

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์และพัฒนาเว็บไซต์วิทยุออนไลน์ : กรณีศึกษาศาสนาวิทยาลัยสงฆ์สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามแก่ผู้ใช้บริการวิทยุออนไลน์จำนวน 60 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ศึกษาได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

- 4.1.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ
- 4.1.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ
- 4.1.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา
- 4.1.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

#### 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการวิทยุออนไลน์

- 4.2.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการวิทยุออนไลน์

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

- 4.3.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

#### 4.4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของเว็บไซต์ในด้านต่างๆประเมินเป็นร้อยละ

- 4.4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของเว็บไซต์ในด้านต่างๆประเมินเป็นร้อยละ

- 4.4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของเว็บไซต์ในด้านต่างๆประเมินเป็นร้อยละ (ภายหลังการปรับปรุง)

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1.ชาย	27	45
2.หญิง	33	55
รวม	60	100

จากตาราง 4.1.1 พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55 รองลงมาคือเพศชาย ร้อยละ 45

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	0	0
16-20 ปี	39	65
21-30 ปี	21	35
31-35 ปี	0	0
36-40 ปี	0	0
41-45 ปี	0	0
46-50 ปี	0	0
51-55 ปี	0	0
56-60 ปี	0	0
60 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	60	100

จากตารางที่ 4.1.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16-20 ปี ร้อยละ 65 รองลงมาคือ มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 35

ตารางที่ 4.1.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	0	0
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	6	10
อนุปริญญา/ปวส.	0	0
ปริญญาตรี	54	90
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
อื่นๆ โปรรณะ	0	0
รวม	60	100

จากตารางที่ 4.1.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 90 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 10

ตารางที่ 4.1.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

รับราชการ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานเอกชน	0	0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0
ธุรกิจส่วนตัว	0	0
นักเรียน/นักศึกษา	60	100
อื่นๆ โปรรณะ	0	0
รวม	60	100

จากตาราง 4.1.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน/นักศึกษาทั้งหมด คือ ร้อยละ 100

ตารางที่ 4.1.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	57	95
10,001-15,000 บาท	3	5

15,001-20,000 บาท	0	0
20,001-25,000 บาท	0	0
25,001-35,000 บาท	0	0
สูงกว่า 35,001 บาท	0	0
รวม	60	100

จากตารางที่ 4.1.5 พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คือ ร้อยละ 95 รองลงมา คือ มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 5

#### 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการวิทยุออนไลน์

ตารางที่ 4.2.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการวิทยุออนไลน์

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. ความถี่ในการใช้บริการวิทยุออนไลน์		
1.1 ทุกวัน	6	10
1.2 สัปดาห์ละ 3-4 วัน	9	15
1.3 สัปดาห์ละ 1-2 วัน	6	10
1.4 กว่าสัปดาห์ละครั้ง	39	65
2. วิทยุออนไลน์ในช่วงเวลาใดมากที่สุด		
เวลา 07.00 -11.59 น.	12	20
เวลา 12.00 -17.59 น.	18	30
เวลา 18.00 -21.59 น.	24	40
เวลา 22.00 -06.59 น.	6	10
3. วิทยุออนไลน์ในแต่ละครั้งนานเท่าใด		
น้อยกว่า 15 นาที	8	13.33
15 -30 นาที	15	25
30 นาที – 1 ชั่วโมง	27	45

1-3 ชั่วโมง	7	11.67
มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป	3	5
4. สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต		
บ้าน	15	25
หอพัก	42	70
ร้าน	3	5
5. ความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในปัจจุบัน		
54 Kb/s	3	5
128 Kb/s	4	6.67
256Kb/s	12	20
512 Kb/s	12	20
1Mb/s	14	23.33
2 Mb/s	3	5
4 Mb/s	3	5
1Gb/s	3	5
2Gb/s	3	5
4Gb/s	3	5

