 2547, หน้า 81) และช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีบทบาทและได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบันนี้ ก็คือ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ย่อมาจากคำว่า interconnecting network ซึ่งเป็นระบบเครือข่ายของการสื่อสารข้อมูลขนาดใหญ่ ที่ประกอบด้วยเครือข่ายคอมพิวเตอร์จำนวนมาก เชื่อมโยงแหล่งข้อมูลจากองค์กรต่าง ๆ ทั่วโลกเข้าด้วยกันทำให้ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะทาง และรูปแบบของข้อมูล (วนิดา จันทจุฑากร, 2543, หน้า 3-4) อินเทอร์เน็ตจึงนับได้ว่าเป็นเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่มีการเจริญเติบโตรวดเร็วที่สุด จำนวนของผู้ใช้ และจำนวนของเว็บไซต์

(web site) ที่นับว่าเป็นส่วนสำคัญของอินเทอร์เน็ตก็มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน (ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล, 2547, หน้า 35)

จากข้อมูลอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยของ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2549ก) พบว่า ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2549 มีคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 7.08 ล้านคน ซึ่งเมื่อย้อนไปดูสถิติเก่า ๆ จะพบว่า มีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้นทุกปี จากจำนวนผู้ใช้ที่เพิ่มมากขึ้นนี้เอง เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้การใช้งานในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นโดยอัตโนมัติ

จากการที่อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ จึงทำให้อินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติของความเป็นสื่อโดยทันที ความเป็นสื่อดังกล่าวมีความโดดเด่นเฉพาะตัว (พงษ์ระพี เตชะพาพงษ์, 2540, หน้า 15) โดยสามารถสื่อสารได้ครอบคลุมทั่วโลกที่ให้ทั้งภาพ ภาพกราฟิก เสียง รายละเอียดข้อมูล โดยไม่จำกัดเรื่องเวลา และพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูล ขณะเดียวกัน สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ได้โดยตรงทุกพื้นที่ รวมทั้งให้ความสะดวกรวดเร็ว ไม่มีอุปสรรคเรื่องระยะทาง และสามารถติดต่อโต้ตอบระหว่างกันได้ทันที (สุรศักดิ์ สงวนพงษ์, 2538, หน้า 2) จึงทำให้อีเมลชนหันมาให้ความสนใจกับการนำเสนอข้อมูลผ่าน World Wide Web มากขึ้น

ผลการสำรวจของ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ในปี พ.ศ. 2548 ได้แสดงสัดส่วนลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ต แยกตามกลุ่มอายุ พบว่า มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ การใช้ค้นหาข้อมูล การเล่นเกม และการสนทนา (chat) (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2549ข, หน้า 71)

จากพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนมากขึ้นทุกวัน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หรือการให้ความบันเทิงผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต จึงนับเป็นแนวทางที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้โดยตรง ด้วยความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างรวดเร็ว มีค่าใช้จ่ายต่ำ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในปริมาณมาก ในปัจจุบันสื่อมวลชนจึงได้อาศัยเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาพัฒนาการนำเสนอข่าวสาร และความบันเทิงผ่าน WWW ดังปรากฏเป็นโฮมเพจของสื่อมวลชนแทบทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์

นิตยสาร รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ สำนักข่าว และภาพยนตร์ (ศุจิภา ดวงมณี, 2539, หน้า 6)

การกระจายสารสนเทศโดยผ่านโฮมเพจสำหรับสื่อมวลชนระยะแรก ๆ นั้น อินเทอร์เน็ตเป็นเพียงสื่อที่เสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สื่อสิ่งพิมพ์ และสร้างความแปลกใหม่ในการนำเสนอข้อมูลที่ยังคงเป็นลายลักษณ์อักษร (text based) (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, หน้า 496-497) และเมื่อระบบ multimedia โดยตัวแปรสำคัญนั้นมาจากการที่เรามีเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น real audio และ real video ก่อให้พัฒนาการทางอินเทอร์เน็ต และสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เริ่มเล็งเห็นถึงแนวโน้มในความเป็นไปได้ที่จะผลิตสารสนเทศในราคาต้นทุนที่ต่ำลง และเข้าถึงกลุ่มคนโดยไร้เขตแดน มีผลตอบแทนในธุรกิจสูงมาก จึงทำให้วิทยุกระจายเสียงเข้ามามีบทบาทในการกระจายสารสนเทศผ่านโฮมเพจบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น (ยีน ภู่วรรณ, 2548ข)

อินเทอร์เน็ตได้ทำให้เส้นแบ่งระหว่างอุปกรณ์วิทยุ และคอมพิวเตอร์กลายเป็นอุปกรณ์เดียวกัน นั่นหมายความว่า กลิ่นความถี่วิทยุไม่ใช่เรื่องจำเป็นอีกต่อไป ทุกคนสามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุได้โดยไม่ต้องจ่ายค่าสัมปทาน สามารถนำเสนองานเพลงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไปยังเครื่องพีซี และสามารถขายงานเพลงได้โดยการดาวน์โหลด (download) ให้กับผู้ฟังได้ทันที สำหรับเจ้าของสถานีวิทยุหรือผู้ผลิตรายการนั้น วิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นเสมือนอีกช่องทางหนึ่งในการเข้าถึงผู้ฟังพร้อมกับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับผู้ฟังที่ทำให้สามารถฟังรายการวิทยุที่ชื่นชอบได้แม้อยู่ห่างไกลจากเขตของกำลังส่งคลื่นวิทยุก็ตาม (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547)

วิทยุอินเทอร์เน็ต หรือ Internet radio เป็นอีกบริการหนึ่งที่ผู้ฟังสามารถฟังได้โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ต่อเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตผ่านทางสายโทรศัพท์ แล้วติดต่อไปยังสถานีส่งวิทยุกระจายเสียง ซึ่งมีสถานีวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยบางแห่งเริ่มส่งกระจายเสียงทั้งทางอากาศ และทางอินเทอร์เน็ตขนานกันสำหรับทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ที่อยู่ในต่างประเทศสามารถรับฟังได้เช่นเดียวกับผู้ฟังในประเทศ จึงมีประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้ที่อยู่ห่างไกลจากสถานีส่ง (กิตติศักดิ์ มรินทร์, 2544, หน้า 88) โดยทั่วไปวิทยุอินเทอร์เน็ตสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, หน้า 502)

1. ลักษณะแบบ real time radio คือ ผู้ฟังทางวิทยุทางอินเทอร์เน็ตสามารถรับฟังเนื้อหาเหมือนกัน และรับฟังได้ในขณะเดียวกันกับผู้ฟังที่รับฟังทางวิทยุ โดยใช้โปรแกรมในการรับฟังได้ทันที

2. ลักษณะแบบ on demand คือ ผู้ฟังสามารถเลือกประเภทรายการที่ต้องการฟังได้เอง โดยที่หน้าเว็บจะมีประเภทรายการให้คลิกเพื่อรับฟัง และยังสามารถ download เก็บไว้ฟังได้

สำหรับผู้ผลิตรายการทางวิทยุกระจายเสียง (over-the-air radio) ซึ่งเป็นสื่อหลักที่ได้รับการยอมรับทั่วโลกถึงศักยภาพในการนำเสนอทั้งเพลง ความบันเทิง และข่าวสาร ในปัจจุบันก็ได้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างแพร่หลาย จากข้อมูลของกองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ (อ้างถึงใน พัชอร บุญรัตนกรกิจ, 2546, หน้า 8) สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศในระบบ เอ.เอ็ม และระบบ เอฟ.เอ็ม ในกรุงเทพมหานครมี 78 สถานี และส่วนภูมิภาคมี 447 สถานี รวมทั้งสิ้น 525 สถานี ปัจจุบันหลายสถานีเหล่านี้ก็ได้จัดทำเว็บไซต์ของตัวเอง เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งบางสถานียังใช้เป็นช่องทางนำเสนอรายการวิทยุด้วย

วิทยุอินเทอร์เน็ตมีมานานแล้ว แต่เชื่อว่าจะได้รับความนิยมง่าย ๆ ทั้งที่ศักยภาพและความเหนือกว่าสถานีวิทยุธรรมดาอยู่อย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเปิดทางเลือกให้ผู้ฟังได้มากกว่า ไม่ว่าจะเป็นการเลือกสถานี ประเภทของเพลง หรือการเลือกศิลปินที่ชื่นชอบ รวมทั้งลูกเล่นอื่น ๆ มากมาย และยังมีเพลงให้เลือกฟังตามใจชอบ ข้อจำกัดของวิทยุอินเทอร์เน็ตจะอยู่ที่ความเร็ว แต่ปัจจุบันการเติบโตของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทำให้วิทยุบนอินเทอร์เน็ตมีอัตราการขยายตัวของผู้ฟังเพิ่มขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2547)

รายงานสถิติผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตทางสถานีวิทยุอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่มีจำนวนผู้ฟังเข้ามากที่สุด 5 อันดับแรก ในวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2550 ดังนี้ (ทรูฮิต, 2550)

ตาราง 1

จำนวนผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตทางสถานีวิทยุอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

สถานีวิทยุอินเทอร์เน็ต	จำนวนผู้เข้าฟัง/วัน
1. สถานีเวอร์จิน เรดิโอ ไทยแลนด์	28,604
2. สถานีเรดิโอ อินไทยแลนด์	18,960
3. สถานีสีสันคนตรี	16,776
4. สถานีเอไอเอ็มมีเดีย	10,553
5. สถานีคลื่นสามัญประจำบ้าน	9,093

ที่มา. จาก สถิติสถานีวิทยุ รายการวิทยุ, โดย ทรุชิต, 2550, ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2550, จาก http://news.truehits.net/radio_station/index.php

ตลาดของวิทยุอินเทอร์เน็ต สามารถสรุปปัจจัยที่ควรพิจารณา ดังต่อไปนี้
(ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2550)

1. การมีเนื้อหาที่ดีจะสามารถทำให้ผู้ฟังเข้าถึงวิทยุอินเทอร์เน็ต และสามารถสร้างความนิยมได้ง่ายขึ้น
2. การมีปฏิสัมพันธ์แบบฉับพลัน (real time) กับผู้ฟัง การตอบกลับจากผู้ฟัง เพื่อแสดงผลจำนวนของผู้ฟังนั้น จะส่งผลต่อผู้ที่สนใจลงโฆษณา สำหรับการใช้จ่ายเงินทางอินเทอร์เน็ตสร้างความแตกต่างจากวิทยุกระจายเสียงแบบเก่า ในขณะที่มุมมองของกลุ่มแข่งขันด้านโฆษณานั้น ไม่ใช่เฉพาะสถานีวิทยุอินเทอร์เน็ตด้วยกันเท่านั้น แต่ยังเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมต่าง ๆ อีกด้วย
3. ต้องมีเทคโนโลยีที่มีเสถียรภาพ เพราะออนไลน์ หมายถึง ไม่มีวันหยุด ในขณะที่เทคโนโลยีการกระจายเสียงแบบเก่ามีความเสถียร แต่วิทยุอินเทอร์เน็ตเทคโนโลยีการกระจายเสียงผ่านสายยังไม่เสถียรมากนัก จึงทำให้ในยุคแรกของวิทยุอินเทอร์เน็ตจะเป็นผู้ที่มีความรู้ทางเทคโนโลยี แต่ยังขาดการสร้างคามนิยม ดังนั้น เทคโนโลยีที่เท่าทันจึงเป็นปัจจัยที่ต้องพิจารณาควบคู่กันไปด้วย

บทสัมภาษณ์ของ นายปรีชุตม์ นิวาสะบุตร กรรมการผู้จัดการ บริษัท แปซิฟิค อินเทอร์เน็ต (ประเทศไทย) จำกัด ได้กล่าวว่า

“เนื่องจากอินเทอร์เน็ตช่วยขยายโอกาสและช่องทางทางธุรกิจให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากกว่าคลื่นวิทยุปกติที่ถูกจำกัดด้วยระยะทางและสภาพแวดล้อม เวอร์จินเรดิโอไทยแลนด์ ผู้ดำเนินรายการคลื่นวิทยุ 4 คลื่นฮิตในประเทศไทย คือ FM 89.0, FM 95.5, FM 105.0 และ FM 105.5 จึงร่วมมือกับ บริษัท แปซิฟิค อินเทอร์เน็ต (ประเทศไทย) จำกัด ให้บริการถ่ายทอดสดการฟังเพลงผ่านอินเทอร์เน็ตหรือ radio streaming online ที่ www.virginradiothailand.com” (สยามรัฐ, 2547)

นายเชษฐ มังคโลดม กรรมการผู้จัดการ บริษัท เวอร์จิน เรดิโอไทยแลนด์ กล่าวว่า “การเปิดสถานีเพลงวิทยุออนไลน์ขึ้นมา เพื่อขยายช่องทางการรับฟังให้ครอบคลุมทั่วประเทศ รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมต่าง ๆ ที่สถานีจัดขึ้นมาเป็นพิเศษผ่านเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นการส่งข้อความถึงดีเจ ขอเพลง ชมรายการสดของดีเจด้วยเว็บแคม หรือกิจกรรมโปรโมชันอื่น ๆ ซึ่งปัจจุบันได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้ฟังเข้ามาใช้บริการผ่านเว็บไซต์ไม่ต่ำกว่า 160,000 รายต่อเดือน ซึ่งอนาคตจะมีการถ่ายทอดสดกิจกรรมของคลื่นผ่านทางอินเทอร์เน็ต” (สยามรัฐ, 2547)

สำหรับการใช้อินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมรายการของวิทยุกระจายเสียงนั้น อาจจะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการสื่อสาร หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการลดข้อบกพร่องของสื่อวิทยุกระจายเสียง ซึ่งมีองค์ประกอบที่อาจจะใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาทดแทนได้ คือ (ชาญวิทย์ เจริญกิจชัยชนะ, 2541, หน้า 4-5)

1. ความสะดวกในแง่ของวันและเวลา หมายถึง หากการพลาดชมรายการ ขณะเวลาที่รายการนั้นได้ทำการออกอากาศ เราก็สามารถจะชมรายการนั้นได้ใหม่ทางอินเทอร์เน็ตในวันและเวลาใดก็ตามที่เราสะดวกได้ เพราะรายการสามารถจัดเก็บเป็นไฟล์ไว้ใน server ไว้ให้ผู้ฟังที่สนใจเข้าไปคลิกเรียกฟังได้

2. ความสะดวกในแง่ของความพึงพอใจ หมายถึง สามารถเลือกได้มากขึ้นว่าจะรับสารจากสถานีที่แห่งใด ไม่ว่าจะอยู่ในประเทศหรือต่างประเทศ และเมื่อไร ไม่ว่าจะเวลากลางวันหรือกลางคืน ปัจจัยเหล่านี้ไม่เป็นอุปสรรคในการรับฟัง เพราะวิทยุอินเทอร์เน็ตไม่มีข้อจำกัดทางคลื่นความถี่

3. การมีปฏิสัมพันธ์ หมายถึง ผู้ฟังสามารถขอในสิ่งที่ตนเองฟังประสงค์ สามารถเลือกขอเพลงที่ต้องการจะฟัง สามารถตอบโต้กับผู้จัดรายการวิทยุได้ทันทีผ่านทางอีเมลล์-แอดเดรส (e-mail address) หรือหมายเลขโปรแกรมไอซีคิว (ICQ number) ที่สถานีนั่นจดทะเบียนไว้ เรียกได้ว่าเป็นการสื่อสารแบบสองทางแทนการสื่อสารแบบทางเดียว

ด้วยคุณสมบัติของเทคโนโลยีเว็บที่เอื้อประโยชน์ให้วิทยุอินเทอร์เน็ตสามารถนำเสนอสิ่งต่าง ๆ ได้มากมายกว่าวิทยุแบบดั้งเดิม (traditional station) ที่ยังมีขีดจำกัดด้านคลื่นความถี่ และการนำเสนอได้แค่เสียงเพียงอย่างเดียว ในวันนี้ วิทยุอินเทอร์เน็ตสามารถส่งเสียง ข้อความในรูปแบบตัวอักษร ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบ และสนองตอบต่อความต้องการผู้บริโภค

เนื่องจากธุรกิจการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เพราะทุกวันนี้มีผู้ใช้หลายร้อยล้านคน โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาดี จะพาตัวเองเข้าสู่เว็บเหล่านี้ในฐานะสื่อข่าวสารบันเทิงที่ตนเองพอใจ ดังนั้น เว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ตหลายแห่งจึงพยายามสร้างสีสัน และสิ่งดึงดูดความน่าสนใจต่าง ๆ มากขึ้น และให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ฟังเป็นสำคัญ เพื่อให้เว็บไซต์ของตนได้รับความนิยม และมีผู้เข้าฟังเพิ่มมากขึ้น

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ยังไม่มีการศึกษาที่แน่ชัดว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ผู้ผลิตรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตยังไม่ทราบข้อมูลที่แน่ชัด ทั้งยังไม่สามารถปรับปรุงหรือพัฒนารายการวิทยุอินเทอร์เน็ตให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้ทั้งหมด ดังนั้น เพื่อรักษากลุ่มผู้ฟังเดิมให้คงอยู่ และเพิ่มกลุ่มผู้ฟังหน้าใหม่ให้เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต เพื่อมุ่งหวังให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตในการพัฒนาเนื้อหารายการ และการนำเสนอรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพ และสนองความต้องการของผู้ฟัง และให้ผู้ฟังหันมาใช้บริการวิทยุอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อตอบปัญหานำการวิจัย ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีความสัมพันธ์กับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาประเภทรายการ รูปแบบรายการ และเนื้อหารายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการรับฟังของชาวกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรมีความสัมพันธ์กับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ประเภทและรูปแบบรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
3. เนื้อหารายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
4. เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
5. ประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะชาวกรุงเทพมหานคร ที่เคยฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 แบบ คือ

1. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จากกลุ่มที่เคยฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต ตามสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน และร้านบริการอินเทอร์เน็ต ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งสิ้น 5 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตจตุจักร เขตบางกะปิ และเขตบางเขน ให้ได้จำนวนตัวอย่าง 200 คน
2. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากทางเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตจำนวน 10 เว็บไซต์ ให้ได้จำนวนตัวอย่าง 200 คน โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งในแบบธรรมดา และแบบสอบถามออนไลน์ ให้ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน การเก็บข้อมูลจะดำเนินการในช่วงเดือนสิงหาคม ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2549

นิยามศัพท์เฉพาะ

วิทยุกระจายเสียง (radio broadcasting) หมายถึง การใช้คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า หรือคลื่นวิทยุ เพื่อส่งกระจายออกอากาศโดยไม่ต้องใช้สายเชื่อมระหว่างกัน

อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึง ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ ที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์จำนวนมากทั่วโลกเข้าด้วยกัน

วิทยุอินเทอร์เน็ต (Internet radio) หมายถึง การบริการที่ผู้ฟังสามารถฟังได้โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ต่อเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตผ่านทางสายโทรศัพท์ แล้วติดต่อไปยังสถานีส่งวิทยุกระจายเสียง โดยสามารถกระจายเสียงทั้งทางอากาศ และทางอินเทอร์เน็ตขนานกัน

วิทยุกระจายเสียงบนอินเทอร์เน็ต (broadcast station on the Internet/web) หมายถึง สถานีวิทยุหรือรายการวิทยุที่ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง และถ่ายทอดสัญญาณเสียง

จากรายการวิทยุกระจายเสียงขึ้นไป on line บนอินเทอร์เน็ต โดยรายการที่ออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียงจะออกอากาศบนอินเทอร์เน็ตควบคู่กันไปด้วย

วิทยุเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต (Internet-only radio, web-only radio) หมายถึง สถานีวิทยุหรือรายการวิทยุที่จัดรายการเพื่อถ่ายทอดเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต โดยรายการไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรายการวิทยุกระจายเสียงเลย

วิทยุบนอินเทอร์เน็ตแบบผสม หมายถึง สถานีหรือรายการวิทยุของผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงที่นำรายการวิทยุกระจายเสียงไปถ่ายทอดบนอินเทอร์เน็ต พร้อมทั้งจัดรายการวิทยุเฉพาะบนอินเทอร์เน็ตด้วย

เว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ต หมายถึง เว็บไซต์ขององค์กรผู้ดำเนินการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงบนอินเทอร์เน็ต และวิทยุเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต

การออกอากาศรายการวิทยุแบบสด (real time/live) หมายถึง เวลาออกอากาศจริงทางสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือการจัดรายการสดเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งคนฟังทั้งในและต่างประเทศ จะสามารถรับฟังรายการได้ทันทีพร้อมกัน

การออกอากาศรายการวิทยุแบบเรียกดูตามต้องการ (on-demand) หมายถึง การเก็บข้อมูลไว้เป็น file archive คือ การจัดเก็บแฟ้มข้อมูลเป็นระบบบีบอัดสัญญาณ ซึ่งเรียกมาเป็นหมวด ผู้ฟังสามารถเข้าไปดูเวลาใดก็ได้ตามต้องการ โดยไม่ต้องดาวน์โหลดไฟล์ (file download) ทั้งหมดก่อน แต่สามารถเรียกดูได้ทันทีเหมือนฟังวิทยุ โดยใช้เทคโนโลยี streaming ข้อมูลเป็นได้ทั้งภาพและเสียง

ลักษณะประชากร หมายถึง ลักษณะความแตกต่างของกลุ่มประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้

ประเภทรายการ หมายถึง การแบ่งรายการโดยแยกตามเนื้อหาต่าง ๆ เช่น รายการข่าว รายการบันเทิง รายการสาระความรู้ เป็นต้น

รูปแบบรายการ หมายถึง รูปแบบวิธีการนำเสนอรายการให้เหมาะสมกับเนื้อหา เวลา และกลุ่มผู้ฟัง เช่น รายการพูดคุยกับผู้ฟัง รายการสนทนา รายการสัมภาษณ์ รายการอภิปราย เป็นต้น

เนื้อหารายการ หมายถึง เนื้อหาที่อยู่ในประเภทรายการต่าง ๆ เช่น ประเภทรายการข่าว ได้แก่ ข่าวในประเทศ ข่าวท้องถิ่น ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา เป็นต้น

เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต หมายถึง การนำเทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร เช่น เสียง ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิก การโต้ตอบระหว่างผู้ส่งกับผู้รับสาร การนำเสนอเว็บไซต์ที่น่าสนใจ และดึงดูดใจให้คนเข้ามาฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต หมายถึง การได้รับประโยชน์จากวิทยุอินเทอร์เน็ต ทั้งจากตัวรายการ และเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์

การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต หมายถึง การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของผู้ฟัง โดยเลือกฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตตามลักษณะการรับฟัง ได้แก่ ความถี่ที่ใช้ในการฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต และระยะเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลจากการวิจัยจะทำให้ผู้ผลิตรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตสามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนารายการ เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ต และคุณสมบัติของวิทยุอินเทอร์เน็ตให้สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ฟังต้องการต่อไป
2. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยุอินเทอร์เน็ตให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น
3. ผลการวิจัยจะสามารถนำไปเป็นฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยต่อไป

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นพื้นฐานและใช้ประโยชน์เป็นกรอบความคิดในการศึกษางานวิจัย โดยแยกเป็นหมวดหมู่ ดังต่อไปนี้

1. วิทยุอินเทอร์เน็ต
2. แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
3. แนวความคิดเกี่ยวกับประเภทและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง
4. การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสาร
5. แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อแบบใหม่และการหลอมรวมสื่อ
6. ทฤษฎีการสื่อสารงานนวัตกรรม
7. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
8. ทฤษฎีการคาดหวังจากสื่อ
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิทยุอินเทอร์เน็ต

เมื่อร้อยปีเศษมาแล้ว มาร์คโชนี ได้ส่งสัญญาณวิทยุเป็นคลื่นแพร่กระจายออกไปในอากาศได้สำเร็จ หลังจากนั้นได้มีการพัฒนาเครื่องรับวิทยุทั้งแบบ เอ.เอ็ม และ เอฟ.เอ็ม ต่อมา มีการพัฒนาวิธีการส่งสัญญาณโทรทัศน์ ทำให้มีการส่งข่าวสารผ่านทางวิทยุ และโทรทัศน์ จนทำให้วิทยุและโทรทัศน์ ได้รับความนิยมทั่วโลก และเมื่อการประยุกต์ใช้ไฮเปอร์เท็กซ์ (hypertext) บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ได้เริ่มมีการจัดการข้อมูลข่าวสารไว้บนเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (server) โดยผู้ใช้ (user) สามารถเรียกใช้ข้อมูลข่าวสารทางเครื่องคอมพิวเตอร์ลูกข่าย (client) โดยมีโปรแกรมเชื่อมโยง (browser)

ทำการติดต่อกับเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายด้วย http (hyper text transport protocol) ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานในการติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการประยุกต์ใช้ที่เรียกว่า เวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web--WWW) หรือเครือข่ายใยแมงมุม เมื่อเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้พัฒนาให้ก้าวหน้ามากขึ้น การใช้งานข้อมูลข่าวสารนั้น ได้ก้าวเข้าสู่มัลติมีเดีย (multimedia) ที่มีการเก็บข้อมูลรูปภาพ เสียง และวิดีโอ ซึ่งการเก็บข้อมูลเสียง และวิดีโอในยุคแรกนั้น ยังเป็นเพียงการเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายเมื่อผู้ใช้งานต้องการใช้ข้อมูลต่าง ๆ ติดต่อมายังเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ลูกข่าย เพื่อทำการโอนย้ายข้อมูลโดยวิธีการคัดลอกแฟ้มข้อมูลเหล่านั้นผ่านเครือข่ายมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ลูกข่าย เมื่อคัดลอกมาได้ครบ ก็จะเริ่มแสดงผลได้ ลักษณะการใช้งานจึงเป็นเพียงวิธีการโอนย้ายข้อมูลตามปกติ ไม่ได้เป็นการส่งกระจายแบบเวลาจริง (ยีน ภู่วรรณ, 2548ก)

ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีการบีบอัดข้อมูลได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้นจนสามารถบีบอัดข้อมูลเสียง และวิดีโอให้มีขนาดเล็กกลงได้ ทำให้ส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายที่มีข้อจำกัดทางด้านปริมาณข้อมูลต่อวินาทีลดลง เพราะหากผู้ติดต่อเครือข่ายด้วยโมเด็ม (modem) ผ่านสายโทรศัพท์ ปริมาณข้อมูลต่อวินาทีที่รับส่งได้ยังอยู่ในกรอบจำกัด เช่น รับส่งได้สูงสุดเพียง 28.8 กิโลบิตต่อวินาที เมื่อข้อมูลเสียง หรือวิดีโอได้รับการบีบอัดลง จึงทำให้การสื่อสารผ่านสายไปบนอินเทอร์เน็ตมีความเป็นไปได้มากขึ้น การส่งสัญญาณเสียงแบบออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต (real audio) และการส่งวิดีโอบนอินเทอร์เน็ตเสมือนการกระจายสัญญาณโทรทัศน์บนเครือข่าย (real video) นับเป็นจุดเริ่มของวิทยุอินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์อินเทอร์เน็ต (ยีน ภู่วรรณ, 2548ก)

ระบบวิทยุอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เข้ารหัสสัญญาณเสียง (encoder) เป็นเครื่องที่สามารถรับสัญญาณเสียงโดยตรงจากแหล่งสัญญาณเสียง (source) เช่น สัญญาณเสียงจากเครื่องรับวิทยุ หรือรับสัญญาณจากห้องจัดรายการวิทยุ (studio) โดยตรงหลังจากนั้นจะแปลงสัญญาณให้เป็นข้อมูลแบบดิจิทัลพร้อมทำการบีบอัดให้เล็กกลง เพื่อส่งไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายสำหรับให้บริการกระจายเสียงไปยังเครื่องผู้ฟัง ซึ่งจะต้องมีโปรแกรมสำหรับเปิด เช่น โปรแกรม Real Player หรือ Windows Media Player เป็นต้น เมื่อผู้ติดต่อไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายจะเปิดช่องสื่อสารระหว่างกัน

เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายจะส่งข้อมูลให้อย่างต่อเนื่องจนกว่าจะเลิกการติดต่อ แต่เนื่องจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่มีสภาพแบ่งกันใช้งาน ไม่สามารถกำหนดคุณภาพของการรับส่งโดยตรงได้ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการรับสัญญาณแบบออนไลน์ ดังนั้น ทางเครื่องลูกข่าย ซึ่งต้องสร้างที่พักข้อมูลชั่วคราว (buffer) ในหน่วยความจำไว้เพื่อว่าบางขณะข้อมูลที่ส่งมาจากดาตาเบสในหน่วยความจำยังรองรับการใช้งานได้ชั่วขณะหนึ่ง เพื่อให้สัญญาณต่อเนื่องโดยปกติหากรับสัญญาณเสียง จะมีการกำหนดช่องสื่อสารที่ต่อเนื่องขนาด 16 กิโลบิตต่อวินาที ดังนั้น ถ้าช่องสื่อสารจริงมีความจุมากกว่านี้ จะทำให้การรับสัญญาณเสียงที่ต่อเนื่องเหมือนฟังวิทยุได้ ถ้าหากรับสัญญาณวิดีโอช่องสัญญาณจะต้องมีความจุมากกว่า โดยทั่วไปอยู่ที่ประมาณ 23-30 กิโลบิตต่อวินาที ถ้าได้ความเร็วสูงกว่านี้ ก็จะทำให้ภาพต่อเนื่อง แต่หากได้ความเร็วต่ำกว่านี้ ภาพจะขาดเป็นช่วง ๆ และเครื่องให้บริการวิทยุอินเทอร์เน็ตทุกเครื่องจะมีข้อจำกัดสำหรับจำนวนเครื่องลูกที่ติดต่อมา เพราะแถบกว้างของช่องสื่อสารมีจำกัดกับขีดความสามารถของคอมพิวเตอร์มีจำกัด สถานีให้บริการที่พบเห็นกันบนเครือข่ายขณะนี้ยังจำกัดจำนวนอยู่ที่ 60-240 สายสัญญาณ ถ้ามีผู้นิยมใช้บริการกันมาก ข้อจำกัดจะต้องได้รับการพัฒนา แต่เนื่องจากการติดตั้งสถานีบริการทำได้ง่าย จึงมีผู้ตั้งสถานีบริการวิทยุอินเทอร์เน็ตกันมาก การตั้งสถานีจะมีอยู่ในโฮมเพจ โดยทุกโฮมเพจสามารถใส่ข้อมูลแบบมัลติมีเดียสำหรับเป็นสื่อไว้ใช้ติดต่อกัน เช่น ร้านค้าอาจมีสถานีวิทยุสำหรับโฆษณาขายสินค้า มีสถานีส่งภาพเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นสินค้า ปัญหาที่สำคัญ คือ ความต้องการใช้เครือข่ายจะมากขึ้นอีกมาก ทำให้ถนนของข้อมูลข่าวสารไม่สามารถรองรับได้ พัฒนาการทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เรียกว่า ทางด่วนข้อมูล (information highway) จึงต้องพัฒนาให้มีปริมาณการรับส่งข้อมูลได้มากขึ้น (ยีน ภู่วรรณ, 2548ก)

วิทยุอินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์อินเทอร์เน็ตเป็นทบทพิสูจน์บ่มเริ่มต้นถึงความเป็นไปได้ในการตั้งสถานีวิทยุ และโทรทัศน์บนเครือข่าย และทำให้เพิ่มจำนวนสถานีเหล่านี้ได้มาก ที่สำคัญ คือ ข่าวสารจะเป็นแบบไร้พรมแดน ที่รัฐบาลเองก็ไม่สามารถควบคุมได้อีกต่อไป เพราะจะมีผู้ตั้งสถานีบนเครือข่ายมากขึ้น (ยีน ภู่วรรณ, 2548ก)

ประเภทของวิทยุอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษากระบวนการผลิตและการนำเสนอรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ของ พัทธกร บุญรัตนกรกิจ (2546, หน้า 46-55) พบว่าเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. เว็บไซต์วิทยุกระจายเสียงบนอินเทอร์เน็ต คือ เว็บไซต์ที่ถ่ายทอดสัญญาณเสียงจากสถานี หรือรายการวิทยุกระจายเสียงขึ้น ไป on line บนอินเทอร์เน็ต สามารถแบ่งตามลักษณะผู้ดำเนินการได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1.1 เว็บไซต์ขององค์กรหรือบริษัทที่เป็นเจ้าของสัมปทานคลื่นวิทยุกระจายเสียง

