

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย ความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยแบบสำรวจ ประชากรที่ศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่รับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ โดยใช้เครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ระยะเวลาทำการแจกแบบสอบถามอยู่ในช่วงเดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 17.0 จนกระทั่งได้เป็นผลวิจัย ซึ่งมีลำดับการแสดงผลวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหารายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

ส่วนที่ 5 ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนของระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

โดยรายละเอียดต่าง ๆ ของผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดนี้ ได้นำเสนอออกมาในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ตาราง 1

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	151	37.8
หญิง	249	62.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ตามลำดับ

ตาราง 2

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากร จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	57	14.3
15-20 ปี	79	19.8
21-25 ปี	92	23.0
26-30 ปี	83	20.8
31 ปีขึ้นไป	89	22.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 21-25 ปี จำนวน 92 คน ร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ อายุ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 89 คน ร้อยละ 22.3 อายุ 26-30 ปี จำนวน 83 คน ร้อยละ 20.8 อายุ 15-20 ปี จำนวน 79 คน ร้อยละ 19.8 และอายุ ต่ำกว่า 15 ปีจำนวน 57 คน ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตาราง 3

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	89	22.3
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	111	27.8
ปริญญาตรี	121	30.3
สูงกว่าปริญญาตรี	79	19.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 121 คน ร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ ระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 111 คน ร้อยละ 27.8 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 89 คน ร้อยละ 22.3 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 79 คน ร้อยละ 19.8 ตามลำดับ

ตาราง 4

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	82	20.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	70	17.5
ธุรกิจส่วนตัว	105	26.3
พนักงานบริษัทเอกชน	86	21.5
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	53	13.3
อื่น ๆ	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 105 คน ร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 86 คน ร้อยละ 21.5 อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 82 คน ร้อยละ 20.5 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
จำนวน 70 คน ร้อยละ 17.5 อาชีพอาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป จำนวน 53 คน ร้อยละ 13.3
และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตาราง 5

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากร จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	81	20.8
10,001-15,000 บาท	152	38.0
15,001-20,000 บาท	107	26.8
20,001 บาทขึ้นไป	60	15.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท
จำนวน 152 คน ร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ 15,001-20,000 บาท จำนวน 107 คน ร้อยละ
26.8 ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 81 คน ร้อยละ 20.8 และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป
จำนวน 60 คน ร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

ตาราง 6

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกาเปิดรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ
จำแนกตามความถี่ในการรับฟังรายการ

ความถี่ในการรับฟังรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7 วัน/สัปดาห์	120	30.0
5-6 วัน/สัปดาห์	105	26.3
3-4 วัน/สัปดาห์	108	27.0
1-2 วัน/สัปดาห์	67	16.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับฟังรายการ 7 วัน/สัปดาห์ จำนวน 120 คน ร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ ฟังรายการ 3-4 วัน/สัปดาห์ จำนวน 108 คน ร้อยละ 27.0 ฟังรายการ 5-6 วัน/สัปดาห์ จำนวน 105 คน ร้อยละ 26.3 และฟังรายการ 1-2 วัน/สัปดาห์ จำนวน 67 คน ร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

ตาราง 7

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ
จำแนกตามระยะเวลาในการรับฟังรายการ

ระยะเวลาในการรับฟังรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	64	16.0
ประมาณ 1-2 ชั่วโมง/วัน	105	26.3
ประมาณ 3-4 ชั่วโมง/วัน	108	27.0
มากกว่า 5 ชั่วโมง/วัน	123	30.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการรับฟังรายการมากกว่า 5 ชั่วโมง/วัน จำนวน 123 คน ร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ รับฟังรายการประมาณ 3-4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 108 คน ร้อยละ 27.0 รับฟังรายการประมาณ 1-2 ชั่วโมง/วัน จำนวน 105 คน ร้อยละ 26.3 และรับฟังรายการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน จำนวน 64 คน ร้อยละ 16.0

ตามลำดับ

ตาราง 8

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ
จำแนกตามเวลาในการติดตามรับฟังรายการ

เวลาในการติดตามรับฟังรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	122	30.5
ประมาณ 1-2 ปี	105	26.3
ประมาณ 3-4 ปี	108	27.0
มากกว่า 4 ปีขึ้นไป	65	16.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามรับฟังรายการ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 122 คน ร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ ติดตามรับฟังรายการประมาณ 3-4 ปี จำนวน 108 คน ร้อยละ 27.0 ติดตามรับฟังรายการประมาณ 1-2 ปี จำนวน 105 คน ร้อยละ 26.3 และติดตามรับฟังรายการมากกว่า 4 ปีขึ้นไป จำนวน 65 คน ร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ตาราง 9

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ
จำแนกตามลักษณะในการเปิดรับฟังรายการ

ลักษณะในการเปิดรับฟังรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฟังตลอดทั้งวัน	227	56.8
ฟังเฉพาะช่วงที่วิเคราะห์ผลบอล	70	17.5
ฟังเฉพาะช่วงพากย์การถ่ายทอดฟุตบอล	71	17.8
ฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น ๆ	32	8.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะในการเปิดรับฟังรายการตลอดทั้งวัน จำนวน 227 คน ร้อยละ 56.8 รองลงมาคือ ฟังเฉพาะช่วงพากย์การถ่ายทอดฟุตบอล จำนวน 71 คน ร้อยละ 17.8 ฟังเฉพาะช่วงที่วิเคราะห์ผลบอล จำนวน 70 คน ร้อยละ 17.5 และฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น ๆ จำนวน 32 คน ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตาราง 10

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ
จำแนกตามสถานที่ที่รับฟังรายการวิทยุ

สถานที่ที่รับฟังรายการวิทยุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่ทำงาน	100	25.0
ที่บ้าน	185	46.3
ในรถยนต์	111	27.8
อื่น ๆ	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการจากที่บ้าน จำนวน 185 คน ร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ ในรถยนต์ จำนวน 111 คน ร้อยละ 27.8 ฟังจากที่ทำงาน จำนวน 100 คน ร้อยละ 25.0 และรับฟังรายการจากสถานที่อื่น ๆ เช่น รถแท็กซี่ จำนวน 4 คน ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตาราง 11

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ
จำแนกตามสิ่งที่ทำให้รู้จักรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

สิ่งที่ทำให้รู้จักรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนแนะนำให้ฟัง	66	16.5
หมุนเจอคลื่นนี้โดยบังเอิญ	175	43.8
ได้ยินคนอื่นพูดถึงเลยลองฟังดู	113	28.3
รู้จักจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์กีฬา ฯลฯ	46	11.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หมุนเจอคลื่นนี้โดยบังเอิญ จำนวน 175 คน ร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ ได้ยินคนอื่นพูดถึงเลยลองฟังดู จำนวน 113 คน ร้อยละ 28.3 เพื่อนแนะนำให้ฟัง จำนวน 66 คน ร้อยละ 16.5 และรู้จักจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์กีฬา ฯลฯ จำนวน 46 คน ร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตาราง 12

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ

วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อติดตามข่าวสารต่าง ๆ	124	31.0
เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความตึงเครียด ทางด้านกีฬา	173	43.3
เพื่อนำไปเป็นประเด็นในการพูดคุยกับผู้อื่น	74	18.5
เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่นผ่านทางรายการวิทยุ	29	7.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความตึงเครียด ทางด้านกีฬา จำนวน 173 คน ร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ เพื่อติดตามข่าวสารต่าง ๆ จำนวน 124 คน ร้อยละ 31.0 เพื่อนำไปเป็นประเด็นในการพูดคุยกับผู้อื่น จำนวน 74 คน ร้อยละ 18.5 และเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่นผ่านทางรายการวิทยุ จำนวน 29 คน ร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหารายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

ตาราง 13

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเนื้อหารายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามรูปแบบเนื้อหาที่รายการนำเสนอ

จำแนกตามรูปแบบเนื้อหาที่รายการนำเสนอ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เนื้อหาทางด้านกีฬาทันสมัยหลากหลายน่าติดตาม	86	21.5
เนื้อหารายการเหมาะสมกับรูปแบบรายการสร้างสรรค์		
สังคมทางด้านกีฬา	233	58.3
รูปแบบรายการแนะนำเทคนิคทางด้านกีฬา	49	12.3
อื่น ๆ	32	8.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเนื้อหารายการเหมาะสมกับรูปแบบรายการสร้างสรรค์สังคมทางด้านกีฬา จำนวน 233 คน ร้อยละ 58.3 รองลงมาคือเนื้อหาทางด้านกีฬาทันสมัยหลากหลายน่าติดตาม จำนวน 86 คน ร้อยละ 21.5 กลุ่มตัวอย่างคิดว่ารูปแบบรายการแนะนำเทคนิคทางด้านกีฬา จำนวน 49 คน ร้อยละ 12.3 และอื่น ๆ จำนวน 32 คน ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตาราง 14

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเนื้อหารายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามประเภท
เนื้อหารายการที่ต้องการเพิ่มเติม

ประเภทเนื้อหารายการที่ต้องการเพิ่มเติม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงวิเคราะห์ผลบอล	94	23.5
ช่วงนันททัศนะ	184	46.0
ช่วงเกาะขอบสนาม	111	27.8
ช่วงสัมภาษณ์พิเศษ	7	1.8
อื่น ๆ	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมเนื้อหาช่วงนันททัศนะ
จำนวน 184 คน ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ ต้องการเพิ่มเติมเนื้อหารายการช่วงเกาะขอบ
สนาม จำนวน 111 คน ร้อยละ 27.8 ต้องการเพิ่มช่วงวิเคราะห์ผลบอล จำนวน 94 คน
ร้อยละ 23.5 ต้องการเพิ่มเติมเนื้อหาช่วงสัมภาษณ์พิเศษ จำนวน 7 คน ร้อยละ 1.8 และ
ต้องการเพิ่มเติมเนื้อหาเรื่องอื่น ๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตาราง 15