จากตารางที่ 4.2.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการวิทยุออนไลน์ส่วนใหญ่ คือน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 65 รองลงมา คือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน ร้อยละ 15 ช่วงเวลาที่ใช้วิทยุออนไลน์มากที่สุด คือ เวลา 18.00-21.59 น. ร้อยละ 40 รองลงมา คือ เวลา 12.00-17.59 น. ร้อยละ 30 ระยะเวลาในการใช้วิทยุออนไลน์ส่วนใหญ่ คือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง ร้อยละ 45 รองลงมา คือ 15-30 นาที ร้อยละ 25 สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต คือ หอพัก ร้อยละ 70 รองลงมา คือ บ้าน ร้อยละ 25 และร้าน ร้อยละ 5 ความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่างใช้ส่วนใหญ่ คือ 1 Mb/s ร้อยละ 23.33 รองลงมา คือ 256 Kb/s และ 512 Kb/s ร้อยละ 20

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4.3.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

เหตุผลที่ใช้บริการวิทยุออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความบันเทิง	51	85
เพื่อติดตามข่าวสาร	6	10
เพื่อโพสต์เว็บบอร์ด	0	0
เล่นเป็นประจำ/เป็นแฟนคลับ	3	5
มีความหลากหลายกว่าวิทยุ	0	0
อื่นๆ โปรครระบุ.....	0	0
รวม	60	100

จากตาราง 4.3.1 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีความต้องการใช้บริการวิทยุออนไลน์เพื่อความบันเทิง คือ ร้อยละ 85 รองลงมา คือ เพื่อติดตามข่าวสาร ร้อยละ 10 และเล่นเป็นประจำ/เป็นแฟนคลับ ร้อยละ 5

#### 4.4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของเว็บไซต์ในด้านต่างๆประเมินเป็นร้อยละ

เกณฑ์การวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแบ่งเป็น 3 ระดับดังนี้

ระดับความพึงพอใจมาก

ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ระดับความพึงพอใจน้อย

เกณฑ์เฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง

3.8-5 คะแนน

พึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง

2.4-3.7 คะแนน

พึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง

1-2.3 คะแนน

พึงพอใจน้อย

ตารางที่ 4.4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของเว็บไซต์ในด้านต่างๆประเมินเป็นร้อยละ

รูปแบบของเว็บไซต์	ระดับความพึงพอใจ			แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
<b>ด้านการออกแบบ</b>				
สี ค่าเฉลี่ย=3.65	32.5	67.5	0	ปานกลาง
ความสว่างหน้าจอ ค่าเฉลี่ย=4.35	70	27.5	2.5	มาก
ขนาดปุ่มกด ค่าเฉลี่ย=3.9	45	55	0	ปานกลาง
<b>ด้านโครงสร้างของเว็บไซต์/เทคนิค</b>				
ความยากง่ายในการลิงค์ ค่าเฉลี่ย=3.6	30	70	0	ปานกลาง
ความเร็วในการใช้งาน ค่าเฉลี่ย=4.1	57.5	40	2.5	มาก
การตอบสนองผู้ใช้งาน ค่าเฉลี่ย=3.85	47.5	47.5	5	มากกับปานกลาง
<b>เสียง</b>				
ความชัดเจน ค่าเฉลี่ย=4.15	60	37.5	2.5	มาก
ความต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย=3.9	45	55	0	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4.1 พบว่าด้านการออกแบบในเรื่องสีส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ความสว่างของหน้าจอส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก และขนาดปุ่มกดส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับระดับปานกลาง

ด้านโครงสร้างของเว็บ/เทคนิค เรื่องความยากง่ายในการลิงค์ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ความเร็วในการใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก การตอบสนองผู้ใช้ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากและระดับปานกลาง

ด้านเสียง เรื่องความชัดเจนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ความต่อเนื่องกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ส่วนการออกแบบหน้าเว็บไซต์วิทยุออนไลน์มีเพียงร้อยละ 7.5 เท่านั้นที่คิดว่าไม่เหมาะสม ซึ่งส่วนใหญ่จะให้ความเห็นว่าไม่เหมาะสมในด้านสีเพราะมีคเป็นสีดำน่าจะใช้สีที่สดใสน่ารักและมีความหลากหลาย มีตัวกระทบ มีความดึงดูดใจให้คลิกเข้าไป และควรแก้ไขในด้านความเร็วในการใช้งานด้วย

การตอบสนองในการใช้งานของเว็บไซต์มีความเหมาะสมเกือบ ร้อยเปอร์เซ็นต์เต็ม ตารางที่ 4.4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของเว็บไซต์ในด้านการออกแบบ ประเมินเป็นร้อยละ (ภายหลังการปรับปรุง)

รูปแบบของเว็บไซต์	ระดับความพึงพอใจ			แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
<b>ด้านการออกแบบ</b>				
สี ค่าเฉลี่ย=3.3	20	75	5	ปานกลาง
ความสว่างหน้าจอ ค่าเฉลี่ย=4.1	55	45	0	มาก
ขนาดปุ่มกด ค่าเฉลี่ย=3.8	42.5	55	2.5	ปานกลาง

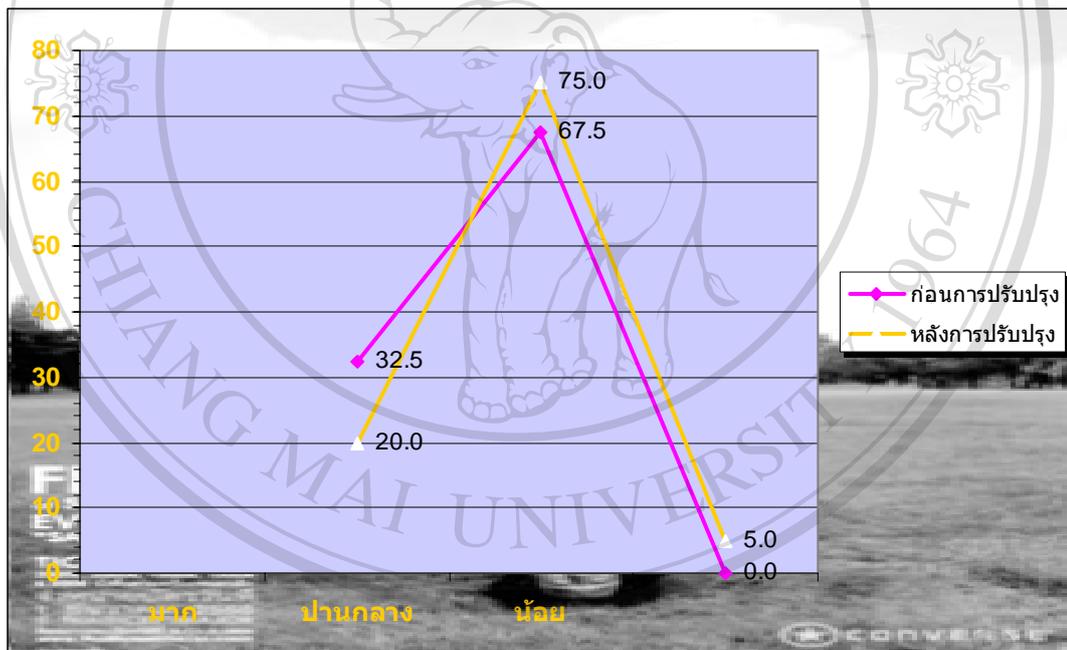
จากตารางที่ 4.4.2 พบว่าด้านการออกแบบในเรื่องสีส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ความสว่างของหน้าจอส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก และขนาดปุ่มกดส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับระดับปานกลาง ซึ่งถ้าเทียบกับตารางแรกจะพบว่ามีความใกล้เคียงกัน เพียงแต่ค่าเฉลี่ยจะลดลงเพียงเล็กน้อย

กราฟที่ 4.4.3 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจก่อนการปรับปรุง และหลังการปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์ในด้านการออกแบบ