2.2 เว็บไซต์ของผู้ดำเนินการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ซึ่งผู้ดำเนินการเหล่านี้ ได้นำรายการของทั้งสถานี หรือบางรายการที่ผลิตมาออกอากาศบนอินเทอร์เน็ต

2. เว็บไซต์วิทยุเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต คือ เว็บไซต์ที่มีการจัดรายการเพื่อถ่ายทอดเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรายการวิทยุกระจายเสียงเลย

3. เว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตแบบผสม คือ เว็บไซต์ที่มีการถ่ายทอดรายการวิทยุกระจายเสียง พร้อมกับมีการจัดรายการเพื่อถ่ายทอดเฉพาะบนอินเทอร์เน็ตด้วย

การผลิตรายการและส่งสัญญาณวิทยุบนอินเทอร์เน็ต

การผลิตรายการและส่งสัญญาณวิทยุบนอินเทอร์เน็ต มีรายละเอียดดังนี้ (Priestman, 2002, pp. 1-27)

วิธีการผลิตรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตนั้นมีลักษณะคล้ายกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง แต่ความแตกต่าง คือ การส่งสัญญาณจากต้นกำเนิดไปยังผู้รับการกระจายเสียงแบบคลื่นวิทยุ นั้น เริ่มจากเสียงในไมโครโฟน เทป หรือแผ่นซีดี สัญญาณจะถูกส่งไปยังเครื่อง audio mixer ผ่านกระบวนการ แล้วจากนั้นจึงถูกส่งผ่านเครื่องส่งกระจายเสียง (broadcast transmitter) โดยทั่วไปแล้ว สัญญาณเสียงที่เกิดจากแหล่งกำเนิดจะเป็นสัญญาณแบบอนาล็อก (analog) และยังคงเป็นอนาล็อกไปจนถึงสิ้นสุดกระบวนการส่งเสียงผ่านถึงผู้รับ (receiver) ยกเว้นในกรณีของเครื่องเล่นแผ่นซีดี หรือเทปดิจิทัล เสียงจะอยู่ในรูปดิจิทัล แล้วจึงแปลงให้เป็นอนาล็อกเพื่อผ่านกระบวนการ และการส่งกระจายเสียง ซึ่งการส่งสัญญาณสำหรับวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะมีกระบวนการแตกต่างไปจากนี้

เสียงบนวิทยุอินเทอร์เน็ตอาจเกิดมาจากแหล่งต้นเสียงเดียวกันกับเสียงวิทยุกระจายเสียง คือ ไมโครโฟน เทป หรือเครื่องเล่นซีดี แต่เมื่อเสียงถูกส่งผ่านต้นกำเนิด สิ่งแตกต่างที่เกิดขึ้น คือ เสียงต้องถูกแปลงจากสัญญาณอนาล็อกเป็นสัญญาณดิจิทัล เรียกกระบวนการนี้ว่า digitizing แปลงสัญญาณอนาล็อกให้เป็น เลขฐานสอง เช่น 01 (binary 0s and 1s) ในรูปไฟล์ดิจิทัลในเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วยวิธีการ 2 ทาง วิธีแรก คือ การส่งเสียงผ่านเครื่อง live encoder ซึ่งมีหน้าที่แปลงสัญญาณอนาล็อกเป็นสัญญาณดิจิทัล วิธีการที่สอง คือ ส่งเสียงอนาล็อกผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งมี sound card และ โปรแกรมซอฟต์แวร์ ซึ่งเหมาะที่ใช้แปลงสัญญาณเสียงเป็นดิจิทัล

กระบวนการนี้จะบีบอัดสัญญาณให้ข้อมูลขนาดใหญ่สามารถเก็บเป็นข้อมูลขนาดเล็ก และไม่ให้กระทบคุณภาพเสียงมากที่สุด live encoder จะส่งเสียงสัญญาณดิจิทัลไปยังอีกเครื่องคอมพิวเตอร์ คือ server ซึ่งมีโปรแกรมซอฟต์แวร์ที่สามารถทำให้ผู้ฟังมากกว่าหนึ่งคนต่อเข้าเว็บไซต์ได้ในเวลาเดียวกัน

ผู้ฟังต้องติดตั้งโปรแกรมที่เหมาะสม และใช้ฟังเสียงได้ เช่น Real Audio Player, Windows Media Player โปรแกรมเหล่านี้จะแปลงและกระจายข้อมูลสัญญาณดิจิทัลส่งต่อไปยัง sound card ของเครื่องคอมพิวเตอร์ sound card เปลี่ยนข้อมูลสัญญาณดิจิทัลให้อยู่ในรูปอนาล็อก แล้วส่งเป็นเสียงออกมาทางลำโพง เสียงที่ผ่านออกมาจึงมีลักษณะคล้ายคลึงกับเสียงจากวิทยุกระจายเสียง

กระบวนการทำงานของวิทยุอินเทอร์เน็ต

กระบวนการทำงานของวิทยุอินเทอร์เน็ตสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (Priestman, 2002, pp. 51-60)

1. การทำงานของการถ่ายทอดสัญญาณสด หรือ live (to mass audience) จะมีส่วนประกอบอยู่ 3 ส่วน คือ

1.1 รายการวิทยุ (live source) ผู้จัดทำต้องมีรายการวิทยุของตนเอง เพื่อใช้เป็น source ในการถ่ายทอด ส่วนผู้ที่ไม่มีรายการวิทยุเอง ก็สามารถจัดขึ้นมาใหม่และถ่ายทอดเสียงผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อส่งต่อไปยังอินเทอร์เน็ตได้

1.2 เครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถแปลงสัญญาณเสียงเป็นสัญญาณดิจิทัลหรือ (real-time encoder) ที่มีการ์ดเสียงที่ดี เพื่อทำการแปลงสัญญาณจากเสียงปกติเป็นดิจิทัลให้มีความชัดเจนสมจริงมากที่สุด หากเป็นการถ่ายทอดสัญญาณจากรายการวิทยุอาจมีอุปกรณ์ประเภท tuner card ติดตั้งไว้ที่คอมพิวเตอร์ ส่วนผู้ที่ไม่ใช้สัญญาณเสียงจากรายการวิทยุ และต้องการจัดรายการเองก็จำเป็นจะต้องมีไมโครโฟนต่อเข้ากับเครื่องคอมพิวเตอร์ encoder ตัวนี้

1.3 เครื่องคอมพิวเตอร์ที่จะกระจายสัญญาณดิจิทัลแบบต่อเนื่อง (streaming server) เชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (distributed channel) โดยนำเครื่องคอมพิวเตอร์แปลงสัญญาณเสียงต่อเข้ากับเครื่องแม่ข่าย ก็จะทำให้ระบบนี้ทำงานได้อย่างสมบูรณ์แบบ นอกจากนี้ การเลือกเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มารองรับยังมีความสำคัญอย่างมาก หากเป็นการถ่ายทอดจากเครื่องแม่ข่ายที่มีการส่งสัญญาณไม่ดี เช่น มีความเร็วในการจัดส่งข้อมูลน้อย อาจส่งผลให้การถ่ายทอดสัญญาณเสียงแบบสดไปยังผู้ฟังเกิดปัญหากระตุกได้ ดังนั้นแนวทางที่ดีที่สุด คือ การนำเครื่องแม่ข่ายไปติดตั้งยังผู้ที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet service provider) ที่มีความเร็วและมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีจะทำให้การส่งสัญญาณทำได้ง่ายราบรื่น

2. การทำงานของการบันทึกข้อมูลสัญญาณเสียง หรือ on demand (archive) แบ่งกระบวนการออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ข้อมูลหรือเสียงที่จะนำมาบันทึกเก็บไว้ให้ผู้คนได้เข้ามาค้นหา หรือ source ขั้นนี้ผู้จัดทำต้องมีการเตรียมการ หรือมีการบันทึกเสียงมาจากรายการต่าง ๆ เช่น บันทึกรายการสัมภาษณ์ บันทึกการสัมภาษณ์ บันทึกการจัดรายการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

2.2 การเปลี่ยนแปลงสัญญาณเสียง (pre encoder) เช่นเดียวกับการทำรายการสด คือ ต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์หนึ่งเครื่องที่ทำหน้าที่แปลงสัญญาณเป็นดิจิทัล

2.3 การจัดเก็บไฟล์สัญญาณเสียง (secondary storage) เนื่องจากระบบนี้ไฟล์ข้อมูลเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาเลือกใช้ และสามารถเก็บเป็นไฟล์ในประเภทต่าง ๆ โดยการบีบอัดในรูปแบบไฟล์เสียงในสกุลต่าง ๆ แล้วแต่ความสะดวก และเป็นที่ยอมรับในขณะนั้น การจัดเก็บผู้จัดทำต้องมีฮาร์ดดิสก์ หรือเครื่องมือจัดเก็บที่เพียงพอ และสามารถจัดระบบการค้นหาที่ดีเพื่อสะดวกในการค้นหา

2.4 เครื่องคอมพิวเตอร์ที่จะกระจายสัญญาณดิจิทัลแบบต่อเนื่อง (streaming server) เชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (distributed channel) เพื่อเชื่อมต่อกับเครื่องมือจัดเก็บไฟล์

3. กระบวนการทำงานของรายการถ่ายทอดสด แบบสามารถเลือกชมรายการตามความต้องการได้ (live and on demand program) การทำเช่นนี้เป็นเช่นเดียวกับกระบวนการทำงานในข้อแรก แต่จะเพิ่มแหล่งข้อมูลเสียง (source) ในการถ่ายทอดเนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอาจเลือกรายการที่ฟังแตกต่างกันในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งตามรายการที่ผู้จัดมีให้เลือกเหมือนกับเครื่องรับวิทยุที่สามารถเลือกรับฟังคลื่นที่ต้องการได้

4. กระบวนการทำงานของการถ่ายทอดสัญญาณสด และบันทึกข้อมูลสัญญาณเป็นการทำงานผสมผสานกันระหว่างการถ่ายทอดสัญญาณแบบสด และการบันทึกข้อมูลโดยกระบวนการต่าง ๆ จะไม่แตกต่างกัน เพียงแต่จะมีการนำเครื่องเซิร์ฟเวอร์ที่เป็นตัวส่งสัญญาณ หรือ streaming server เพียงตัวเดียวแล้วใช้ร่วมกันทั้งสองระบบได้

การเปิดรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

หลังจากที่ผู้ส่งสัญญาณหรือผู้จัดทำรายการส่งข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตไปเรียบร้อยแล้วทางผู้รับสัญญาณ คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต หากต้องการรับฟังรายการดังกล่าวจำเป็นต้องมีโปรแกรมที่จะทำการเปิดฟังสัญญาณที่ส่งมาได้ โดยปัจจุบันมีโปรแกรมจำนวนมากที่สามารถเปิดรับได้ มีทั้งที่ให้บริการฟรี โดยผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดได้จากอินเทอร์เน็ต หรือจากการซื้อโปรแกรมจากผู้ให้บริการจำนวนมากที่สามารถเปิดรับได้ ทั้งที่ให้บริการฟรี โดยผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดได้จากอินเทอร์เน็ต หรือซื้อโปรแกรมจากผู้ให้บริการสำหรับโปรแกรมที่ได้รับความนิยมในการใช้กับวิทยุอินเทอร์เน็ต ดังนี้ (มนตรี คงมหาพฤกษ์, 2544, หน้า 211-229)

1. Real Player เป็นโปรแกรมของบริษัท Real Networks ชื่อเดิม คือ Progressive Networks บริษัทนี้ได้ชื่อว่าเป็นรายแรกที่น่าเอาเทคโนโลยีสายธาร (streaming) มาใช้กับสื่อทางด้านเสียงบนอินเทอร์เน็ตอย่างจริงจัง โดยออกโปรแกรมชื่อ Real Audio Player มาในปี ค.ศ. 1995 ทำให้ผู้ใช้สามารถรับฟังเสียงจากไฟล์ที่บันทึกไว้บนเซิร์ฟเวอร์ รวมทั้งเสียงที่เผยแพร่แบบสด ๆ ได้ในแบบเวลาจริง (real-time) โดยไม่ต้องรอดาวน์โหลด (download)

ข้อมูลมาลงที่เครื่องคอมพิวเตอร์จนเสร็จก่อน คือ สามารถจะโหลด และเล่นเสียงไปได้พร้อม ๆ กัน ต่อมาในปี ค.ศ. 1997 ทางบริษัทก็ได้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์นี้ ให้สามารถเล่นไฟล์ภาพวิดีโอ (real video) ในลักษณะแบบเวลาจริง (real-time) เช่นกัน พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อ Real Audio Player มาเป็น RealPlayer เพื่อให้ครอบคลุมไปถึงสื่อมัลติมีเดียทุก ๆ รูปแบบ คือ ทั้งเสียง ภาพ และสื่ออื่น ๆ ที่จะตามมาอีกในอนาคต

เนื่องจาก Real Networks เป็นผู้บุกเบิกเทคโนโลยีนี้ และประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี จึงมีกลุ่มผู้ใช้และผู้ให้บริการมัลติมีเดียให้การสนับสนุนเป็นจำนวนมาก และรูปแบบข้อมูล Real Audio/Video ก็ถือเป็นมาตรฐานของข้อมูลมัลติมีเดีย ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ขณะท่องไปในเว็บไซต์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเกี่ยวกับเรื่องใด ก็มักจะมี Real Audio/Video ให้เล่นอยู่เสมอ เช่น เว็บไซต์ของสำนักข่าว CNN (www.cnn.com), MTV (www.mtv.com) Real Player สามารถแสดงมัลติมีเดีย (multimedia) แบบสายธาร (streaming) ได้ทั้งจากเว็บเซิร์ฟเวอร์ธรรมดา (HTTP streaming) และเซิร์ฟเวอร์ที่ติดตั้งโปรแกรมเฉพาะ (real server) โดยใช้โปรโตคอล RTSP สำหรับผู้สนใจสามารถเข้าไปดาวน์โหลดได้ที่เว็บไซต์ <http://www.real.com> (พันจันทร์ ธนวัฒนเสถียร, 2547, หน้า 297)

2. Windows Media Player ของบริษัทไมโครซอฟท์ เวอร์ชันล่าสุด คือ Media Player 10 มีความสามารถในการเล่นภาพและเสียงในระบบสายธาร (streaming) ที่ทำให้สามารถดูภาพและเสียงที่มีอยู่มากมายบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ Media Player 10 เป็นโปรแกรมประเภทแจกฟรี (freeware) คือ ถ้าใช้โปรแกรมตั้งแต่ Windows Me ขึ้นไปก็มีมาให้พร้อมแล้ว แต่ถ้าเป็น Windows 98 จะไม่มีมาให้ สามารถเข้าไปดาวน์โหลดได้ที่เว็บไซต์ <http://www.microsoft.com>

3. QuickTime เป็นโปรแกรมของบริษัท Apple Computer โปรแกรมนี้ได้รับการเปิดตัวครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1991 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้ในการสร้าง แก๊ซ และเล่นภาพวิดีโอ ซึ่งได้รับการต้อนรับอย่างดี แต่ก็ยังจำกัดตัวอยู่เฉพาะบนเครื่อง Macintosh ในระยะต่อมาทาง Apple ได้ออก QuickTime for Windows ซึ่งเป็นโปรแกรมสำหรับระบบปฏิบัติการ Windows ในระยะแรก QuickTime ยังไม่มีปลั๊กอินสำหรับใช้เล่นมัลติมีเดีย เมื่อผู้ชมเข้าไปพบข้อมูลประเภทนี้ จะต้องดาวน์โหลดมาลงในเครื่อง แล้วจึงเรียกโปรแกรมสำหรับมัลติมีเดียที่เรียกว่า Movie Player ขึ้นมาเปิดดู แต่หลังจาก Netscape 3 และ Internet

Explorer 3 เป็นต้นมา QuickTime ก็ได้ให้ปลั๊กอินสำหรับบราวเซอร์ 2 ตัวมาด้วย ทำให้ผู้ชมสามารถชมมัลติมีเดียอย่างเช่น ภาพวิดีโอ ได้บนเว็บเพจโดยตรง

สำหรับองค์ประกอบของ QuickTime นั้น ก็จะมีทั้งส่วนที่เป็นโปรแกรมอิสระสำหรับใช้เล่นมัลติมีเดียที่อยู่ในคอมพิวเตอร์ หรือที่ดาวน์โหลดมาแล้ว คือ QuickTime Player (หรือที่ใช้ชื่อเดิมว่า Movie Player) ส่วนที่เป็นปลั๊กอินสำหรับทำงานร่วมกับบราวเซอร์ทั้ง Internet Explorer และ Netscape นอกจากนี้ก็มีส่วนที่เป็นโปรแกรมสำหรับแสดงภาพนิ่งโดยเฉพาะ (picture viewer) ปัจจุบันโปรแกรม QuickTime ได้รับการพัฒนาไปถึงเวอร์ชัน 7 โดยที่จุดเด่นที่ได้รับการปรับปรุงก็คือ ความสามารถในการแสดงมัลติมีเดียแบบเวลาจริง (real-time streaming) มีหน้าต่างภาพแบบใหม่สวยงาม มีปุ่มควบคุมเสียงเพิ่มขึ้น พร้อมกับสนับสนุนไฟล์รูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ เพลง ภาพเคลื่อนไหว ภาพ 3 มิติ ภาพเหมือนจริง (virtualreality) สามารถหาข้อมูลได้ที่เว็บไซต์ <http://www.apple.com/quicktime>

ข้อได้เปรียบของวิทยุอินเทอร์เน็ต

การนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตมีข้อดีที่ได้เปรียบกว่าวิทยุกระจายเสียงหลายประการ ดังนี้ (Kaye & Medoff, 1998, pp. 80-82)

1. แฟ้มข้อมูลในรูปเสียงสามารถเรียกฟังได้ตลอดเวลา โดยไม่ต้องคำนึงถึงเวลาออกอากาศ ผู้ฟังไม่ต้องถูกผูกติดกับตารางเวลาออกอากาศ สามารถเลือกฟังจากไฟล์ที่ถูกจัดเก็บไว้ (archived file) ได้ แม้ว่าสถานีวิทยุบนอินเทอร์เน็ตบางสถานีจะออกอากาศสดแต่รายการวิทยุและข่าวต่าง ๆ ก็จะถูกเก็บไว้บนเซิร์ฟเวอร์ในรูปแบบ audio on demand เมื่อผู้ฟังต้องการฟังเมื่อใดก็สามารถเรียกฟังได้
2. วิทยุบนอินเทอร์เน็ตสามารถรับฟังได้จากทั่วทุกมุมโลก โดยไม่ต้องคำนึงถึงแหล่งต้นกำเนิด คือ แทนที่จะเปิดฟังรายการรายงานข่าวหรือรายการจากวิทยุท้องถิ่น ผู้ฟังสามารถรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตข้ามไปถึงประเทศอเมริกา หรือฟังไปได้ไกลถึงประเทศฟินแลนด์ ผู้ฟังทางอินเทอร์เน็ตในรัฐแคลิฟอร์เนีย (California) สามารถฟังรายงานการแข่งขันทennis จากเว็บไซต์ของสถานีมหาวิทยาลัยมิชิแกน หรือมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ได้

3. ผู้ฟังบนอินเทอร์เน็ตจะไม่เพียงได้ยินเสียงแค่เสียงเท่านั้น แต่จะได้เห็นภาพด้วย ทั้งเนื้อเพลง การแสดงคอนเสิร์ตของวงดนตรีร็อก หรือข่าวสารต่าง ๆ จะถูกส่งผ่านมา ในรูปของข้อความภาพกราฟิกหรือวิดีโอ เหล่านี้เป็นสิ่งซึ่งสถานีวิทยุกระจายเสียงไม่สามารถทำได้ ผู้ฟังบนเว็บจะไม่ถูกจำกัดให้รับฟังแค่เสียงเพียงอย่างเดียว

4. ความสามารถในการประกอบกิจกรรมอย่างอื่นในขณะที่ฟังวิทยุจะเพิ่มขึ้น เทคโนโลยีที่เรียกว่า multitasking ทำให้ผู้ฟังบนอินเทอร์เน็ตสามารถฟังวิทยุไปพร้อมกับการทำงานบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ หรือการท่องโลกอินเทอร์เน็ต แทนที่จะต้องเสียเวลานั่งรอคาวนโหลดโปรแกรมเสียงก่อนฟังด้วยการ stream เสียง หรือบีบอัดเสียง ผู้ฟังจะสามารถได้ยินเสียงเพลง หรือข่าวผ่านลำโพงได้ทันทีในขณะที่ทำงานบนโปรแกรมเอกสาร หรือขณะค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ

จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวิทยุอินเทอร์เน็ตข้างต้น ผู้วิจัยจะนำมาเป็นกรอบข้อมูลอ้างอิง เพื่อศึกษาลักษณะของวิทยุอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับวิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไป

แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรเป็นหลักการของความเหตุนเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ เชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้นๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัย และพฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษามีพฤติกรรมแตกต่างไปจากคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 64-65)

1. อายุ (age) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่าคนที่อายุน้อย คนที่อายุน้อยมักจะ

เป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า จะมีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย นอกจากนี้ คนที่มีวัยแตกต่างกันมักจะมีความต้องการแตกต่างกัน เช่น วัยกลางคน และวัยสูงอายุมักคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในขณะที่วัยหนุ่มสาวอาจจะสนใจเรื่องการศึกษา ความยุติธรรม และความเสมอภาคในสังคม ลักษณะการใช้สื่อก็แตกต่างกัน คนที่อายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง ในการรับฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่อายุมากมักจะฟังรายการที่หนัก ๆ ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่ (ปรมะ สตะเวทิน, 2538, หน้า 113-114)

2. เพศ (sex) จากการวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารตามแนวทฤษฎีประชากรศาสตร์ นักวิจัยให้ความสนใจกับความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับสารระหว่างเพศหญิงและเพศชาย แม้จะไม่พบความแตกต่างเด่นชัดมากเท่าอายุและการศึกษา แต่ก็มีความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชายในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ คือ เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละครในขณะที่เพศชายนิยมนอ่านหนังสือพิมพ์ มากกว่า หากดูโทรทัศน์เพศชายมักนิยมดูรายการข่าว และกีฬา (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 69)

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (socio-economic status) หมายถึง อาชีพ (occupation) รายได้ (income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (race and ethnic group) ตลอดจนพื้นฐานทางครอบครัว (family background) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติค่านิยมเป้าหมายและพฤติกรรมที่ต่างกัน ผู้มีรายได้สูง มักจะใช้สื่อมวลชนมาก และมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหรือเรื่องราวที่หนัก ๆ เช่น อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการเมืองปัญหาสังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2538, หน้า 114-116)

4. การศึกษา (education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่า คนที่มีการศึกษาน้อย และมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อย มักจะ

ใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัด ก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น (ปรมะ สตะเวทิน, 2538, หน้า 116-117)

จากแนวความคิดด้านประชากรศาสตร์ข้างต้น จะพยายามชี้ให้เห็นถึงประเด็นด้านคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันนั้น จะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลที่แตกต่างกันออกไปด้วย สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปรทางประชากรศาสตร์ที่จะนำมาศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยสามารถนำแนวความคิดดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ทในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าจะมีความสอดคล้องหรือแตกต่างไปจากแนวความคิดดังกล่าวหรือไม่อย่างไร

แนวความคิดเกี่ยวกับประเภทและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง

การนำเสนอรายการวิทยุไม่ว่าจะเป็นรายการข่าวสารความรู้ หรือความบันเทิงทางวิทยุ ต้องพิจารณาองค์ประกอบรายการต่าง ๆ ให้เหมาะสมสอดคล้องกัน เช่น เนื้อหาของรายการ เวลาของรายการมากน้อยเพียงใด ผู้จัดรายการจำเป็นต้องหาเทคนิควิธีการนำเสนอให้เหมาะสมกับเนื้อหา เวลา และกลุ่มผู้ฟังให้ดีที่สุดเพื่อไม่ให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย วิธีการนำเสนอมีหลายแบบ โดยแบบของการนำเสนอรายการวิทยุนี้ สามารถแบ่งออกได้ ดังต่อไปนี้ (พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์, 2546, หน้า 31-32)

1. รายการพูดคุยกับผู้ฟัง (straight talk programme) เป็นรายการพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง คือ รายการที่มีผู้พูดเพียงคนเดียว พูดให้ผู้ฟังโดยตรงนั่นเอง การพูดคุยต้องเป็นไปตามบท (script) มีการเตรียมตัวมาให้เป็นธรรมชาติ (ไม่ใช่อ่านบทความ) โดยเอาบทความมานั่งพูดเป็นเชิงเล่า หรืออธิบายให้ลักษณะเหมือนพูดคุยกับผู้ฟัง การพูดยังพูดเป็นธรรมชาติมากเท่าใดยิ่งได้รับความสนใจมากขึ้นเท่านั้น

2. รายการสนทนา (conversational programme) เป็นรายการทำนองพูดคุย แต่การพูดคุยนั่นไม่ได้พูดคุยโดยตรงกับผู้ฟัง หากเป็นการสนทนาระหว่างผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยมีคนหนึ่งคนใดเป็นผู้ดำเนินการสนทนา ทำหน้าที่คอยคุมให้การสนทนา

เป็นไปตามแนวอยู่ในขอบเขต และคอยนำการสนทนาจากเรื่องหนึ่งไปยังอีกเรื่องหนึ่ง อย่างมีระเบียบและขั้นตอน ผู้ดำเนินรายการอาจร่วมกันออกความคิดเห็นในการสนทนา หรือพูดกับผู้ฟังโดยตรงด้วย เช่น การขึ้นต้น การสรุปข้อความสนทนา

3. รายการสัมภาษณ์ (interview programme) เป็นรายการที่ประกอบด้วยผู้สัมภาษณ์ (interviewer) 1 คน เป็นผู้ถาม และมีผู้ให้คำสัมภาษณ์ หรือผู้ถูกสัมภาษณ์ (interviewee) เป็นผู้ตอบคำถามอาจมีคนเดียวหรือหลายคนแล้วแต่ความเหมาะสมของเนื้อหาการสัมภาษณ์

4. รายการอภิปราย (discussion programme) เป็นรายการออกความคิดเห็นในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่ผู้มาร่วมอภิปรายนั้นต่างความคิดเห็นต่างทัศนคติจึงมาร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผู้ดำเนินการอภิปรายทำหน้าที่นำการอภิปรายสรุปความคิดเห็นของผู้อภิปราย แต่จะไม่ร่วมอภิปรายเหมือนรายการสนทนาจุดมุ่งหมายสำคัญของการอภิปรายคือ ต้องการรับฟังความคิดเห็นจากบุคคลต่าง ๆ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

5. รายการสารคดี (documentary) เป็นรูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ลึกซึ้งไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การนำเสนอรายการทำหลายลักษณะเพื่อไม่ให้ผู้ฟังเบื่อและดึงดูดความสนใจผู้ฟังให้มากที่สุดด้วย ดังนั้นรายการสารคดีจึงต้องมีความหลากหลาย (variety) แต่ต้องมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อเกี่ยวโยงความหลากหลายให้เป็นรายการเดียวกัน โดยมีผู้พูดเชื่อมโยง (continuity narrator) ซึ่งจะทำหน้าที่กล่าวสรุปปิดท้ายรายการด้วยรายการสารคดีที่ดีนั้นจะต้องมีทั้งเอกภาพและความหลากหลาย

6. รายการนิตยสารทางอากาศ (magazine programme) เป็นรายการที่มีหลายรหัสหลายเรื่อง หลายรูปแบบรวมอยู่ในรายการเดียวกัน รายการนิตยสารทางอากาศมีหลายเรื่องในรายการเดียวกัน (several topics in one programme) ไม่เหมือนรายการสารคดี ซึ่งมีเพียงเรื่องเดียว (one topic in one programme) ที่มีเอกภาพและความหลากหลายในรายการเดียวกัน

7. รายการข่าว (news programme) เป็นรายการที่จัดทำขึ้นเพื่อรายงานเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในวันหนึ่ง ๆ เพื่อให้ผู้ฟังได้รู้ว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ทำไม และอย่างไร รายงานข่าวอาจรายงานสถานที่เกิดเหตุจริง ๆ การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (news reporting) แต่ถ้านำเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมาเขียนเรียบเรียงแล้วนำมาอ่านให้ผู้ฟัง

(news reading) การรายงานข่าวทางวิทยุควรมีลักษณะสั้น ๆ ชัดเจน เข้าใจง่าย และหัวข้อข่าวทำให้รู้ว่าเป็นเรื่องอะไรและมีรายละเอียดครอบคลุมให้ชัดเจนว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร

8. รายการบรรยายเหตุการณ์ (commentary) เป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและรายงานในขณะที่เหตุการณ์นั้นกำลังเกิดขึ้น ผู้บรรยายมีหน้าที่ถ่ายทอดหรือเล่าเหตุการณ์ถ่ายทอดให้ผู้ฟัง รายการลักษณะนี้เป็นที่นิยมอย่างมาก เพราะมีความรวดเร็วทันใจ ผู้ฟังรู้เรื่องทันที สร้างความตื่นเต้นเร้าใจผู้ฟังได้เป็นอย่างดี

9. รายการตอบปัญหา (quiz programme) อาจทำได้หลายลักษณะ เช่น เชิญผู้ตอบปัญหาร่วมรายการ โดยตอบปัญหาในห้องส่งในลักษณะแข่งขันกัน

10. รายการเพลง (music programme) รายการเพลงเป็นรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงอย่างแท้จริง ไม่ว่าสมัยก่อนหรือปัจจุบันสถานีวิทยุต่าง ๆ ออกอากาศรายการเพลงในอัตราส่วนที่มากกว่ารายการประเภทอื่นอยู่มาก การจัดรายการเพลงให้ถูกใจผู้ฟังทุกคนเป็นไปได้ยาก เนื่องจากผู้ฟังมีหลายประเภท การจัดรายการเพลงควรมีทั้งเอกภาพ และความหลากหลาย เอกภาพในรายการเพลง หมายถึง รายการหนึ่ง ๆ ควรจัดประเภทเดียว เช่น เพลงคลาสสิก หรือเพลงไทยสากล ฯลฯ ความหลากหลาย หมายถึง ความหลากหลายในเสียงนักร้องหญิงชาย ความหลากหลายในจังหวะเร็ว ช้า เป็นต้น

11. รายการละคร (radio drama) เป็นรายการของการแสดงบทบาทที่สมมติขึ้นโดยสอดแทรกเนื้อหาวิชา ความรู้ และความบันเทิงด้วยศิลปะต่าง ๆ ทางการใช้เสียงให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์รู้สึกคล้อยตาม โดยอาศัยบทเจรจา (dialogue) และการบรรยาย (narrator) รวมทั้งการใช้เพลงและเสียงประกอบ (sound effects) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ รายการละครมุ่งให้ความบันเทิง และความรู้ขึ้นอยู่กับผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย ละครวิทยุจะประทับใจมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับส่วนสำคัญอย่างหนึ่ง คือ การสร้างจุดประทับใจ (climax) ซึ่งจุดประทับใจนี้ควรมีทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นละครที่จบในตอนเดียว หรือละครเรื่องยาว

12. รายการปพลิเคชัน (variety) เป็นรายการผสมรายการหลาย ๆ รูปแบบรวมอยู่ในรายการเดียวกัน แต่ไม่มีการเชื่อมโยงต่อเนื่อง (transition) หรือเหมือนกับนิยายสารทางอากาศ รายการประเภทนี้มีแต่ความหลากหลาย แต่ไม่มีความเป็นเอกภาพ รายการประเภทนี้ส่วนมาก

เน้นความบันเทิง เป็นรายการประเภทสิ่งละอันพันละน้อย เช่น อาจประกอบด้วยประเภทเกมโชว์ รายการตลก แข่งขันทางปัญญา เป็นต้น

13. รายการสารละคร (docu-drama) หรือ สารนิยาย เป็นรายการมุ่งให้ความรู้และความบันเทิงพร้อม ๆ กัน ใช้รูปแบบละครวิทยุผสมกับรูปแบบสารคดี โดยช่วงแรกจะเสนอรายการด้วยรูปแบบละครวิทยุ โดยเล่าเรื่องให้ผู้ฟังตระหนักว่า สิ่งนั้นคือปัญหาสาเหตุของปัญหาอย่างไร ต่อจากนั้นจะเป็นช่วงเวลาของการแก้ปัญหา โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิหลาย ๆ คนมาแสดงความคิดเห็น หรืออาจไปสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้รู้ก็ได้ ซึ่งในช่วงหลังอาจเสนอสาระเชิงวิชาการ การบรรยาย การสรุป การวิจารณ์ หรือการอภิปรายประกอบรายการ