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเนื้อหารายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามเนื้อหา
รายการแต่ละช่วงที่ชื่นชอบ

เนื้อหารายการแต่ละช่วงที่ชื่นชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงวิเคราะห์ผลบอล	171	42.8
ช่วงนันททัศนะ	65	16.3
ช่วงเกาะขอบสนาม	113	28.3
ช่วงสัมภาษณ์พิเศษ	45	11.3
อื่น ๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบเนื้อหารายการช่วงวิเคราะห์ผลบอล จำนวน 171 คน ร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ ชื่นชอบช่วงเกาะขอบสนาม จำนวน 113 คน ร้อยละ 28.3 ช่วงนานาทักษะ จำนวน 65 คน ร้อยละ 16.3 ช่วงสัมภาษณ์พิเศษ จำนวน 45 คน ร้อยละ 11.3 และชื่นชอบเนื้อหารายการด้านอื่น ๆ จำนวน 6 คน ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตาราง 16

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเนื้อหารายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามเนื้อหา รายการที่ต้องการสอดแทรกเพิ่มเติม

เนื้อหารายการที่ต้องการสอดแทรกเพิ่มเติม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ	75	18.8
ประเด็นทางด้านวงการกีฬาที่หลากหลาย	98	24.5
ประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางด้านกีฬา	83	20.8
เนื้อหาด้านกีฬาที่มีความทันสมัย	144	36.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่ารายการควรสอดแทรกเนื้อหา ด้านกีฬาที่มีความทันสมัย จำนวน 144 คน ร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ ควรสอดแทรก ประเด็นทางด้านวงการกีฬาที่หลากหลาย จำนวน 98 คน ร้อยละ 24.5 สอดแทรกเรื่อง ประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางด้านกีฬา จำนวน 83 คน ร้อยละ 20.8 และควรสอดแทรก ประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ จำนวน 75 คน ร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

ตาราง 17

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเนื้อหารายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามความเหมาะสมของโฆษณาในรายการวิทยุ

ความเหมาะสมของโฆษณาในรายการวิทยุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีปริมาณพอดีอยู่แล้ว	178	44.5
ปริมาณมากเกินไปควรลดปริมาณลง	137	34.3
ปริมาณน้อยเกินไปควรเพิ่มมากขึ้น	62	15.5
อื่น ๆ	23	5.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าโฆษณาในรายการวิทยุมีปริมาณพอดีอยู่แล้ว จำนวน 178 คน ร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ ปริมาณมากเกินไปควรลดปริมาณลง จำนวน 137 คน ร้อยละ 34.3 กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าโฆษณามีปริมาณน้อยเกินไปควรเพิ่มมากขึ้น จำนวน 62 คน ร้อยละ 15.5 และอื่น ๆ จำนวน 23 คน ร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

ตาราง 18

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามองค์ประกอบที่ทำให้สนใจรายการวิทยุ

องค์ประกอบที่ทำให้สนใจรายการวิทยุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การวิเคราะห์ผลฟุตบอล	181	45.3
ช่วงเกาะขอบสนาม	67	16.8
ช่วงนานาทักษะ	86	21.5
ช่วงสัมภาษณ์พิเศษ	20	5.0
ผู้ดำเนินรายการ	39	9.8
อื่น ๆ	7	1.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าการวิเคราะห์ผลฟุตบอลเป็นองค์ประกอบที่ทำให้สนใจรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำนวน 181 คน ร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ช่วงนานาทักษะ จำนวน 86 คน ร้อยละ 21.5 ช่วงเกาะขอบสนาม จำนวน 67 คน ร้อยละ 16.8 ผู้ดำเนินรายการ จำนวน 39 คน ร้อยละ 9.8 ช่วงสัมภาษณ์พิเศษ จำนวน 20 คน ร้อยละ 5.0 และอื่น ๆ จำนวน 7 คน ร้อยละ 1.8 ตามลำดับ



ตาราง 19

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามลักษณะการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการ

ลักษณะการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นกันเองกับผู้ฟัง มีชีวิตชีวา	66	16.5
จัดรายการได้อย่างเป็นธรรมชาติ	172	43.0
ใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม	110	27.5
มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นของตัวเอง	52	13.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าผู้ดำเนินรายการมีลักษณะการจัดรายการได้อย่างเป็นธรรมชาติ จำนวน 172 คน ร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ การใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม จำนวน 110 คน ร้อยละ 27.5 ผู้ดำเนินรายการเป็นกันเองกับผู้ฟัง มีชีวิตชีวาจำนวน 66 คน ร้อยละ 16.5 และผู้ดำเนินรายการมีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นของตัวเอง จำนวน 52 คน ร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตาราง 20

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามส่วนที่ต้องการปรับปรุงในการนำเสนอ

