

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยแบบสำรวจ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาเนื้อหาและการนำเสนอของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ที่นำเสนอต่อผู้ฟัง เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการรับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มประชากรที่ศึกษา คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่รับฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ มีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973, pp. 886-887) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้ตัวอย่างรวมทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือในการทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ที่สร้างขึ้นเองโดยคำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสม ทำการทดลองใช้ (tryout) และทำสอบคุณภาพด้วยค่าความถูกต้องใช้ได้ของเครื่องมือ (validity) และค่าความเชื่อถือได้ (reliability) จนทำให้แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง ก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้จริง การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาลงรหัสข้อมูลเพื่อประมวล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW Version 17.0 (Statistical Package for the Social Sciences/for Windows Version 17.0) ณ สถาบัน คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ใช้วิธีคำนวณค่าต่าง ๆ เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูล อธิบายลักษณะประชากร พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหา การนำเสนอรายการวิทยุที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ โดยจะใช้สถิติ t test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

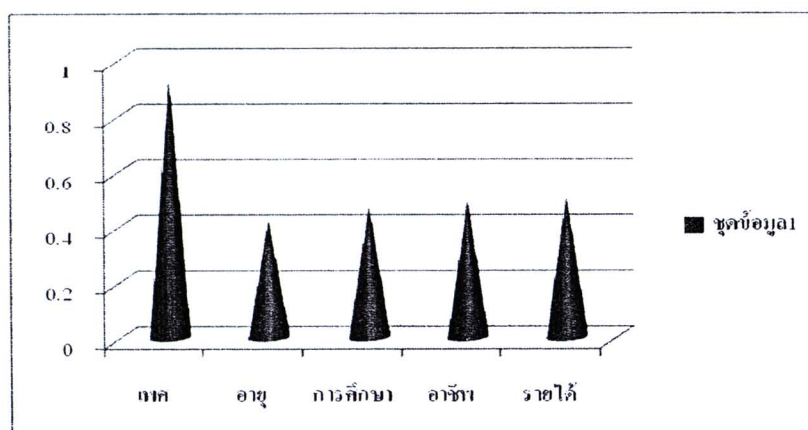
(one-way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สำหรับการทดสอบสมมติฐานในการศึกษาวิจัย

สรุป

จากผลการวิจัย ความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ มีประเด็นที่ควรสรุปผลดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ฟังแตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน



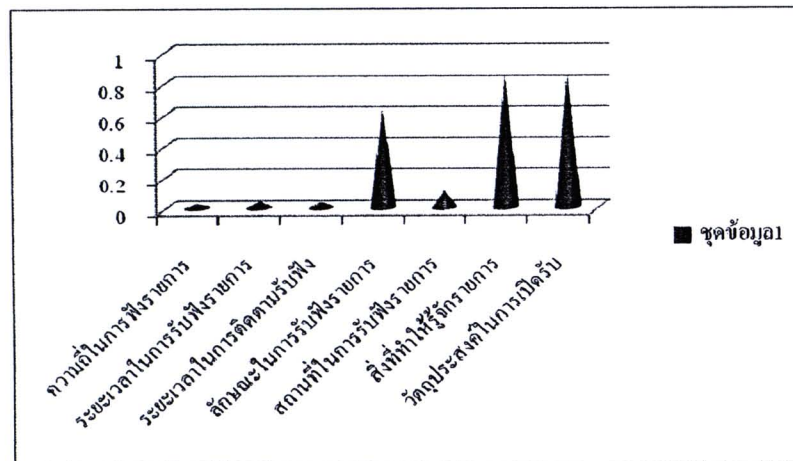
ภาพ 4 ลักษณะประชากรของผู้ฟังแตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ที่มว. จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

จากภาพ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างลักษณะประชากรของผู้ฟังแตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่เป็นไปตาม

สมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะประชากรของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ศึกษาเรื่อง ความแตกต่างของความคิด ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ คลื่นพิเศษ F.M. SCA พบว่า ผู้โดยสารชายหญิง จะมีความคิดเห็นและความคาดหวังที่ไม่ต่างกัน ซึ่งรวมถึงอาชีพและรายได้