สำหรับการแบ่งประเภทรายการวิทยุ นั้น ได้มีการแบ่งเอาไว้แตกต่างกันไปตามจุดมุ่งหมาย โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะของผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นสำคัญ โดยการจัดรายการและการผลิตรายการต้องสอดคล้องกับความสนใจของผู้ฟัง และมีการกำหนดตารางหรือผังรายการที่ทิ้งให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ควบคู่กันไปเพื่อใช้ในการผลิตรายการ และให้ผู้ฟังได้รับรู้ อันทำให้ผู้ฟังมีอิสระในการเลือกรับฟัง โดยทั่วไปสามารถแบ่งรายการวิทยุได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ รายการประเภทข่าว รายการประเภทความรู้ และรายการประเภทบันเทิง (พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์, 2546, หน้า 30-31)

1. รายการประเภทข่าวสาร เป็นการเผยแพร่ออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในเรื่องที่เป็นข่าวเหตุการณ์ ซึ่งอยู่ในความสนใจหรือมีความสำคัญต่อสาธารณชนให้รับรู้ว่า ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร และอย่างไร รวมทั้งการให้ข่าวสารบริการสาธารณะ

2. รายการประเภทความรู้ เป็นการเผยแพร่ออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในเรื่องช่วยเสริมสร้างปัญญาเพื่อยกระดับความรู้ให้มีมากขึ้นหรือรอบรู้ยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อพื้นฐานความรู้เพื่อการดำรงชีพและการใช้ชีวิตในสังคมของผู้ฟัง

3. รายการประเภทความบันเทิง เป็นการเผยแพร่ออกอากาศวิทยุกระจายเสียงที่สร้างความรื่นรมย์ให้เกิดความเพลิดเพลิน เพื่อให้ผู้ฟังได้ผ่อนคลายอารมณ์จากภารกิจหน้าที่การทำงานที่ตนรับผิดชอบ โดยเกิดความชื่นชมในชีวิต

การแบ่งประเภทรายการวิทยุ นั้นในทางปฏิบัติอาจแยกว่า รายการใดรายการหนึ่ง มีสาระเป็นประเภทใดอย่างเด็ดขาดนั้นยากที่จะกำหนด เพียงแต่สามารถบ่งบอกถึงเนื้อหา-

สาระว่าส่วนใหญ่เป็นประเภทใดได้ ขณะเดียวกันบางแห่งก็อาจแบ่งประเภทรายการตามเนื้อหา เช่น รายการข่าว รายการเกษตร รายการธรรมะ เป็นต้น

นอกจากนั้น การแบ่งประเภทรายการวิทยุ มักจะแบ่งให้ครอบคลุมลักษณะของรายการอยู่ 4 ลักษณะใหญ่ด้วยกัน คือ (บุญเกื้อ ควรหาเวช, 2539, หน้า 117)

1. แบ่งโดยเอาเนื้อหารายการ (content) เป็นหลัก ชื่อรายการต่าง ๆ ต้องสามารถสื่อให้ผู้ฟังทราบได้ว่ารายการนั้นจะมีเนื้อหาอย่างไร เช่น รายการเกษตร รายการกีฬา รายการธรรมะ เป็นต้น การบอกชื่อรายการโดยถือเอาเนื้อหาเป็นหลัก ย่อมเข้าใจได้ว่าวิธีเสนอรายการจะเป็นไปในรูปแบบใดสุดแต่คนจัดรายการจะเห็นเหมาะสม ซึ่งอาจจะเสนอรายการในรูปแบบนิตยสารทางอากาศ ละคร หรืออภิปรายก็ได้ แต่เนื้อหายังคงเดิมตามชื่อรายการนั้น ๆ อยู่ เช่น รายการการเกษตร เนื้อหาก็คงเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเกษตร เช่นเดิม แม้ว่าวิธีการเสนอรายการจะเป็นนิตยสารทางอากาศ หรืออภิปรายก็ตาม

2. แบ่งโดยเอารูปแบบการเสนอรายการ (program format) เป็นหลัก โดยรายการประเภทนี้มักจะทราบโดยทันทีว่า ลักษณะการนำเสนอรายการจะเป็นรูปแบบใด เช่น รายการนิตยสารทางอากาศ รายการสารคดี รายการอภิปราย รายการสัมภาษณ์ เป็นต้น ซึ่งลักษณะการเสนอรายการจะมีรูปแบบและวิธีการของมันโดยเฉพาะ

3. แบ่งโดยเอาผู้ฟัง (target audience) เป็นหลัก การเรียกชื่อรายการออกมาในรูปแบบของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เช่น รายการแม่บ้าน รายการเพื่อเกษตรกร รายการเด็ก เป็นต้น รายการประเภทนี้ก็ถือกันว่า ชื่อรายการนั้นระบุเฉพาะตัวผู้ฟังอย่างชัดเจน แต่เนื้อหาก็กว้าง ๆ ว่า ควรจะเป็นเรื่องราวที่เป็นประโยชน์สำหรับกลุ่มคนเท่านั้น แต่ไม่ได้จำกัดว่า จะต้องเป็นเรื่องกีฬา แฟชั่น สุขภาพอนามัย จะเป็นเรื่องอะไรก็ได้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายถือว่าใช้ได้ ส่วนการเสนอรายการ การแบ่งรายการในลักษณะนี้ไม่ได้ระบุถึงวิธีเสนอรายการอย่างแน่ชัดขึ้นอยู่กับตัวผู้จัดรายการเองที่จะเลือกวิธีเสนอรายการวิธีใดวิธีหนึ่งตามความเหมาะสมกับเรื่องราว และกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

4. แบ่งโดยเอาหน้าที่สื่อมวลชน (function of mass media) เป็นหลัก โดยหน้าที่แล้วสื่อมวลชนจะต้องให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง บริการสาธารณะ และเผยแพร่ธุรกิจ โดยวิธีการแบ่งรายการประเภทนี้ก็เช่น รายการบันเทิง รายการสาระความรู้ รายการสารประโยชน์ รายการข่าว รายการบริการประชาชน เป็นต้น

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ทำให้เห็นถึงการแบ่งประเภทและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงที่ใช้กันโดยทั่วไป ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับรายการวิทยุที่ออกอากาศ บนอินเทอร์เน็ตที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อสร้างเครื่องมือในการศึกษาถึงปัจจัยด้านประเภทและรูปแบบรายการเนื้อหารายการที่มีผลต่อการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตในครั้งนี้

การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเพิ่มช่องทางในการนำเสนอข่าวสาร ทำให้ข่าวสารไปถึงผู้รับสารได้หลากหลายรูปแบบมากกว่าเดิมที่นำเสนอผ่านสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนได้มากขึ้น จากเดิมคนทั่วไปไม่สามารถเป็นเจ้าของช่องทางการนำเสนอข่าวสารของตนเองได้ เมื่อใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยอาศัยเว็บไซต์เป็นเครื่องมือ ทำให้สารได้เป็นเจ้าของช่องทางการนำเสนอข่าวสารของตนเองได้ ทำให้สถานีวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ปรากฏอยู่บนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

หนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางนำเสนอข่าวสารแบบหนึ่งบนสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ผู้รับข่าวสารสามารถใช้เว็บเบราว์เซอร์เป็นเครื่องมือในการอ่านหนังสือพิมพ์นั้น ซึ่งนอกเหนือจากข้อความและรูปภาพซึ่งพบได้ในหนังสือพิมพ์แล้วยังสามารถนำเสนอเสียงและภาพยนตร์ได้ด้วย บางครั้งยังมีกระดานข่าวให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นอีกด้วย เว็บไซต์หนังสือพิมพ์บางเว็บไซต์ยังใช้เป็นช่องทางในการสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่านด้วย

วิทยุบนอินเทอร์เน็ตและโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางการนำเสนอข่าวสารที่คล้ายคลึงกับวิทยุ แต่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ให้บริการและเวลาออกอากาศ คือ ผู้ฟังและผู้ชมจะอยู่ที่ใดก็ได้ที่ติดต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ และจะฟังหรือชมรายการใดในเวลาใดก็ได้ โดยไม่ต้องรอชมตามเวลาที่ออกอากาศ (บวร ปัทมราทร, 2547, หน้า 81-82)

การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์จะสามารถช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์ เนื่องจากมีความหลากหลายในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการ และความพอใจของผู้บริโภคมากขึ้น สำหรับเทคโนโลยี

โดยอินเทอร์เน็ตที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต สามารถสรุปได้ดังนี้

ระบบสื่อผสม (multimedia) เป็นระบบที่รวบรวมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นตัวอักษร ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ ภาพยนตร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้ใช้สามารถเห็นรูปภาพทั้งสองมิติ และสามมิติ ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ ภาพยนตร์ เสียงเพลง ที่เว็บเพจใดก็ได้ หรือทำการโต้ตอบระหว่างผู้ใช้ (พรทิพย์ โล่ห์เลขา, 2540, หน้า 11-12)

virtual reality เป็นเทคโนโลยีที่มีการนำมาประยุกต์ใช้กับเว็บเพจ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้เว็บในระบบความจริงเสมือน ซึ่งพัฒนามาจากภาษาคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า VRML (Virtual Reality Modeling Language) ที่ใช้สร้างแบบจำลองสามมิติ ให้สามารถเคลื่อนไหว และโต้ตอบกับผู้ใช้ได้ในโลกเสมือน ในขณะที่ HTML (Hypertext Markup Language) ใช้สร้างเอกสารที่มีรูปสองมิติเท่านั้น โปรแกรมบราวเซอร์สมัยใหม่ส่วนมากใช้ VRML โดยภาพที่สร้างขึ้นด้วย VRML ผู้ใช้สามารถเปลี่ยนการมองในมุมต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จึงนิยมใช้ในการสร้างโลก หรือเมืองจำลองตลอดจนโมเดลของสินค้า (พงษ์ระพี เตชพาหพงษ์, 2540, หน้า 214)

Java เป็นภาษาในการเขียนโปรแกรมให้ใช้งานกับเวปไซด์ไวด์เว็บ เพื่อสร้างเนื้อหาที่มีการโต้ตอบกันไปตามบนจอภาพได้ สามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวบนเวปไซด์ไวด์เว็บแทนภาพนิ่งเพียงอย่างเดียว โปรแกรมใช้งานซึ่งเขียนด้วย Java ที่พบเห็นเมื่อผู้ใช้เข้าไปในเวปไซด์ คือ ตัวอักษรวิ่ง (พงษ์ระพี เตชพาหพงษ์, 2540, หน้า 215)

Streaming Audio เป็นการจักระบบเสียง ซึ่งทำให้สามารถฟังเสียงได้ขณะดาวน์โหลดไฟล์ โดยทั้งนี้ต้องมีโปรแกรมและอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ที่เหมาะสม และเทคโนโลยี Streaming Audio ที่ได้รับความนิยม คือ Real Audio (ภาสกร ไหลสกุล, 2539, หน้า 100)

Streaming Video เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยแก้ปัญหาในการส่งสัญญาณวิดีโอไปบนอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไฟล์วิดีโอส่วนมากมีขนาดใหญ่ ปริมาณข้อมูลที่ต้องการ Streaming Video จะทำการบีบไฟล์ให้เล็กลง ทำให้ใช้เวลาในการส่งผ่านไปบนอินเทอร์เน็ตน้อยลง รวมทั้งสามารถดูวิดีโอآنได้ (ภาสกร ไหลสกุล, 2539, หน้า 103)

Security เป็นระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งปกป้องข้อมูลเพื่อที่ผู้ใช้ที่ไม่มีสิทธิ์จะไม่สามารถตรวจสอบหรือคัดลอกข้อมูลนั้นได้ เทคโนโลยีนี้มีหลายกลุ่มด้วยกัน เช่น ระบบเซ็นเซอร์ภาพลคมกอนาจาร เพื่อให้เด็กสามารถใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย ระบบโปรโตคอลเข้ารหัสเพื่อให้ส่งข้อมูลอย่างปลอดภัย หรือการใช้ระบบใบรับรองคุณภาพของซอฟต์แวร์ว่าปลอดภัยจากไวรัสคอมพิวเตอร์ เป็นต้น (พงษ์ระพี เดชพาหงษ์, 2540, หน้า 215)

สำหรับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต มีลักษณะการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีของสื่ออินเทอร์เน็ตมาเป็นเทคนิควิธีในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และตัวรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต โดยคำนึงถึงลักษณะธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ (พัชอร บุนนิตนกรกิจ, 2546, หน้า 96-115)

1. เทคโนโลยีระบบหลายสื่อ วัตถุประสงค์ของการจัดทำเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ตของสถานีวิทยุ ทำเพื่อเป็นช่องทางการนำเสนอรายการและข้อมูลข่าวสาร และองค์กรต่างเห็นว่า เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่อิสระเปิดกว้างทั้งสำหรับผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถเปิดกว้างทั้งเนื้อหาสาระและรูปแบบการนำเสนอ โดยมีคุณสมบัติที่เรียกว่าระบบหลายสื่อ (multimedia) ที่นำเสนอเนื้อหาได้ทั้งในรูปแบบของข้อความภาพ และเสียง ในกระบวนการทำงานขององค์กรประกอบต่าง ๆ จะต้องทำงานสอดคล้องและส่งเสริมซึ่งกันและกันเพื่อประสิทธิภาพในการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์นั้น มัลติมีเดียที่มีประสิทธิภาพจะต้องเพิ่มคุณค่าให้กับข้อมูลที่เต็มไปด้วยตัวหนังสือ การอธิบายด้วยภาพเคลื่อนไหว หรือวิดีโอโดยให้เสียงประกอบด้วย เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจข้อมูลนั้นได้อย่างรวดเร็ว และเกิดความบันเทิงสนุกสนานไปในเวลาเดียวกัน เทคโนโลยีระบบหลายสื่อที่ใช้นำเสนอข้อมูล และรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตสามารถแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ คือ

1.1 ตัวอักษรและรูปภาพ ตัวอักษรและรูปภาพบนเว็บไซต์ ได้แก่ ข้อความเป็นตัวหนังสือ ตัวหนังสือเคลื่อนไหว ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว ภาพดิจิทัล ภาพจากการสแกนโลโก้ และปุ่มเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของสื่ออินเทอร์เน็ต

1.2 เสียงเสียงเป็นองค์ประกอบหลักของการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต เทคนิคการนำเสนอด้วยเสียงของเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยส่วนที่เป็นเสียงประกอบหรือเสียงเทคนิคพิเศษ เสียงเพลง และเสียงรายการวิทยุทั้งในแบบออกอากาศสด (live) และเรียกฟังได้ตามความต้องการ (on demand) โดยใช้โปรแกรมต่าง ๆ ในการรับฟังรายการ

1.3 ภาพวิดีโอ การนำเสนอรายการวิทยุในรูปแบบความบันเทิงนั้น จะใช้เทคนิคภาพวิดีโอเข้ามาเป็นส่วนนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ภาพเหตุการณ์กิจกรรมสถานีวิทยุ การถ่ายทำรายการนอกสถานที่ ภาพการแสดงคอนเสิร์ต เป็นต้น

การนำเสนอภาพวิดีโอจะมีทั้งแบบออกอากาศสด (live) และเรียกดูตามความต้องการ (on demand) เช่นเดียวกับการนำเสนอเสียงรายการวิทยุ ด้วยเทคโนโลยีสายธาร (streaming) ข้อมูลจะได้ทั้งภาพและเสียง สำหรับการรับภาพวิดีโอผู้ฟังจะต้องมีโปรแกรมรับชมเช่นเดียวกับการรับฟังเสียงเพลง

2. เทคโนโลยีสื่อสารสองทาง ความได้เปรียบของอินเทอร์เน็ตก็คือ การตอบสนอง และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (interactivity) อันเป็นความสามารถในการทะลุผ่านข้อจำกัดของการสื่อสารที่เกี่ยวกับเวลา และระยะทางในการสื่อสาร นอกจากผู้ฟังจะสามารถเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการฟัง และรับชมภาพแล้ว ผู้ฟังสามารถใช้คุณสมบัติของการมีค่าปฏิสัมพันธ์สูงของอินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว เว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตรูปแบบรายการต่าง ๆ ใช้เทคนิคการสื่อสารสองทางมีลักษณะดังนี้

2.1 ใช้ส่งข้อความ สอบถามปัญหา แสดงความคิดเห็น การนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตทุกรูปแบบรายการได้เปิดโอกาสให้ผู้ฟัง หรือผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์สามารถส่งข้อความ สอบถามปัญหา แสดงความคิดเห็น ซึ่งเป็นเทคนิคหนึ่งที่ผู้จัดรายการใช้สื่อสารกับผู้ฟังผ่านทางเว็บนั้นเอง ผู้ฟังสามารถสื่อสารกับผู้จัดรายการ และสถานีได้โดยเข้าไปที่เว็บบอร์ดหรือสมุดเยี่ยม บางเว็บไซต์จะให้ผู้ฟังเข้าไปที่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail address) ของผู้จัดรายการหรือรายการต่าง ๆ ของสถานี หรือเข้าไปที่ชื่อผู้จัดรายการ แต่ละคนของสถานีได้ นอกจากนี้พบว่า องค์กรผู้ผลิตรายการวิทยุรูปแบบรายการข่าว

ของบางสถานี จะจัดทำกรอบหน้าต่างในรูปแบบโต้ตอบ (quick comment) ให้สามารถเข้าไปส่งข้อความสั้น ๆ โดยตรงถึงผู้จัดรายการและสถานีได้ โดยจะสร้างกรอบหน้าต่างให้ผู้ฟังได้แสดงความคิดเห็นไว้ที่หน้าโฮมเพจ และสามารถเข้าไปแสดงความคิดเห็นถึงเฉพาะรายการต่าง ๆ ได้โดยตรงผ่านรายการที่หน้าโฮมเพจอีกด้วย

2.2 เล่นเกมหรือร่วมกิจกรรมสถานี ผู้ผลิตเว็บไซต์รูปแบบรายการบันเทิงใช้การสื่อสารสองทางเป็นเทคนิคดึงดูดให้ผู้ฟังเข้ามาชมเว็บไซต์ในลักษณะจัดพื้นที่หน้าเว็บไซต์ให้ผู้ฟังเข้ามาร่วมเล่นเกมชิงรางวัลต่าง ๆ รวมทั้งร่วมกิจกรรมสถานี และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีร่วมนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ด้วย

2.3 สำรวจความคิดเห็น ผู้ผลิตเว็บไซต์รายการประเภทความรู้และการศึกษาได้ใช้พื้นที่บนเว็บไซต์ในการสำรวจความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อรายการและสถานีด้วย โดยสร้างเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นให้ผู้ฟังได้เข้ามากรอกข้อมูลบนหน้าเว็บไซต์เพื่อสถานีจะได้นำข้อมูลไปปรับปรุงพัฒนาการออกอากาศทางอินเทอร์เน็ตต่อไป

2.4 ใช้ขอเพลง สถานีวิทยุที่เป็นสถานีเพลงและสถานีวิทยุบนอินเทอร์เน็ตอื่น ๆ ที่นำเสนอรายการเพลงด้วย จะเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้ขอเพลง (song request) ผ่านทางเว็บไซต์ได้ เป็นเทคนิคหนึ่งที่ทำให้ผู้ฟังสนใจเข้ามาในเว็บไซต์ เนื่องจากการขอเพลงผ่านเว็บไซต์มีความสะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายกว่าการใช้โทรศัพท์ หรือเพจเจอร์บนหน้าต่างของเพลง (song request) นั้น ผู้ฟังต้องพิมพ์ชื่อเพลง ชื่อนักร้อง และผู้ฟังเองกรณีเว็บไซต์ที่มีหลายสถานี ผู้ฟังก็สามารถเลือกชื่อสถานีที่ต้องการได้

2.5 ใช้ในการคุยสนทนาสด (chat) เว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตยังเป็นช่องทางที่ใช้สื่อสารโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นระหว่างผู้จัดรายการกับผู้ฟัง หรือระหว่างผู้ฟังรายการพูดคุยกันเองก็ได้ เว็บไซต์ที่มีการเปิดให้ผู้ฟังเข้ามาสนทนาคุยสดบนหน้าเว็บไซต์ การคุยสดจะต้องเข้าไปในส่วนที่เรียกว่า ห้องสนทนา (chat room) ผู้ที่ต้องการเข้าไปสนทนาในห้องจะต้องระบุชื่อ (user name) e-mail address ของตนเองก่อน จึงจะได้รับอนุญาตให้เข้าไปได้ โดยปกติแล้วในห้องสนทนาผู้ใช้งานสามารถส่งข้อความที่ต้องการพูดคุยลงไปในรอบ ซึ่งเป็นบริเวณสำหรับการส่งข้อความ ซึ่งเมื่อพิมพ์ลงไปแล้วจะปรากฏให้เห็นส่วนล่างของหน้าจอคอมพิวเตอร์ พร้อมข้อความของบุคคลอื่นที่สนทนาตอบกลับมา

แนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตนั้น จะใช้เทคโนโลยีที่ผสมผสานกัน เช่น ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว ตัวอักษร เข้ามาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ซึ่งวิทยุอินเทอร์เน็ตก็ใช้คุณลักษณะพิเศษของเทคโนโลยี-อินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ฟังด้วยเช่นกัน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาถึงปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตในครั้งนี้ต่อไป

แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อแบบใหม่และการหลอมรวมสื่อ

ในยุคสมัยแห่งเทคโนโลยีได้เปิดแนวคิดใหม่ให้แก่งานนิเทศศาสตร์ สื่อสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคอมพิวเตอร์ มีบทบาทในงานนิเทศศาสตร์สูงมาก ทั้งตัวสื่อ (media) และเป็นทั้งแหล่งข้อมูล (source) ทั้งนี้อาศัยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ ที่เรียกว่า อินเทอร์เน็ต เป็นแกนสำคัญ โดยสื่อสมัยใหม่มีจุดเด่นที่ลักษณะการเผยแพร่ข่าวสาร กว้างขวาง ไร้พรมแดน หลากหลาย รวดเร็ว ไม่ต้องรอเวลา ข้ามเรื่องระยะทางได้ และ เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย และยังมีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง คือ สามารถสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ทันที ต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ ทำให้ผู้รับสาร เปลี่ยนจากผู้รับมาเป็นผู้ส่งข่าวสารได้อีกด้วย (ชวรัตน์ เชิดชัย และอังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, 2548, หน้า 174)

การรวมตัวเข้าเป็นหนึ่งเดียวกันของเทคโนโลยีต่าง ๆ (convergence) วิทยาการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology) และเทคโนโลยีการสื่อสาร (communication technology) และเทคโนโลยีโทรคมนาคม (telecommunication) มารวมกัน เข้าเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคม (Information and Communication Technology--ICT) ทำให้โครงข่ายสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคมเชื่อมต่อกันเป็นหนึ่ง มีศักยภาพความเร็วของการสื่อสารสูง และรองรับข้อมูลแบบสื่อผสม (multimedia) คือ ข้อมูลข่าวสารจากโครงข่ายคอมพิวเตอร์ ข้อมูลเสียงจากโครงข่ายโทรศัพท์ และข้อมูล ภาพเคลื่อนไหวจากโครงข่ายโทรทัศน์มาผสมผสานเข้าด้วยกัน โดยส่งสัญญาณผ่านโครงข่ายความเร็วสูง (broadband network) เข้ามาผสมผสานกันของเทคโนโลยีนำมาสู่การ

เปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ต่อวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษยชาติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรับส่งข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (ชำนาญ เชาวศิริพิงศ์, 2546, หน้า 123)

ด้วยคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของสื่อแบบใหม่ ๆ (new media) ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน ที่มีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้นมีอยู่ 3 ประการ คือ (Rogers อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545, หน้า 122-124)

1. ลักษณะ interactivity ของสื่อ แต่เดิมคุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (face-to-face communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้องกับลักษณะ “ตอบโต้ อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไปแต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้ e-mail computer-conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างฉับพลันทันทีอันจะทำให้ มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนไปอย่างมาก

2. ลักษณะ individualize/demassified แต่เดิมรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชน จะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (massified) ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการทุกอย่าง เหมือน ๆ กันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ยิ่งนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร จะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามความต้องการได้มากขึ้น เช่น เครื่องอัดวิดีโอเทป การดูรายการเคเบิลทีวีแบบเสียเงินที่เลือกรายการดูได้เอง (pay per view) แม้แต่ระบบ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบที่ผู้เรียนเลือกเรียนด้วยตัวเอง ในเวลาใดก็ได้ สถานที่ ไหนก็ได้ เป็นต้น

3. ลักษณะ asynchronous nature of new communication คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ คือ สามารถจะแบ่งแยกกันเป็นส่วน ๆ ได้ (asynchronize) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียว ตัวอย่างเช่น ลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวที่ต่อเนื่องกันยาว ๆ ทีเดียว แต่จะมาแบบแยกเป็นส่วน ๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบเอาเอง ลักษณะ hardware ของคอมพิวเตอร์ก็เช่นเดียวกัน สามารถจะแยกซื้อเป็นส่วน ๆ แล้วค่อย ๆ มาประกอบเพิ่มเติมภายหลังได้ นอกจากนั้นยังหมายความว่า ศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสาร ก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่าง ๆ ได้ด้วย

การหลอมรวมกันของสื่อต่าง ๆ นั้น เกิดจากแรงขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งทำให้สามารถรับส่งสัญญาณเสียง ข้อมูล ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวแบบหลอมรวมไปพร้อม ๆ กันบนโครงข่ายเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การหลอมรวมของสื่อโทรคมนาคม สารสนเทศ และวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบของสื่อดิจิทัล จะนำมาซึ่งบริการซึ่งบริการใหม่ ๆ หลากหลาย เช่น บริการให้เลือกชมรายการโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ หรือฟังรายการวิทยุผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่บริการประชุมหรือการศึกษาทางไกล ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุม หรือผู้สอน และผู้เรียนสามารถพูดคุย แลกเปลี่ยนไฟล์ข้อมูล ตลอดจนภาพเคลื่อนไหวได้อย่างฉับพลัน (real time/interactive) และบริการร้านค้าเสมือนจริง (virtual store) ซึ่งผู้ซื้อสามารถเข้าชมเว็บไซต์ของร้านค้าพร้อม ๆ กับพูดคุยกับพนักงานขาย และรับชมการสาธิตการใช้งานของสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2549ข, หน้า 3)

สำหรับการหลอมรวมกันของบริการโทรคมนาคมสารสนเทศ และวิทยุโทรทัศน์ จะส่งผลให้เกิดการหลอมรวมกันของอุปกรณ์ลูกข่าย เช่น โทรศัพท์มือถือนอกจากใช้พูด โทรศัพท์แล้ว ยังสามารถใช้รับส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และใช้รับฟังรายการวิทยุ และชมรายการโทรทัศน์ หรือบริการภาพยนตร์ตามความต้องการในลักษณะของ video on demand ปัจจุบันมีเครื่องโทรศัพท์มือถือประเภท web phone ออกจำหน่ายในตลาด ซึ่งผู้ใช้สามารถจะใช้เป็นอุปกรณ์รับส่งข้อมูล หรือภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว (video) จนเป็นที่นิยมนกันอย่างมาก เช่น บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ i-mode ในประเทศญี่ปุ่นที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุค 3G (3rd generation) ที่สามารถจะรับส่งข้อมูลได้ ในอัตราความเร็วสูงสุดได้ 2 Mbps ทำให้สามารถจะรับภาพที่มีคุณภาพเทียบเท่ากับภาพโทรทัศน์ได้ในตัว หรือเครื่องรับโทรทัศน์จะถูกออกแบบให้สามารถใช้เป็นอุปกรณ์เชื่อมต่อสู่อินเทอร์เน็ตได้ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2549ข, หน้า 4)

จากแนวคิดเกี่ยวกับสื่อแบบใหม่และการหลอมรวมสื่อสามารถสรุปได้ว่า เทคโนโลยีหลายประเภทซึ่งมีความหลากหลายทางเทคนิค จะนำมาซึ่งนวัตกรรมของการบริการที่จะอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร โดยสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล ความรู้ และความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับ

วิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นการนำเทคโนโลยีด้านวิทยุกระจายเสียงและอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อแบบใหม่เข้ามาหลอมรวมกันทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมทางเทคโนโลยี และพลิกโฉมรูปแบบของวิทยุแบบดั้งเดิมให้สามารถนำเสนอให้มีความหลากหลายมากกว่ารูปแบบเดิมที่นำเสนอเสียงได้เพียงอย่างเดียว

ทฤษฎีการสื่อสารงานนวัตกรรม

โลกของเราได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งไม่เคยหยุดนิ่งอยู่กับที่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการดำเนินชีวิตในประจำวันนั้น ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างสรรค์ ตลอดจนการคิดค้น ปรับปรุง ประดิษฐ์ และการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาให้เกิดสิ่งต่าง ๆ ขึ้นมาใหม่ ซึ่งทั้งหมดนี้รวมเรียกว่า “นวัตกรรม”

ความหมายของนวัตกรรม

นวัตกรรม หมายถึง ความคิดใหม่ ๆ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ที่มนุษย์คิดค้นและพัฒนาขึ้น ซึ่งมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง คือ เมื่อมีการประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมขึ้น และมีการเผยแพร่ นวัตกรรมเหล่านั้นไปสู่ประชาชนหรือสู่สังคม นวัตกรรมนั้นอาจก่อให้เกิดผล คือ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งต่อประชาชนหรือต่อสังคม (เสถียร เขยประทับ, 2525, หน้า 2)

นวัตกรรม หมายถึง แนวความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือการดัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่ให้ทันสมัยและใช้ได้ดียิ่งขึ้น และเมื่อนำสิ่งใหม่เหล่านั้นมาใช้ในการทำงานแล้ว จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลดีขึ้น และมากขึ้นกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ (กิดานันท์ มลิทอง, 2536, หน้า 15)

Rogers (1995, p. 11) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่า หมายถึง ความคิด การกระทำหรือสิ่งของซึ่งบุคคลเห็นหรือนึกว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นของใหม่โดยนัยของเวลาตั้งแต่แรกใช้หรือแรกพบหรือไม่ การที่บุคคลรับรู้ว่าเป็นของใหม่จะเป็นเครื่องตัดสินการตอบสนองที่มีต่อสิ่งนั้น ดังนั้น ถ้าเห็นว่าอะไรเป็นของใหม่สำหรับตน สิ่งนั้นก็ถือว่าเป็นนวัตกรรม

โดยสรุปแล้วนวัตกรรม คือ ของใหม่ที่แตกต่างจากที่บุคคลเคยคิด หรือเคยมีมา นวัตกรรมบางอย่างที่เป็นสิ่งที่มีมานานแล้วในสังคมอื่น แต่หากเพิ่งนำมาใช้หรือเป็น ของใหม่ในอีกสังคมหนึ่ง ก็ถือว่า สิ่งนั้นเป็นนวัตกรรมในสังคมนั้นด้วยเช่นกัน

กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของการสื่อสารงานนวัตกรรม

แนวความคิดที่สำคัญที่สุดของการสื่อสารงานนวัตกรรม คือ การสื่อสารซึ่งเป็น สิ่งจำเป็นที่ขาดเสียไม่ได้ของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลง ทางสังคมมีอยู่ด้วยกัน 3 ขั้นตอน คือ (เสถียร เชยประทับ, 2525, หน้า 2)

1. การประดิษฐ์ คือ กระบวนการที่ความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ถูก ประดิษฐ์หรือพัฒนาขึ้นมา ตัวอย่างเช่น มีการคิดค้นหรือพัฒนาระบบสื่อสารไปรษณีย์-อิเล็กทรอนิกส์ขึ้น เพื่อใช้เป็นช่องทางใหม่ในการสื่อสาร

2. การเผยแพร่ คือ กระบวนการที่ความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ถูก ถ่ายทอดไปยังสมาชิกในระบบสังคม เช่น กรณีที่มีการเผยแพร่แนวความคิดและแนวปฏิบัติ ทางการสื่อสารผ่านระบบสื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ มาสู่ประชาชน