ส่วนที่ต้องการปรับปรุงในการนำเสนอ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพิ่มเนื้อหาข่าวสารในการวิเคราะห์ฟุตบอล	222	55.5
ผู้ดำเนินรายการควรเปิดกว้างทางด้านความคิดให้กับผู้ฟังมากขึ้น	61	15.3
เวลาในแต่ละช่วงน้อยเกินไป	71	17.8
สอดแทรกความรู้ของกีฬาแต่ละประเภท	30	7.5
อื่น ๆ	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าควรปรับปรุงด้านการเพิ่มเนื้อหาข่าวสารในการวิเคราะห์ผลฟุตบอล จำนวน 222 คน ร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ ปรับปรุงด้านเวลาในแต่ละช่วงน้อยเกินไป จำนวน 71 คน ร้อยละ 17.8 ผู้ดำเนินรายการควรเปิดกว้างทางด้านความคิดให้กับผู้ฟังมากขึ้น จำนวน 61 คน ร้อยละ 15.3 การสอดแทรกความรู้ของกีฬาแต่ละประเภท จำนวน 30 คน ร้อยละ 7.5 และปรับปรุงด้านอื่น ๆ เช่น เวลาในการแสดงความคิดเห็นของผู้ฟังจำนวน 16 คน ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตาราง 21

จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามกิจกรรมที่ชื่นชอบในรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

กิจกรรมที่ชื่นชอบในรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กิจกรรมทายผลฟุตบอลชิงของรางวัล	121	30.3
กิจกรรมวันแดงเดือด	108	27.0
กิจกรรมการรณรงค์คนออกกำลังกาย	105	26.3
อื่น ๆ	66	16.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมทายผลฟุตบอลชิงของรางวัล จำนวน 121 คน ร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ กิจกรรมวันแดงเดือด จำนวน 108 คน ร้อยละ 27.0 กิจกรรมการรณรงค์คนออกกำลังกาย จำนวน 105 คน ร้อยละ 26.3 และกิจกรรมอื่น ๆ จำนวน 66 คน ร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนของระดับความพึงพอใจ
ของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

ตาราง 22

ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ฟัง

ความพึงพอใจรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ	\bar{X}	SD	แปลความ
วิเคราะห์ผลฟุตบอลได้แม่นยำ	4.38	0.606	มาก
ให้ข้อมูลในวงการศึกษาที่หลากหลาย	4.31	0.652	มาก
ได้เนื้อหาที่หลากหลาย มีความแน่นอน	4.26	0.776	มาก
ได้ข้อมูลเพิ่มความมั่นใจในทีมฟุตบอล	4.25	0.649	มาก
ลีลาการพูด น่าเสียงของผู้ดำเนินรายการ	4.18	0.750	มาก
ความถูกต้องเหมาะสมในการใช้ภาษาของผู้ดำเนินรายการ	4.17	0.629	มาก
ความเป็นธรรมชาติของผู้ดำเนินรายการ	4.13	0.724	มาก
ความเป็นกันเองกับผู้ฟัง	4.07	0.692	มาก
ผู้ดำเนินรายการจัดรายการได้เป็นธรรมชาติ	4.06	0.735	มาก
การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วม	4.00	0.839	มาก
การเตรียมตัว ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการ	3.98	0.747	มาก
ข้อมูลที่นำเสนอสอดคล้องกับรูปแบบรายการ	3.95	0.772	มาก
ความรวดเร็ว จับใจ ทันเหตุการณ์	3.91	0.668	มาก
ความสนุกสนาน ไม่น่าเบื่อของกิจกรรมพิเศษ	3.86	0.713	มาก
มีเกมใหม่ๆ ให้ผู้ฟังร่วมสนุกอยู่เสมอ	3.83	0.727	มาก
ความน่าสนใจของกิจกรรมพิเศษ	3.79	0.709	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06	0.236	มาก

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ฟังมีความพึงพอใจรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 จำแนกในแต่ละข้อพบว่า

ข้อที่ผู้ฟังมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ระดับความพึงพอใจในเรื่องวิเคราะห์ผลฟุตบอลได้แม่นยำ เป็นอันดับแรก มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 4.38

ระดับความพึงพอใจในเรื่องการให้ข้อมูลในวงการศึกษาที่หลากหลาย เป็นอันดับสอง มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 4.31

ระดับความพึงพอใจในเรื่องเนื้อหาที่หลากหลาย มีความแน่นอน เป็นอันดับสาม มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 4.26

ระดับความพึงพอใจในเรื่องข้อมูลเพิ่มความมั่นใจในทีมฟุตบอล เป็นอันดับสี่ มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 4.25

ระดับความพึงพอใจในเรื่องลีลาการพูด น้ำเสียงของผู้ดำเนินรายการ เป็นอันดับห้า มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 4.18

ระดับความพึงพอใจในเรื่องความถูกต้องเหมาะสมในการใช้ภาษาของผู้ดำเนินรายการเป็นอันดับหก มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 4.17

ระดับความพึงพอใจในเรื่องความเป็นธรรมชาติของผู้ดำเนินรายการ เป็นอันดับเจ็ด มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 4.13