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน



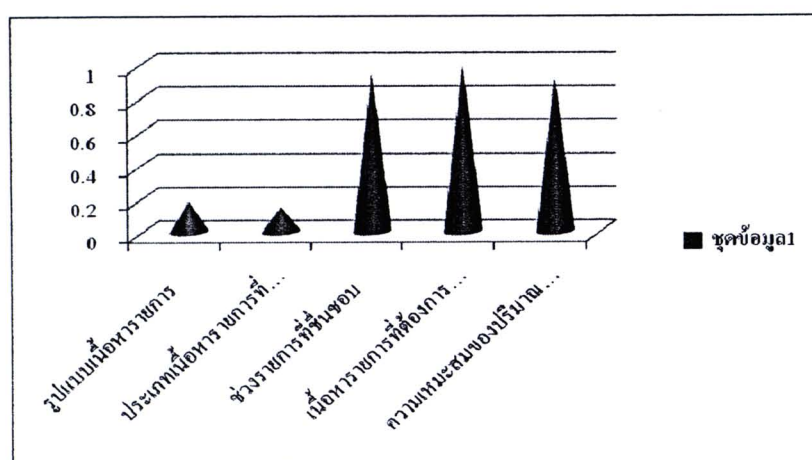
ภาพ 5 พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ที่มา. จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

จากภาพ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ความถี่ในการเปิดรับฟังรายการ ระยะเวลาในการรับฟังรายการ และระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทัย คำแพ (2539) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด พบว่า วิธีการดำเนินรายการ และเนื้อหาในรูปแบบเทคนิคของนักจัดรายการวิทยุบางท่านมีลีลาให้ชวนฟังและติดตาม สร้างความเพลิดเพลินมีผลต่อพฤติกรรม การเลือกรับฟังได้ดี

สมมติฐานที่ 3 เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน



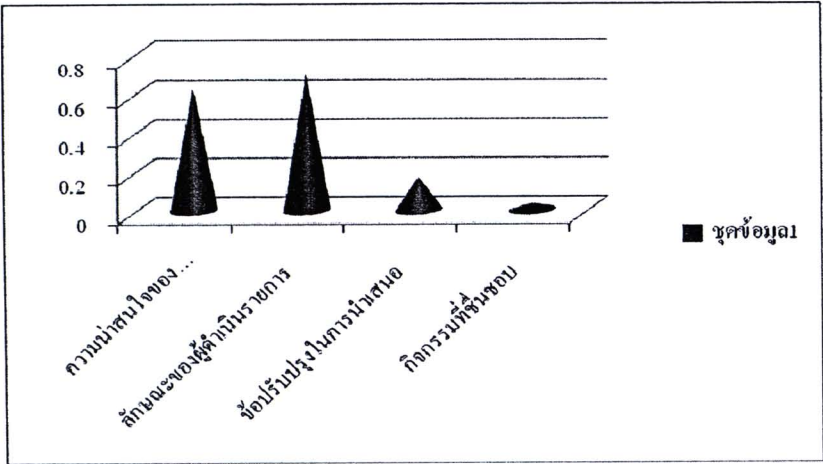
ภาพ 6 เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ที่มา. จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

จากภาพ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างเนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่ารูปแบบเนื้อหาของรายการที่นำเสนอประเภทเนื้อหารายการที่ต้องการเพิ่มเติม ช่วงรายการที่ชื่นชอบ เนื้อหารายการที่ต้องการสอดคล้องและความเหมาะสมของปริมาณโฆษณาในรายการ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการคาดหวังของสื่อ เป็นทฤษฎีที่เน้นเหตุผล และเป้าหมายของผู้รับสาร โดยพัฒนามาจากแนวทฤษฎี

พฤติกรรม และแรงจูงใจ ซึ่งใช้แนวทางอธิบายพฤติกรรม ผู้รับสารด้วยหลักการเดียวกัน และเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีการใช้สื่อ และความพึงพอใจ ซึ่งเน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผลตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ

สมมติฐานที่ 4 การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน



ภาพ 7 การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน

ที่มา. จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน

จากภาพ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างเนื้อหา ของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน จะมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน พบว่า ผู้ฟังที่ชื่นชอบในการเข้าร่วมกิจกรรม เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ในเรื่องกิจกรรมที่ชื่นชอบแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจ ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ มักจะมีคำถามที่เป็นต้นเหตุของพฤติกรรมอยู่บ่อย ๆ แรงจูงใจแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ แรงจูงใจทางสรีระ ลำดับตามเหตุการณ์ในสภาวะทางสรีระที่ถูกจูงใจสรุปได้ดังนี้ มีความต้องการเกิดขึ้น

ความต้องการก่อให้เกิดแรงขับ แรงขับนำไปสู่การกระทำ แรงจูงใจทางจิตวิทยา ความต้องการของมนุษย์ มีเหนือกว่า การทำให้แรงขับทางร่างกายสงบลงเท่านั้น เช่น เรา