3. ผล คือ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระบบสังคมเนื่องมาจากการยอมรับหรือ ปฏิเสธนวัตกรรม เช่น การที่ประชาชนโดยทั่วไปเริ่มยอมรับการสื่อสารผ่านทางระบบ-สื่อสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

จากขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมดังกล่าวข้างต้น สามารถ สรุปได้ว่า ความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ จะต้องถูกประดิษฐ์หรือสร้างขึ้นมา เสียก่อน จากแหล่งภายในหรือแหล่งภายนอกในระบบสังคม ก่อนที่จะมีผลต่อโครงสร้าง ระบบสังคมและต่อบทบาทหรือต่อหน้าที่ของสมาชิกในระบบสังคม เพื่อให้เกิดการ-เปลี่ยนแปลงโครงสร้าง และหน้าที่ของระบบสังคมจะเปลี่ยนแปลงก็ต่อเมื่อมีการยอมรับ หรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น

กระบวนการเผยแพร่งานนวัตกรรม

Katz et al. (as cited in Rogers, & Shoemaker, 1971, p. 18) ได้ให้คำนิยาม ของการเผยแพร่งานนวัตกรรม (diffusion of innovation) ไว้ว่า เป็นการยอมรับแนวความคิด

และข้อปฏิบัติใหม่ โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยอาศัยสื่อหรือช่องทางติดต่อสื่อสารไปสู่โครงสร้างของสังคม ระบบวัฒนธรรม และค่านิยมทางสังคม

Rogers and Shoemaker (1971, p. 24) ได้อธิบายถึงกระบวนการที่นวัตกรรมเผยแพร่ไปสู่สมาชิกในสังคมมีลักษณะคล้ายกระบวนการสื่อสารอย่างง่าย ๆ คือ ผู้ส่งสารซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมถ่ายทอดแนวความคิดที่เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นไปยังผู้รับสารซึ่งไม่มีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นเลย โดยใช้สื่อหรือช่องทางสื่อสารซึ่งสามารถใช้ติดต่อกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งการเผยแพร่ นวัตกรรมมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. นวัตกรรม (innovation) เป็นความคิดใหม่ การปฏิบัติใหม่ หรือสิ่งใหม่ที่สมาชิกในสังคมเห็นว่าเป็นของใหม่
2. ช่องทางการสื่อสาร (communication channels) คือ การที่ผู้ประดิษฐ์ส่งนวัตกรรมไปยังสมาชิกในระบบสังคมโดยผ่านช่องทางการสื่อสาร ด้วยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรม
3. ช่วงระยะเวลาหนึ่ง (over time) ในกระบวนการเผยแพร่ นวัตกรรม เวลาจะเข้ามาเกี่ยวข้องในสามสถานการณ์ คือ กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ความรวดเร็วในการยอมรับนวัตกรรม และอัตราการยอมรับนวัตกรรม
4. สมาชิกในระบบสังคม (social system) การเผยแพร่ นวัตกรรมคือรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร แต่จะเป็นการสื่อสารชนิดพิเศษที่มุ่งเฉพาะการถ่ายทอดความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ และจะมุ่งไปที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม นั่นคือ การยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรม

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

การยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรมเป็นการตัดสินใจที่เกิดขึ้นโดยบุคคล การยอมรับ นวัตกรรม (adoption) คือ การตัดสินใจนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่ เพราะคิดว่า นวัตกรรมนั้นเป็นวิธีที่ดีกว่าและมีประโยชน์มากกว่า ส่วนการปฏิเสธ นวัตกรรม (rejection) คือ การตัดสินใจไม่นำนวัตกรรมนั้นมาใช้ ซึ่ง Rogers (1995, pp. 202-203) ได้กำหนดแบบจำลองใหม่ของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. **ขั้นความรู้ (knowledge stage)** คือ ขั้นที่บุคคลรู้จักนวัตกรรมเป็นครั้งแรก และพอมีความเข้าใจว่า นวัตกรรมนั้นสามารถทำหน้าที่อะไรได้บ้าง โดยความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในขั้นนี้ แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1.1 ความรู้หรือความตระหนักว่านวัตกรรมนั้นมีอยู่

1.2 ความรู้ว่าจะใช้นวัตกรรมอย่างไรจึงเหมาะสม

1.3 ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ

2. **ขั้นการจูงใจ (persuasion stage)** ขั้นนี้บุคคลจะสร้างหรือพัฒนาทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับตัวนวัตกรรม ซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ หรือความรู้สึก โดยบุคคลจะสร้างทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรมนั้นก็ต่อเมื่อมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นแล้ว บุคคลจะมีความรู้สึกผูกพันกับนวัตกรรมมากขึ้น จะแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นอย่างจริงจัง และตีความหมายข้อมูลที่ได้มา โดยพิจารณาร่วมกับสถานการณ์ส่วนตัว ทั้งในปัจจุบันและอนาคตว่า การรับนวัตกรรมนั้นจะให้ผลดี และผลเสีย หรือมีความเสี่ยงมากน้อยเท่าใด ในขั้นนี้บุคคลต้องการแรงเสริมทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรมนั้น โดยจะหาจากการติดต่อกันระหว่างบุคคล และในการพัฒนาความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนี้ บุคคลจะนำคุณลักษณะของนวัตกรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้วยทัศนคติเกี่ยวกับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในขั้นการจูงใจ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 **ทัศนคติเฉพาะที่มีต่อนวัตกรรม** คือ ทัศนคติที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบประโยชน์ของนวัตกรรม ทัศนคตินี้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมที่กำลังเผยแพร่ และที่จะเผยแพร่ในอนาคตด้วย นั่นคือ หากบุคคลมีประสบการณ์ที่ดีกับนวัตกรรมและการเผยแพร่วัตกรรมในปัจจุบัน ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรมในอนาคตด้วย ในทางตรงกันข้าม หากบุคคลได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อนวัตกรรม และการเผยแพร่วัตกรรมในปัจจุบัน ก็จะทำให้มีทัศนคติในทางลบต่อนวัตกรรมในอนาคตด้วยเช่นกัน

2.2 **ทัศนคติทั่วไปที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง** คือ ทัศนคติกว้าง ๆ ที่เอื้ออำนวยให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลง โดยกลุ่มเป้าหมายที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงนี้จะรู้จักพัฒนาตนเอง และแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมที่จะเป็นประโยชน์ต่อตนเอง

3. **ขั้นตัดสินใจ (decision stage)** เมื่อบุคคลได้ผ่านขั้นตอนทั้งสองแล้ว บุคคลจะตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม โดยนวัตกรรมที่สามารถนำไปทดลองใช้ในปริมาณจำกัดได้ จะช่วยลดความรู้สึกเสี่ยงภัยและนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรมได้เร็วขึ้น

4. **ขั้นการยืนยัน (confirmation stage)** เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งอาจมีระยะเวลายาวนานจนกระทั่งยอมรับแนวความคิดใหม่ไปปฏิบัติเป็นการถาวรจริง ๆ ในขั้นการยืนยันนี้ บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ได้กระทำไปแล้ว แต่ก็อาจเปลี่ยนแปลง การตัดสินใจนั้นได้ หากว่าได้รับข่าวสารที่ขัดแย้งกับข่าวสารที่นำไปสู่การตัดสินใจในครั้งก่อน โดยบุคคลทั่วไปจะพยายามหลีกเลี่ยงความขัดแย้งหรือลดความขัดแย้ง ดังนั้น การแสวงหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรม การได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน การได้รับคำแนะนำจากเพื่อน บุคคลใกล้ชิด ตลอดจนการเห็นผลสำเร็จของนวัตกรรม จะมีอิทธิพลต่อขั้นยืนยันมาก

คุณลักษณะของนวัตกรรมต่อการยอมรับ

Rogers and Shoemaker (1971, pp. 15-16) ได้สรุปให้เห็นว่า ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมของแต่ละบุคคล คุณลักษณะของนวัตกรรมก็เป็นปัจจัยสำคัญ อีกตัวหนึ่งที่เข้ามาอิทธิพลต่อการยอมรับ หรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้นเช่นกัน โดยคุณลักษณะของนวัตกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อการยอมรับมี 5 ประการ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมในสายตาของผู้ใช้ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม แบ่งได้ 5 ประการ คือ

1.1 **ประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบ (relative advantage)** ผลเปรียบเทียบระหว่างคุณและโทษที่จะเกิดจากนวัตกรรมนั้น หากผู้ใช้เห็นว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์การยอมรับก็จะสูงตามไปด้วย

1.2 **ความสอดคล้องต้องกัน (compatibility)** ระหว่างนวัตกรรมกับความเชื่อทางวัฒนธรรมของผู้ใช้ ทำให้เกิดการยอมรับเร็ว

1.3 **ความสลับซับซ้อน (complexity)** ระดับความยุ่งยากของนวัตกรรมที่ผู้ารู้สึกในการทำเข้าใจหรือในการที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ ถ้านวัตกรรมที่เข้าใจได้ง่าย

ใช้สะดวก การยอมรับจะเป็นไปได้ง่ายและรวดเร็วกว่านวัตกรรมที่เข้าใจได้ยากหรือมีความยุ่งยากในการนำไปปฏิบัติ

1.4 ความสามารถในการนำไปใช้ทดลองได้ (trialability) คือ การที่นวัตกรรมนั้น ๆ สามารถแบ่งออกเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อนำไปทดลองใช้ได้ ช่วยลดความรู้สึกเสี่ยงต่อการเสียหาย

1.5 ความสามารถสังเกตได้ (observability) นวัตกรรมที่ผู้ใช้เห็นผลได้ง่าย และผลนั้นแสดงออกชัดเจนเข้าใจง่าย ผู้ใช้จะยอมรับได้ง่ายและรวดเร็ว นวัตกรรมที่มีส่วนเป็นรูปร่าง (material innovation) จึงถูกยอมรับง่ายกว่าและเร็วกว่านวัตกรรมที่มีส่วนเป็นเพียงความคิด (non material innovation)

2. ปัจจัยด้านการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม การตัดสินใจยอมรับจะเป็นไปได้โดยช้าหรือเร็ว ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ยังมีผู้ร่วมตัดสินใจมาก การยอมรับยิ่งช้า รูปแบบการตัดสินใจยอมรับในการตัดสินใจมีลักษณะ ดังนี้

2.1 การตัดสินใจยอมรับอาจเป็นไปโดยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับบุคคลตัดสินใจเห็นพ้องกับบุคคลอื่น

2.2 การตัดสินใจตามสถานการณ์ (contingency decision) ซึ่งเป็นการตัดสินใจตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2.3 การตัดสินใจ โดยผู้มีอำนาจ (authority decision) ซึ่งจะแจ้งผลในการตัดสินใจให้บุคคลอื่นยอมรับหรือปฏิเสธตามไปด้วยโดยไม่มีสิทธิเลือกด้วยตนเอง

3. ปัจจัยด้วยการสื่อสารในการเผยแพร่ นวัตกรรม ช่องทางสื่อสาร และนวัตกรรมนับเป็นสิ่งซึ่งต่างมีอิทธิพลต่อกันและกัน นวัตกรรมลักษณะหนึ่งจึงเหมาะสมกับช่องทางสื่อสารในการเผยแพร่แบบหนึ่ง ๆ ช่องทางสื่อสารที่เป็นสื่อมวลชนและที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล ช่องทางสื่อสารที่เป็นสื่อมวลชน จะมีอิทธิพลในการรับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมของผู้รับ ส่วนช่องทางสื่อสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล จะมีอิทธิพลในการจูงใจให้เกิดทัศนคติต่อนวัตกรรมได้มากกว่าสื่อมวลชน

4. ปัจจัยด้านลักษณะโครงสร้างทางสังคม สถานภาพทางสังคมของบุคคล พฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม อิทธิพลต่อการยอมรับอย่างยิ่ง คือ บุคคลยึดติดกับวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมไม่คุ้นเคยกับการตัดสินใจ โดยอาศัยกระบวนการ

วิทยาศาสตร์ ไม่กล้าตัดสินใจด้วยตนเอง การยอมรับนวัตกรรมจะช้ากว่าบุคคลที่อยู่ในสังคมแบบทุนสมัย มีค่านิยมที่เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับสิ่งใหม่

5. ปัจจัยด้านตัวกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรม ตัวกลางในการเผยแพร่ ซึ่งอยู่ในฐานะเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลง จัดเป็นบุคคลสำคัญที่มีส่วนทำให้กระบวนการตกลงใจยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้เป็นไปตามขั้นตอนที่ได้วางแผนมาแล้วเป็นอย่างดี เพราะเป็นผู้ชักจูงให้ผู้ใช้และคนในสังคมเห็นความจำเป็นที่ต้องแก้ไขเปลี่ยนแปลงแนวปฏิบัติให้ดีขึ้น

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารงานนวัตกรรม สรุปได้ว่าการสื่อสารนวัตกรรมเป็นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ โดยมุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรม คือ การยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม และการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเกี่ยวกับวิทยุอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นทั้งความคิดในการนำรูปแบบสื่อสารแบบดั้งเดิม คือ วิทยุเข้ามาใช้ในการนำเสนอ โดยผ่านช่องทางการสื่อสารแบบใหม่เพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านการสื่อสารการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการดำเนินชีวิตประจำวันของคนไทยให้ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

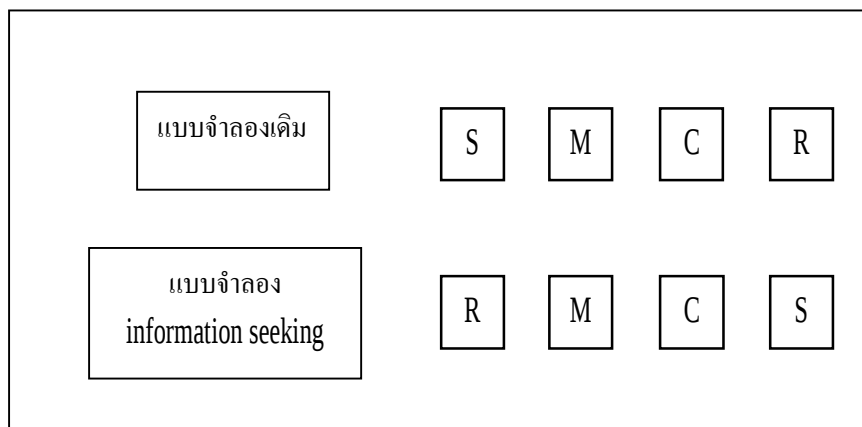
ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นการศึกษาที่เน้นถึงความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยมีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนเองต้องการอะไร และสารอะไร จึงจะสนองความพอใจของตนได้ ดังนั้น ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 84)

การวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ อาจกล่าวได้ว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อ (functionalism) แทนที่จะตอบคำถามว่า สื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไร ก็เปลี่ยนมาเป็นมุมมองของปัจเจกบุคคลว่า “คนแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง” ลักษณะเด่นของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้น คือ นักวิจัยจะให้ความสนใจต่อ “ตัวผู้รับ/ใช้สาร” (media users) มากกว่า “ตัวสาร” (media/content)

(ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าแนวทางนี้ไม่ค่อยนิยมเรียกผู้รับสารว่า “audience/receiver” แต่มักจะเรียกว่า “users” อันมีนัยยะว่า ผู้รับสารนั้นเป็นฝ่ายกระทำในกระบวนการสื่อสาร มิใช่เป็นฝ่ายรองรับหรือตั้งรับ) สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ต่อไป (Rogers อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545, หน้า 306-307)

จากสมมติฐานของกลุ่มทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (use and gratification approach) ที่ถือว่า ในกระบวนการของการสื่อสารนั้น ผู้รับสารมีบทบาท active อย่างมากพอ ๆ กับผู้ส่งสาร เพราะผู้รับสารจะทำการรับสารนั้นอย่างตั้งใจและอย่างเลือกสรรในทุกขั้นตอน แนวทางของกลุ่มนี้ได้แยกย่อยออกมาอีกหลายกลุ่ม และกลุ่มที่อาจจะถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความเชื่อในลักษณะ active ของผู้รับสารอย่างมากที่สุดจะเป็นกลุ่ม information acquisition/seeking เนื่องจากข้อเสนอของกลุ่ม information acquisition นั้น ได้กลับลำดับที่ของผู้ส่งสารและผู้รับสารในแบบจำลอง ต่อไปนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545, หน้า 312)



ภาพ 1 แบบจำลอง information seeking

ที่มา. จาก สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (หน้า 312), โดย กาญจนา แก้วเทพ, 2545, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศาลาแดง.

จากแบบจำลองข้างต้นนี้อธิบายได้ว่า กระบวนการสื่อสาร จะต้องไม่เริ่มต้นจาก “ผู้รับสาร” หากจะต้องเริ่มต้นพิจารณาจากฝ่าย “ผู้รับสาร” ทั้งนี้เนื่องจากสภาพข้อเท็จจริง ปัจจุบันที่ว่า สังคมยุคข่าวสารนั้นมีการผลิตข่าวสารต่าง ๆ ขึ้นมาอย่างมากมายเกินกว่า ความต้องการ และความสามารถในการเปิดรับข่าวสารจากทุกแหล่งและทุกประเภท ดังนั้น ผู้รับสารในโลกสมัยใหม่จึงต้องพัฒนาทักษะในการแสวงหาข่าวสาร (กาญจนา แก้วเทพ, 2545, หน้า 313)

จากแนวทฤษฎีดังกล่าว จะเน้นที่การอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่อง ซึ่งความต้องการ แรงจูงใจ ความคาดหวัง พฤติกรรม และความพึงพอใจที่ติดตามมาจะเชื่อมโยงต่อเนื่อง เป็นลูกโซ่ เมื่อนำมาอธิบายถึงการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ทจะสามารถอธิบายได้ว่า บุคคลจะมีความพอใจฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ทด้วยความสมัครใจ และเลือกฟังรายการ เฉพาะเนื้อหาสาระที่ตนเองสนใจ

ทฤษฎีการคาดหวังจากสื่อ

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีหนึ่ง que พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรม และแรงจูงใจ ซึ่งใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสารด้วยหลักการเดียวกัน และเป็น หลักการที่พัฒนามาจากแนวทางทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ ซึ่งเน้นการใช้สื่อว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและเหตุผล ตามหลักการที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์ ล้วนแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้ กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมี ลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถเลือกทางเลือกของเขาได้ หลักพื้นฐาน ของทฤษฎีนี้ ประกอบด้วยหลัก 3 ประการ คือ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 92)

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรม ต่าง ๆ เท่านั้น แต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ ต่าง ๆ ได้ คือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น ๆ

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมาย และวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

3. สิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้ คือ อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่า หากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้ คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง จึงถูกนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ และได้นำเอามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และพฤติกรรมการสื่อสาร

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อเป็นทฤษฎีที่มุ่งความสนใจที่ศึกษาแรงจูงใจ (motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ ซึ่งแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อ นั้นจะเกิดมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลทางบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง โดยผลดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่า (value) แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจแบบความเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร โดยผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้เรียกว่า ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ (media gratification) (กาญจนา แก้วเทพ, 2545, หน้า 314-315)

ทฤษฎีความคาดหวังนี้ ยังสามารถนำแนวทางปฏิบัติในการนำทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อมาใช้ในการศึกษาวิจัยได้ ดังนี้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 93-94)

1. ใช้วิธีการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบว่า ทำไมผู้รับสารจึงเปิดรับสื่อต่าง ๆ ผู้รับสารจะรู้ตัวว่าแรงจูงใจของตนคืออะไร คำตอบที่ได้มักจะเป็นคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์
2. ไม่ด่วนสรุปว่า พฤติกรรมทุก ๆ อย่างมีความหมายได้ความหมายเดียว ผู้รับสารแต่ละคน เพราะผู้รับสารแต่ละคนมีประสบการณ์หรือภูมิหลังที่ต่างกัน
3. เมื่อถามคำถาม พยายามเพ้นหาคำตอบจากผลที่ผู้รับสารคาดว่าจะได้รับ (anticipated outcomes) จากการเปิดรับสื่อ พยายามมุ่งไปที่ผลในอนาคต ไม่ใช่ผลในอดีต
4. พยายามตีกรอบของคำถามให้อยู่ในขอบเขตของประสบการณ์ทางด้านการสื่อสารเท่านั้น สิ่งอื่น ๆ เช่น บุคลิกภาพ สถานการณ์ชีวิต หรือประสบการณ์ในอดีตนั้นมีความสำคัญน้อยกว่า สิ่งที่ผู้รับสารปัจจุบันมองเห็นว่าจะได้จากสื่อ (ในอนาคต)

โดยสรุปแล้ว ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อเป็นทฤษฎีที่พยายามอธิบายว่า พฤติกรรมทั้งหลายของมนุษย์ เกิดขึ้นจากการคาดคะเนผลที่จะได้รับการกระทำล่วงหน้า โดยแสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อให้บรรลุผลที่น่าพึงพอใจสำหรับตน จากรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจกับพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อตามทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานเบื้องต้นเพื่อทำการพิสูจน์ในการวิจัยครั้งนี้ว่า การคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการเลือกฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องอาจ ฤทธิทองพิทักษ์ (2539) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้การสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บที่มหาวิทยาลัย และสนใจเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิงมากที่สุด คุณลักษณะของระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ มีความซับซ้อนของการใช้งาน และความเข้ากันได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นักศึกษาที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ อายุ และความเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศชายมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บมากกว่าเพศหญิง นักศึกษาที่มีอายุน้อยมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บมากกว่านักศึกษาที่มีอายุมาก และนักศึกษาที่เป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บมากกว่านักศึกษาที่ไม่เป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ และประเภทเนื้อหาไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นักศึกษาค่อนข้างพอใจต่อรูปแบบของระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ และประเภทของเนื้อหาที่เปิดรับผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ นักศึกษามีการใช้ประโยชน์จากระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ และใช้ระบบเว็ลด์ไวด์เว็บในการสนองความต้องการด้านข่าวสาร และการพักผ่อนหย่อนใจ

งานวิจัยของ งามอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ จะเห็นว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ของนักศึกษานั้น มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เวลาดูวิดีโอเว็บของนักศึกษาที่แตกต่างกัน โดยมีความใกล้เคียงและสอดคล้องกับสมมติฐานของงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใช้เป็น แนววิธีการดำเนินงานศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ปยุตธนา ใจสะอาด (2543) ศึกษาเรื่อง การรับฟังวิทยุกระจายเสียงของนักศึกษา คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีต่อการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ ผ่านรายการวิทยุกระจายเสียง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียง ของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 300 คน ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษารับฟังรายการเพลงไทยสากลมากที่สุด โดยใช้เวลารับฟังนาน 3 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาในการรับฟังอยู่ระหว่างเวลา 18.00-24.00 น. สำหรับรายการข่าว ที่นักศึกษาสนใจ คือ ข่าวบันเทิง ข่าวการศึกษา และข่าวกีฬา สำหรับรูปแบบการนำเสนอ ข่าวสารที่นักศึกษาสนใจ คือ รูปแบบรายการวิเคราะห์ข่าว การรายงานข่าว และการบรรยาย ส่วนรายการที่ให้ความรู้ คือ รายการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รายการเศรษฐกิจ รายการ ศึกษาโดยรูปแบบรายการนำเสนอรายการประเภทความรู้ที่นักศึกษาสนใจ คือ รูปแบบ รายการพูดคุยกับผู้ฟัง การสัมภาษณ์ และสารคดี ในส่วนของรายการบันเทิงที่นักศึกษา นิยมรับฟัง คือ รายการท็อปทิม เรดิโอ รายการ HAPPY TIME และรายการเมโลดี้ เมกเกอร์

การวิจัยของ ปยุตธนา ใจสะอาด มีประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยสามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในส่วนของปัจจัยด้านประเภทรายการรูปแบบรายการ และเนื้อหารายการ ที่มีผลต่อการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตในครั้งนี้

ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์ (2544) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะ ประชากรของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และปัจจัย ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ในการ วิจัยครั้งนี้ ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เว็บไซต์เท่านั้น

งานวิจัยดังกล่าว พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เว็บไซต์นั้นผู้ใช้เพศชายและเพศหญิง มีสัดส่วนการใช้ที่เท่ากัน โดยมากกว่าครึ่งมีอายุระหว่าง 18-25 ปี รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 26-35 ปี และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ และมีรายได้อยู่ในระดับ 5,000-15,000 บาทต่อเดือน สำหรับพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ มีพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ โดยเฉลี่ยประมาณสัปดาห์ละ 5.58 ครั้ง มีระยะเวลาในการใช้เฉลี่ยประมาณครั้งละ 2.44 ช่วงเวลาที่ใช้อย่างมากที่สุด คือ ระหว่าง 20.01-24.00 น. โดยมีการใช้ที่บ้านและที่ทำงานมากที่สุด และมีวัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์มากที่สุด 3 อันดับ คือ เพื่อสืบค้นข้อมูล เพื่อส่งข้อมูล และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อความบันเทิง สำหรับความคาดหวังประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เว็บไซต์ 3 อันดับแรก คือ การช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ช่วยค้นหาความรู้ใหม่ ๆ ในด้านการศึกษาและงานวิจัย และช่วยประหยัดเวลาในการสื่อสาร

งานวิจัยของ ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์ แสดงให้เห็นความแตกต่างของลักษณะประชากร ว่ามีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และทำให้ทราบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่มียุอยู่ในระดับกำลังศึกษาและเพิ่งเริ่มทำงาน และมีระดับการศึกษาที่สามารถใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งมีความสำคัญกับการศึกษาวิจัย ในครั้งนี้ ในส่วนของการศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ฟังกายการวิทยุอินเทอร์เน็ต จะมีความสอดคล้องหรือมีความแตกต่างกันอย่างไร

อนุตรา พรวิดิ (2545) ศึกษาเรื่อง *ความต้องการรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร* มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเกี่ยวกับความต้องการรายการวิทยุชุมชนในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความต้องการเนื้อหารายการ รูปแบบรายการ เวลาในการออกอากาศ ความถี่และความยาวของรายการ รวมทั้งศึกษาถึงความต้องการคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ของประชาชนในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร กับความต้องการรายการวิทยุชุมชน และคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และใช้สถิติร้อยละ และการทดสอบ Chi-square ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา และ ปวช. ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว รายได้อยู่ในระดับต่ำ คือ 5,001-10,000 บาท ต่อเดือน ส่วนพฤติกรรมการรับฟังวิทยุโดยทั่วไปส่วนใหญ่ฟังวิทยุเป็นประจำทุกวัน โดยฟังเฉลี่ยวันละ 2-4 ชั่วโมง โดยช่วงเวลาที่ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงตั้งแต่ 21.00 น. เป็นต้นไป โดยรายการที่ฟังเป็นรายการประเภทบันเทิงมากที่สุด ส่วนด้านความต้องการรายการวิทยุชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหารายการเกี่ยวกับธุรกิจค้าขายและงานบริการ โดยสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหาที่มาจากท้องถิ่น ส่วนประเภทของเนื้อหารายการส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหาประเภทข่าวและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และไม่ต้องการให้มีโฆษณาในรายการวิทยุชุมชน ด้านรูปแบบรายการนั้นส่วนใหญ่ต้องการให้รายการวิทยุชุมชนมีรูปแบบนิยายสารทางอากาศ มีความยาว 1 ชั่วโมง โดยให้ออกอากาศในช่วงค่ำ เวลา 18.00 น. เป็นต้นไป ส่วนความต้องการคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน ส่วนใหญ่ต้องการผู้ดำเนินรายการที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีกับคนในชุมชน ด้านความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความต้องการรายการวิทยุชุมชน พบว่า อายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหารายการ รูปแบบรายการ และเวลาในการออกอากาศ รายการวิทยุชุมชน การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหารายการและเวลาในการออกอากาศ เพศ มีความสัมพันธ์กับความต้องการความถี่ในการออกอากาศรายการวิทยุชุมชน รายได้ มีความสัมพันธ์กับความต้องการรูปแบบรายการและเวลาในการออกอากาศ รายการวิทยุชุมชน ส่วนความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความต้องการคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน พบว่า เพศ และ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความต้องการคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน

งานวิจัยของ อนุตรา พรทวี ทำให้ทราบความต้องการด้านรายการวิทยุชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น ประเภท รูปแบบ และเนื้อหาของรายการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับปัจจัยด้านประเภท รูปแบบ และเนื้อหาของรายการของวิทยุอินเทอร์เน็ต ที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นแนวทางในการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ต่อไป

ปัญยา เรืองเริงกุลฤทธิ (2546) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์-

ประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ ความคิดเห็นที่มีต่อรายการ และการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช ในเขตจังหวัดนครราชสีมา การวิจัยเป็นเชิงปริมาณ (quantitative research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชากรในเขตจังหวัดนครราชสีมา ที่รับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นเพศชายร้อยละ 57.00 และเพศหญิงร้อยละ 43.00 มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาในระดับประถมศึกษา โดยมีอาชีพเป็นเกษตรกรมากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท โดยมีพฤติกรรมการรับฟังรายการน้อยกว่า 3 วัน ต่อสัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชโดยการหมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการพบว่า ร้อยละ 84.50 ใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการ การประกอบอาชีพทางการเกษตร การทำมาหากิน มากที่สุด และพึงพอใจจากการรับฟังรายการในประเด็นที่ทำให้รอบรู้ขึ้นในเหตุการณ์ทั่วไป และความเคลื่อนไหวของชุมชน และการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการและความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช แตกต่างกัน โดยที่เพศนั้น จะไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการรับฟังรายการ ความคิดเห็นต่อรายการ และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการ ในขณะที่รายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับฟังรายการ และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการกับความคิดเห็นต่อรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทางบวก เช่นเดียวกับพฤติกรรมการรับฟังรายการ และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช

การวิจัยของ ปัญญา เรืองเริงกุลฤทธิ จะเห็นว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการรับฟังรายการ และความพึงพอใจจากการรับฟัง

รายการวิทยุชุมชนของคนโคราชที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรที่เกี่ยวข้องกับการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตรว่า มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

ศลิสนา ภู่อี่ยม (2546) ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากร การเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ กับการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่า Chi-square ค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการมาเป็นเวลา 1-2 ปี โดยฟังรายการทุกวัน วันละ 3-4 ชั่วโมง โดยฟังคนเดียวขณะอยู่บ้าน ไม่มีการเปลี่ยนไปคลื่นอื่น และรู้จักโดยการเปิดรับสื่อเอง ส่วนการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการในส่วนของเพลงอยู่ในระดับมาก เพื่อให้ได้รู้จักเพลงไทยที่มีรูปแบบแปลกใหม่และหลากหลาย ส่วนการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการในช่วงต่าง ๆ มีการใช้ประโยชน์แตกต่างกันตามเนื้อหา รายการแต่ละช่วง โดยส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์เพื่อความเพลิดเพลินและคลายเหงา ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหารายการในส่วนของเพลงอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านของเพลงที่เปิดในรายการมีความแปลกใหม่ สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับโดยอายุ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังเป็นความถี่ในแต่ละสัปดาห์ และระยะเวลาในแต่ละวัน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เปิดรับฟังรายการ นอกจากนั้น คือ รายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังทั้งระยะเวลา

ความถี่ในแต่ละสัปดาห์ ระยะเวลาในแต่ละวัน ส่วนเพศเป็นตัวแปรเดียวที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับทั้ง ระยะเวลา ความถี่

2. เพศ และอายุ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการ ส่วนระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio

3. เพศ และอายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio ส่วนระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio

การศึกษาของ สลิลนา ภู่อี่ยม สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการใช้ตั้งคำถามแบบสอบถามในส่วนของปัจจัยด้านประโยชน์ที่ผู้ฟังได้รับจากรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตในครั้งนี้ต่อไป

Kwon (2003) ศึกษาแบบสำหรับการใช้อินเทอร์เน็ตและเวปไซด์ไวด์เว็บ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตและเวปไซด์ไวด์เว็บ โดยศึกษาจากแรงจูงใจ และรูปแบบของเทคโนโลยีเว็บ ซึ่งอินเทอร์เน็ตมีกระบวนการคาดหวังนำไปสู่รูปแบบการเลือกใช้ สรุปได้ว่า อินเทอร์เน็ตสามารถช่วยในการค้นคว้าข้อมูลเป็นการติดต่อสื่อสารอีกทางหนึ่ง การค้นหา ความบันเทิง และเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ทำให้เกิดความสะดวกสบายอย่างมากมีอยู่ในการสำรวจในแบบคนรุ่นใหม่