### ด้านการออกแบบ

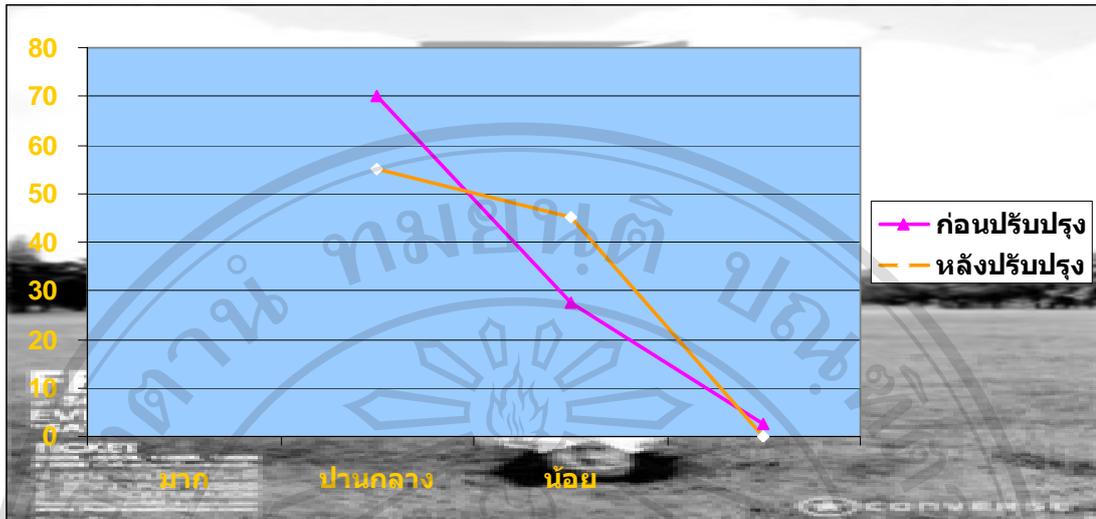
สี เก่าและใหม่

การปรับปรุง	ระดับความพึงพอใจ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
เก่า	32.50	67.50	0.00
ใหม่	20.00	75.00	5.00



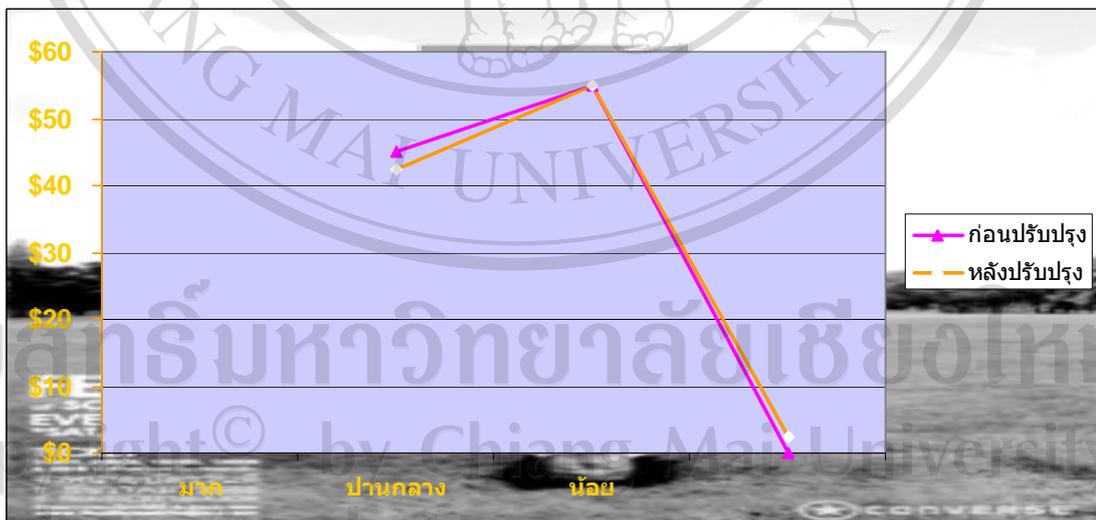
ความสว่างหน้าจอ

การปรับปรุง	ระดับความพึงพอใจ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
เก่า	70.00	27.50	2.50
ใหม่	55.00	45.00	0.00



ขนาดปทุมทด

การปรับปรุง	ระดับความพึงพอใจ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
เก่า	45.00	55.00	0.00
ใหม่	42.50	55.00	2.50



จากกราฟที่ 4.4.3 พบว่าการที่ค่าเฉลี่ยลดลงจากตารางแรกนั้น เกิดจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางทั้งเรื่องของสี ความสว่างหน้าจอและขนาดปทุมทด แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ทั้งก่อนและหลังการปรับปรุงมีระดับความพึงพอใจใกล้เคียงกัน