- ต้องการมีปฏิริยาสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม แรงขับเหล่านี้ไม่จำเป็นสำหรับการมีชีวิตอยู่ แต่มีผลต่อสุขภาพทางจิตวิทยาและความรู้สึกพอใจของคน แรงจูงใจทางจิตวิทยามีอยู่หลายอย่าง เช่น ความอยากรู้ อยากเห็น และการสำรวจ แรงจูงใจได้สำนึก มนุษย์มักรู้ตัวเกี่ยวกับแรงจูงใจมากมายของตนเอง แสวงหาเป้าประสงค์โดยไม่รู้ตัวว่าตนกำลังแสวงหา

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่ควรอภิปรายผลดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 โดยส่วนใหญ่มีอายุ 21-25 ปี จำนวน 92 คน ร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ อายุ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 89 คน ร้อยละ 22.3 อายุ 26-30 ปีจำนวน 83 คน ร้อยละ 20.8 อายุ 15-20 ปี จำนวน 79 คน ร้อยละ 19.8 และอายุต่ำกว่า 15 ปีจำนวน 57 คน ร้อยละ 14.3 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 121 คน ร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ ระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 111 คน ร้อยละ 27.8 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 105 คน ร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 86 คน ร้อยละ 21.5 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 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

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ลักษณะประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมี อายุระหว่าง 21-25 ปี โดยศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร พบว่า อายุของผู้รับสารเป็นปัจจัยที่ทำให้คนเรามีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่อายุน้อย มักจะมีความคิดเสรีนิยม มองโลกในแง่ดี พร้อมเปิดรับสิ่ง ใหม่ ๆ ได้ง่ายกว่าคนอายุมาก ที่มักจะมีความคิดอนุรักษ์นิยมและมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนอายุน้อย ส่วนเรื่องเพศ หลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของผู้หญิงและผู้ชายไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ ผู้หญิงจึง ถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายมักใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้ มากกว่า ผู้หญิงด้วย ส่วนพฤติกรรม的开รับสื่อ ผู้หญิงจะมีเวลาในการเปิดรับสื่อมากกว่าผู้ชาย เพราะผู้ชายมักใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำงาน โดยจะรับฟังรายการวิทยุได้มากกว่า และมักใช้สื่อเพื่อความผ่อนคลาย หรือเพื่อฟังสาระความรู้ต่าง ๆ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับฟังรายการ 7 วัน/สัปดาห์ จำนวน 120 คน ร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ ฟังรายการ 3-4 วัน/สัปดาห์ จำนวน 108 คน ร้อยละ 27.0 ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการรับฟังรายการมากกว่า 5 ชั่วโมง/วัน จำนวน 123 คน ร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ รับฟังรายการ ประมาณ 3-4 ชั่วโมง/วัน จำนวน 108 คน ร้อยละ 27.0 อย่างส่วนใหญ่ติดตามรับฟังรายการ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 122 คน ร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ ติดตามรับฟังรายการประมาณ 3-4 ปี จำนวน 108 คน ร้อยละ 27.0 ส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการจากที่บ้าน จำนวน 185 คน ร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ ในรถยนต์ จำนวน 111 คน ร้อยละ 27.8 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความตึงเครียด จำนวน 173 คน ร้อยละ 43.3 รองลงมาคือเพื่อติดตามข่าวสาร ต่าง ๆ จำนวน 124 คน ร้อยละ 31.0

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความตึงเครียด ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และ

ความพึงพอใจ พบว่าการเปิดรับสารของผู้รับสารใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง (para-orientation gratifications) เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเนื้อหารายการเหมาะสมกับรูปแบบรายการสร้างสรรค์สังคมทางด้านกีฬา จำนวน 233 คน ร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ เนื้อหาทางด้านกีฬาทันสมัยหลากหลายน่าติดตาม จำนวน 86 คน ร้อยละ 21.5 กลุ่มตัวอย่างคิดว่ารูปแบบรายการแนะนำเทคนิคทางด้านกีฬา จำนวน 49 คน ร้อยละ 12.3 และอื่น ๆ จำนวน 32 คน ร้อยละ 8.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมเนื้อหาช่วงนันทาทัศนะ จำนวน 184 คน ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ ต้องการเพิ่มเติมเนื้อหารายการช่วงเกาะขอบสนาม จำนวน 111 คน ร้อยละ 27.8 ต้องการเพิ่มช่วงวิเคราะห์ผลบอล จำนวน 94 คน ร้อยละ 23.5 ต้องการเพิ่มเติมเนื้อหาช่วงสัมภาษณ์พิเศษ จำนวน 7 คน ร้อยละ 1.8 และต้องการเพิ่มเติมเนื้อหาเรื่องอื่น ๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 1.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบเนื้อหารายการช่วงวิเคราะห์ผลบอล จำนวน 171 คน ร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ ชื่นชอบช่วงเกาะขอบสนาม จำนวน 113 คน ร้อยละ 28.3 ช่วงนันทาทัศนะ จำนวน 65 คน ร้อยละ 16.3 ช่วงสัมภาษณ์พิเศษ จำนวน 45 คน ร้อยละ 11.3 และชื่นชอบเนื้อหารายการด้านอื่น ๆ จำนวน 6 คน ร้อยละ 1.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่ารายการควรสอดแทรกเนื้อหาด้านกีฬาที่มีความทันสมัย จำนวน 144 คน ร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ ควรสอดแทรกประเด็นทางด้านวงการกีฬาที่หลากหลาย จำนวน 98 คน ร้อยละ 24.5 สอดแทรกเรื่องประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางด้านกีฬา จำนวน 83 คน ร้อยละ 20.8 และควรสอดแทรกประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ จำนวน 75 คน ร้อยละ 18.8 ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเนื้อหารายการเหมาะสมกับรูปแบบรายการสร้างสรรค์สังคมทางด้านกีฬาและส่วนใหญ่ชื่นชอบเนื้อหารายการช่วงวิเคราะห์ผลบอล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kassel (2004) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของสื่อต่าง ๆ เช่น คนตรี วิทยุ โทรทัศน์ ล้วนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของมนุษย์อย่างต่อเนื่องและยาวนาน

และได้มาเป็นตัวขับเคลื่อนรูปแบบสังคมกับวัฒนธรรมให้เดินหน้าต่อไปเกี่ยวกับรายการในสื่อต่าง ๆ ที่สามารถสะท้อนชีวิตโดยที่ผู้คนไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ทำให้คนอเมริกันหันมานิยมและมีพฤติกรรมในการรับฟัง รับชม อย่างยากที่จะปฏิเสธได้

ผลการวิเคราะห์การนำเสนอรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ส่วนใหญ่คิดว่าการวิเคราะห์ผลฟุตบอลเป็นองค์ประกอบที่ทำให้สนใจรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ จำนวน 181 คน ร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ช่วงนันททัศนะ 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 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 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 จำนวน 16 คน ร้อยละ 4.0 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

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบที่ทำให้สนใจรายการวิทยุ สปอร์ต เรดิโอ คือ การวิเคราะห์ผลฟุตบอล และต้องการให้รายการปรับปรุงด้านการเพิ่มเนื้อหาข่าวสารในการวิเคราะห์ผลฟุตบอล ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ Riley and Flowerman (1951) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจ พบว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม เป็นสิ่งที่ช่วยกำหนด ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสิ่งต่าง ๆ เพื่อ

ตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งจะนำมาซึ่งพฤติกรรมอื่น ๆ เห็นลักษณะการรับฟัง
ความต้องการที่แตกต่างกัน มีผลให้รับฟังแตกต่างกันไป

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย พบว่า รายการเกี่ยวกับกีฬาในปัจจุบัน มีอัตราการเจริญเติบโตสูง
มาก ซึ่งบริษัทผู้ผลิตตอบสนองความต้องการของผู้ชมและผู้ฟังอย่างครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็น
เป็นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หรือการถ่ายทอดสดชิงรางวัลไปท่องเที่ยวต่างประเทศ นั้น จึงควร
มีการวิจัย เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกรับฟังรายการ
กีฬาต่าง ๆ ของแต่ละคลื่น เพื่อนำผลการวิจัยมาพัฒนางานการกีฬา และจะได้เพิ่มกลุ่มกอง-
เชียร์กีฬาไทยให้ก้าวหน้าเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อเป็นการส่งเสริม เพิ่มเติมและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้กับการค้นคว้าใน
ด้านการศึกษา และเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ มีมุมมองที่กว้างไกล
มากขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะเบื้องต้น อันจะนำไปเป็นพื้นฐานอ้างอิงในการศึกษา
ครั้งต่อไป ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือใน
การเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น
ซึ่งยังไม่ครอบคลุมเขตจังหวัด ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไป อาจจะทำการสำรวจไปยังกลุ่ม
ตัวอย่างในพื้นที่ต่างจังหวัด เพื่อผลการวิจัยที่ให้ข้อมูลโดยรวมมากกว่านี้
2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบจุดเด่น จุดด้อย ของหลาย ๆ สื่อ เพื่อนำข้อมูลที่ได้
ได้มาปรับปรุงและพัฒนางานการกีฬาให้มีความเหมาะสมต่อคนทุกเพศ ทุกวัย ต่อไป