ระดับความพึงพอใจในเรื่องความเป็นกันเองกับผู้ฟัง เป็นอันดับแปด มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 4.07

ระดับความพึงพอใจในเรื่องผู้ดำเนินรายการจัดรายการได้เป็นธรรมชาติ เป็นอันดับเก้า มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 4.06

ระดับความพึงพอใจในเรื่องการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วม เป็นอันดับสิบ มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 4.00

ระดับความพึงพอใจในเรื่องการเตรียมตัว ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการ เป็นอันดับสิบเอ็ด มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 3.98

ระดับความพึงพอใจในเรื่องข้อมูลที่น่าสนใจสอดคล้องกับรูปแบบรายการ เป็นอันดับสิบสอง มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 3.95

ระดับความพึงพอใจในเรื่องความรวดเร็ว จับใจ ทันเหตุการณ์ เป็นอันดับสิบสาม มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 3.91

ระดับความพึงพอใจในเรื่องความสนุกสนาน ไม่น่าเบื่อของกิจกรรมพิเศษ เป็นอันดับสิบสี่ มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 3.86

ระดับความพึงพอใจในเรื่องมีเกมใหม่ ๆ ให้ผู้ฟังร่วมสนุกอยู่เสมอ เป็นอันดับสิบห้า มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 3.83

ระดับความพึงพอใจในเรื่องความน่าสนใจของกิจกรรมพิเศษเป็นอันดับสิบหก มีคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ เท่ากับ 3.79

การทดสอบสมมติฐาน

การนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ทดสอบความแตกต่างของลักษณะประชากร โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติ t test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA) เพื่อทดสอบตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่มขึ้นไป เปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ (multiple comparison) ของ LSD ในกรณีที่พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรคู่ใดที่มีความแตกต่างกันและ

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยการทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะประชากรของผู้ฟังแตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน
3. เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน
4. การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ความหมายของการทดสอบสมมติฐานนั้น หากค่า Sig. ที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หมายความว่า ตัวแปรอิสระนั้นมีผลต่อตัวแปรตาม ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัย แต่ถ้าค่า Sig. ที่ได้มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หมายความว่า ตัวแปรอิสระไม่มีผลต่อตัวแปรตาม ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานที่ 1

ลักษณะประชากรของผู้ฟังแตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.1 ลักษณะประชากรที่มีเพศต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 23

ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรที่มีเพศต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามเพศ

ตัวแปร (เพศ)	N	\bar{X}	SD	t	Sig.
ชาย	151	4.062	0.235	-0.445	0.933
หญิง	249	4.073	0.237	-0.447	

จากตาราง 23 พบว่า ความพึงพอใจของประชากรที่ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับการศึกษาทางเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะประชากรที่มีเพศต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.2 ลักษณะประชากรที่มีอายุต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 24

ลักษณะประชากรที่มีอายุต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	SD	Sig.
ต่ำกว่า 21 ปี	3.446	0.337	0.424
21-25 ปี	3.417	0.331	
26-30 ปี	3.362	0.320	
31-35 ปี	3.375	0.278	

จากตาราง 24 พบว่า ความพึงพอใจของประชากรที่ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับการศึกษาตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประชากรที่มีอายุต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.3 ลักษณะประชากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 25

ลักษณะประชากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	SD	Sig.
มัธยมศึกษา	4.079	0.208	0.476
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	4.050	0.219	
ปริญญาตรี	4.059	0.249	
สูงกว่าปริญญาตรี	4.101	0.268	

จากตาราง 25 พบว่า ความพึงพอใจของประชากรที่ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะประชากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.4 ลักษณะประชากรที่มีอาชีพต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 26

ลักษณะประชากรที่มีอาชีพต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	SD	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	4.039	0.206	0.493
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.064	0.233	
ธุรกิจส่วนตัว	4.054	0.243	
พนักงานบริษัทเอกชน	4.101	0.260	
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	4.102	0.222	
อื่น ๆ	4.046	0.328	

จากตาราง 26 พบว่า ความพึงพอใจของประชากรที่ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสหสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะชากรที่มีอาชีพต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.5 ลักษณะประชากรที่มีรายได้ต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 27

ลักษณะประชากรที่มีรายได้ต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามรายได้

รายได้	\bar{X}	SD	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.081	0.210	0.511
10,001-15,000 บาท	4.055	0.226	
15,001-20,000 บาท	4.060	0.254	
20,001 บาทขึ้นไป	4.106	0.261	

จากตาราง 27 พบว่า ความพึงพอใจของประชากรที่ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสหสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะชากรที่มีรายได้ต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 2

พฤติกรรมกรเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.1 พฤติกรรมกรเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 28

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน
จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามความถี่
ในการรับฟังรายการ

ความถี่ในการรับฟังรายการ	\bar{X}	SD	Sig.
7 วัน/สัปดาห์	4.087	0.235	0.029*
5-6 วัน/สัปดาห์	4.113	0.253	
3-4 วัน/สัปดาห์	4.027	0.220	
1-2 วัน/สัปดาห์	4.038	0.226	