จากงานวิจัยของ Kwon แสดงให้เห็นว่า การเลือกใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้จะมีแรงจูงใจ หรือการคาดหวังเพื่อนำไปสู่การเลือกใช้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ผู้ฟังจะมีแรงจูงใจและคาดหวังจากการรับฟังในด้านต่าง ๆ ของวิทยุอินเทอร์เน็ตอย่างไร

Goodwin (2004) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้คอมพิวเตอร์โดยตนเองกับใช้ครูสอนเกี่ยวกับการสื่อสาร โดยมีผลสรุปว่า รายงานการใช้คอมพิวเตอร์แต่ละตัวเพิ่มขึ้นความต้องกันกับศาสตร์ด้านอักษรศาสตร์ ถูกพบว่า อาจารย์ที่เป็นวัยรุ่นจะมีความสามารถในระดับสูงกว่าในเรื่องการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัว และมีความเชื่อมั่นในคอมพิวเตอร์มากกว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่า จากการศึกษาอาจจะช่วยในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัว กับความเชื่อมั่น และความถี่ในการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัว สิทธิ-

ประโยชน์อาจจัดข้อมูลวางแผน สร้างสรรค์ และการปฏิบัติของโอกาสในการพัฒนาของมืออาชีพ

งานวิจัยของ Goodwin แสดงให้เห็นว่า อายุ เป็นตัวแปรที่สำคัญในการใช้งานคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับลักษณะทางประชากรของผู้พึงรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตว่าจะมีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

Klipstine (2004) ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ การใช้อินเทอร์เน็ต และเวปไซด์ไวด์เว็บในการกระจายข่าวสารต่าง ๆ ข่าว และสิ่งใหม่มีการสื่อสารโดยตรงถึงผู้บริโภค สำหรับการสื่อสารแบบสาธารณะที่ปราศจากการกีดกัน โดยมี 2 ประการเป็นหลักเกณฑ์ของสิ่งใหม่ เป็นการบรรจุด้วยข้อมูลแบบใหม่มีข้อมูลถูกนำเสนอแบบใหม่มากกว่าหลายปี แบบเฉพาะของข่าวสารแบบใหม่มีการพัฒนาข้อมูลให้มีความถูกต้องชัดเจนว่า ข่าวสารแบบใหม่สำหรับการรับข้อมูล ที่มีหลักของประโยชน์ที่ได้รับอย่างแท้จริง และอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพในการนำเสนอข่าวสารสาธารณะในทางบวก อย่างไรก็ตาม การสื่อสารแบบใหม่ที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต และเวปไซด์ไวด์เว็บ มีการเปลี่ยนแปลงจากแบบผู้ส่งถึงแบบผู้รับ ซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันไป และพบว่า การสื่อสารปัจจุบันมีความเข้าใจ และถูกบรรจุในโลกของอินเทอร์เน็ต เวปไซด์ไวด์เว็บ และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่อยู่ในรูปของเวปไซด์ไวด์เว็บ

งานวิจัยของ Klipstine แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารรูปแบบใหม่มีความสอดคล้องกับวิทยุอินเทอร์เน็ตที่นำสื่อแบบดั้งเดิมมานำเสนอบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งต้องมีการศึกษาข้อมูลให้มีความถูกต้อง และเทคนิคการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพเช่นกัน

Park (2004) ศึกษาการใช้งานอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาชาวเกาหลี และอเมริกา ในการใช้และใช้ตามความต้องการ โดยสำรวจทาง e-Mail และเก็บรวบรวมจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของเกาหลี และอเมริกา รวม 377 คน การวิเคราะห์ปัจจัยการใช้งานนั้น ถูกปรากฏออกมา 7 ประการ สำหรับนักศึกษาอเมริกา คือ (1) การสื่อสารทางสังคม (2) ข้อมูลในการดำรงชีวิต (3) งานอดิเรก (4) ข้อมูลด้านบันเทิง (5) การติดต่อสื่อสารแบบส่วนตัว (6) การค้นคว้าวิจัย (7) การติดต่อธุรกิจ สำหรับนักศึกษาเกาหลี มีปัจจัย 6 ประการ คือ (1) งานอดิเรก (2) ข้อมูลทางด้านบันเทิง (3) การค้นหาข้อมูล (4) ด้านสังคมและการติดต่อส่วนตัว (5) ข้อมูลการดำรงชีพ (6) การค้นคว้าวิจัย แสดงให้เห็นว่า อินเทอร์เน็ต

แสดงออกมาถึงประโยชน์ในการใช้มากกว่าสื่ออื่น ๆ โดยกลุ่มเกาหลี และกลุ่มอเมริกา แสดงความแตกต่างระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ตกับไม่ใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียน ผลสรุปแสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่ใช้อินเทอร์เน็ต จะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือหลัก มากกว่าเครื่องมือชนิดหนึ่ง

งานวิจัยของ Parl แสดงให้เห็นว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต สำหรับประโยชน์ที่ได้รับจากรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต น่าจะเป็นปัจจัยที่ทำให้คนฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตด้วย

Hidaka (2005) ศึกษาเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตสาธารณะกับความสนใจส่วนตัวในการใช้อินเทอร์เน็ต เป็นการวิจัยโดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า การพูดคุยโดยทั่วไปในอินเทอร์เน็ตมีปริมาณที่สูง แต่ไม่ได้เป็นการพูดเพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นการพูดแบบผ่านห้องสนทนา หรือ chat room มีการเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่าง ๆ โดย มีการแชร์ข้อมูลข่าวสารผ่าน e-Mail และ links การเยี่ยมชมเว็บไซต์จะเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการบนอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ และเกิดประสิทธิผลของการใช้งานเป็นหลัก

จากงานวิจัยของ Hidaka แสดงให้เห็นว่า การใช้งานอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้จะใช้เพื่อสนองความต้องการด้านประโยชน์ที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตน่าจะเป็นปัจจัยที่ทำให้คนฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตด้วยเช่นกัน

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว จะเห็นได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่ออีกหนึ่งช่องทางหนึ่งที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้คนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ สำหรับวิทยุอินเทอร์เน็ตสามารถนำเสนอข้อมูลได้ทั้งเสียง ภาพเคลื่อนไหว และผู้สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับทางสถานีได้ทันทีโดยไม่มีข้อจำกัดด้านคลื่นความถี่วิทยุ ทำให้ได้รับความสนใจจากผู้ผลิตรายการเพิ่มมากขึ้น และพบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่ ผู้มีการศึกษา รวมทั้งผู้ที่ให้ความสนใจในเทคโนโลยีใหม่ ๆ กำลังหันมาให้ความสนใจติดตามข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงผ่านช่องทางใหม่นี้ เพิ่มมากขึ้น จึงน่าจะทำการศึกษาให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ และได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยในบทต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เพื่อศึกษาตัวแปรด้านต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะประชากรของผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านประเภทรายการ ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ ปัจจัยด้านเนื้อหารายการ ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต และปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต ที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการ และขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง
3. ตัวแปรในการวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
5. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร สาเหตุที่เจาะจงเลือกศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเขตที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น จึงทำให้มีความหลากหลายด้านคุณลักษณะทางประชากร

จากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,658,953 คน (กรมการปกครอง, 2548) จะนำมาคำนวณเพื่อหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane' (1973, pp. 886-887) ดังนี้

สูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Yamane'

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

โดยที่

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ค่าความคลาดเคลื่อน (การศึกษารั้งนี้กำหนดให้ = 0.05)

แทนค่า ดังนี้

$$n = \frac{5,658,953}{1 + 5,658,953 (0.05^2)}$$

$$n = 400.104$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 400.104

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะแบ่งการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 แบบ เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน คือ

1. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จากเขตทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต ผู้วิจัยจะไม่เก็บตัวอย่างจากทุกเขต แต่จะใช้การ cluster sampling คือ เก็บตัวอย่างเพียงบางเขตเท่านั้น โดยสุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 5 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตจตุจักร เขตบางกะปิ และเขตบางเขน ซึ่งเป็นเขตที่มีสถานศึกษา และเป็นแหล่งที่รวมผู้ใช้ไอทีค่อนข้างหนาแน่น และกลุ่มผู้ใช้ไอทีเป็นผู้ที่เคยรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยแบ่งเป็น

สถาบันการศึกษา จำนวนเขตละ 10 คน หน่วยงานราชการ จำนวนเขตละ 10 คน หน่วยงานเอกชน จำนวนเขตละ 10 คน และร้านบริการอินเทอร์เน็ต จำนวนเขตละ 10 คน โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง แล้วให้กลุ่มตัวอย่างแนะนำผู้อื่นที่มีคุณลักษณะเช่นเดียวกันคนต่อไป (snowball sampling) และเก็บข้อมูลเช่นนี้ จนได้ข้อมูลครบจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน

2. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ ให้ได้จำนวนตัวอย่าง 200 คน โดยใช้กลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตทางเว็บบอร์ดของสถานีวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยผู้วิจัยจะทำการสำรวจเฉพาะเว็บไซต์ของสถานีวิทยุอินเทอร์เน็ตที่เว็บมาสเตอร์อนุญาตให้ฝากแบบสอบถามออนไลน์ไว้ จำนวน 10 เว็บไซต์ ดังนี้

1. <http://radio.mcot.net/seed/index.php>
2. <http://www.e-ru.tv>
3. <http://www.fmmax.com>
4. <http://www.latte106fm.com>
5. <http://www.93coolfm.com>
6. <http://www.nationradioonline.com>
7. <http://www.985breezefm.com>
8. <http://www.iames.com>
9. <http://www.virginradiothailand.com>
10. <http://www.thisisclick.com>

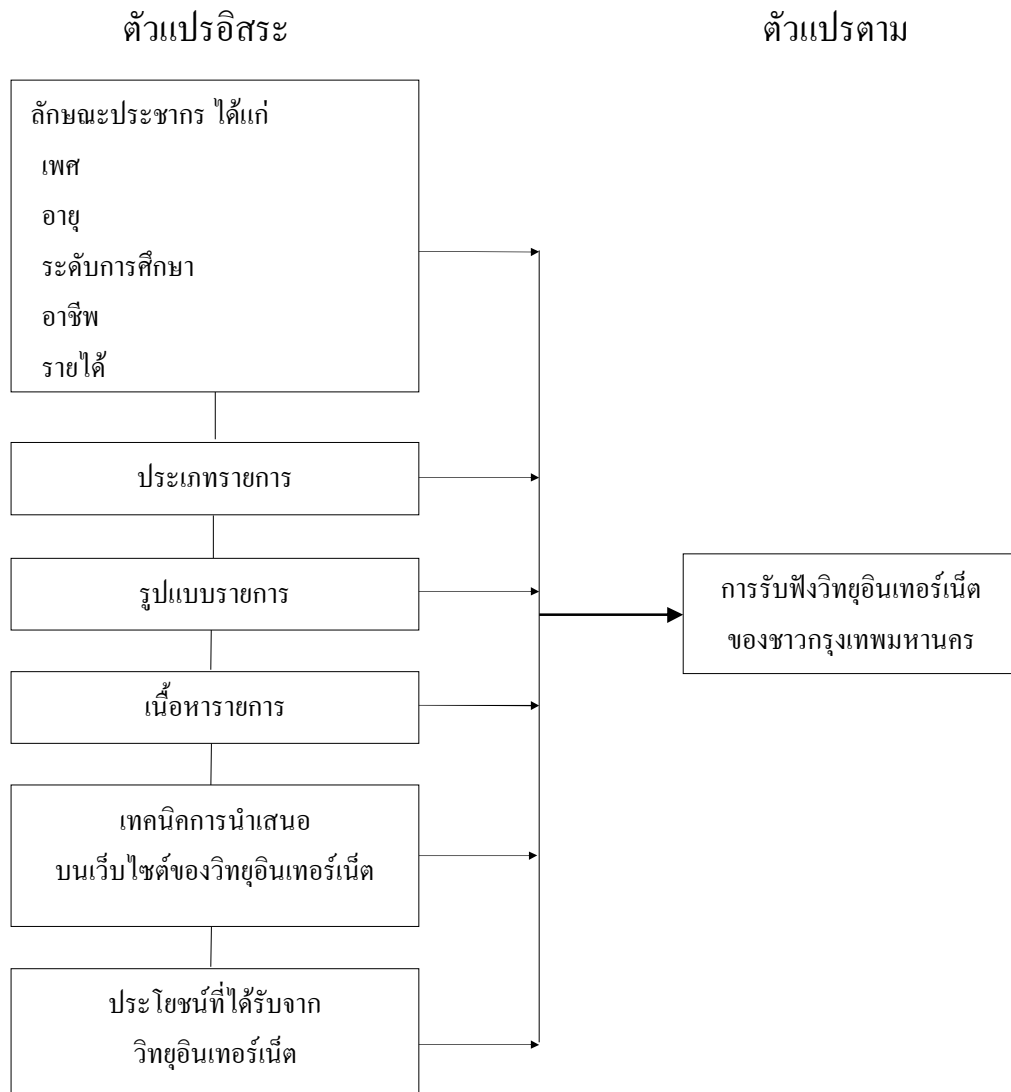
เนื่องจากสถานีวิทยุอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ยังไม่มีรูปแบบการให้บริการแบบสมาชิก ทำให้ไม่มีฐานข้อมูลของกลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต จึงต้องอาศัยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากในส่วนของเว็บบอร์ดของวิทยุอินเทอร์เน็ต ทั้ง 10 เว็บไซต์ข้างต้น โดยการทำ link ให้ผู้ฟังตอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ <http://www.abbza.com/wwwantp>

ตัวแปรของการวิจัย

จากการทบทวนแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ พบว่า มีปัจจัยหลายประการที่น่าจะมีความเกี่ยวข้องกับการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยปัจจัยที่ผู้วิจัยเลือกเพื่อนำมาเป็นตัวแปรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่ ลักษณะประชากรของผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต ประเภทรายการ รูปแบบรายการ เนื้อหารายการ เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต และประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต
2. ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเฉพาะความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต และระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต เท่านั้น

ตัวแปรที่กล่าวมาสามารถ สรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพ 2 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากแนวความคิด ทฤษฎี ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 7 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (checklist) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับประเภทและรูปแบบรายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามหลักของ Likert scale จำนวน 20 ข้อ (Likert อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 66)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับเนื้อหารายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามหลักของ Likert scale จำนวน 28 ข้อ (Likert อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 66)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เนต ที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามหลักของ Likert scale จำนวน 20 ข้อ (Likert อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 66)

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เนต ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามหลักของ Likert scale จำนวน 20 ข้อ (Likert อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 66)

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (checklist) จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นของผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตเกี่ยวกับข้อเสนอแนะสำหรับปรับปรุงเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เนต

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตำรา วารสาร เอกสาร เว็บไซต์ งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 66-67)

1. วิเคราะห์ลักษณะของข้อมูลที่ต้องการจากวัตถุประสงค์การวิจัย แล้วนำมากำหนดโครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถาม
2. กำหนดรูปแบบของคำถาม โดยศึกษาวิธีสร้างแบบสอบถามจากตำราต่าง ๆ งานวิจัย และการสำรวจในเรื่องที่คล้ายกัน
3. เขียนแบบสอบถามฉบับร่างขึ้นมา นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาเกี่ยวกับความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือได้ของคำถามแต่ละข้อ และนำข้อวิจารณ์เหล่านั้นมาพิจารณาแก้ไขให้เหมาะสม
4. ทดลองใช้และปรับปรุงแบบสอบถาม ซึ่งจะนำไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มบุคลากรสถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่เคยฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต จำนวน 30 ชุด เพื่อพิจารณาความถูกต้องและชัดเจน ลักษณะของเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้น ต้องผ่านการทดสอบคุณภาพที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่

4.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (validity) ได้แก่ ความถูกต้องใช้ได้ตามเนื้อหา (content validity) โดยการสร้างแบบสอบถามที่มีการศึกษาเนื้อหาเฉพาะด้านของตัวแปรแต่ละตัว และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี-สื่อสารมวลชน เพื่อพิจารณาความสอดคล้อง และการตรวจสอบโดยการพิจารณาจากนิยาม ทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติการ และกรอบแนวคิดการวิจัยที่แสดงประเด็นหลักและประเด็นย่อยว่ามีความควบคุมกับข้อคำถามของเครื่องมือที่สร้างขึ้นครบถ้วนสมบูรณ์ ครอบคลุมเนื้อหาในตัวแปรทั้งหมดหรือไม่

4.2 นำผลการทดลองเครื่องมือมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (reliability statistics) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของ Cronbach (อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538, หน้า 132-133) ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.80 จึงถือว่าคำถามของแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ แล้วสามารถนำไปใช้

กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเรียนปรึกษาท่านอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่แบบสอบถามชุดนี้

5. พิมพ์แบบสอบถามฉบับจริงหลังจากปรับปรุงตามขั้นตอนต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว โดยการพิมพ์จะคำนึงถึงความชัดเจนในการอธิบายวัตถุประสงค์ วิธีการตอบ และความถูกต้องของเนื้อหา รวมทั้งการจัดรูปแบบการพิมพ์ที่เป็นระเบียบสวยงามน่าอ่าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือแล้วไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ

1. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จากกลุ่มที่เคยฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต ตามสถานประกอบการ ศึกษา หน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน และร้านบริการอินเทอร์เน็ต ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งสิ้น 5 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตจตุจักร เขตบางกะปิ และเขตบางเขน ให้ได้จำนวนตัวอย่าง 200 คน

2. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากทางเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตจำนวน 10 เว็บไซต์ ให้ได้จำนวนตัวอย่าง 200 คน

โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 2 แบบ ให้ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน การเก็บข้อมูลจะดำเนินการในช่วงเดือนสิงหาคม ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2549

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการให้รหัสข้อมูล (coding data) ทั้ง 2 วิธี คือ การให้รหัสหลังจากได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว (inductive) สำหรับคำถามชนิดปลายเปิด และให้รหัสของข้อมูลไว้ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล (deductive) สำหรับการให้รหัสคำตอบจากแบบสอบถามชนิดปลายปิด (วิญญู

สุวรรณเพิ่ม, 2543, หน้า 118-121) จากนั้นทำการบันทึกข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Science for Windows) และได้ทำการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต และส่วนที่ 6 การรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีแจกแจงความถี่ (frequency) และคำนวณค่าร้อยละ (percentage) นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 และส่วนที่ 5 จะใช้การวัดแบบ rating scale (มาตราประเมินค่า) โดยใช้น้ำหนักความสำคัญซึ่งจะให้น้ำหนักคะแนนข้อคำถามในเชิงบวก (รวิวรรณ ชินะตระกูล, 2540, หน้า 124)

ระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน

ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน

ระดับความคิดเห็นน้อย มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ของแบบสอบถาม เพื่อหาค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีหลักในการพิจารณา ดังนี้ (Best, 1986, pp. 181-183)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.34-3.00 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.67-2.33 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.66 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

3. ทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร ด้วยสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ด้วย F-test และนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้วิธีการ LSD แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

เมื่อได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีการดำเนินการวิจัยดังกล่าวแล้วนั้น จะนำผลลัพธ์ที่ได้ทั้งหมดไปเสนอเป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูล และข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย รวมทั้งแสดงผลการทดสอบสมมติฐานในบทต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เกี่ยวกับลักษณะประชากร ข้อมูลเกี่ยวกับการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต รวมทั้งปัจจัยด้านประเภทรายการ ด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม และแบบสอบถามออนไลน์ควบคู่กัน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 2 แบบ ให้ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียงตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรของผู้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประเภทรายการ รูปแบบรายการ เนื้อหารายการ เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต และประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต เช่น ความถี่ที่ใช้ในการรับฟัง ระยะเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะสำหรับปรับปรุงเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากร
ของผู้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต

ตาราง 2

จำนวนและร้อยละลักษณะประชากรของผู้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต

ลักษณะประชากร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	180	45.0
หญิง	220	55.0
รวม	400	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	77	19.3
20-29 ปี	222	55.5
30-39 ปี	70	17.5
40 ปี ขึ้นไป	31	7.8
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	51	12.8
มัธยมปลาย/ปวช.	26	6.5
อนุปริญญา/ปวส.	11	2.8
ปริญญาตรี	258	64.5
ปริญญาโทขึ้นไป	54	13.5
รวม	400	100.0
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	160	40.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	103	25.8

ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะประชากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	115	28.8
ธุรกิจส่วนตัว	22	5.5
รวม	400	100.0
5. รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	115	28.8
5,000-15,000 บาท	174	43.5
15,000-25,000 บาท	63	15.8
25,000-35,000 บาท	22	5.5
สูงกว่า 35,000 บาท	26	6.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครที่ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตทั้งหมดเป็นเพศชาย จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 เป็นเพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 โดยส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อายุ 30-39 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 ปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 และธุรกิจส่วนตัว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-15,000 บาท จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รายได้ 15,000-25,000 บาท จำนวน

63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 สูงกว่า 35,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และรายได้ 25,000-35,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ตาราง 3

จำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต	น้อย		ปานกลาง		มาก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทรายการ	40	10.0	131	32.8	229	57.3
รูปแบบรายการ	75	18.8	217	54.4	108	26.9
เนื้อหารายการ	79	19.8	225	56.2	96	24.1
เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์	12	3.0	154	38.5	234	58.5
ประโยชน์ที่ได้รับ	12	3.0	150	37.5	238	59.5

ตาราง 4

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	อันดับ
ประโยชน์ที่ได้รับ	2.41	.392	มาก	1
เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์	2.39	.380	มาก	2
ประเภทรายการ	2.27	.405	ปานกลาง	3
รูปแบบรายการ	2.05	.476	ปานกลาง	4
เนื้อหารายการ	2.03	.394	ปานกลาง	5

จากตาราง 3-4 โดยภาพรวมของปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 2.41 คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 2.39 คิดเป็นร้อยละ 58.5 ปัจจัยด้านประเภทรายการ ค่าเฉลี่ย 2.27 คิดเป็นร้อยละ 57.3 ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ ค่าเฉลี่ย 2.05 คิดเป็นร้อยละ 26.9 และปัจจัยด้านเนื้อหารายการ ค่าเฉลี่ย 2.03 คิดเป็นร้อยละ 24.1 ตามลำดับ

ตาราง 5

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านประเภทรายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ประเภทรายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	อันดับ
ประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง	2.52	.605	มาก	1
ประเภทรายการที่ให้สาระความรู้	2.15	.587	ปานกลาง	2
ประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร	2.13	.624	ปานกลาง	3

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยด้านประเภทรายการที่ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ ประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง ค่าเฉลี่ย 2.41 รองลงมา คือ ประเภทรายการที่ให้สาระความรู้ ค่าเฉลี่ย 2.15 และประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 2.13 ตามลำดับ

ตาราง 6

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านรูปแบบรายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

รูปแบบรายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	อันดับ
รูปแบบรายการที่ให้ข่าวสาร				
รายงานข่าว	2.16	.627	ปานกลาง	1
วิเคราะห์ข่าว	2.07	.657	ปานกลาง	2

ตาราง 6 (ต่อ)

รูปแบบรายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	อันดับ
บรรยายเหตุการณ์	2.02	.609	ปานกลาง	3
รายการอ่านข่าว	2.01	.615	ปานกลาง	4
ข่าวประกอบเสียง	1.98	.631	ปานกลาง	5
รูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้				
พูดคุยกับผู้ฟัง	2.18	.715	ปานกลาง	1
สนทนา	2.14	.657	ปานกลาง	2
สารคดี	2.07	.681	ปานกลาง	3
สัมภาษณ์	2.07	.660	ปานกลาง	4
ถาม-ตอบปัญหา	2.06	.648	ปานกลาง	5
บทความ	1.93	.619	ปานกลาง	6
บรรยาย	1.88	.605	ปานกลาง	7
อภิปราย	1.82	.583	ปานกลาง	8
รูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิง				
สนทนา	2.13	.641	ปานกลาง	1
พูดคุยกับผู้ฟัง	2.12	.680	ปานกลาง	2
สัมภาษณ์	2.11	.646	ปานกลาง	3
ถาม-ตอบปัญหา	2.04	.659	ปานกลาง	4

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มรูปแบบรายการที่ให้ข่าวสารที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานคร
รับฟังมากที่สุด คือ รายงานข่าว ค่าเฉลี่ย 2.16 รองลงมา คือ วิเคราะห์ข่าว ค่าเฉลี่ย 2.07
บรรยายเหตุการณ์ ค่าเฉลี่ย 2.02 รายการอ่านข่าว ค่าเฉลี่ย 2.01 และข่าวประกอบเสียง
ค่าเฉลี่ย 1.98 ตามลำดับ

กลุ่มรูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ที่ทำให้กรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด
คือ พูดคุยกับผู้ฟัง ค่าเฉลี่ย 2.18 รองลงมา คือ สนทนา ค่าเฉลี่ย 2.14 สารคดี และสัมภาษณ์

มีค่าเฉลี่ย 2.07 เท่ากัน ตาม-ตอบปัญหา ค่าเฉลี่ย 2.06 บทความ ค่าเฉลี่ย 1.93 บรรยาย
ค่าเฉลี่ย 1.88 และอภิปราย ค่าเฉลี่ย 1.82 ตามลำดับ

กลุ่มรูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิงที่ทำให้กรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด
คือ สนทนา ค่าเฉลี่ย 2.13 รองลงมา คือ พูดคุยกับผู้ฟัง ค่าเฉลี่ย 2.12 สัมภาษณ์ ค่าเฉลี่ย
2.11 และถาม-ตอบปัญหา ค่าเฉลี่ย 2.04 ตามลำดับ

ตาราง 7

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านเนื้อหารายการที่มีผลต่อการรับฟัง
วิทยุอินเทอร์เน็ต

เนื้อหารายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	อันดับ
เนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร				
ข่าวบันเทิง	2.36	.668	มาก	1
ข่าวในประเทศ	2.29	.613	ปานกลาง	2
ข่าวการเมือง	2.13	.690	ปานกลาง	3
ข่าวต่างประเทศ	2.09	.623	ปานกลาง	4
ข่าวสังคม	2.07	.641	ปานกลาง	5
ข่าวในพระราชสำนัก	2.05	.647	ปานกลาง	6
ข่าวการศึกษา	2.05	.599	ปานกลาง	7
ข่าวกีฬา	2.00	.708	ปานกลาง	8
ข่าวเศรษฐกิจ	2.00	.664	ปานกลาง	9
ข่าวศิลปวัฒนธรรม	2.00	.613	ปานกลาง	10
ข่าวอาชญากรรม	1.95	.674	ปานกลาง	11
ข่าวท้องถิ่น	1.89	.655	ปานกลาง	12
เนื้อหารายการที่ให้สาระความรู้				
ท่องเที่ยว	2.32	.631	ปานกลาง	1
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม	2.31	.622	ปานกลาง	2
สุขภาพอนามัย	2.24	.641	ปานกลาง	3

ตาราง 7 (ต่อ)

เนื่อหารายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	อันดับ
การศึกษา	2.06	.619	ปานกลาง	4
แนะแนวการศึกษา อาชีพ	2.01	.645	ปานกลาง	5
สังคม ศิลปวัฒนธรรม	2.01	.631	ปานกลาง	6
เศรษฐกิจ	1.99	.647	ปานกลาง	7
การเมืองการปกครอง	1.97	.679	ปานกลาง	8
กฎหมาย	1.88	.664	ปานกลาง	9
ธรรมะ ปาฐกถา	1.67	.638	ปานกลาง	10
เนื่อหารายการที่ให้ความบันเทิง				
เพลงไทยสากล	2.56	.614	มาก	1
เพลงสากล	2.45	.639	มาก	2
เพลงคลาสสิก	2.05	.710	ปานกลาง	3
เพลงลูกทุ่ง	1.72	.701	ปานกลาง	4
เพลงพื้นบ้าน	1.55	.654	น้อย	5
ละครวิทยุ/นิทาน	1.53	.656	น้อย	6

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มเนื่อหารายการที่ให้ข่าวสารที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานคร รับฟังมากที่สุด คือ ข่าวบันเทิง ค่าเฉลี่ย 2.36 รองลงมา คือ ข่าวในประเทศ ค่าเฉลี่ย 2.29 ข่าวการเมือง ค่าเฉลี่ย 2.13 ข่าวต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 2.09 ข่าวสังคม ค่าเฉลี่ย 2.07 ข่าวในพระราชสำนัก และข่าวการศึกษา ค่าเฉลี่ย 2.05 เท่ากัน ข่าวกีฬา ข่าวศิลปวัฒนธรรม และข่าวเศรษฐกิจ ค่าเฉลี่ย 2.00 เท่ากัน ข่าวอาชญากรรม ค่าเฉลี่ย 1.95 และข่าวท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 1.89 ตามลำดับ

กลุ่มเนื่อหารายการที่ให้สาระความรู้ที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ ท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 2.32 วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย 2.31 สุขภาพ-อนามัย ค่าเฉลี่ย 2.24 การศึกษา ค่าเฉลี่ย 2.06 แนะแนวการศึกษา/อาชีพ และสังคม

ศิลปวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ย 2.01 เท่ากัน เศรษฐกิจ ค่าเฉลี่ย 1.99 การเมืองการปกครอง ค่าเฉลี่ย 1.97 กฎหมาย ค่าเฉลี่ย 1.88 และธรรมะ ปาฐกถา ค่าเฉลี่ย 1.67 ตามลำดับ

กลุ่มเนื้อหารายการที่ทำให้ความบันเทิงที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ เพลงไทยสากล ค่าเฉลี่ย 2.56 เพลงสากล ค่าเฉลี่ย 2.45 เพลงคลาสสิก ค่าเฉลี่ย 2.05 เพลงลูกทุ่ง ค่าเฉลี่ย 1.72 เพลงพื้นบ้าน ค่าเฉลี่ย 1.55 และละครวิทยุ/นิทาน ค่าเฉลี่ย 1.53 ตามลำดับ

ตาราง 8

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	อันดับ
ปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา	2.61	.538	มาก	1
เรียกดูภาพวิดีโอแบบสดและย้อนหลังได้				
ตามความต้องการ	2.52	.583	มาก	2
มีตัวอักษร หรือรูปภาพเป็นไอคอนเชื่อมโยง				
ไปยังแหล่งข้อมูลอื่นได้	2.48	.592	มาก	3
สามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้า				
เว็บไซต์หลักได้	2.47	.579	มาก	4
ลักษณะการออกแบบโดยรวมของเว็บไซต์				
มีความดึงดูดและน่าสนใจ	2.47	.570	มาก	5
มีหน้าต่างใช้ขอเพลงผ่านเว็บไซต์	2.46	.628	มาก	6
นำรายการที่ออกอากาศแล้วให้สามารถฟัง				
ย้อนหลังได้	2.45	.586	มาก	7
ตัวอักษรและกราฟิกเชื่อมโยงกันอย่างถูกต้อง	2.44	.589	มาก	8
ออกแบบให้สามารถเชื่อมโยงทั้งภายใน				
และภายนอกเว็บไซต์ได้	2.44	.576	มาก	9

ตาราง 8 (ต่อ)

เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	อันดับ
มีเว็บบอร์ด, e-Mail หรือ quick comment				
เพื่อสอบถาม แสดงความคิดเห็น	2.43	.592	มาก	10
ออกแบบให้ทราบว่าเป็นจุดเชื่อมโยง				
ไปยังแหล่งข้อมูลอื่น	2.41	.560	มาก	11
นำภาพต่าง ๆ เข้ามาเป็นส่วนประกอบ				
ในการนำเสนอบนเว็บไซต์	2.40	.637	มาก	12
ใช้ภาพวิดีโอนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ เช่น				
ภาพกิจกรรมสถานี หรือ concert ประกอบ	2.38	.598	มาก	13
นำไฟล์เสียงเพลงเข้ามาประกอบในการ				
แนะนำเพลงใหม่	2.37	.616	มาก	14
มีโปรแกรมสนทนา เช่น ICQ หรือ MSN				
สนทนาได้ตอบกับทางสถานี	2.32	.619	ปานกลาง	15
นำเสนอสัญลักษณ์ประจำสถานีและรายการ				
ด้วยรูปภาพที่สวยงาม	2.28	.635	ปานกลาง	16
จัดพื้นที่หน้าเว็บให้เข้าร่วมกิจกรรม				
กับทางสถานี	2.27	.589	ปานกลาง	17
นำเสียงประกอบและเสียงเทคนิคพิเศษ				
มาใช้ในการนำเสนอบนเว็บไซต์	2.27	.586	ปานกลาง	18
มีพื้นที่บนเว็บไซต์สำรวจความคิดเห็นต่อ				
สถานี	2.24	.593	ปานกลาง	19
มีไฟล์เสียงแนะนำตัวผู้ดำเนินรายการ	2.14	.631	ปานกลาง	20