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ
ขึ้นอยู่กับความถี่ในการรับฟังรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า
ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการรับฟังรายการต่างกัน มีผลต่อความพึง-
พอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant
Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 29

ตาราง 29

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามความถี่ในการรับฟังรายการ

ความถี่ในการ รับฟังรายการ		7 วัน/ สัปดาห์	5-6 วัน/ สัปดาห์	3-4 วัน/ สัปดาห์	1-2 วัน/ สัปดาห์
	\bar{X}	4.087	4.113	4.027	4.038
7 วัน/สัปดาห์	4.087	-	-	-	-
5-6 วัน/สัปดาห์	4.113	-	-	0.086*	0.075*
3-4 วัน/สัปดาห์	4.027	-	-0.086*	-	-
1-2 วัน/สัปดาห์	4.038	-	-0.075*	-	-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ผู้ฟังที่มีความถี่ในการรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ 5-6 วัน/สัปดาห์ ($\bar{X} = 4.113$) มีความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ มากกว่าผู้ฟังที่เปิดรับ 3-4 วัน/สัปดาห์ ($\bar{X} = 4.027$) และ 1-2 วัน/สัปดาห์ ($\bar{X} = 4.038$)

สมมติฐานย่อย 2.2 พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 30

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แยกต่างกััน
จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แยกต่างกััน จำแนกตาม
ระยะเวลาในการรับฟังรายการ

ระยะเวลาในการรับฟังรายการ	\bar{X}	SD	Sig.
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	4.027	0.235	0.045*
ประมาณ 1-2 ชั่วโมง/วัน	4.046	0.253	
ประมาณ 3-4 ชั่วโมง/วัน	4.081	0.220	
มากกว่า 5 ชั่วโมง/วัน	4.113	0.227	

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ
ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการรับฟังรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า
ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระยะเวลาในการรับฟังรายการต่างกััน มีผลต่อความ-
พึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least
Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 31

ตาราง 31

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามระยะเวลาในการรับฟังรายการ

ระยะเวลาในการรับฟัง รายการ		น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	ประมาณ 1-2 ชั่วโมง/วัน	ประมาณ 3-4 ชั่วโมง/วัน	มากกว่า 5 ชั่วโมง/วัน
	\bar{X}	4.027	4.046	4.081	4.113
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	4.027	-	-	-	-
ประมาณ 1-2 ชั่วโมง/วัน	4.046	-	-0.086*	-	-
ประมาณ 3-4 ชั่วโมง/วัน	4.081	-	-	0.086*	-
มากกว่า 5 ชั่วโมง/วัน	4.113	-	-	-	-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ผู้ฟังที่มีระยะเวลาในการรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ประมาณ 1-2 ชั่วโมง/วัน ($\bar{X} = 4.046$) มีความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ มากกว่าผู้ฟังที่มีระยะเวลาในการเปิดรับฟังประมาณ 3-4 ชั่วโมง/วัน ($\bar{X} = 4.081$)

สมมติฐานย่อย 2.3 พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 32

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน
จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามเวลาใน
การติดตามรับฟังรายการ

เวลาในการติดตามรับฟังรายการ	\bar{X}	SD	Sig.
น้อยกว่า 1 ปี	4.082	0.236	0.042*
ประมาณ 1-2 ปี	4.113	0.253	
ประมาณ 3-4 ปี	4.027	0.220	
มากกว่า 4 ปีขึ้นไป	4.045	0.226	

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ขึ้นอยู่กับเวลาในการติดตามรับฟังรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสหสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เวลาในการติดตามรับฟังรายการต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 33

ตาราง 33

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามเวลาในการติดตามรับฟังรายการ

เวลาในการติดตามรับฟัง รายการ		น้อยกว่า 1 ปี	ประมาณ 1-2 ปี	ประมาณ 3-4 ปี	มากกว่า 4 ปี ขึ้นไป
	\bar{X}	4.082	4.113	4.027	4.045
น้อยกว่า 1 ปี	4.082	-	-	-	-
ประมาณ 1-2 ปี	4.113	-	-	0.086*	-
ประมาณ 3-4 ปี	4.027	-	-0.086*	-	-
มากกว่า 4 ปีขึ้นไป	4.045	-	-	-	-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ผู้ฟังที่มีระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ประมาณ 1-2 ปี ($\bar{X} = 4.113$) มีความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ มากกว่าผู้ฟังที่ติดตามรับฟังรายการประมาณ 3-4 ปี ($\bar{X} = 4.027$)

สมมติฐานย่อย 2.4 พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุสปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 34

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน
จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามลักษณะ
ในการเปิดรับฟังรายการ

ลักษณะในการเปิดรับฟังรายการ	\bar{X}	SD	Sig.
ฟังตลอดทั้งวัน	4.063	0.229	0.636
ฟังเฉพาะช่วงที่วิเคราะห์ผลบอล	4.092	0.229	
ฟังเฉพาะช่วงพากษ์การถ่ายทอดฟุตบอล	4.052	0.247	
ฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น ๆ	4.101	0.279	

จากตาราง 34 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ
ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะในการเปิดรับฟังรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ผู้ฟังที่มีลักษณะในการเปิดรับฟังรายการ
ต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.5 พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ
แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 35

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน
จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามสถานที่ที่
รับฟังรายการวิทยุ

สถานที่ที่รับฟังรายการวิทยุ	\bar{X}	SD	Sig.
ที่ทำงาน	4.083	0.234	0.117
ที่บ้าน	4.054	0.227	
ในรถยนต์	4.072	0.247	
อื่น ๆ	4.328	0.294	

จากตาราง 35 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่รับฟังรายการวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ผู้ฟังที่มีสถานที่รับฟังรายการวิทยุต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.6 พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 36

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามสิ่งที่ทำให้รู้จักรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

สิ่งที่ทำให้รู้จักรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ	\bar{X}	SD	Sig.
เพื่อนแนะนำให้ฟัง	4.059	0.244	0.851
หมุนเจอคี่นี้โดยบังเอิญ	4.061	0.223	
ได้ยินคนอื่นพูดถึงเลยลองฟังดู	4.084	0.253	
รู้จักจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์กีฬา ฯลฯ	4.078	0.236	

จากตาราง 36 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ทำให้รู้จักรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ผู้ฟังที่รู้จักรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จากสิ่งที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.7 พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 37

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน
จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตาม
วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ

วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ	\bar{X}	SD	Sig.
เพื่อติดตามข่าวสารต่าง ๆ	4.075	0.238	0.848
เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความตึงเครียด ทางด้านกีฬา	4.075	0.229	
เพื่อนำไปเป็นประเด็นในการพูดคุยกับผู้อื่น เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่นผ่านทาง รายการวิทยุ	4.057	0.240	
	4.040	0.269	

จากตาราง 37 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ผู้ฟังที่มีวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 3

เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 3.1 เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 38

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามรูปแบบเนื้อหาที่รายการนำเสนอ

รูปแบบเนื้อหาที่รายการนำเสนอ	\bar{X}	SD	Sig.
เนื้อหาทางด้านกีฬาทันสมัยหลากหลายน่าติดตาม	4.092	0.223	0.180
เนื้อหารายการเหมาะสมกับรูปแบบรายการ			
สร้างสรรค์สังคมทางด้านกีฬา	4.078	0.242	
รูปแบบรายการแนะนำเทคนิคทางด้านกีฬา	4.010	0.218	
อื่น ๆ	4.035	0.243	

จากตาราง 38 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับความชื่นชอบรูปแบบเนื้อหาที่รายการนำเสนอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ผู้ฟังที่ชื่นชอบรูปแบบเนื้อหาที่รายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ นำเสนอต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 3.2 เนื้อหาของรายการวิทยุคลื่นสปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุคลื่น สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 39

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามประเภทเนื้อหารายการที่ต้องการเพิ่มเติม

ประเภทเนื้อหารายการที่ต้องการเพิ่มเติม	\bar{X}	SD	Sig.
ช่วงวิเคราะห์ผลบอล	4.088	0.236	0.147
ช่วงนันทาสนะ	4.055	0.227	
ช่วงเกาะขอบสนาม	4.072	0.247	
ช่วงสัมภาษณ์พิเศษ	4.328	0.294	
อื่น ๆ	3.991	0.192	

จากตาราง 39 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทเนื้อหารายการที่ต้องการเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประเภทเนื้อหารายการที่ต้องการเพิ่มเติมต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 3.3 เนื้อหาของรายการวิทยุคลื่น สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุคลื่น สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 40

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามเนื้อหารายการแต่ละช่วงที่ชื่นชอบ

เนื้อหารายการแต่ละช่วงที่ชื่นชอบ	\bar{X}	SD	Sig.
ช่วงวิเคราะห์ผลบอล	4.058	0.246	0.940
ช่วงน่านาทศนะ	4.063	0.224	
ช่วงเกาะขอบสนาม	4.084	0.253	
ช่วงสัมภาษณ์พิเศษ	4.076	0.238	
อื่น ๆ	4.041	0.166	

จากตาราง 40 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับเนื้อหารายการแต่ละช่วงที่ชื่นชอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหารายการแต่ละช่วงที่ชื่นชอบต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 3.4 เนื้อหาของรายการวิทยุคลื่น สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุคลื่น สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 41

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามเนื้อหารายการที่ต้องการสอดแทรกเพิ่มเติม

เนื้อหารายการที่ต้องการสอดแทรกเพิ่มเติม	\bar{X}	SD	Sig.
ประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ	4.065	0.216	0.994
ประเด็นทางด้านวงการกีฬาที่หลากหลาย	4.069	0.228	
ประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางด้านกีฬา	4.067	0.242	
เนื้อหาด้านกีฬาที่มีความทันสมัย	4.073	0.250	

จากตาราง 41 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับเนื้อหารายการที่ต้องการสอดแทรกเพิ่มเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสหสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหารายการที่ต้องการสอดแทรกเพิ่มเติมต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 3.5 เนื้อหาของรายการวิทยุคลื่น สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุคลื่น สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 42

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามความเหมาะสมของโฆษณาในรายการวิทยุ

ความเหมาะสมของโฆษณาในรายการวิทยุ	\bar{X}	SD	Sig.
มีปริมาณพอดีอยู่แล้ว	4.052	0.240	0.916
ปริมาณมากเกินไปควรลดปริมาณลง	4.074	0.241	
ปริมาณน้อยเกินไปควรเพิ่มมากขึ้น	4.069	0.234	
อื่น ๆ	4.087	0.225	

จากตาราง 42 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของโฆษณาในรายการวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสหสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความเหมาะสมของโฆษณาในรายการวิทยุต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 4

การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 4.1 การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 43

ผลการวิเคราะห์การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามองค์ประกอบที่ทำให้สนใจรายการวิทยุ

องค์ประกอบที่ทำให้สนใจรายการวิทยุ	\bar{X}	<i>SD</i>	Sig.
การวิเคราะห์ผลฟุตบอล	4.054	0.239	0.633
ช่วงเกาะขอบสนาม	4.086	0.232	
ช่วงนันททัศนะ	4.066	0.235	
ช่วงสัมภาษณ์พิเศษ	4.037	0.158	
ผู้ดำเนินรายการ	4.109	0.251	
อื่น ๆ	4.116	0.268	

จากตาราง 43 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่ทำให้สนใจรายการวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ องค์ประกอบที่ทำให้สนใจรายการวิทยุ ต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 4.2 การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 44

ผลการวิเคราะห์การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามลักษณะการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการ

ลักษณะการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการ	\bar{X}	SD	Sig.
เป็นกันเองกับผู้ฟัง มีชีวิตชีวา	4.062	0.224	0.707
จัดรายการได้อย่างเป็นธรรมชาติ	4.059	0.219	
ใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม	4.074	0.255	
มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นของตัวเอง	4.102	0.268	

จากตาราง 44 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กัปลักษณะการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 4.3 การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุสปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 45

ผลการวิเคราะห์การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามส่วนที่ต้องปรับปรุงในการนำเสนอ

ส่วนที่ต้องปรับปรุงในการนำเสนอ	\bar{X}	SD	Sig.
เพิ่มเนื้อหาข่าวสารในการวิเคราะห์ผลฟุตบอล	4.064	0.230	0.172
ผู้ดำเนินรายการควรเปิดกว้างทางด้านความคิด			
ให้กับผู้ฟังมากขึ้น	4.114	0.230	
เวลาในแต่ละช่วงน้อยเกินไป	4.052	0.247	
สอดแทรกความรู้ของกีฬาแต่ละประเภท	4.108	0.279	

จากตาราง 45 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ไม่ขึ้นอยู่กับส่วนที่ต้องปรับปรุงในการนำเสนอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสหสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ส่วนที่ต้องปรับปรุงในการนำเสนอต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 4.4 การนำเสนอรายการวิทยุสปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุสปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ตาราง 46

ผลการวิเคราะห์การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความ-
พึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จำแนกตามกิจกรรมพิเศษที่ชื่นชอบ

กิจกรรมพิเศษที่ชื่นชอบ	\bar{X}	SD	Sig.
กิจกรรมทายผลฟุตบอลชิงของรางวัล	4.084	0.235	0.036*
กิจกรรมวันแดงเดือด	4.113	0.253	
รณรงค์คนออกกำลังกาย	4.027	0.220	
อื่น ๆ	4.041	0.226	

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ขึ้นอยู่กับกิจกรรมพิเศษที่ชื่นชอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปฏิเสหสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ กิจกรรมพิเศษที่ชื่นชอบต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 47

ตาราง 47

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำแนกตามกิจกรรมพิเศษที่ชื่นชอบ

กิจกรรมพิเศษที่ชื่นชอบ		ทายผล ฟุตบอล	วันแดง เดือด	รณรงค์ ออกกำลังกาย	อื่น ๆ
	\bar{X}	4.084	4.113	4.041	4.027
กิจกรรมทายผลชิงของรางวัล	4.084	-	-	-	-
กิจกรรมวันแดงเดือด	4.113	-	-	0.086*	-
รณรงค์คนออกกำลังกาย	4.041	-	-0.086*	-	-
อื่น ๆ	4.027	-	-	-	-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ผู้ฟังชื่นชอบกิจกรรมวันแดงเดือด ($\bar{X} = 4.113$) มีความพึงพอใจต่อการฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ มากกว่าผู้ฟังที่ชื่นชอบกิจกรรมรณรงค์คนออกกำลังกาย ($\bar{X} = 4.041$)