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ การปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลามากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.61 รองลงมา คือ เรียกดูภาพวิดีโอแบบสด และย้อนหลัง

ได้ตามความต้องการ ค่าเฉลี่ย 2.52 มีตัวอักษรหรือรูปภาพเป็นไอคอนเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่นได้ ค่าเฉลี่ย 2.48 ส่วนการสามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ และลักษณะการออกแบบโดยรวมของเว็บไซต์มีความดึงดูด และน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย 2.47 เท่ากัน มีหน้าต่างใช้ขอเพลงผ่านเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 2.46 นำรายการที่ออกอากาศแล้วให้สามารถฟังย้อนหลังได้ ค่าเฉลี่ย 2.45 ตัวอักษรและกราฟิกเชื่อมโยงกันอย่างถูกต้อง และออกแบบให้สามารถเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกเว็บไซต์ ได้ค่าเฉลี่ย 2.44 เท่ากัน

ส่วนการมีเว็บบอร์ด, e-Mail หรือ quick comment เพื่อสอบถามปัญหาแสดงความ-
คิดเห็น ค่าเฉลี่ย 2.43 ออกแบบให้ทราบว่าเป็นจุดเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ค่าเฉลี่ย
2.41 นำภาพต่าง ๆ เข้ามาเป็นส่วนประกอบในการนำเสนอเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 2.40 ใช้ภาพ
วิดีโอแนะนำเนื้อหาต่าง ๆ เช่น ภาพกิจกรรมสถานี หรือ concert ประกอบค่าเฉลี่ย 2.38
นำไฟล์เสียงเพลงเข้ามาประกอบแนะนำเพลงใหม่ ค่าเฉลี่ย 2.37 มีโปรแกรมสนทนา เช่น
ICQ หรือ MSN สนทนาได้ตอบกับทางสถานี ค่าเฉลี่ย 2.32 นำเสนอสัญลักษณ์ประจำสถานี
และรายการด้วยรูปภาพที่สวยงาม ค่าเฉลี่ย 2.28 จัดพื้นที่หน้าเว็บไซต์ให้เข้าร่วมกิจกรรม
กับทางสถานี และนำเสนอประกอบและเสียงเทคนิคพิเศษมาใช้ในการนำเสนอบนเว็บไซต์
ค่าเฉลี่ย 2.27 เท่ากัน มีพื้นที่บนเว็บไซต์สำรวจความคิดเห็นต่อสถานี ค่าเฉลี่ย 2.24 และมี
ไฟล์เสียงแนะนำตัวผู้ดำเนินรายการ ค่าเฉลี่ย 2.14 ตามลำดับ

ตาราง 9

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านประ โยชน์ที่ผู้ฟังได้รับที่มีผลต่อการ
รับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	อันดับ
สร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง	2.61	.543	มาก	1
ความสะดวกในการใช้งาน	2.60	.534	มาก	2
สามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้	2.57	.539	มาก	3
ทันโลก ทันเหตุการณ์	2.51	.575	มาก	4
มีสถานีให้เลือกฟังได้หลากหลาย	2.50	.557	มาก	5
มีรายการให้เลือกฟังหลากหลาย	2.48	.601	มาก	6

ตาราง 9 (ต่อ)

ประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	อันดับ
ได้ความรู้ สารประโยชน์	2.48	.557	มาก	7
สามารถสืบค้นข้อมูลข่าวสารย้อนหลังได้	2.46	.599	มาก	8
เปิดโลกทัศน์ หูตากว้างไกล	2.43	.605	มาก	9
สามารถฟังรายการย้อนหลังได้	2.42	.604	มาก	10
เสริมทักษะการท่องโลกอินเทอร์เน็ต	2.42	.583	มาก	11
ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง	2.42	.578	มาก	12
ได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากเทคนิค การนำเสนอบนเว็บไซต์	2.40	.616	มาก	13
สามารถขอเพลงผ่านเว็บไซต์ได้ทันที	2.39	.663	มาก	14
สามารถชมภาพกิจกรรม การแสดง concert ผ่านเว็บไซต์ของสถานีได้	2.37	.604	มาก	15
เสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์	2.34	.617	มาก	16
นำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง	2.30	.592	ปานกลาง	17
สร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นคนทันสมัย	2.22	.641	ปานกลาง	18
สามารถติดต่อกับผู้จัดรายการได้ทันที	2.21	.658	ปานกลาง	19
ร่วมเล่นเกม ตอบคำถามชิงรางวัลได้ทันที	2.07	.702	ปานกลาง	20

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ผู้ฟังได้รับที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานคร
รับฟังมากที่สุด คือ การสร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง ค่าเฉลี่ย 2.61 รองลงมา
คือ ความสะดวกในการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 2.60 สามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้
ค่าเฉลี่ย 2.57 ทันโลก ทันเหตุการณ์ ค่าเฉลี่ย 2.51 มีสถานีให้เลือกฟังได้หลากหลาย
ค่าเฉลี่ย 2.50 มีรายการให้เลือกฟังหลากหลายและได้ความรู้ สารประโยชน์ ค่าเฉลี่ย 2.48
เท่ากัน สามารถสืบค้นข้อมูลข่าวสารย้อนหลังได้ ค่าเฉลี่ย 2.46 เปิดโลกทัศน์ หูตากว้างไกล
ค่าเฉลี่ย 2.43 สามารถฟังรายการย้อนหลังได้ และเสริมทักษะการท่องโลกอินเทอร์เน็ต

และได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ค่าเฉลี่ย 2.42 เท่ากัน

สำหรับการได้ประสบการณ์แปลกใหม่จากเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 2.40 ขอเพลงผ่านเว็บไซต์ได้ทันที ค่าเฉลี่ย 2.39 ชมภาพกิจกรรม การแสดง concert ผ่านเว็บไซต์ของสถานีได้ ค่าเฉลี่ย 2.37 เสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ ค่าเฉลี่ย 2.34 นำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง ค่าเฉลี่ย 2.30 ส่วนค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด 3 อันดับท้าย คือ สร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นคนทันสมัย ค่าเฉลี่ย 2.22 ติดต่อกับผู้จัดรายการได้ทันที ค่าเฉลี่ย 2.21 และร่วมเล่นเกม ตอบคำถามชิงรางวัลได้ทันที ค่าเฉลี่ย 2.07 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต

ตาราง 10

จำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาที่ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	137	34.3
1-2 ปี	143	35.8
3-4 ปี	55	13.8
มากกว่า 4 ปี	65	16.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 10 พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลา 1-2 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาจะฟังน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.3 ฟังมากกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.3 และฟังมาเป็นระยะเวลา 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ตาราง 11

จำนวนและร้อยละของความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ความถี่ในการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	247	61.8
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	68	17.0
มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	21	5.3
เป็นประจำทุกวัน	64	16.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 11 พบว่าความถี่ที่ชาวกรุงเทพมหานครใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมา คือ จะฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 17.0 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตาราง 12

จำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตต่อครั้ง

ระยะเวลาต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	129	12.3
1-3 ชั่วโมง	167	41.8
4-5 ชั่วโมง	53	13.3
มากกว่า 5 ชั่วโมง	51	12.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 12 พบว่า ระยะเวลาที่ชาวกรุงเทพมหานครใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมา คือ จะฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.3 ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.3 และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ตาราง 13

จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่รับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ช่วงเวลาที่ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
เช้า (05.00 น.-08.00 น.)	44	11.0
กลางวัน (09.00 น.-16.00 น.)	215	53.8
เย็น (16.00 น.-17.00 น.)	37	9.3
กลางคืน (19.00 น.-05.00 น.)	104	26.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 13 พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นิยมฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตในช่วงเวลากลางวัน 09.00 น.-16.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมา คือ จะฟังในช่วงเวลากลางคืน 19.00 น.-05.00 น. คิดเป็นร้อยละ 26.0 ฟังในช่วงเวลาเช้า 05.00 น.-08.00 น. คิดเป็นร้อยละ 11.0 และฟังในช่วงเวลาเย็น 16.00 น.-17.00 น. น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตาราง 14

จำนวนและร้อยละของสถานที่ใช้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

สถานที่ใช้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	186	46.5
สถานศึกษา	22	5.5
ที่ทำงาน	177	44.3
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	15	3.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 14 พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมา คือ ฟังจากที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ฟังจากสถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.5 และฟังจากร้านบริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตาราง 15

จำนวนและร้อยละลักษณะการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ลักษณะการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
ฟังคนเดียว	352	88.0
ฟังเป็นกลุ่มกับเพื่อน	48	12.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 15 พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครจะมีลักษณะการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตคนเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.0 และฟังเป็นกลุ่มกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตาราง 16

จำนวนและร้อยละของโปรแกรมที่ใช้ในการฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

โปรแกรมที่ใช้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
Real Player	113	28.3
Windows Media Player	195	48.8
Win Amp	32	8.0
Quick Time	9	2.3
ไม่ทราบ	51	12.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 16 พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครนิยมใช้โปรแกรม Windows Media Player ในการฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา คือ โปรแกรม Real Player คิดเป็นร้อยละ 28.3 โปรแกรม Win Amp คิดเป็นร้อยละ 8.0 และใช้โปรแกรม Quick Time น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.3 และไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 12.8

ตาราง 17

จำนวนและร้อยละของการเรียกดูข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ต

การเรียกดูข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ (ขณะรับฟังรายการ)	จำนวน	ร้อยละ
เรียกดู	311	77.8
ไม่เรียกดู	89	22.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 17 พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จะเรียกดูข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตขณะรับฟังรายการ คิดเป็นร้อยละ 77.8 และไม่เรียกดูข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ตขณะรับฟังรายการ คิดเป็นร้อยละ 22.3

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะประชากรมีความสัมพันธ์กับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อย 1.1 ลักษณะประชากรด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 18

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านเพศกับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคล	1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
1. เพศ						
ชาย	120 (66.7)	24 (13.3)	12 (6.7)	24 (13.3)	180 (100.0)	Pearson Chi-square

ตาราง 18 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
หญิง	127	44	9	40	220	$X^2 = 6.575$
	(57.7)	(20.0)	(4.10)	(18.2)	(100.0)	Sig. = .087

จากตาราง 18 ในการทดสอบสมมติฐานย่อย 1.1 พบว่า ลักษณะประชากร ด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชาวกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

โดยพบว่า เพศชายจะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ และฟังเป็นประจำทุกวัน จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

สำหรับเพศหญิงจะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.7 ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 4.10 ตามลำดับ

ตาราง 19

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านเพศกับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคล	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
1. เพศ						
ชาย	79	64	18	19	180	Pearson
	(43.9)	(35.6)	(10.0)	(10.6)	(100.0)	Chi-square
หญิง	50	103	35	32	220	X ² = 20.6
	(22.7)	(46.8)	(15.9)	(14.5)	(100.0)	Sig. = .000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 ในการทดสอบสมมติฐานย่อย 1.1 พบว่า ลักษณะประชากรด้านเพศมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชาวกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

โดยพบว่า เพศชายจะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.9 ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.6 ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง และฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง ตามลำดับ

สำหรับเพศหญิงจะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมา ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.7 ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.9 และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

สมมติฐานย่อย 1.2 ลักษณะประชากรด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร

ตาราง 20

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านอายุกับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคล	1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
2. อายุ						
ต่ำกว่า 20 ปี	51 (66.2)	11 (14.3)	7 (9.1)	8 (10.4)	77 (100.0)	Pearson Chi-square $X^2 = 8.657$ Sig. = .469
20-29 ปี	133 (59.9)	39 (17.6)	9 (4.1)	41 (18.5)	222 (100.0)	
30-39 ปี	45 (64.3)	14 (20.0)	3 (4.3)	8 (11.4)	70 (100.0)	
40 ปีขึ้นไป	18 (58.1)	4 (12.9)	2 (6.5)	7 (22.6)	31 (100.0)	

จากตาราง 20 ในการทดสอบสมมติฐานย่อย 1.2 พบว่า ลักษณะประชากรด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชาวกรุงเทพมหานครทุกระดับอายุมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

โดยพบว่า ผู้ฟังที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมา ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 14.3 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่อายุ 20-29 ปี จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.9 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 17.6 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่อายุ 30-39 ปี จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่อายุ 40 ปีขึ้นไป จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.1 รองลงมาฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 12.9 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตาราง 21

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านอายุกับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุ-อินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคล	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
2. อายุ						
ต่ำกว่า 20 ปี	37 (48.1)	27 (35.1)	6 (7.8)	7 (9.1)	77 (100.0)	
20-29 ปี	53 (23.9)	102 (45.9)	35 (15.8)	32 (14.4)	222 (100.0)	Pearson
30-39 ปี	27 (38.6)	24 (34.3)	12 (17.1)	7 (10.0)	70 (100.0)	Chi-square
40 ปีขึ้นไป	12 (38.7)	14 (45.2)	- (-)	5 (16.1)	31 (100.0)	X ² = 24.524 Sig. = .004*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 ในการทดสอบสมมติฐานย่อย 1.2 พบว่า ลักษณะประชากรด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชาวกรุงเทพมหานคร ทุกระดับอายุมีระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

โดยพบว่า ผู้ฟังที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมา ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.1 ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.1 และฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีอายุ 20-29 ปี จะใช้ระยะเวลาในการรับฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมา ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.9 ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.8 และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็น 14.4 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีอายุ 30-39 ปี จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังน้อยกว่า 1-ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมา ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.3 ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.1 และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จะใช้ระยะเวลาในการรับฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมา ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.7 ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

สมมติฐานย่อย 1.3 ลักษณะประชากรด้านการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร

ตาราง 22

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านการศึกษากับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคล	1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
3. การศึกษา						
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	40 (78.4)	5 (9.8)	4 (7.8)	2 (3.9)	51 (100.0)	Pearson Chi-square $X^2 = 33.571$ Sig. = .001*
มัธยมศึกษา/ปวช.	14 (53.8)	4 (15.4)	2 (7.7)	6 (23.1)	26 (100.0)	
อนุปริญญา/ปวศ.	5 (45.5)	1 (9.1)	3 (27.3)	2 (18.2)	11 (100.0)	
ปริญญาตรี	154 (59.7)	54 (20.9)	11 (4.3)	39 (15.1)	258 (100.0)	
ปริญญาโทขึ้นไป	34 (63.0)	4 (7.4)	1 (1.9)	15 (27.8)	54 (100.0)	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 ในการทดสอบสมมติฐานย่อย 1.3 พบว่า ลักษณะประชากรด้านการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชาวกรุงเทพมหานคร ทุกระดับการศึกษามีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

โดยพบว่า ผู้ฟังที่มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายจะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.4 รองลงมา ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 9.8 ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.8 และ ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุ-อินเทอร์เนต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมา ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.4 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีการศึกษาระดับอนุปริญา/ปวส. จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุ-อินเทอร์เนต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 27.3 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และ ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาจะฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.9 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 15.1 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปจะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุ-อินเทอร์เนต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาจะฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.4 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตาราง 23

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านการศึกษากับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต

ลักษณะส่วนบุคคล	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
3. การศึกษา						
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	34 (66.7)	13 (25.5)	2 (3.9)	2 (3.9)	51 (100.0)	
มัธยมศึกษา/ปวช.	3 (11.5)	16 (61.5)	2 (7.7)	5 (19.2)	26 (100.0)	Pearson Chi-square

ตาราง 23 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	1-3 ชม./ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	4-5 ชม./ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าสถิติ
อนุปริญญา/ปวส.	2 (18.2)	3 (27.3)	3 (27.3)	3 (27.3)	11 (100.0)	$X^2 = 48.36$ Sig. = .000*
ปริญญาตรี	75 (29.1)	109 (42.2)	43 (16.7)	31 (12.0)	258 (100.0)	
ปริญญาโทขึ้นไป	15 (27.8)	26 (48.1)	3 (5.6)	10 (18.5)	54 (100.0)	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 ในการทดสอบสมมติฐานย่อย 1.3 พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านการศึกษามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชาวกรุงเทพมหานคร ทุกระดับการศึกษามีระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

โดยพบว่า ผู้ฟังที่มีการศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.5 ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.2 ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.5 และฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง มีผู้ฟัง

จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาจะฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.1 ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.7 และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาจะฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.8 ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.5 และฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

สมมติฐานย่อย 1.4 ลักษณะประชากรด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร

ตาราง 24

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านอาชีพกับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคล	1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
4. อาชีพ						
นักเรียน/นักศึกษา	112 (70.0)	21 (13.1)	13 (8.1)	14 (8.8)	160 (100.0)	Pearson Chi-square $X^2 = 36.799$ Sig. = .000*
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	61 (59.2)	24 (23.3)	2 (1.9)	16 (15.5)	103 (100.0)	
พนักงานบริษัทเอกชน	65 (56.5)	21 (18.3)	6 (5.2)	23 (20.0)	115 (100.0)	
ธุรกิจส่วนตัว	9 (40.9)	2 (9.1)	- (-)	11 (50.0)	22 (100.0)	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 ในการทดสอบสมมติฐานย่อย 1.4 พบว่า ลักษณะประชากรด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชาวกรุงเทพมหานคร ทุกอาชีพมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

โดยพบว่า ผู้ฟังที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 13.1 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมา จะฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 23.3 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาจะฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 18.3 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นประจำทุกวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาจะฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 40.9 ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

ตาราง 25

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านอาชีพกับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุ-อินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคล	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
4. อาชีพ						
นักเรียน/นักศึกษา	61 (38.1)	67 (41.9)	19 (11.9)	13 (8.1)	160 (100.0)	Pearson Chi-square $X^2 = 12.379$ Sig. = .193
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	30 (29.1)	44 (42.7)	16 (15.5)	13 (12.6)	103 (100.0)	
พนักงานบริษัทเอกชน	34 (29.6)	46 (40.0)	16 (13.9)	19 (16.5)	115 (100.0)	
ธุรกิจส่วนตัว	4 (18.2)	10 (45.5)	2 (9.1)	6 (27.3)	22 (100.0)	

จากตาราง 25 ในการทดสอบสมมติฐานย่อย 1.4 พบว่า ลักษณะประชากรด้านอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชาวกรุงเทพมหานคร ทุกอาชีพมีระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

โดยพบว่า ผู้ฟังที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จะมีระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมา ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.1 ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.9 และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมา จะฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.1 ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.5 และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา จะฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.6 ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.5 และฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา จะฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.3 ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.2 และฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

สมมติฐานย่อย 1.5 ลักษณะประชากรด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร

ตาราง 26

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านรายได้กับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคล	1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
5. รายได้						
ต่ำกว่า 5,000 บาท	81 (70.4)	17 (14.8)	7 (6.1)	10 (8.7)	115 (100.0)	Pearson Chi-square $X^2 = 16.673$ Sig. = .162
5,000-15,000 บาท	101 (58.0)	35 (20.1)	8 (4.6)	30 (17.2)	174 (100.0)	
15,000-25,000 บาท	36 (57.1)	12 (19.0)	3 (4.8)	12 (19.0)	63 (100.0)	
25,000-35,000 บาท	13 (59.1)	3 (13.6)	- (-)	6 (17.3)	22 (100.0)	
สูงกว่า 35,000 บาท	16 (61.5)	1 (3.8)	3 (11.5)	6 (23.1)	26 (100.0)	

จากตาราง 26 ในการทดสอบสมมติฐานย่อย 1.5 พบว่า ลักษณะประชากรด้านรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชาวกรุงเทพมหานคร ทุกระดับรายได้มีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

โดยพบว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.4 รองลงมาจะฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 14.8 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000-15,000 บาท จะมีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาจะฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.1 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท มีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาจะฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ และฟังเป็นประจำทุกวัน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท มีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาจะฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 13.6 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีรายได้สูงกว่า 35,000 บาท มีความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา จะฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 11.5 และฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตาราง 27

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านรายได้กับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุ-อินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคล	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	รวม	ค่าสถิติ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
5. รายได้						
ต่ำกว่า 5,000 บาท	49 (42.6)	46 (40.0)	10 (8.7)	10 (8.7)	115 (100.0)	Pearson Chi-square $X^2 = 29.312$ Sig. = .004*
5,000-15,000 บาท	37 (21.3)	79 (45.4)	32 (18.4)	26 (14.9)	174 (100.0)	
15,000-25,000 บาท	25 (39.7)	25 (39.7)	8 (12.7)	5 (7.9)	63 (100.0)	
25,000-35,000 บาท	11 (50.0)	7 (31.8)	- (-)	4 (18.2)	22 (100.0)	
สูงกว่า 35,000 บาท	7 (26.9)	10 (38.5)	3 (11.5)	6 (23.1)	26 (100.0)	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 ในการทดสอบสมมติฐานย่อย 1.5 พบว่า ลักษณะประชากรด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชาวกรุงเทพมหานคร ทุกระดับรายได้มีระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

โดยพบว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุ-อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมา จะฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40 ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000-15,000 บาท จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมา จะฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง

คิดเป็นร้อยละ 21.3 ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.4 และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.9 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท ใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และใช้ระยะเวลาในการรับฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง มีจำนวนผู้ฟังเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมา จะฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.7 และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท ใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา จะฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.8 และฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีรายได้ สูงกว่า 35,000 บาท จะใช้ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา จะฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.9 ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.1 และฟัง 4-6 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ประเภทและรูปแบบรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.1 ประเภทรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านประเภทรายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต พบว่า ปัจจัยด้านประเภทรายการ โดยภาพรวม (ทุกประเภทรายการ) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับประเภทรายการแยกย่อยแต่ละด้าน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ประเภทรายการ ได้แก่ ประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 29-30)

ตาราง 29

ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านประเภทรายการ โดยภาพรวม (ทุกประเภทรายการ) จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
	X	2.23	2.39	2.21	2.29
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.23	-	.155*	.025	.059
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.39	-	-	.180	.095
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	2.21	-	-	-	.085
เป็นประจำทุกวัน	2.29	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านประเภทรายการ โดยภาพรวม (ทุกประเภทรายการ) จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านประเภทรายการ โดยภาพรวม (ทุกประเภทรายการ) มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากปัจจัยด้านประเภทรายการโดยภาพรวม (ทุกประเภท รายการ) มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 30

ผลการทดสอบความแตกต่างของประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
	X	2.09	2.35	1.95	2.11
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.09	-	.264*	.137	.020
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.35	-	-	.401*	.244*
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	1.95	-	-	-	.157
เป็นประจำทุกวัน	2.11	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า ประเภทรายการ ที่ให้ข่าวสาร มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ กลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ และกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟังเป็นประจำทุกวัน ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กลุ่มที่ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ และกลุ่มที่ฟังเป็นประจำทุกวัน

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านประเภทรายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต พบว่า ปัจจัยด้านประเภทรายการโดยภาพรวม (ทุกประเภทรายการ) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับประเภทรายการแยกย่อยแต่ละด้าน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ประเภทรายการ ได้แก่ ประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังข้อมูลที่ปรากฏผล (ดูตาราง 32-33)

ตาราง 32

ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านประเภทรายการ โดยภาพรวม (ทุกประเภทรายการ) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.16	2.31	2.31	2.35
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.16	-	.151*	.147*	.186*
1-3 ชม./ครั้ง	2.31	-	-	.003	.035
4-5 ชม./ครั้ง	2.31	-	-	-	.038
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.35	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 32 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านประเภทรายการโดยภาพรวม (ทุกประเภทรายการ) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านประเภทรายการโดยภาพรวม (ทุกประเภทรายการ) มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง

และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมง ต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากปัจจัยด้านประเภทรายการโดยภาพรวม (ทุกประเภท รายการ) มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 33

ผลการทดสอบความแตกต่างของประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.35	2.57	2.60	2.67
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.35	-	.226*	.255*	.318*
1-3 ชม./ครั้ง	2.57	-	-	.029	.092
4-5 ชม./ครั้ง	2.60	-	-	-	.063
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.67	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า ประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง

สมมติฐานย่อย 2.2 รูปแบบรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีผลต่อรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านรูปแบบรายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต จำแนกตามความถี่ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบรายการโดยภาพรวม (ทุกรูปแบบรายการ) จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟัง มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรูปแบบรายการแยกย่อยแต่ละด้าน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบรายการที่ให้ข่าวสาร รูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ และรูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิง จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 35-38)

ตาราง 35

ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านรูปแบบรายการ โดยภาพรวม (ทุกรูปแบบรายการ) จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
	X	2.00	2.19	1.99	2.07
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.00	-	.189*	.007	.075
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.19	-	-	.196*	.133
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	1.99	-	-	-	.082
เป็นประจำทุกวัน	2.07	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 35 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านรูปแบบรายการ โดยภาพรวม (ทุกรูปแบบรายการ) จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบรายการโดยภาพรวม (ทุกรูปแบบรายการ) มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์

และกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากปัจจัยด้านรูปแบบรายการ โดยภาพรวม (ทุกรูปแบบรายการ) มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 36

ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบรายการที่ให้ข่าวสาร จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
	X	2.01	2.20	1.84	2.06
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.01	-	.191*	.169	.048
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.20	-	-	.361*	.143
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	1.84	-	-	-	.218
เป็นประจำทุกวัน	2.06	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 36 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบรายการที่ให้ข่าวสาร จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า รูปแบบรายการที่ให้ข่าวสาร มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ และกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากรูปแบบรายการที่ให้ข่าวสาร มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 37

ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต		1-3 ครั้ง/สัปดาห์	4-6 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำทุกวัน
	X	1.97	2.15	2.01	2.04
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	1.97	-	.184*	.046	.071
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.15	-	-	.138	.113
มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	2.01	-	-	-	.025
เป็นประจำทุกวัน	2.04	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 37 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า รูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟัง 4-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากรูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 38

ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิง จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต	X	1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
		2.04	2.23	2.13	2.16
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.04	-	.196*	.088	.117
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.23	-	-	.108	.078
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	2.13	-	-	-	.029
เป็นประจำทุกวัน	2.16	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 เมื่อทดสอบความแตกต่างของรูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิง จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า รูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิง มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากรูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิง มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านรูปแบบรายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบรายการโดยภาพรวม (ทุกรูปแบบรายการ) และรูปแบบรายการแยกย่อยแต่ละด้านไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รูปแบบรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ต่างกัน มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 เนื้อหารายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ต่างกันมีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหารายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต จำแนกตามความถี่ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหารายการโดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับเนื้อหารายการแยกย่อยด้านต่าง ๆ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 เนื้อหารายการ ได้แก่ เนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 41-42)

ตาราง 41

ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหารายการ โดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
	X	2.01	2.14	2.02	2.07
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.01	-	.130*	.002	.062
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.14	-	-	.127	.068
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	2.02	-	-	-	.059
เป็นประจำทุกวัน	2.07	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 41 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหารายการ โดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหารายการโดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากปัจจัยด้านเนื้อหารายการ โดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 42

ผลการทดสอบความแตกต่างของเนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
	X	2.03	2.19	2.07	2.13
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.03	-	152*	.032	.095
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.19	-	-	.120	.057
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	2.07	-	-	-	.062
เป็นประจำทุกวัน	2.13	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 42 เมื่อทดสอบความแตกต่างของเนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า เนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากเนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหารายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหารายการโดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับเนื้อหารายการแยกย่อยด้านต่าง ๆ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 เนื้อหารายการ ได้แก่ เนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร และเนื้อหารายการที่ให้สาระความรู้ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 44-46)

ตาราง 44

ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหารายการ โดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	1.98	2.06	2.13	2.06
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1.98	-	.086*	.156*	.086
1-3 ชม./ครั้ง	2.06	-	-	.070	.000
4-5 ชม./ครั้ง	2.13	-	-	-	.069
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.06				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 44 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านเนื้อหารายการโดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหารายการโดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากเนื้อหารายการโดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 45

ผลการทดสอบความแตกต่างของเนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.00	2.10	2.18	2.10
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.00	-	.098*	.181*	.100
1-3 ชม./ครั้ง	2.10	-	-	.083	.002
4-5 ชม./ครั้ง	2.18	-	-	-	.080
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.10	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 45 เมื่อทดสอบความแตกต่างของเนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า เนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากเนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 46

ผลการทดสอบความแตกต่างของเนื้อหารายการที่ให้สาระความรู้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	1.96	2.08	2.14	2.05
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1.96	-	.119*	.179*	.091
1-3 ชม./ครั้ง	2.08	-	-	.060	.027
4-5 ชม./ครั้ง	2.14	-	-	-	.088
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.05	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 46 เมื่อทดสอบความแตกต่างของเนื้อหารายการที่ให้สาระความรู้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า เนื้อหารายการที่ให้สาระความรู้ มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากเนื้อหารายการที่ให้สาระความรู้ มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์โดยภาพรวม (ทุกเทคนิคการนำเสนอ) ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเทคนิคการนำเสนอแยกย่อยแต่ละข้อ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ (1) การนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่ (2) สามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 48-49)

ตาราง 48

ผลการทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่ จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
	X	2.34	2.44	2.10	2.50
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.34	-	.097	.249	.156
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.44	-	-	.346*	.059
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	2.10	-	-	-	.405*
เป็นประจำทุกวัน	2.50	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 48 เมื่อทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่ จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า เทคนิคการนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่ มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า

6 ครั้งต่อสัปดาห์ และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟัง เป็นประจำทุกวัน ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟังเป็นประจำทุกวัน จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากเทคนิคการนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 49

ผลการทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการสามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
	X	2.42	2.57	2.38	2.61
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.42	-	.152	.040	.188*
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.57	-	-	.193	.036
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	2.38	-	-	-	.228
เป็นประจำทุกวัน	2.61	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 49 เมื่อทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการสามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า เทคนิคการสามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟังเป็นประจำทุกวัน ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟังเป็นประจำทุกวัน จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากเทคนิคการนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์โดยภาพรวม (ทุกเทคนิคการนำเสนอ) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเทคนิคการนำเสนอแยกย่อยแต่ละข้อ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ (1) การนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่ (2) การปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา (3) จัดพื้นที่หน้าเว็บให้เข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถานี (4) สามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 51-55)

ตาราง 51

ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์โดยภาพรวม (ทุกเทคนิคการนำเสนอ) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.30	2.41	2.49	2.43
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.30	-	.106*	.185*	.122*
1-3 ชม./ครั้ง	2.41	-	-	.078	.016
4-5 ชม./ครั้ง	2.49	-	-	-	.062
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.43	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 51 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์โดยภาพรวม (ทุกเทคนิคการนำเสนอ) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์โดยภาพรวม (ทุกเทคนิคการนำเสนอ) มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของ

ชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากเทคนิคการนำเสนอโดยภาพรวม (ทุกเทคนิคการนำเสนอ) มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 52

ผลการทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.28	2.35	2.53	2.51
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.28	-	.074	.249*	.231*
1-3 ชม./ครั้ง	2.35	-	-	.175	.157
4-5 ชม./ครั้ง	2.53	-	-	-	.018
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.51	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 52 เมื่อทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า เทคนิคการนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่ มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง

4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากเทคนิคการนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 53

ผลการทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา
จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.47	2.66	2.66	2.75
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.47	-	.194*	.195*	.280*
1-3 ชม./ครั้ง	2.66	-	-	.002	.086
4-5 ชม./ครั้ง	2.66	-	-	-	.085
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.75	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 53 เมื่อทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า เทคนิคการปรับเปลี่ยนข้อมูลในทันสมัยตลอดเวลา มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากเทคนิคการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 54

ผลการทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการจัดพื้นที่หน้าเว็บให้เข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถานี จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
X		2.15	2.30	2.36	2.37
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.15	-	.152*	.211*	.225*
1-3 ชม./ครั้ง	2.30	-	-	.059	.073
4-5 ชม./ครั้ง	2.36	-	-	-	.014
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.37	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 54 เมื่อทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการจัดพื้นที่หน้าเว็บไซต์ให้เข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถานี จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า เทคนิคการจัดพื้นที่หน้าเว็บไซต์ให้เข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถานี มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากเทคนิคการจัดพื้นที่หน้าเว็บไซต์ให้เข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถานี

มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 55

ผลการทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการสามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
X		2.33	2.51	2.57	2.65
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.33	-	.183*	.240*	.321*
1-3 ชม./ครั้ง	2.51	-	-	.057	.138
4-5 ชม./ครั้ง	2.57	-	-	-	.081
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.65	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 55 เมื่อทดสอบความแตกต่างของเทคนิคการสามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่พบว่า เทคนิคการสามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่นๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากเทคนิคการสามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน
มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต พบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับโดยภาพรวม (ทุกประโยชน์ที่ได้รับ) ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับประโยชน์ที่ได้รับแยกย่อยแต่ละข้อ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ (1) เสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ (2) นำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง (3) สามารถติดต่อกับผู้จัดรายการได้ทันที จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 57-59)

ตาราง 57

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
	X	2.27	2.41	2.43	2.52
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.27	-	.145	.161	.248*
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.41	-	-	.071	.104
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	2.43	-	-	-	.087
เป็นประจำทุกวัน	2.52	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 57 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็น รายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ มีผลต่อความถี่ ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟังเป็นประจำทุกวัน ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟังเป็นประจำทุกวันจะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 58

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการนำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เนต		1-3 ครั้ง/ สัปดาห์	4-6 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำ ทุกวัน
	X	2.24	2.47	2.48	2.30
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.24	-	.232*	.237	.058
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.47	-	-	.006	.174
มากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	2.48	-	-	-	.179
เป็นประจำทุกวัน	2.30	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 58 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการนำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการนำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาดตนเอง มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 59

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถติดต่อกับผู้จัดรายการได้ทันที จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่

ความถี่ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนต		1-3 ครั้ง/สัปดาห์	4-6 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	เป็นประจำทุกวัน
	X	2.14	2.31	2.38	2.34
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	2.14	-	.171	.243	.206*
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	2.31	-	-	.072	.035
มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	2.38	-	-	-	.037
เป็นประจำทุกวัน	2.34	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 59 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถติดต่อกับผู้จัดรายการได้ทันที จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถติดต่อกับผู้จัดรายการได้ทันที มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่ฟังเป็นประจำทุกวัน ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เนตที่ฟังเป็นประจำทุกวัน จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เนตจากประโยชน์ที่ได้รับการสามารถติดต่อกับผู้จัดรายการได้ทันที มากกว่ากลุ่มที่ฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับโดยภาพรวม (ทุกประโยชน์ที่ได้รับ) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับประโยชน์ที่ได้รับแยกย่อยแต่ละข้อ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 13 ข้อ ได้แก่ (1) ความสะดวกในการใช้งาน (2) ได้ความรู้ สารประโยชน์ (3) เสริมทักษะการท่องโลกอินเทอร์เน็ต (4) เสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ (5) สร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง (6) สามารถฟังรายการย้อนหลังได้ (7) ได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ (8) มีรายการให้เลือกฟังหลากหลาย (9) นำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง (10) สามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ (11) ได้ข้อมูลที่หลากหลายทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง (12) มีสถานีให้เลือกฟังได้หลากหลาย (13) สามารถชมภาพกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์ได้ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 61-74)

ตาราง 61

ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับโดยภาพรวม (ทุกประโยชน์ที่ได้รับ) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.30	2.43	2.55	2.48
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.30	-	.127*	.242*	.177*
1-3 ชม./ครั้ง	2.43	-	-	.115	.050
4-5 ชม./ครั้ง	2.55	-	-	-	.064
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.48	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 61 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับโดยภาพรวม (ทุกประโยชน์ที่ได้รับ) จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับโดยภาพรวม (ทุกประโยชน์ที่ได้รับ) มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับโดยภาพรวม (ทุกประโยชน์ที่ได้รับ) มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 62

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากความสะดวกในการใช้งาน
จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.49	2.63	2.70	2.71
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.49	-	.140*	.210*	.218*
1-3 ชม./ครั้ง	2.63	-	-	.069	.077
4-5 ชม./ครั้ง	2.70	-	-	-	.008
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.71	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 62 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากความสะดวกในการใช้งาน จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่าประโยชน์ที่ได้รับจากความสะดวกในการใช้งาน มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากความสะดวกในการใช้งาน มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 63

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ความรู้สาระ ประโยชน์
จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต	X	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
		2.39	2.47	2.64	2.59
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.39	-	.085	.254*	.201*
1-3 ชม./ครั้ง	2.47	-	-	.168	.115
4-5 ชม./ครั้ง	2.64	-	-	-	.053
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.59	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 63 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ความรู้สาระ ประโยชน์ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ความรู้ สาระ ประโยชน์ มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ความรู้ สาระ ประโยชน์ มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 64

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการท่องโลกอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต	X	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
		2.32	2.43	2.58	2.53
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.32	-	.107	.267*	.212*
1-3 ชม./ครั้ง	2.43	-	-	.160	.104
4-5 ชม./ครั้ง	2.58	-	-	-	.055
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.53	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 64 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการท่องโลกอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการท่องโลกอินเทอร์เน็ต มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 65

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.19	2.35	2.53	2.49
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.19	-	.154*	.335*	.296*
1-3 ชม./ครั้ง	2.35	-	-	.181	.143
4-5 ชม./ครั้ง	2.53	-	-	-	.038
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.49	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 65 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการเสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 66

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการสร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ครั้ง	4-5 ชม./ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
X		2.46	2.66	2.72	2.67
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.46	-	.207*	.260*	.209*
1-3 ชม./ครั้ง	2.66	-	-	.052	.002
4-5 ชม./ครั้ง	2.72	-	-	-	.050
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.67	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 66 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการสร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการสร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการสร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง

มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 67

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถฟังรายการย้อนหลังได้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.37	2.37	2.62	2.51
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.37	-	.007	.251*	.183
1-3 ชม./ครั้ง	2.37	-	-	.257*	.145
4-5 ชม./ครั้ง	2.62	-	-	-	.113
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.51	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 67 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถฟังรายการย้อนหลังได้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถฟังรายการย้อนหลังได้ มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถฟังรายการย้อนหลังได้ มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 68

ผลการทดสอบของประ โยชน์ที่ได้รับจากการได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต	X	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
		2.27	2.43	2.68	2.31
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.27	-	.154*	.408*	.042
1-3 ชม./ครั้ง	2.43	-	-	.254*	.111
4-5 ชม./ครั้ง	2.68	-	-	-	.366*
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.31	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 68 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 69

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการมีรายการให้เลือกฟังหลากหลาย
จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.35	2.53	2.57	2.59
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.35	-	.184*	.217*	.239*
1-3 ชม./ครั้ง	2.53	-	-	.033	.055
4-5 ชม./ครั้ง	2.57	-	-	-	.022
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.59	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 69 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการมีรายการให้เลือกฟังหลากหลาย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการมีรายการให้เลือกฟังหลากหลาย มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการมีรายการให้เลือกฟังหลากหลาย มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 70

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการนำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต	X	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
		2.20	2.29	2.53	2.35
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.20	-	.086	.327*	.151
1-3 ชม./ครั้ง	2.29	-	-	.241*	.066
4-5 ชม./ครั้ง	2.53	-	-	-	.175
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.35	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 70 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการนำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการนำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 71

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.41	2.64	2.72	2.63
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.41	-	.230*	.306*	.217*
1-3 ชม./ครั้ง	2.64	-	-	.076	.013
4-5 ชม./ครั้ง	2.72	-	-	-	.090
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.63	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 71 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 72

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย
จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.28	2.46	2.53	2.53
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.28	-	.176*	.249*	2.500*
1-3 ชม./ครั้ง	2.46	-	-	.073	.074
4-5 ชม./ครั้ง	2.53	-	-	-	.001
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.53	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 72 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายมีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 73

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการมีสถานีให้เลิกฟังได้หลากหลาย
จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต		น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
	X	2.35	2.54	2.57	2.69
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.35	-	.190*	.217*	.337*
1-3 ชม./ครั้ง	2.54	-	-	.027	.147
4-5 ชม./ครั้ง	2.57	-	-	-	.120
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.69	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 73 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการมีสถานีให้เลิกฟังได้หลากหลาย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการมีสถานีให้เลิกฟังได้หลากหลาย มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟังมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการมีสถานีให้เลิกฟังได้หลากหลาย มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง

ตาราง 74

ผลการทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถชมภาพกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์ได้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการรับฟัง วิทยุอินเทอร์เน็ต	X	น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	1-3 ชม./ ครั้ง	4-5 ชม./ ครั้ง	มากกว่า 5 ชม./ครั้ง
		2.29	2.35	2.60	2.41
น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง	2.29	-	.053	.309*	.117
1-3 ชม./ครั้ง	2.35	-	-	.256*	.064
4-5 ชม./ครั้ง	2.60	-	-	-	.192
มากกว่า 5 ชม./ครั้ง	2.41	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 74 เมื่อทดสอบความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถชมภาพกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์ได้ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถชมภาพกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์ได้ มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง กับกลุ่มที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ฟัง 4-5 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเลือกรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากประโยชน์ที่ได้รับจากการสามารถชมภาพกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์ได้ มากกว่ากลุ่มที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และกลุ่มที่ฟัง 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะสำหรับปรับปรุงเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ต

ตาราง 75

ข้อเสนอแนะสำหรับปรับปรุงเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ต

อันดับที่	ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
1	ควรส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อให้สามารถดาวน์โหลดข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว	10	30.3
2	ควรมีสัญญาณเสียงที่คมชัดและชัดเจน	8	24.2
3	ควรมีการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา	6	18.2
4	ควรปรับปรุงหน้าเว็บไซต์ให้มีความสวยงามและมีความทันสมัย	4	12.2
5	ควรมีการโต้ตอบกับผู้จัดรายการได้ทันที	2	6.1
6	ควรมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักให้มากขึ้น	1	3.0
7	ควรมีรายการแบบ on-demand ให้มากขึ้น	1	3.0
8	ควรมีการถ่ายทอดภาพดีขณะจัดรายการ	1	3.0
	รวม	33	100.0

จากตาราง 75 พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครต้องการให้เว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ตควรมีการปรับปรุงในเรื่องเกี่ยวกับการส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อให้สามารถดาวน์โหลดข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ควรมีสัญญาณเสียงที่คมชัดและชัดเจน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ควรมีการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ควรปรับปรุงเว็บไซต์ให้สวยงามและมีความทันสมัย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ควรมีการโต้ตอบกับผู้จัดรายการได้ทันที จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ควรมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักให้มากขึ้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ควรมีรายการแบบ on-demand ให้มากขึ้น

จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ควรมีการถ่ายทอดภาพดีขณะจัดรายการ จำนวน 1 คน
คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากร และกลุ่มปัจจัยด้านประชากร การปัจจัยด้านรูปแบบรายการ ปัจจัยด้านเนื้อหารายการ ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ และปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนแรก ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างจาก 5 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตจตุจักร เขตบางกะปิ และเขตบางเขน ซึ่งเป็นเขตที่มีสถานศึกษา และเป็นแหล่งที่รวมผู้ใช้ไอทีค่อนข้างหนาแน่น และกลุ่มผู้ใช้ไอทีเป็นผู้ที่เคยรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยแบ่งเป็นสถาบันการศึกษา จำนวนเขตละ 10 คน หน่วยงานราชการ จำนวนเขตละ 10 คน หน่วยงานเอกชน จำนวนเขตละ 10 คน และร้านบริการอินเทอร์เน็ต จำนวนเขตละ 10 คน โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง แล้วให้กลุ่มตัวอย่างแนะนำผู้อื่นที่มีคุณลักษณะเช่นเดียวกันคนต่อไป (snowball sampling) จนครบจำนวน 200 คน

ส่วนที่สอง ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตทางเว็บบอร์ดของสถานีวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 200 คน

หลังจากรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ส่วนแล้ว ผู้วิจัยจึงลงรหัสข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Science for Windows) ณ สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา (descriptive statistics) โดยใช้สถิติแจกแจงค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่ามัชฌิมาเลขคณิต (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation--S.D.) เพื่ออธิบาย

ลักษณะประชากร ข้อมูลเกี่ยวกับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต และวิเคราะห์ข้อมูลอีกส่วนหนึ่งด้วยสถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ด้วย F-test เพื่อทดสอบสมมติฐานต่าง ๆ และนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีการ LSD

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม การวิจัยเชิงสำรวจ ผลการวิจัย พบว่า

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร ตามสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน ร้านบริการอินเทอร์เน็ต และชาวกรุงเทพมหานครจากทางเว็บบอร์ดของเว็บไซต์สถานีวิทยุอินเทอร์เน็ต จำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่า เป็นเพศชายจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 เป็นเพศหญิงจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี ร้อยละ 55.5 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 19.3 อายุ 30-39 ปี ร้อยละ 17.5 และอายุ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.5 ปริญญาโทขึ้นไป ร้อยละ 13.5 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 12.8 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 6.5 และอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.0 พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.8 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.8 และธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 และธุรกิจส่วนตัว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.5 ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 28.8 รายได้ 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 15.8 รายได้สูงกว่า 35,000 บาท ร้อยละ 6.5 รายได้ 25,000-35,000 บาท ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้างต้น แสดงให้เห็นได้ว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ 5,000-15,000 บาท จะเป็นกลุ่มที่ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

โดยภาพรวมของปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 2.41 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 2.39 ปัจจัยด้านประเภทรายการ ค่าเฉลี่ย 2.27 ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ ค่าเฉลี่ย 2.05 และปัจจัยด้านเนื้อหารายการ ค่าเฉลี่ย 2.03 ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการสร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง เป็นอันดับแรกที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 2.61 รองลงมา คือ ความสะดวกในการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 2.60

สามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ ค่าเฉลี่ย 2.57 ทันโลก ทันเหตุการณ์ ค่าเฉลี่ย 2.51 มีสถานีให้เลือกฟังได้หลากหลาย ค่าเฉลี่ย 2.50 มีรายการให้เลือกฟังหลากหลาย และได้รับความรู้ สาระ ประโยชน์ ค่าเฉลี่ย 2.48 เท่ากัน สามารถสืบค้นข้อมูลข่าวสารย้อนหลังได้ ค่าเฉลี่ย 2.46 เปิดโลกทัศน์หูตากว้างไกล ค่าเฉลี่ย 2.43 สามารถฟังรายการย้อนหลังได้และเสริมทักษะการท่องโลกอินเทอร์เน็ต และได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และเสียง ค่าเฉลี่ย 2.42 เท่ากัน ประสบการณ์แปลกใหม่จากเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 2.40 ขอเพลงผ่านเว็บไซต์ได้ทันที ค่าเฉลี่ย 2.39 ชมภาพกิจกรรมผ่านเว็บไซต์ผ่านสถานีได้ ค่าเฉลี่ย 2.37 เสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ ค่าเฉลี่ย 2.34 นำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง ค่าเฉลี่ย 2.30

ส่วนค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด 3 อันดับท้าย คือ สร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นคนทันสมัย ค่าเฉลี่ย 2.22 ติดต่อกับผู้จัดรายการได้ทันที ค่าเฉลี่ย 2.21 และร่วมเล่นเกม ตอบคำถามชิงรางวัลได้ทันที ค่าเฉลี่ย 2.07 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า เทคนิคการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเป็นอันดับแรก ที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.61 รองลงมา คือ เรียกดูภาพวิดีโอแบบสดและย้อนหลังได้ตามความต้องการ ค่าเฉลี่ย 2.52 มีตัวอักษรหรือรูปภาพเป็นไอคอนเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่นได้ ค่าเฉลี่ย 2.48 ส่วนการสามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ และลักษณะการออกแบบโดยรวมของเว็บไซต์มีความดึงดูด และน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย 2.47 เท่ากัน มีหน้าต่างใช้ขอเพลงผ่านเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 2.46 นำรายการที่ออกอากาศแล้วให้สามารถฟังย้อนหลังได้ ค่าเฉลี่ย 2.45 ตัวอักษรและกราฟิกเชื่อมโยงกันอย่างถูกต้องและออกแบบให้สามารถเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกเว็บไซต์ได้ ค่าเฉลี่ย 2.44 เท่ากัน การมีเว็บบอร์ด, e-Mail หรือ quick comment เพื่อสอบถามปัญหาแสดงความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย 2.43 ออกแบบให้ทราบว่าเป็นจุดเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ค่าเฉลี่ย 2.41 นำภาพต่าง ๆ เข้ามาเป็นส่วนประกอบในการนำเสนอเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 2.40 ใช้ภาพวิดีโอนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ เช่น ภาพกิจกรรมสถานี หรือ concert ประกอบ ค่าเฉลี่ย 2.38 นำไฟล์เสียงเพลงเข้ามาประกอบแนะนำเพลงใหม่ ค่าเฉลี่ย 2.37 มีโปรแกรมสนทนา เช่น ICQ หรือ MSN สนทนาโต้ตอบกับทางสถานี ค่าเฉลี่ย 2.32 นำเสนอสัญลักษณ์ประจำสถานีและรายการด้วยรูปภาพที่สวยงาม ค่าเฉลี่ย 2.28 จัดพื้นที่หน้าเว็บไซต์ให้เข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถานี และนำเสนอเสียงประกอบ และเสียงเทคนิคพิเศษมาใช้ในการนำเสนอบนเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 2.27 เท่ากัน มีพื้นที่บนเว็บไซต์สำรวจความคิดเห็นต่อสถานี ค่าเฉลี่ย 2.24 และมีไฟล์เสียงแนะนำตัวผู้ดำเนินรายการ ค่าเฉลี่ย 2.14 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านประเภทรายการ พบว่า ประเภทรายการที่ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ ประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง ค่าเฉลี่ย 2.52 รองลงมา คือ ประเภทรายการที่ให้สาระความรู้ ค่าเฉลี่ย 2.15 และประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 2.13 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ พบว่า รูปแบบรายการที่ให้ข่าวสารที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ รายงานข่าว ค่าเฉลี่ย 2.16 รองลงมา คือ วิเคราะห์ข่าว ค่าเฉลี่ย

2.07 บรรยายเหตุการณ์ ค่าเฉลี่ย 2.02 รายการอ่านข่าว ค่าเฉลี่ย 2.01 และข่าวประกอบเสียง ค่าเฉลี่ย 1.98 ตามลำดับ รูปแบบรายการที่ทำให้สาระความรู้ที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ พูดคุยกับผู้ฟัง ค่าเฉลี่ย 2.18 รองลงมา คือ สนทนา ค่าเฉลี่ย 2.14 สารคดี และสัมภาษณ์ ค่าเฉลี่ย 2.07 เท่ากัน ถาม-ตอบปัญหา ค่าเฉลี่ย 2.06 บทความ ค่าเฉลี่ย 1.93 บรรยาย ค่าเฉลี่ย 1.88 อภิปราย ค่าเฉลี่ย 1.82 ตามลำดับ รูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิงที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ สนทนา ค่าเฉลี่ย 2.13 รองลงมา คือ พูดคุยกับผู้ฟังค่าเฉลี่ย 2.12 สัมภาษณ์ ค่าเฉลี่ย 2.11 ถาม-ตอบปัญหา ค่าเฉลี่ย 2.04 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านเนื้อหารายการ พบว่า เนื้อหารายการที่ให้ข่าวสารที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ ข่าวบันเทิง ค่าเฉลี่ย 2.36 รองลงมา คือ ข่าวในประเทศ ค่าเฉลี่ย 2.29 ข่าวการเมือง ค่าเฉลี่ย 2.13 ข่าวต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 2.09 ข่าวสังคม ค่าเฉลี่ย 2.07 ข่าวในพระราชสำนัก และข่าวการศึกษา ค่าเฉลี่ย 2.05 เท่ากัน สำหรับข่าวกีฬา ข่าวศิลปวัฒนธรรม และข่าวเศรษฐกิจ ค่าเฉลี่ย 2.00 เท่ากัน ข่าวอาชญากรรม ค่าเฉลี่ย 1.95 ข่าวท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 1.89 ตามลำดับ เนื้อหารายการที่ให้สาระความรู้ที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ ท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 2.32 รองลงมา คือ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย 2.31 สุขภาพอนามัย ค่าเฉลี่ย 2.24 การศึกษาค่าเฉลี่ย 2.06 เน้นแนวการศึกษา/อาชีพ และสังคมศิลปวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ย 2.01 เท่ากัน เศรษฐกิจ ค่าเฉลี่ย 1.99 การเมืองการปกครอง ค่าเฉลี่ย 1.97 กฎหมาย ค่าเฉลี่ย 1.88 ธรรมะ ปาฐกถา ค่าเฉลี่ย 1.67 ตามลำดับ เนื้อหารายการที่ให้ความบันเทิงที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครรับฟังมากที่สุด คือ เพลงไทยสากล ค่าเฉลี่ย 2.56 รองลงมา คือ เพลงสากล ค่าเฉลี่ย 2.45 เพลงคลาสสิก ค่าเฉลี่ย 2.05 เพลงลูกทุ่ง ค่าเฉลี่ย 1.72 เพลงพื้นบ้าน ค่าเฉลี่ย 1.55 และละครวิทยุ/นิทาน ค่าเฉลี่ย 1.53 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านประเภทรายการ ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ และปัจจัยด้านเนื้อหารายการ ตามลำดับ

โดยพบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต ผู้ฟังให้ความสำคัญมากที่สุดในส่วนของการสร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง รองลงมา คือ ความสะดวกในการใช้งาน และการสามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต ผู้ฟังให้ความสำคัญมากที่สุดในส่วนของการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รองลงมา คือ เรียกดูภาพวิดีโอแบบสด และย้อนหลังได้ตามความต้องการ และมีตัวอักษรหรือรูปภาพเป็นไอคอนเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่นได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านประเภทรายการ ที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด เป็นประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง รองลงมา คือ ประเภทรายการที่ให้สาระความรู้ และประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร

ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ พบว่า รูปแบบรายการที่ให้ข่าวสารที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด คือ การรายงานข่าว รูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด คือ พูดคุยกับผู้ฟัง รูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิง ที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด คือ สนทนา

ปัจจัยด้านเนื้อหารายการ พบว่า เนื้อหารายการที่ให้ข่าวสารที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด คือ ข่าวบันเทิง เนื้อหารายการที่ให้สาระความรู้ที่ผู้ฟังนิยมรับฟังมากที่สุด คือ ท่องเที่ยว และเนื้อหารายการที่ให้ความบันเทิงที่ผู้ฟังนิยมรับฟังมากที่สุด คือ เพลงไทยสากล

ส่วนที่ 3 การรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษา พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ รับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลา 1-2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.3 ระยะเวลามากกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.3 และระยะเวลา 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ความถี่ที่ใช้ในการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมา จะฟัง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 17.0 ฟังเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และฟังมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

สำหรับระยะเวลาที่ชาวกรุงเทพมหานครใช้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครใช้เวลาฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตครั้งละ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 41.8

ใช้เวลาฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตครั้งละ 4-5 ชั่วโมง ร้อยละ 13.3 มากกว่า 5 ชั่วโมง มีจำนวนร้อยละ 12.8 และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ชาวกรุงเทพมหานครนิยมฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตในช่วงเวลากลางวัน 09.00 น.-16.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมา จะฟังในช่วงเวลากลางคืน 19.00 น.-05.00 น. ร้อยละ 26.0 ช่วงเช้า 05.00-08.00 น. ร้อยละ 11.0 และฟังช่วงเวลาเย็น 16.00 น.-17.00 น. น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ชาวกรุงเทพมหานครฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตจากที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมา คือ ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 44.3 สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.5 และฟังจากร้านบริการอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จะนิยมฟังคนเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.0 และฟังเป็นกลุ่มกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 12.0

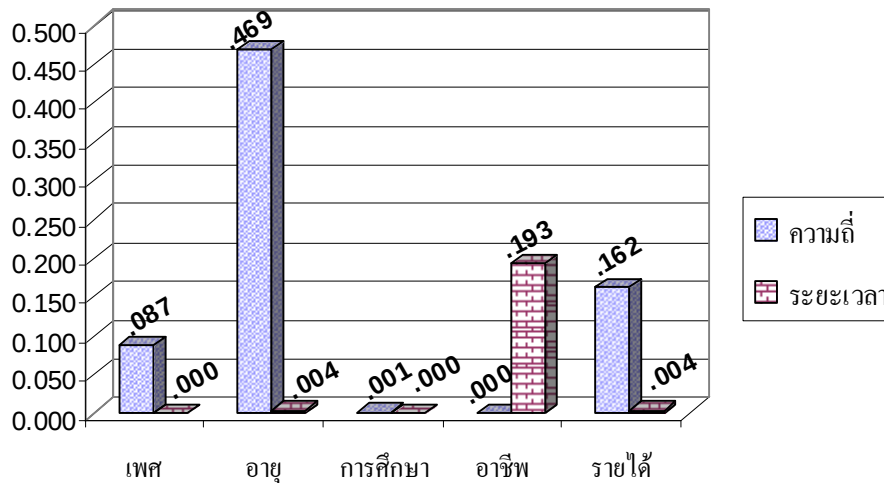
สำหรับโปรแกรมที่ชาวกรุงเทพมหานครนิยมใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ โปรแกรม Windows Media Player คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา คือ โปรแกรม Real Player คิดเป็นร้อยละ 28.3 โปรแกรม Win Amp คิดเป็นร้อยละ 8.0 และโปรแกรม Quick Time น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.3 และไม่ทราบโปรแกรม คิดเป็นร้อยละ 12.8

ชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จะเรียกดูข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตขณะรับฟังรายการ คิดเป็นร้อยละ 77.8 และไม่เรียกดูข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ขณะรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 22.3

ผลการวิเคราะห์ข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ลักษณะการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต ของชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นั้น มีการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลา 1-2 ปี โดยใช้ความถี่ในการรับฟัง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และใช้ระยะเวลาในการรับฟังครั้งละ 1-3 ชั่วโมง เป็นส่วนใหญ่ สำหรับช่วงเวลาที่นิยมรับฟัง คือ ช่วงเวลากลางวัน ตั้งแต่เวลา 09.00-16.00 น. โดยรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตคนเดียวจากที่บ้านมากที่สุด โดยผู้ฟังนิยมใช้โปรแกรม Windows Media Player ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต และมีการเรียกดูข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตขณะรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรมีความสัมพันธ์กับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



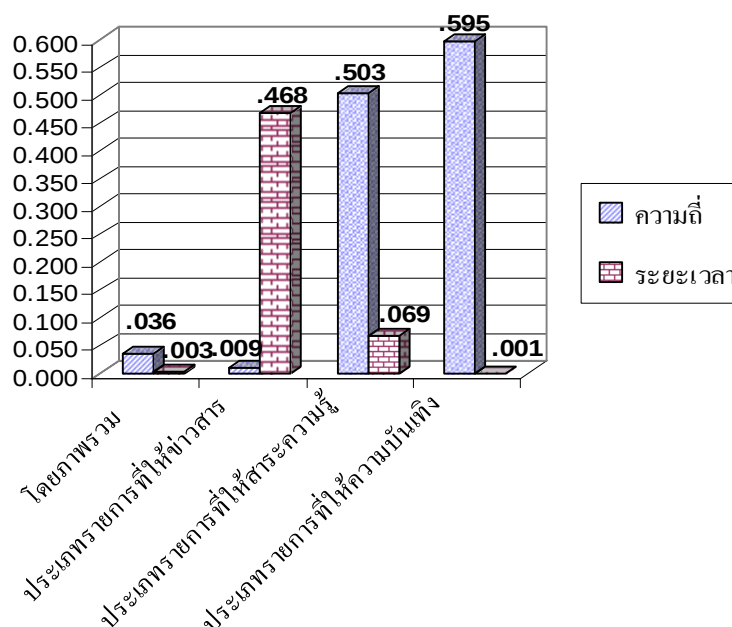
ภาพ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะประชากรด้านเพศ ด้านอายุ และด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ลักษณะประชากรด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต และระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลักษณะประชากรด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

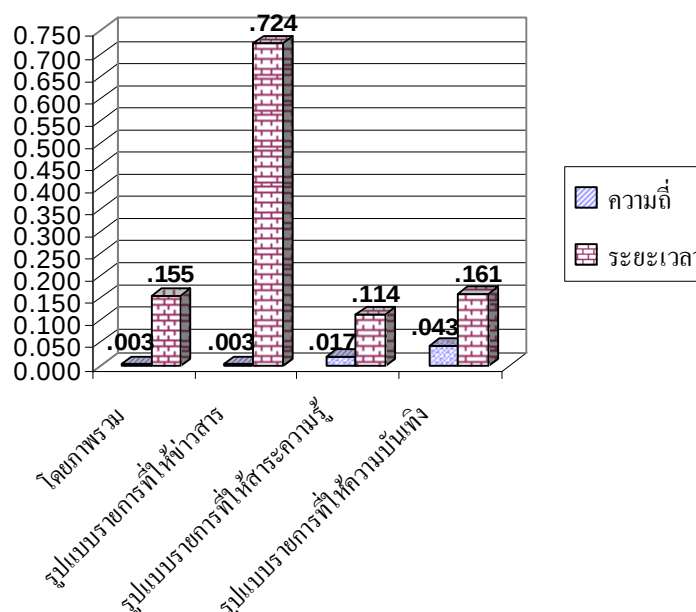
สมมติฐานที่ 2 ประเภทและรูปแบบรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน



ภาพ 4 ประเภทรายการที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประเภทรายการ โดยภาพรวม (ทุกประเภทรายการ) และแยกย่อยแต่ละด้าน คือ ประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประเภทรายการที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

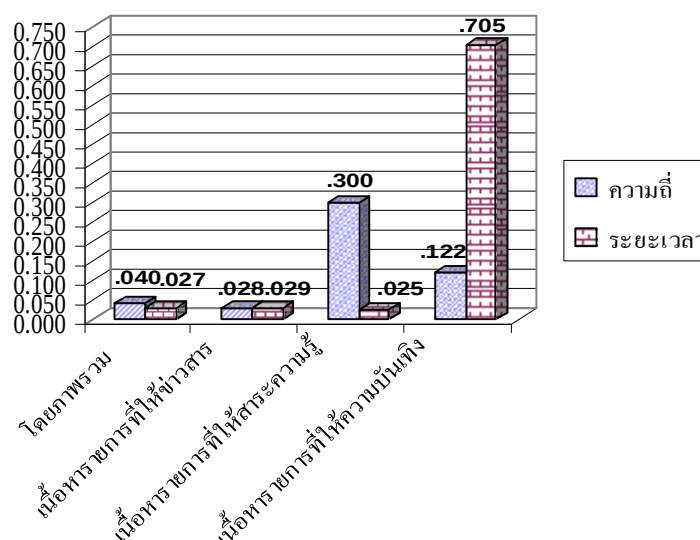
สำหรับประเภทรายการที่มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ประเภทรายการ โดยภาพรวม (ทุกประเภทรายการ) และแยกย่อยแต่ละด้าน คือ ประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง แสดงว่ายอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประเภทรายการที่แตกต่างกันมีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน



ภาพ 5 รูปแบบรายการที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รูปแบบรายการโดยภาพรวม (ทุกรูปแบบรายการ) และแยกย่อยแต่ละด้าน ได้แก่ รูปแบบรายการที่ให้ข่าวสาร รูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ และรูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิง มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับ ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รูปแบบรายการที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน แต่ไม่มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รูปแบบรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 เนื้อหารายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน



ภาพ 6 เนื้อหารายการที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เนื้อหารายการโดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) และแยกย่อยแต่ละด้าน ได้แก่ เนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหารายการที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับเนื้อหารายการที่มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยด้านเนื้อหารายการโดยภาพรวม (ทุกเนื้อหารายการ) และแยกย่อยแต่ละด้าน ได้แก่ เนื้อหารายการที่ให้ข่าวสาร และเนื้อหารายการที่ให้สาระความรู้ แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหารายการที่แตกต่างกันมีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ แยกย่อยแต่ละข้อ ได้แก่ (1) การนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่ (2) สามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ที่มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์โดยภาพรวม (ทุกเทคนิคการนำเสนอ) และรายข้อ ได้แก่ (1) การนำไฟล์เสียงเพลงมาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่ (2) การปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา (3) จัดพื้นที่หน้าเว็บให้เข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถานี (4) สามารถย้อนกลับสู่หน้าเดิมและหน้าเว็บไซต์หลักได้ แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตแยกย่อยแต่ละข้อ ได้แก่ (1) เสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ (2) การนำข้อมูลที่ได้รับการขยายการพัฒนาตนเอง (3) สามารถติดต่อกับผู้จัดรายการได้ทันที มีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

ประโยชน์ที่ได้รับโดยภาพรวม (ทุกประโยชน์ที่ได้รับ) และรายชื่อ ได้แก่ (1) ความสะดวกในการใช้งาน (2) ได้ความรู้สาระ ประโยชน์ (3) เสริมทักษะการท่องโลกอินเทอร์เน็ต (4) เสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ (5) สร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง (6) สามารถฟังรายการย้อนหลังได้ (7) ได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ (8) มีรายการให้เลือกฟังหลากหลาย (9) นำข้อมูลที่ได้รับจากรายการพัฒนาตนเอง (10) สามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ (11) ได้ข้อมูลที่หลากหลายทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง (12) มีสถานีให้เลือกฟังได้หลากหลาย (13) สามารถชมภาพกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์ได้ แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีผลต่อระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะสำหรับปรับปรุงเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ต

จากการวิจัย พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ต้องการให้วิทยุอินเทอร์เน็ตปรับปรุงในเรื่องของการส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อให้สามารถดาวน์โหลดข้อมูลได้รวดเร็วมากขึ้น รองลงมา คือ ต้องการให้สัญญาณเสียงมีความชัดเจนและคมชัดให้มากขึ้น รวมทั้งต้องการให้มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลบ่อย ๆ โดยนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย และอยากให้เว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตมีความสวยงาม และทันสมัยมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มประชากรเป็นผู้เปิดรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตโดยตรง โดยต้องการทดสอบว่า การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจากปัจจัยใด ผลการวิจัยที่ได้กล่าวในข้างต้น สามารถแบ่งอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

ลักษณะประชากรของชาวกรุงเทพมหานคร ที่ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต มีอายุระหว่าง 20-29 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นส่วนใหญ่ และมีรายได้ ต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ องอาจ ฤทธิ์-

ทองพิทักษ์ (2539) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเวปไซต์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาที่มีอายุน้อย และเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเวปไซต์ไวด์เว็บมากกว่านักศึกษาที่อายุมาก และไม่ได้เป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ (2544) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เว็บไซต์มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้อยู่ในระดับ 5,000-15,000 บาท เช่นเดียวกันกับกลุ่มของผู้ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะประชากรของชาวกรุงเทพมหานครที่ฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตนั้น มีความสอดคล้องกันกับแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของ ยุบล เบญจรงค์กิจ (2534) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมต่างกัน ซึ่งพฤติกรรมที่แตกต่างกันจะรวมไปถึงการเลือกใช้สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อตามความต้องการของแต่ละคนในแต่ละกลุ่ม ผลการวิจัยจะเห็นว่า ผู้ฟังที่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้สูง จะรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ผู้ฟังที่เป็นเพศชาย อายุ 40 ปีขึ้นไป การศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี และมีรายได้น้อย จะรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า ดังที่ ประมะ สตะเวทิน (2538) กล่าวว่า คนที่มีคุณสมบัติด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความคิด ค่านิยม ทักษะคติ และพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย

ปัจจัยที่ทำให้ผู้ฟังรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต สำหรับประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต ที่ทำให้ผู้ฟังเข้าฟัง 3 อันดับ ได้แก่ (1) สร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง (2) ความสะดวกในการใช้งาน (3) สามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อที่ ยุบล เบญจรงค์กิจ (2534) และกาญจนา แก้วเทพ (2545) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมการเปิดรับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่ใช้สื่อ มีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถเลือกทางเลือกของเขาได้ ซึ่งแรงจูงใจในการเลือกใช้นั้นจะเกิดมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้า โดยมีการแสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อให้บรรลุ

ที่น่าพึงพอใจสำหรับตน ซึ่งจะเห็นได้จากการวิจัยคราวนี้ว่า การคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

การสร้างคามเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง มีความสอดคล้องกับแนวความคิดของ บวร ปัทมราทร (2547) ที่กล่าวว่า วิทยุบนอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางการนำเสนอข่าวสารที่คล้ายคลึงกับวิทยุ แต่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ให้บริการ และเวลาออกอากาศ คือ ผู้ฟังและผู้ชมจะอยู่ที่ใดก็ได้ที่ติดต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ และจะฟังหรือชมรายการใดในเวลาใดก็ได้ โดยไม่ต้องรอชมตามเวลาที่ออกอากาศ ดังนั้น วิทยุอินเทอร์เน็ตจึงมีบทบาทหน้าที่ใกล้เคียงกับวิทยุกระจายเสียง ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนเน้นความบันเทิงและข่าวสารได้ดี อันเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับผลการวิจัย ที่แสดงให้เห็นว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต คือ จะดึงดูดความสนใจให้ผู้ฟังฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นประเด็นสำคัญ

นอกจากนั้น จุดเด่นของวิทยุอินเทอร์เน็ต คือ การฟังไปด้วยพร้อมกับการทำกิจกรรมอื่น ๆ ไปพร้อมกันได้ ซึ่งในวิทยุอินเทอร์เน็ตก็มีลักษณะเด่นเช่นเดียวกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Kaye and Medoff (1998) ที่กล่าวว่า ผู้ฟังสามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ ไม่ต้องใช้เวลาหรือความสนใจเช่นเดียวกับสื่อหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ หรือสื่อวิทยุโทรทัศน์ อันเป็นข้อค้นพบอีกประการหนึ่งของผลวิจัยนี้

ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นปัจจัยรองลงมานั้น มีผลทำให้ผู้ฟังรับฟัง 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) ปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัย (2) สามารถเรียกดูวิดีโอแบบสดและย้อนหลังได้ (3) มีตัวอักษรหรือรูปภาพเป็นไอคอนเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่นได้ โดยเทคนิคการนำเสนอส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นสื่อผสม ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ พัทธกร บุญรัตนกรกิจ (2546) ที่กล่าวว่า การใช้เทคโนโลยีระบบหลายสื่อของวิทยุอินเทอร์เน็ต จัดทำเพื่อเป็นช่องทางการนำเสนอรายการและข้อมูลข่าวสารในการนำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพด้วยมัลติมีเดียจะต้องเพิ่มคุณค่าให้กับข้อมูลที่เต็มไปด้วยตัวหนังสือ การอธิบายด้วยภาพเคลื่อนไหว หรือวิดีโอโดยให้เสียงประกอบ เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และเกิดความบันเทิงสนุกสนานไปในเวลาเดียวกัน

รายการวิทยุอินเทอร์เน็ตมีความสามารถในการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ และผู้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตสามารถเรียกดูวิดีโอแบบสดและย้อนหลังได้ ย่อมทำให้วิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อทรงประสิทธิภาพและเข้าถึงผู้ฟังได้ มีความสอดคล้องกับแนวความคิดของ ชวรัตน์ เชิดชัย และอังธิดา ลิ้มปัทมปาณี (2548) ที่กล่าวไว้ว่า จุดเด่นของสื่อคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ความรวดเร็ว และข้ามพ้นเรื่องเวลาและระยะทาง ดังนั้นผู้ผลิตรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต หรือสื่อประเภทอื่นที่ใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตต้องการเข้าถึงผู้ฟังให้มากที่สุด จำเป็นจะต้องเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ทันสมัย รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ รวมทั้งยังต้องเก็บข้อมูลเพื่อการค้นหาย้อนหลังให้แก่ผู้ฟังอีกด้วย

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่รับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตครั้งละประมาณ 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยเลือกใช้โปรแกรม Windows Media Player ในการรับฟังรายการ และนิยมรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตคนเดียวจากที่บ้านมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สลิสนา ภู่อี่ยม (2546) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการ 104.5 Fat Radio พบว่า ระยะเวลาในการรับฟังรายการแต่ละครั้งของผู้ฟังส่วนใหญ่ใช้วันละ 3-4 ชั่วโมง โดยจะฟังคนเดียวขณะอยู่ที่บ้าน ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยหลักการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2545) กล่าวว่า การเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารจะมีความตั้งใจในการแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง โดยผู้รับสารจะเป็นผู้แสวงหา และเลือกใช้จากความต้องการของผู้รับสารเอง ซึ่งวิทยุอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถทำหน้าที่ในการตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

ผลการวิจัยของปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านประเภทรายการ ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ ปัจจัยด้านเนื้อหารายการ ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ และปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับ ที่มีผลต่อความถี่ และระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับวิทยุอินเทอร์เน็ตในส่วนของข้อได้เปรียบของวิทยุอินเทอร์เน็ต ตามแนวคิดของ

Kaye and Medoff (1998) ที่กล่าวว่า การนำเสนอรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตมีข้อดีที่ได้เปรียบกว่าวิทยุกระจายเสียงหลายประการ คือ

1. สามารถเลือกฟังจากไฟล์ที่ถูกจัดเก็บไว้ (archived file) ได้
 2. วิทยุบนอินเทอร์เน็ตสามารถรับฟังได้จากทั่วทุกมุมโลก
 3. ผู้ฟังบนอินเทอร์เน็ตจะเห็นภาพ ข้อความภาพกราฟิกหรือวิดีโอ ที่สถานีวิทยุกระจายเสียงนั้นไม่สามารถทำได้
 4. ผู้ฟังบนอินเทอร์เน็ตสามารถประกอบกิจกรรมอย่างอื่นในขณะที่ฟังวิทยุได้
- จากลักษณะเฉพาะของวิทยุอินเทอร์เน็ต ที่กล่าวมาจะเห็นว่า มีผลต่อความถี่และระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า รายการประเภทที่ให้ความบันเทิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการเพลงต่าง ๆ เช่น เพลงไทยสากล เพลงไทยสากล และเพลงคลาสสิก จะทำให้ผู้ฟังเกิดความเพลิดเพลิน และเปิดรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตอาจจะพัฒนารายการเพื่อตอบสนองผู้ฟังด้านความบันเทิง และขณะเดียวกัน ผู้ผลิตรายการประเภทข่าวสาร หรือประเภทอื่นก็จำเป็นต้องพัฒนารายการให้มีความสนุกสนาน น่าติดตาม น่าสนใจ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟัง
2. ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้มีความทันสมัยตลอดเวลา และสามารถเรียกดูภาพวิดีโอแบบสดและย้อนหลังได้ตามความต้องการ จะมีผลทำให้ผู้ฟังเข้ามาหน้าเว็บไซต์บ่อยขึ้น และทำให้ผู้ฟังอยู่ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตนานมากขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย ในแต่ละวันแต่ละชั่วโมง รวมทั้งเก็บข้อมูลไว้เพื่อให้ผู้ฟังสามารถสืบค้นหรือชมหรือฟังย้อนหลังได้ตามความต้องการ
3. ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า คุณภาพเสียงที่คมชัด และการส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วสูงเพื่อให้สามารถดาวน์โหลดข้อมูลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น จะทำให้ผู้ฟังอยาก

เข้าฟังซ้ำ ผู้ผลิตรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตจึงควรมีการปรับปรุงในเรื่องของการส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วสูง รวมทั้งพัฒนาซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ ให้การเข้าฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น รวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งซอฟต์แวร์การสื่อสารสองทางระหว่างผู้ผลิตรายการกับผู้ฟังทางอินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตเพื่อขยายกลุ่มประชากรเพิ่ม ทำให้ทราบสาเหตุและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาวิทยุอินเทอร์เน็ตให้มีผู้ฟังเพิ่มมากขึ้น
2. ควรศึกษารูปแบบของวิทยุอินเทอร์เน็ตที่หลากหลายจากสถานีวิทยุอินเทอร์เน็ตหลาย ๆ แห่ง และศึกษาลักษณะประชากรที่หลากหลาย จะทำให้ได้ข้อมูลของวิทยุอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น
3. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับการผลิตรายการของวิทยุอินเทอร์เน็ตโดยศึกษากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต ฝ่ายรายการของวิทยุอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อให้เข้าใจรูปแบบของวิทยุอินเทอร์เน็ตที่มีความเหมาะสมกับผู้ฟังต่อไป
4. ควรทำการศึกษาสื่อแบบดั้งเดิมประเภทอื่น ๆ ที่พัฒนาบนสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น โทรทัศน์อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์อินเทอร์เน็ต นิตยสารอินเทอร์เน็ต วิทยุกระจายเสียงบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรทัศน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น ทั้งในด้านการผลิตเนื้อหา เทคนิคการนำเสนอในสื่อเหล่านั้น รวมทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ที่จะมามีบทบาทในสื่อดั้งเดิมเหล่านั้นบนอินเทอร์เน็ต
5. ควรศึกษาผลกระทบของวิทยุอินเทอร์เน็ตกับผู้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต
6. ควรวิเคราะห์ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามให้สอดคล้องกัน และใช้สถิติ ANOVA หรือ Correlation เพื่อให้ได้ความถูกต้องและชัดเจนมากขึ้น

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษา ถึงการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ในการศึกษา จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนและตรงตาม ความเป็นจริงของท่านที่สุด

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย **ü** ลงในช่อง 1 ที่ตรงกับคำตอบตามความเป็นจริง ของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1 ชาย

1 หญิง

2. อายุ

1 ต่ำกว่า 20 ปี

1 20-29 ปี

1 30-39 ปี

1 40 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1 ต่ำกว่ามัธยมปลาย

1 มัธยมปลาย/ปวช.

1 อนุปริญญา/ปวส.

1 ปริญญาตรี

1 ปริญญาโท

1 ปริญญาเอก

4. อาชีพ

1 นักเรียน/นักศึกษา

1 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

1 พนักงานบริษัทเอกชน

1 ธุรกิจส่วนตัว

5. รายได้ต่อเดือน

1 ต่ำกว่า 5,000 บาท

1 5,000-15,000 บาท

1 15,000-25,000 บาท

1 25,000-35,000 บาท

1 สูงกว่า 35,000 บาท

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับประเภทและรูปแบบรายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต
คำชี้แจง: โปรดอ่านข้อความอย่างละเอียด และพิจารณาใส่เครื่องหมาย **ü** ลงในช่องว่าง
ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุดเพียง 1 ช่องเท่านั้น

ท่านมีความคิดเห็นต่อประเภทและรูปแบบรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้หรือไม่อย่างไร	ระดับความคิดเห็น		
	3 มาก	2 ปานกลาง	1 น้อย
ประเภทของรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการรับฟังของท่านอย่างไร			
1. ประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร			
2. ประเภทรายการที่ให้สาระความรู้			
3. ประเภทรายการที่ให้ความบันเทิง			
รูปแบบรายการที่ให้ข่าวสารต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการรับฟังของท่านอย่างไร			
4. รายการอ่านข่าว			
5. รายงานข่าว			
6. บรรยายเหตุการณ์			
7. วิเคราะห์ข่าว			
8. ข่าวประกอบเสียง			
รูปแบบรายการที่ให้สาระความรู้ต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการรับฟังของท่านอย่างไร			
9. บรรยาย			
10. บทความ			
11. พูดคุยกับผู้ฟัง			
12. สนทนา			
13. สัมภาษณ์			
14. อภิปราย			
15. สารคดี			
16. ถาม-ตอบปัญหา			

ท่านมีความคิดเห็นต่อประเภทและรูปแบบ รายการวิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้อย่างไร	ระดับความคิดเห็น		
	3 มาก	2 ปานกลาง	1 น้อย
รูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิงต่อไปนี้มีผลต่อระดับการรับฟังของท่านอย่างไร			
17. สนทนา			
18. สัมภาษณ์			
19. พูดคุยกับผู้ฟัง			
20. ถาม-ตอบปัญหา			

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับเนื้อหารายการที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง: โปรดอ่านข้อความอย่างละเอียด และพิจารณาใส่เครื่องหมาย **ü** ลงในช่องว่าง
ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุดเพียง 1 ช่องเท่านั้น

ท่านมีความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการ วิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้อย่างไร	ระดับความคิดเห็น		
	3 มาก	2 ปานกลาง	1 น้อย
เนื้อหารายการที่ให้ข่าวสารต่อไปนี้มีผลต่อระดับการรับฟังของท่านอย่างไร			
1. ข่าวในพระราชสำนัก			
2. ข่าวในประเทศ			
3. ข่าวต่างประเทศ			
4. ข่าวเศรษฐกิจ			
5. ข่าวการเมือง			
6. ข่าวสังคม			
7. ข่าวกีฬา			
8. ข่าวการศึกษา			
9. ข่าวบันเทิง			
10. ข่าวศิลปวัฒนธรรม			

ท่านมีความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการ วิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้หรือไม่	ระดับความคิดเห็น		
	3 มาก	2 ปานกลาง	1 น้อย
11. ข่าวท้องถิ่น			
12. ข่าวอาชญากรรม			
เนื้อหารายการที่ให้สาระความรู้ต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการรับฟังของท่านอย่างไร			
13. ชลธรรมะ ปาฐกถา			
14. การเมืองการปกครอง			
15. กฎหมาย			
16. เศรษฐกิจ			
17. สังคม ศิลปวัฒนธรรม			
18. การศึกษา			
19. วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม			
20. สุขภาพอนามัย			
21. ท่องเที่ยว			
22. แผนะแนวการศึกษาและอาชีพ			
เนื้อหารายการที่ให้ความบันเทิงต่อไปนี้ มีผลต่อระดับการรับฟังของท่านอย่างไร			
23. เพลงสากล			
24. เพลงไทยสากล			
25. เพลงลูกทุ่ง			
26. เพลงพื้นบ้าน			
27. ละครวิทยุ/นิทาน			
28. เพลงคลาสสิก			

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง: โปรดอ่านข้อความอย่างละเอียด และพิจารณาใส่เครื่องหมาย **ü** ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุดเพียง 1 ช่องเท่านั้น

ท่านมีความคิดเห็นต่อเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้อย่างไร (ขณะที่กระจายเสียงทาง Internet)	ระดับความคิดเห็น		
	3 มาก	2 ปานกลาง	1 น้อย
1. นำเสียงประกอบและเสียงเทคนิคพิเศษมาใช้ในการนำเสนอบนเว็บไซต์			
2. นำไฟล์เสียงเพลงเข้ามาประกอบในการแนะนำเพลงใหม่			
3. การปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา			
4. นำรายการที่ออกอากาศแล้วมาทำในลักษณะ on demand เพื่อให้สามารถฟังรายการย้อนหลังได้			
5. มีไฟล์เสียงแนะนำตัวของผู้ดำเนินรายการในขณะเรียกดูข้อมูลบนเว็บไซต์			
6. นำเสนอสัญลักษณ์ประจำสถานี และรายการด้วยรูปภาพที่สวยงาม			
7. มีตัวอักษร หรือรูปภาพ เป็นไอคอนเชื่อมโยง (link) ไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ได้			
8. การนำภาพต่าง ๆ เช่น ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิก ภาพจากการเสกน เข้ามาเป็นส่วนประกอบในการนำเสนอบนเว็บไซต์			

ท่านมีความคิดเห็นต่อเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้อย่างไร (ขณะที่กระจายเสียงทาง Internet)	ระดับความคิดเห็น		
	3 มาก	2 ปานกลาง	1 น้อย
9. ใช้ภาพวิดีโอนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ เช่น ภาพกิจกรรมสถานี ภาพการแสดง concert ประกอบ			
10. เรียกดูภาพวิดีโอทั้งแบบสด และย้อนหลังได้ตามความต้องการ (ลักษณะ on demand)			
11. มีเว็บบอร์ด, e-mail หรือ quick comment เพื่อใช้ส่งข้อความ สอบถามปัญหา แสดงความคิดเห็นกับทางสถานี			
12. การจัดพื้นที่หน้าเว็บไซต์ให้เข้ามาร่วมกิจกรรมกับทางสถานี			
13. มีพื้นที่บนเว็บไซต์ในการสำรวจความคิดเห็นต่อสถานีวิทยุ			
14. มีหน้าต่างใช้ขอเพลง (song request) ผ่านทางเว็บไซต์			
15. มีโปรแกรมสนทนาต่าง ๆ เช่น ICQ หรือ MSN เพื่อสนทนาได้ตอบกับทางสถานีได้			
16. การออกแบบให้ทราบว่าเป็นจุดเชื่อมโยง (link) ไปยังแหล่งข้อมูลอื่น			
17. สามารถย้อนกลับมาสู่หน้าเดิม และการกลับมาสู่หน้าเว็บไซต์หลักได้			
18. ลักษณะการออกแบบโดยรวมของเว็บไซต์มีความดึงดูด และน่าสนใจ			

ท่านมีความคิดเห็นต่อเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้อย่างไร (ขณะที่กระจายเสียงทาง Internet)	ระดับความคิดเห็น		
	3 มาก	2 ปานกลาง	1 น้อย
19. ตัวอักษรและกราฟิกเชื่อมโยงกันอย่างถูกต้อง			
20. การออกแบบให้สามารถเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกเว็บไซต์ได้			

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับประโยชน์ที่ผู้ฟังได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง: โปรดอ่านข้อความอย่างละเอียด และพิจารณาใส่เครื่องหมาย **ü** ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุดเพียง 1 ช่องเท่านั้น

ท่านมีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้หรือไม่	ระดับความคิดเห็น		
	3 มาก	2 ปานกลาง	1 น้อย
1. ความสะดวกในการใช้งาน			
2. ได้ความรู้ สารระ ประโยชน์			
3. เสริมทักษะการท่องโลกอินเทอร์เน็ต			
4. เสริมทักษะการใช้คอมพิวเตอร์			
5. ได้ร่วมเล่นเกม ตอบคำถามชิงรางวัลกับทางสถานีผ่านทางเว็บไซต์ได้ทันที			
6. สามารถขอเพลงผ่านเว็บไซต์ได้ทันที			
7. เปิดโลกทัศน์ หูตากว้างไกล			

ท่านมีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่ได้รับจาก วิทยุอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้อย่างไร	ระดับความคิดเห็น		
	3 มาก	2 ปานกลาง	1 น้อย
8. สร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นคนทันสมัย			
9. สร้างความเพลิดเพลินด้วยการฟังเพลง			
10. สามารถฟังรายการย้อนหลังได้			
11. ได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากเทคนิค การนำเสนอบนเว็บไซต์ที่น่าสนใจ			
12. มีรายการให้เลือกฟังที่หลากหลาย			
13. นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากรายการ ไปใช้พัฒนาตนเอง			
14. สามารถทำงานและรับฟังรายการ วิทยุอินเทอร์เน็ตพร้อมกันได้			
15. สามารถสืบค้นข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ย้อนหลังได้			
16. ทันโลก ทันเหตุการณ์			
17. ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง			
18. สามารถติดต่อกับผู้จัดรายการได้ทันที			
19. มีสถานีให้เลือกฟังได้หลากหลาย			
20. สามารถชมภาพกิจกรรม การแสดง concert ผ่านเว็บไซต์ของสถานีได้			

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย **ü** ลงในช่อง 1 ที่ตรงกับคำตอบตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ท่านฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลานานเท่าใด

1 น้อยกว่า 1 ปี	1 1-2 ปี
1 3-4 ปี	1 มากกว่า 4 ปี
2. ความถี่ในการฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของท่านเป็นจำนวนกี่ครั้งต่อสัปดาห์

1 1-3 ครั้ง/สัปดาห์	1 4-6 ครั้ง/สัปดาห์
1 มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	1 เป็นประจำทุกวัน
3. เวลาในการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตแต่ละครั้งของท่านเป็นเวลานานเท่าใด

1 น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/ครั้ง	1 1-3 ชั่วโมง/ครั้ง
1 4-5 ชั่วโมง/ครั้ง	1 มากกว่า 5 ชั่วโมง/ครั้ง
4. ท่านรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาใด

1 เช้า (05.00 น.-08.00 น.)	1 กลางวัน (09.00 น.-16.00 น.)
1 เย็น (16.00 น.-17.00 น.)	1 กลางคืน (19.00 น.-05.00 น.)
5. ท่านใช้วิทยุอินเทอร์เน็ตในสถานที่ใดมากที่สุด

1 บ้าน	1 สถานศึกษา
1 ที่ทำงาน	1 ร้านบริการอินเทอร์เน็ต
6. ลักษณะการฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของท่านตรงกับข้อใด

1 ฟังคนเดียว	1 ฟังเป็นกลุ่มกับเพื่อน
--------------	-------------------------
7. ท่านใช้โปรแกรมใดในการรับฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ต

1 Real Player	1 Windows Media Player
1 Win Amp	1 Quick Time
1 ไม่ทราบ	
8. ในขณะที่รับฟังรายการท่านได้เรียกดูข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ตหรือไม่

1 เรียกดู	1 ไม่เรียกดู
-----------	--------------

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะสำหรับปรับปรุงเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ต

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถามชุดนี้)

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. (2548). *จำนวนประชากรปี 2548*. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2549, จาก <http://www.dopa.go.th>
- กรมประชาสัมพันธ์. (2537). *รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการด้านรายการและข่าวสารทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กรมประชาสัมพันธ์. (2548). *รายงานวิจัยโครงการสำรวจความนิยมและความคิดเห็นการเปิดรับฟังรายการข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและการเปิดรับชมรายการข่าวทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ของกรมประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2547). *สถานีวิทยุอินเทอร์เน็ต*. ค้นเมื่อ 4 เมษายน 2548, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/weekend/20040702/weg50.shtml>
- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศาลาแดง.
- กิดานันท์ มลิทอง. (2536). *เทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เอ็ดิสัน เพรส โฟรด์กส์.
- กิตติศักดิ์ มรินทร์. (2544). *ดิจิตอลสื่ออัจฉริยะ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มาสเตอร์-การพิมพ์.
- ชวรัตน์ ชาญชัย และอังชิตา ลิ้มปี่ทมปาณี. (2548). *การแสวงหาและการจัดการข้อมูลในงานนิเทศศาสตร์*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชานิเทศศาสตร์ (หน่วยที่ 4)*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชาญวิทย์ เจริญกิจชัยชนะ. (2541). *บทบาทของโฮมเพจ InterCast.Loxinfo ในช่องทางใหม่ของสื่อมวลชน*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชำนาญ เขาวีรดิพงษ์. (2546). เทคโนโลยีกับการสื่อสารในงานสารสนเทศ. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน (หน่วยที่ 11). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ทฐิต. (2550). สถิติสถานีวิทยุ รายการวิทยุ. ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2550, จาก http://news.truehits.net/radio_station/index.php
- ธนส์ถ์ เกษมไชยานันท์. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บวร ปัทสราทร. (2547). เทคโนโลยีสารสนเทศกับสื่อมวลชน. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน (หน่วยที่ 10). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- บุญเกื้อ คอรวาเวช. (2539). การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง วิทยุการศึกษา และวิทยุโรงเรียน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะศึกษาศาสตร์, ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.
- ประม ะ สดะเวทิน. (2538). หลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- ปัฐยา เรืองเริงกุลฤทธิ. (2546). พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปยุตธ ภา ใจสะอาด. (2543). การรับฟังวิทยุกระจายเสียงของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีต่อการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ผ่านรายการวิทยุกระจายเสียง. การศึกษาอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ผู้จัดการรายสัปดาห์. (2550). *Marketing Taste: Online Radio มาแล้ว*. ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2550, จาก <http://www.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID=9500000031578>

- พงษ์ระพี เตชพาหพงษ์. (2540). *Internet Visual Guide โดยใช้ Explorer 3*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อุษาการพิมพ์.
- พรทิพย์ โล่ห์เลขา. (2540). *World Wide Web: เครื่องมือใช้ Internet สำหรับทุกคน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อุษาการพิมพ์.
- พรสิทธิ์ พัฒนานารักษ์. (2546). การสื่อสารมวลชนในงานสารสนเทศ. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน* (หน่วยที่ 9). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชอร บุญรัตนกรกิจ. (2546). *การศึกษากระบวนการผลิตและนำเสนอรายการวิทยุ-อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พันจันทร์ ธนวัฒนเสถียร. (2547). *Internet step by step*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-ซัคเซส มีเดีย.
- ภาสกร ไหลสกุล. (2539). *อินเทอร์เน็ตทำงานอย่างไร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-โปรวีชั่น.
- มนตรี คงมหาพฤกษ์. (2544). *PC Entertainment เปิดโลกบันเทิงบนซีพีตัวเก่ง*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โปรวีชั่น.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2547). *วิทยุอินเทอร์เน็ตมหาวิทยาลัยรามคำแหง*. ค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2547, จาก http://www.e-ru.tv/eru_aboutus.php
- ยีน ภู่วรรณ. (2548ก). *วิทยุ ทีวี บนอินเทอร์เน็ต*. ค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2548, จาก <http://www.school.net.th/library/snet1/network/it4.htm>
- ยีน ภู่วรรณ. (2548ข). *ไอทีกับแนวโน้มโลก*. ค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2548, จาก http://web.ku.ac.th/schoolnet/snet1/network/tech_it.html
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- รวีวรรณ ชินะตระกูล. (2540). *วิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

- ลานนา ดวงสิงห์. (2543). *เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่น.
- วนิดา จันทจุฑากร. (2543). *มิติใหม่ของการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-เชิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. (2543). *ความรู้เบื้องต้นด้านวิจัยสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล. (2547). *เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศลิสนา ภู่อี่ยม. (2546). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุจิกา ดวงมณี. (2539). *การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชน-ไทย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2549ก). *งานวิจัยข้อมูลและสถิติอินเทอร์เน็ต*. ค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2549, จาก <http://iir.ngi.nectec.or.th/#iu>
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2549ข). *รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2548*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- สยามรัฐ. (2547). *สถานีวิทยุออนไลน์*. ค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2547, จาก http://digital.lib.kmutt.ac.th/news_content.php?n_id=222
- สุรศักดิ์ สงวนพงษ์. (2538). *คู่มืออินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เสถียร เขยประทับ. (2525). *การสื่อสารงานนวัตกรรม*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์-มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. (2539). *พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุตรา พรทวี. (2545). *ความต้องการรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่ง-
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Best, J. W. (1986). *Research in education* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ:
Prentice-Hall.
- Goodwin, B. J. (2004). Electronic mail: An investigation of the relationship
between computer self-efficacy and teachers' use of computer technology
for e-mail communication. *Dissertation Abstracts International*, 65(01),
122-A. (UMI No. 3120341)
- Hidaka, M. (2005). Issue publics and the Internet: How interested individuals
use the Net. *Dissertation Abstracts International*, 66(06), 2005-A.
(UMI No. 3179746)
- Kaye, B. K., & Medoff, N. J. (1998). *The World Wide Web: A mass
communication perspective*. Mountain View, CA: Mayfield.
- Klipstine, T. (2004). The electronic corporate news release: A new format for
a new medium. *Dissertation Abstracts International*, 65(06), 2012-A.
(UMI No. 3135436)
- Kwon, J. C. (2003). A proposed model for use of the Internet and the World
Wide Web. *Dissertation Abstracts International*, 64(12), 4256-A.
(UMI No. 3115054)
- Park, I. (2004). Internet usage of Korean and American students: A uses and
gratifications approach. *Dissertation Abstracts International*, 65(10),
3616-A. (UMI No. 3149924)
- Priestman, C. (2002). *Web radio: Radio production for Internet streaming*.
Oxford, England: Focal Press.

- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations* (4th ed). New York: Free Press.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of innovations; a cross-cultural approach*. New York: Free Press.
- Yamane', T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวชิตชนก ชะนะภัย
วัน เดือน ปีเกิด	8 กันยายน 2521
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2 (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์) จากสถาบันราชภัฏจันทรเกษม ปีการศึกษา 2543
ตำแหน่งหน้าที่ การงานปัจจุบัน	นักวิชาการศึกษา ระดับ 3 สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง