

ทัศนคติและพฤติกรรมของการฟังรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0
ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
นายอนุกุลกิจ เขียวไพรัตน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ทัศนคติและพฤติกรรมของการฟังรายการเวอร้จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
นายอนุกุลกิจ เขียวไพรัตน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2548

นกุลกิจ เรียบไพรรัตน์ (2548). *ทัศนคติและพฤติกรรมของการฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บ.ธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ :บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์:อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ.

การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ เวอรจิ้น ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ผลิตรายการวิทยุ โดยนำผลจากการวิจัยและข้อเสนอแนะไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้ฟังรายการ โดยผลจะทำให้รายการเป็นที่นิยมของผู้ฟังซึ่งจะทำให้มีผู้สนใจในการลงโฆษณาผ่านทางคลื่นเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 รวมถึงรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 จะได้จัดกิจกรรมต่างๆของทางรายการเพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการ เพื่อที่จะรักษาความนิยมจากผู้ฟังรายการและเพิ่มจำนวนผู้ฟังให้มีจำนวนมากขึ้นในอนาคต โดยงานวิจัยได้ศึกษาจากผู้ฟังที่ตอบแบบสอบถามในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ฟังที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง ช่วงอายุที่มีผู้ฟังที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ช่วงอายุ 21 - 25 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต และมีสถานภาพโสด
2. การวิเคราะห์รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 พบว่าส่วนใหญ่ เพลงที่ชอบฟังมากที่สุดคือเพลงป๊อป สถานที่ที่ชอบในการฟังเพลงมากที่สุดคือ ที่บ้าน และงานอดิเรกที่ชอบมากที่สุดคือ การฟังเพลง
3. การวิเคราะห์ทัศนคติต่อรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ซึ่งแบ่งเป็นด้านรูปแบบการดำเนินรายการ โดยรวมผู้ฟังมีทัศนคติในระดับดี การดำเนินรายการของดีโดยรวมผู้ฟังมีทัศนคติในระดับดี และด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการโดยรวมผู้ฟังมีทัศนคติต่อรายการในระดับดี โดยผู้ฟังมีทัศนคติระดับดี
4. การวิเคราะห์พฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 โดยผู้วิจัยได้ศึกษา ความถี่ในการรับฟังรายการต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ

ต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ รวมถึงช่วงเวลาที่ฟังรายการ และ
ลักษณะการเลือกฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการเฉลี่ย 3.38 วันต่อสัปดาห์
เฉลี่ยฟังรายการวันละ 3.98 ชั่วโมง และเฉลี่ยได้ฟังรายการมาแล้วเป็น
ระยะเวลา 1.63 ปี โดยช่วงเวลาที่ผู้ฟังมากที่สุด คือช่วงเวลา 20.00 – 24.00
และลักษณะการเลือกฟังรายการที่พบมากที่สุด คือพฤติกรรมในการเลือกฟัง
เฉพาะรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 สลับกับสถานีวิทยุอื่นๆ

5. การวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์มีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์
เอฟเอ็ม 89.0 พบว่า
 - 5.1 เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
 - 5.2 อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ
เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05
 - 5.3 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟ
เอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
6. การวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์มีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์
เอฟเอ็ม 89.0 พบว่า
 - 6.1 เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟัง
รายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .05
 - 6.2 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟ
เอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
7. รูปแบบการดำรงชีวิตที่ต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟ
เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
8. ทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม.
89.0 พบว่า ทัศนคติต่อรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการใน
ทิศทางเดียวกัน

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่งจาก อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า ในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และอาจารย์ ดร. ธนัยวงศ์ กิริตวานิชย์ ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์ยิ่งแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ M.B.A. การจัดการรุ่นที่ 5 ทุกท่านที่ช่วยเหลือสนับสนุนและกระตุ้นให้ผู้วิจัยตั้งใจเรียนเรื่อยมา ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกว่าเป็นเพื่อนๆ M.B.A. การจัดการรุ่นที่ 5 ทุกท่านเป็นหนึ่งในปัจจัยสู่ความสำเร็จ M.B.A. การจัดการของผู้วิจัย ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนเป็นอย่างยิ่ง

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา และมารดา ผู้มีบุญคุณหาที่เปรียบมิได้ที่เลี้ยงดูผู้วิจัยเป็นอย่างดี คุณณนกอร เขียวไพรัตน์ ที่คอยให้กำลังใจ และห่วงใยมาโดยตลอด รวมทั้งคุณวรวิทย์ ไกรฤทธิ์ คุณณิภา ภักดีฉนวน รวมถึงพี่ๆ ผู้ร่วมงานในสำนักงานกฎหมายเดชอุดม แอนด์ แอสโซซิเอตส์ ทุกท่านที่ให้โอกาสแก่ผู้วิจัยได้ศึกษาจนสำเร็จ M.B.A. การจัดการ ผู้วิจัยขอมอบผลงานชิ้นสำคัญฉบับนี้ให้กับผู้มีพระคุณทุกท่าน

นุกุลกิจ เขียวไพรัตน์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการศึกษา.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	9
แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	12
ความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์.....	14
ความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	16
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	17
ทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	21
แนวความคิดเกี่ยวกับค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต.....	22
ประวัติวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย.....	24
รายการเวอร်จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0	24
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	27
การกำหนดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง.....	27
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
การจัดทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ)	
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	40
การวิเคราะห์รูปแบบการดำรงชีวิต.....	43
การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อรายการ.....	46
พฤติกรรมกรรมการฟังรายการ.....	49
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	51
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	124
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	127
สรุปผลการวิจัย.....	129
อภิปรายผล.....	135
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	144
บรรณานุกรม.....	145
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	148
ประวัติผู้วิจัย	153

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1. จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	40
2. จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	40
3. จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	41
4. จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	41
5. จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	42
6. จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	43
7. จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวเพลงที่ชื่นชอบ	43
8. จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวเพลงที่ชื่นชอบมากที่สุด	44
9. จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ในการฟังเพลง	45
10. จำนวนร้อยละของงานอดิเรกของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
11. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับทัศนคติของผู้ฟังรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ	46
12. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับทัศนคติของผู้ฟังรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ	47
13. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับทัศนคติของผู้ฟังรายการ ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ	48
14. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับพฤติกรรมการฟังรายการ	49
15. จำนวนช่วงเวลา/ร้อยละในการเลือกฟังรายการ	49
16. จำนวนร้อยละลักษณะพฤติกรรมการเลือกฟังรายการ	50
17. ผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ จำแนกตามเพศ	51
18. ผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ จำแนกตามเพศ	52
19. ผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ ด้านกิจกรรมต่างๆของรายการ จำแนกตามเพศ	52
20. ผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ จำแนกตามอายุ	53
21. ผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ จำแนกตามอายุ	54
22. การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการ ในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอายุ	55

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
23 ผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ ด้านกิจกรรมต่างๆของรายการ จำแนกตามอายุ	56
24 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการ ในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอายุ	57
25 ผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ จำแนกตามระดับการศึกษา	59
26 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการ ในด้านรูปแบบการดำเนินรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	60
27 ผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ ด้านการดำเนินรายการของดีเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	61
28 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการในด้านการดำเนินรายการของดีเจ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	62
29 ผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ จำแนกตามระดับการศึกษา	63
30 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการ ในด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	64
31 ผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ จำแนกตามรายได้	65
32 ผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ จำแนกตามรายได้	66
33 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการ ในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้	67
34 ผลการทดสอบทัศนคติต่อ ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ จำแนกตามรายได้	68
35 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการ ในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้	69
36 ผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการ ด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการ จำแนกตามอาชีพ	70
37 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการ ในด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ	71
38 ผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ จำแนกตามอาชีพ	73

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
39 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ	74
40 ผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการ ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ จำแนกตามอาชีพ	76
41 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการ ในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ	77
42 ผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ จำแนกตามสถานภาพการสมรส	78
43 ผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการ ด้านการดำเนินรายการของดีเจ จำแนกตามสถานภาพการสมรส	79
44 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการ ในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามสถานภาพการสมรส	80
45 ผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการ ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ จำแนกตามสถานภาพการสมรส	81
46 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการ ในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามสถานภาพการสมรส	82
47 พฤติกรรมต่อการฟังรายการ จำแนกตามเพศ	83
48 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ ด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ จำแนกตามอายุ	84
49 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ ด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามอายุ	85
50 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ ด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) จำแนกตามอายุ	86
51 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามอายุ	87
52 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) จำแนกตามอายุ	88
53 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามอายุ	89
54 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) จำแนกตามระดับการศึกษา	91

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
55 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามระดับการศึกษา	92
56 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) จำแนกตามระดับการศึกษา	94
57 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามระดับการศึกษา	95
58 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) จำแนกตามระดับการศึกษา	96
59 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามระดับการศึกษา	97
60 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) จำแนกตามรายได้	98
61 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) จำแนกตามรายได้	99
62 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้	100
63 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) จำแนกตามรายได้	101
64 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้	102
65 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) จำแนกตามอาชีพ	104
66 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกตามอาชีพ	105
67 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) จำแนกตามอาชีพ	106
68 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) จำแนกตามอาชีพ	107
69 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) จำแนกตามสถานภาพสมรส	108
70 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) จำแนกตามสถานภาพสมรส	109

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
71 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) จำแนกตามสถานภาพสมรส	109
72 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) จำแนกตามรูปแบบการดำรงชีวิตจากการแนวเพลงที่ชอบมากที่สุด	110
73 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD จำแนกจากรูปแบบการดำรงชีวิต โดยเลือกจากแนวเพลงที่ชอบมากที่สุด	111
74 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) จำแนกตามรูปแบบการดำรงชีวิตจากการแนวเพลงที่ชอบมากที่สุด	114
75 ผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) จำแนกตามรูปแบบการดำรงชีวิตจากการแนวเพลงที่ชอบมากที่สุด	115
76 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกจากรูปแบบการดำรงชีวิต โดยเลือกจากแนวเพลงที่ชอบมากที่สุด	116
77 ผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างทัศนคติต่อรายการ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการและพฤติกรรมต่อการฟังรายการ	119
78 ผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างทัศนคติต่อรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจและพฤติกรรมการฟังรายการ	120
79 ผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างทัศนคติต่อรายการ ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการและพฤติกรรมการฟังรายการ	121

บทที่ 1.

บทนำ

ภูมิหลัง

ข้อมูลข่าวสารนับว่าเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากเทคโนโลยีที่ความก้าวหน้านั้น ให้ความสำคัญกับการสื่อสาร โดยจะสังเกตได้ว่าผู้บริโภคจะอยู่ที่ใด ส่วนใดส่วนหนึ่งของมุมโลกก็สามารถได้รับการติดต่อสื่อสาร แสดงให้เห็นว่าข้อมูลข่าวสารนั้น สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกแห่งทุกหน อีกทั้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นยังมีความรวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้องตรงกันโดยข้อมูลข่าวสารนั้นผู้บริโภคสามารถได้รับข่าวสารจากทั่วทุกมุมโลกพร้อมกัน เสมือนโลกไร้พรมแดน เป็น โลกาภิวัตน์

ดังนั้นการสื่อสารนับว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และการสื่อสารในรูปแบบหนึ่งที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างดี คือ การสื่อสารผ่าน วิทยุกระจายเสียง ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมาก สังเกตได้จากมีการแข่งขันในระหว่าง สถานีวิทยุต่าง ๆ ที่มีสูงมากขึ้น ซึ่งไม่ว่าจะด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ

เนื่องจากการแข่งขันในทางธุรกิจนั้น มีการแข่งขันกันสูงมาก โดยเฉพาะการแข่งขันใน ด้านกลยุทธ์ด้านการตลาดโดยเฉพาะการแข่งขันด้านการโฆษณาซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก การโฆษณานั้นถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งการโฆษณาจำต้องผ่านสื่อต่าง ๆ โดยแต่ละสื่อจะมี ลักษณะแตกต่างกันไป ทั้งด้านประสิทธิภาพ ด้านค่าใช้จ่าย ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามแต่ ประสิทธิภาพและปัจจัยต่าง ๆ ของชิ้นงานโฆษณา โดยสื่อโฆษณาจากวิทยุกระจายเสียงนั้นเป็นสื่อ ที่เข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก และมีมานาน

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อกลางอย่างหนึ่งที่จะเพิ่มการติดต่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภทแรกที่ถูกนำมาใช้ในประเทศไทย โดยมีการทดลองการกระจายเสียงตั้งแต่ พ.ศ. 2471 โดยจะเห็นได้ว่าเป็นสื่อที่มีความเก่าแก่ที่สุดใน ยุคนั้นกิจการวิทยุกระจายเสียงได้มีการจัดขึ้นด้วยความมุ่งหมายว่าจะส่งเสริมการศึกษา การค้าขาย และการบันเทิงแก่ประชาชนทั่วไป (อรรถณ เจริญถาวร 2542:93) จากข้อมูลของกองงาน คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ ระบุในรายงานรายชื่อสถานี วิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศปี 2545 ว่ามีจำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งในกรุงเทพมหานครและ ในภูมิภาครวมทั้งสิ้น 524 สถานีจำแนกเป็นกรุงเทพมหานคร 78 สถานีและในส่วนภูมิภาค 446 สถานี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคได้อย่างง่ายดาย มีความ

สะดวกในการเลือกรับฟัง ทั้งยังมีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ สถานีวิทยุกระจายเสียงมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้แต่ละสถานีวิทยุกระจายเสียงพยายาม แสวงหากลยุทธ์วิธีต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจกับผู้บริโภคให้คงการรับฟังสถานีแต่ละคลื่นให้นาน ที่สุด ด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ อาทิ ช่วงเวลาของการรับฟังข่าว การฟังเพลงกับการฟังเพลงให้นานและ ต่อเนื่องยิ่งขึ้น การ เลือกสปอนเซอร์ที่ตรงและเข้ากับกลุ่มเป้าหมาย และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เพิ่มความ สนใจและดึงดูดผู้บริโภคให้มากที่สุด

รายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 เป็นรายการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ฟังที่ ต้องการฟังเพลงอย่างต่อเนื่องและไม่มีโฆษณาคั่น เพื่อให้ขาดความเพลิดเพลิน และดีใจจะไม่พุด ขัดจังหวะการฟังเพลงของผู้ฟัง จึงจะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีรายการเพลงทางสถานีวิทยุจำนวนมากที่มี ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นแต่ละรายการจึงต้องหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อแข่งขันในการแย่งจำนวน ผู้ฟังให้ได้มากที่สุด ซึ่งนั่นก็หมายถึงรายการจะได้รับความนิยมและสปอนเซอร์ก็จะมากตาม ที่ ต้องการ

ด้วยเหตุที่กล่าวมาในข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือก รับฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้รายการเป็นที่นิยม และสามารถรักษานจำนวนผู้ฟัง อีกทั้งเพื่อพัฒนารูปแบบรายการหรือจัด กิจกรรมเพื่อให้ผู้ฟังเป็นที่พอใจในการจะเลือกรับฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ตลอดไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ฟังที่มีต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขต กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ฟัง ที่มีต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 โดยจำแนกตาม ลักษณะประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ สถานภาพสมรส
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 โดยจำแนกตามลักษณะ ประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ สถานภาพสมรส
5. เพื่อศึกษารูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีต่อ พฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับทัศนคติกับพฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ เวอรจิ้น ซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 นั้น จะเป็นแนวทางให้แก่ผู้ผลิตรายการวิทยุ โดยนำผลจากการวิจัยและข้อเสนอแนะไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้ฟังรายการ โดยผลจะทำให้รายการเป็นที่นิยมของผู้ฟังซึ่งจะทำให้มีผู้สนใจในการลงโฆษณาผ่านทางคลื่นเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 รวมถึงรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 จะได้จัดกิจกรรมต่างๆของทางรายการ เพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการ เพื่อที่จะรักษาความนิยมจากผู้ฟังรายการและเพิ่มจำนวนผู้ฟังให้มีจำนวนมากขึ้นในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และรับฟังรายการเวอรจิ้น ซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือกลุ่มผู้ฟังรายการเวอรจิ้นซอพท์เอฟเอ็ม 89.0 จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรไม่สามารถทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา(2545):26)

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ดี จึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) โดยมีด้วยกัน 3 ขั้นตอนดังนี้

1. สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) แบ่งพื้นที่ในกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มๆ โดยแบ่งตามเขตการปกครองของกรุงเทพ แบ่งได้เป็น 50 เขต หรือ 50 กลุ่ม
2. สุ่มตัวอย่าง แบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากมาจาก 50 เขต

เพื่อให้ได้มาซึ่ง 5 เขต ได้แก่ เขตบางนา เขตบางรัก เขตห้วยขวาง เขตปทุมวัน และเขตธนบุรี

3. สุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota) โดยจะไปแจกแบบสอบถามในเขตที่จับฉลากได้ในแต่ละเขต เขตละ 80 คน

4. สุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไปจัดเก็บข้อมูล ณ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำตามเขตที่จับฉลากได้

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

1.1.2 อายุ

- ต่ำกว่า 15 ปี
- 15-20 ปี
- 21-25 ปี
- 26-30 ปี
- 31-35 ปี
- 35 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพสมรส

- โสด
- สมรส / อยู่ด้วยกัน
- หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

1.1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

- ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
- อนุปริญญา / ปวส.

- ปริญาตรี
- สูงกว่าปริญาตรี

1.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท
- 5,001 – 10,000 บาท
- 10,001 – 15,000 บาท
- 15,001 – 20,000 บาท
- 20,001 – 25,000 บาท
- 25,001 บาทขึ้นไป

1.1.6 อาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- พ่อบ้าน / แม่บ้าน
- เจ้าของกิจการ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.2 รูปแบบการดำรงชีวิต

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

1. ทักษะติดต่อรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
2. พฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

นิยามศัพท์เฉพาะ

รายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

คือ รายการทางวิทยุกระจายเสียง โดยผ่านคลื่น เอฟเอ็ม ที่สถานี 89.0 MHz โดยรายการเน้นการเปิดเพลงแบบต่อเนื่อง แบบ Easy Listening โดยออกอากาศ วันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ ตลอด 24 ชั่วโมง

ผู้ฟัง

คือ ประชาชนผู้รับฟังรายการวิทยุ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติที่มีต่อรายการวิทยุ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

คือ ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านต่างๆ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบรายการ ลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และลักษณะกิจกรรมพิเศษต่างๆ ของรายการ เป็นรายการที่เปิดเพลงต่อเนื่อง มีโฆษณาน้อย ดีเจพูดน้อย มีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ที่น่าสนใจ มีของรางวัลที่ดึงดูดความสนใจผู้ฟังที่น่าสนใจ รวมถึงการเปิดรับสมัครสมาชิก เพื่อได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ

พฤติกรรมของผู้ฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

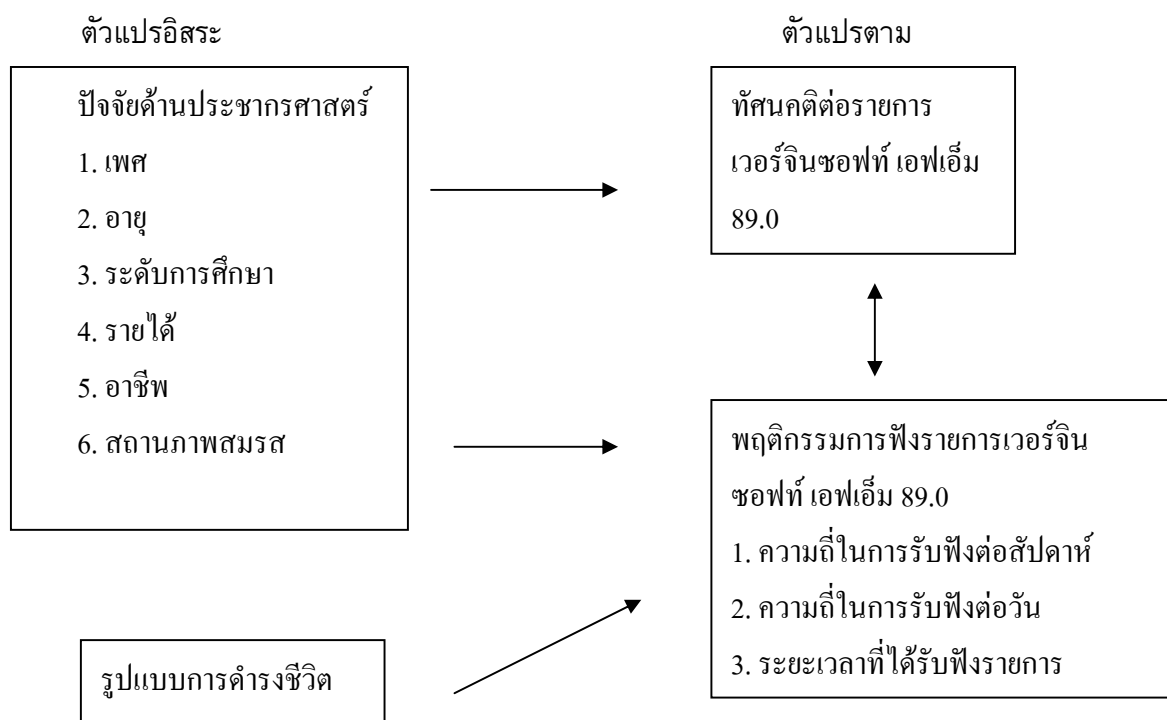
คือ ลักษณะการรับฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังว่าใช้ระยะฟังในเวลาใด ติดตามรายการมานานแค่ไหน รวมทั้งความถี่ในการฟังต่อสัปดาห์

รูปแบบการดำรงชีวิต

คือ ลักษณะของผู้ฟังรายการ ในการเลือกรับฟังเพลงในแบบใด หรือในสถานที่ใด

กรอบแนวคิดวิจัย

การศึกษาค้นคว้า ทักษะและพฤติกรรมของการฟังรายการเวอร้จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกรอบแนวความคิดดังนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีทักษะต่อการฟังรายการ เวอร้จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรฟังรายการเวอร้จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

3. ลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตที่ต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร้จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน
4. ทศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการฟังรายการเวอร้จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาและทำวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมของการฟังรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟ เอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบอ้างอิงในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
3. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์
4. ความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โฆษณา
6. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำรงชีวิต
7. ประวัติวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
8. รายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟ.เอ็ม 89.0
9. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541:141) ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดเห็นหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kettle.1997:188) หรือหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง(Stanton and Futrell. 1978:126) ทัศนคติเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อคามเอในขณะเดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อ ทัศนคติ จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อจะมีความสัมพันธ์กัน นักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าทัศนคตินั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไรและเปลี่ยนแปลงอย่างไร การเกิดของทัศนคตินั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือ เกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้าหรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น

ณรงค์ศักดิ์ จันทน์นวล (2527 : 666-668) ได้ศึกษาเรื่ององค์ประกอบของทัศนคติแล้วเสนอว่าทัศนคติทุกชนิดจะมีองค์ประกอบเหมือนกันอยู่ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งเป็นส่วนประกอบไปด้วยความรู้และการรับรู้ที่ได้มาโดยการผสมผสานระหว่างประสบการณ์ตรงและข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆ
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก คือการรู้สึกอะไร ทำอะไร อยู่ที่ไหน มีอะไรเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และความรู้สึกของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือตราสินค้าโดยเฉพาะ
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม เป็นองค์ประกอบที่มีแนวโน้มในทางปฏิบัติ และมักจะหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อของผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึก

ธงชัย สันติวงษ์ (2537 : 161-162) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล เป็นการจัดระเบียบของแนวคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ การจัดระเบียบดังกล่าว จะมีลักษณะที่รวมตัวขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินเป็นแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งเสมอ ถ้าเราสังเกตดูจะเห็นว่า มนุษย์ทุกคนที่ใช้ชีวิตผ่านไปวันต่อวันนั้น ทุกคนจะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆและเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ เสมอ และเขาจะมีกลไกอันหนึ่งที่จะทำการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา คนทุกคนจะมีระเบียบของแนวความคิดและความเชื่อต่อทุกสิ่ง เป็นไปได้ในทางหนึ่งทางใดในสองทางเสมอคือดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียด กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ คนทุกคนในโลกนี้จะไม่มีใครเลยที่มีใจเป็นกลาง เป็นพระอิฐพระปูน และเห็นทุกอย่างเหมือนกัน มีคุณค่าเท่ากัน เหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะ คนทุกคนต่างมีคุณลักษณะของสิ่งจูงใจ และอารมณ์ (Motivational and Emotional Characteristics) แตกต่างกันไปนั่นเอง

ลักษณะของทัศนคติ

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 106-107) ได้กล่าวว่า ลักษณะของทัศนคติ หมายถึงความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พอใจ หรือไม่พอใจที่มีสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พยายามหรือไม่พยายามทำอะไรบางอย่าง เช่นตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

K (Knowledge) เป็นการเกิดความรู้

A (Attitude) เป็นการเกิดทัศนคติ

P (Practice) เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้ว

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถ มีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วยแนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่นผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา

2. ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งสะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา ได้แก่ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม มีการตกลงว่าทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ซึ่งหมายความว่าทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลมาจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้จากคนอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน

3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลงมีแนวโน้มจะคงเส้นคงวา คือทัศนคติในทุกๆ เรื่องมีความสอดคล้องกันเป็นไปในทางเดียวกัน เช่น ถ้าเรื่องความอิสระเสรีก็จะไม่ชอบให้ใครบังคับและเมื่อใดที่สอดคล้องเขาจะเกิดความหงุดหงิด ถ้าไม่หงุดหงิด พฤติกรรมกับทัศนคติต้องสอดคล้องกันและมีผลต่อจิตใจมาก

4. ทัศนคติเกิดขึ้นจากสภาวะแวดล้อม ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้เหตุการณ์และสถานการณ์ที่สิ่งแวดล้อมถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ หมายถึงเหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะด้านเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมสถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติได้

แหล่งอิทธิพลซึ่งมีผลต่อการกำหนดทัศนคติ

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 108-110) กล่าวคือแหล่งอิทธิพลซึ่งมีผลต่อการกำหนดทัศนคติว่าการกำหนดทัศนคติต่อบุคคล สิ่งของ หรือความคิดใดความคิดหนึ่งนั้น ได้รับอิทธิพลจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. ประสบการณ์โดยตรงและประสบการณ์ในอดีต (Direct and Past Experience) ทัศนคติที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ จะได้รับอิทธิพลโดยตรงจากประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ตัวอย่างการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นประสบการณ์ตรงของผู้บริโภค ดังนั้น แม้ว่านักการตลาดจะใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดชี้ว่าผลิตภัณฑ์ที่เยี่ยมยอดเท่าไรก็ตาม แต่เมื่อผู้บริโภคได้ทดลองใช้กับตัวเอง แล้วพบว่าผลิตภัณฑ์มีปัญหาผู้บริโภคจะไม่ซื้อสินค้านั้นอีก

2. อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน (Influence of Family and Friends) ครอบครัวและเพื่อนเป็นแหล่งที่สำคัญต่อการสร้างค่านิยมและความเชื่อถือของบุคคล ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าโดยเฉพาะในวัยเด็กและวัยรุ่น

3. การตลาดแบบเจาะจง (Direct Marketing) เป็นวิธีการซึ่งนักการตลาดใช้เครื่องมือสื่อ

สารการตลาดเจาะกลุ่มเป้าหมายส่วนเล็ก เพื่อให้เกิดการตอบสนองที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น การใช้จดหมายตรงอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ เป็นต้น เครื่องมือนี้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์ได้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละบุคคล และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดผลกระทบได้ดีกว่าการตลาดมวลชน

4. การเปิดรับสื่อมวลชน (Exposure to Mass Media) เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สื่อเหล่านี้เป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติ

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

(Solomon, 1996 : 5) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษากระบวนการต่าง ๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคล เข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วยเรื่องการค้า การซื้อ หรือการบริโภคสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อสนองความต้องการและความปรารถนาต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจ

(Mowen and Minor, 1998 : 5) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงหน่วยการซื้อ และ กระบวนการแลกเปลี่ยนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การบริโภค การจำกัดทั้งที่เกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสบการณ์ และความคิด

แองเกิล, แบล็คเวล และ มินนาร์ด (Engel, Blackwell and Miniard. 1993 : 5) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล เมื่อทำการประเมิน (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

สตีฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk. 1994 : 7) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในการผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539 : 5) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่าง ๆ เหล่านั้น

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลในการสรรหา คัดเลือก และตัดสินใจซื้อ เพื่อให้มาซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งเกิดจากทัศนคติ การรับรู้ การเรียนรู้ และเหตุผลส่วนบุคคล และยังเกิดจากสภาพการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของบุคคล

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior)

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการนั้น เพื่อที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้นเราจึงต้องศึกษาว่าสินค้าหรือบริการที่น่าเสนอขายนั้น ใครคือลูกค้าเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคจะซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Who) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้ออย่างไร (How) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.2.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in target market?) เป็นการทราบถึงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ ของกลุ่มเป้าหมายว่ามีคุณลักษณะอย่างไร

1.2.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นการทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) เช่น ความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)

1.2.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นการทราบถึงวัตถุประสงค์ (Objectives) ของผู้บริโภค โดยจะต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล

1.2.4 ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ในการซื้อ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ และผู้ใช้

1.2.5 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นการทราบถึงโอกาสซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน เป็นต้น

1.2.6 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นการทราบถึงช่องทาง หรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงพยาบาล เป็นต้น

1.2.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นการทราบถึง ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะอื่น ๆ. 2539 : 107-108)

ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ในปัจจุบัน การดำเนินการด้านการตลาดจำเป็นต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดจึงมุ่งวิจัยศึกษาผู้บริโภคในทุก ๆ ด้านเท่าที่ทำได้ เพื่อให้ทราบว่า ผู้บริโภคต้องการอะไร คิดอย่างไร ซื้ออะไร ซื้อที่ไหน เมื่อไร มีกิจกรรมอะไร ใครเป็นผู้ใช้สินค้า ฯลฯ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดในหลาย ๆ ด้าน ความรู้เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นความได้เปรียบด้านการแข่งขัน นักการตลาดจึงต้องพยายามทำความเข้าใจถึงจิตใจ ความต้องการ พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภค จึงทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมแสดงสินค้า จำเป็นต้องศึกษาและมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของกลุ่มลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง (Competitive advantage) ตลอดจนสามารถปรับใช้กลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของตนได้อย่างเหมาะสม

1. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

ประชากร หมายถึง บุคคลหรือมนุษย์ หรือจำนวนคน จำนวนมนุษย์ที่อาศัยและดำเนินชีวิตในพื้นที่ต่าง ๆ ตั้งแต่หมู่บ้าน ชุมชน เมืองประเทศ และโลก

ศาสตร์ หมายถึง จึงเป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ในด้านพฤติกรรมทางประชากร และการเปลี่ยนแปลงในปรากฏการณ์ทางประชากร ซึ่งคำว่าประชากรศาสตร์นี้มาจากคำภาษาอังกฤษ คือ เดมโมกราฟี โดยที่เดมโม มีความหมายถึงคนหรือพลเมือง ส่วนคำว่า กราฟี หมายความว่า การศึกษา การแสวงหาความรู้หรือศาสตร์นั่นเอง ดังนั้น จึงเป็นการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับคน นอกจากนี้ยังมีคำภาษาอังกฤษอีกคำ คือ คำว่า ปอปปิวเลชันส์ดี ที่ซึ่งก็มีความหมายถึงการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับคน โดยอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยทาง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และปัจจัยอื่น ๆ

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2529:312) ได้สรุปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะครอบครัว เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลแตกต่างกัน โดยที่ความแตกต่างกันนี้จะส่งผลต่อการสื่อสาร ดังนี้

1. อายุ (Age) เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการสื่อสาร ความพอใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ผลการวิจัยของ ซี เมเปิ้ล (C.Maple) และไอ แอล เจนิส และดีไรฟ์ (I.L.Janis and D. Rife) สรุปว่าการชักจูงใจหรือโน้มน้าวใจของคนจะยากง่ายขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น

2. เพศ (Sex) มีงานวิจัยหลายชิ้นตอนที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างของเพศชายและหญิงที่ต่างกันจะส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน เช่น การวิจัยเกี่ยวกับการภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่นพบว่าเด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ส่วนเด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มากที่สุด แต่ก็มียงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงว่าชายและหญิงมีการสื่อสารและรับสื่อไม่ต่างกัน

3. การศึกษา (Education) เป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสารดังงานวิจัยหลายชิ้นที่ว่า การสื่อสารของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสาร ไม่ค่อยเชื่ออะไรรูๆ และมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มาก เป็นต้น

4. ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Social and Economic Status) หมายถึงอาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีงานวิจัยหลายชิ้นที่พิสูจน์แล้วพบข้อสรุปดังกล่าว

ปรมะ สตะเวทิน (หลักนิเทศศาสตร์. 2533) กล่าวว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างๆ ร่วมกัน ย่อมจะมีทัศนคติและพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น ได้แก่

1. อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก สาเหตุที่มีความแตกต่างกันเนื่องมาจากคนที่ต่างรุ่นต่างวัยกันมีประสบการณ์ชีวิตแตกต่างกัน จึงทำให้มีทัศนคติความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อนวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง ในการฟังวิทยุก็เช่นกันคนที่อายุมากมักจะฟังรายการที่หนักๆ ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่

2. เพศ ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัวเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมายและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมาก และมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหรือเรื่องราวที่หนักๆ เช่น อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

4. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอโดยทั่วไปแล้ว คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

ลักษณะทางประชากรและสังคมเศรษฐกิจ

ลักษณะทางประชากรและสังคมเศรษฐกิจของผู้บริโภคนั้นมีความสำคัญในการบริหารงานของนักการตลาด ตลอดจนนักสื่อสารต่าง ๆ ด้วย จัดเป็นลักษณะข้อมูลปฐมภูมิที่นักการตลาดต้องตัดสินใจ เช่น เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพการแต่งงาน ฯลฯ เนื่องจากปัจจัยพื้นฐานอย่างหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการของ(บริโภค) นักการตลาดได้ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เพื่อใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด

4. ความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรมผู้บริโภค

เตรียนดิส (อุษา ลิ้มปธนโชติ 2545 : 12-13 อ้างอิงจาก Triandis) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการปฏิบัติของมนุษย์เป็นผลมาจาก ทัศนคติ (Attitude) บรรทัดฐานของสังคม (Normes) นิสัย (Habits) และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากพฤติกรรมนั้นแล้ว (Expectancies about Reinforcement) ดังนั้น ทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมการแสดงออกของพฤติกรรมของบุคคล และขณะเดียวกันการแสดงออกหรือการปฏิบัติของบุคคลก็มีผลต่อทัศนคติของบุคคลนั้นๆ ด้วย โดยทั่วไปแล้ว เชื่อกันว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติ ถึงแม้ว่านักการสื่อสารและนักจิตวิทยาหลายท่านจะเห็นว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม แต่จากผลงานวิจัยทางสังคมวิทยาส่วนใหญ่หลายสิบปีที่ผ่านมา พบว่า ตัวแปร ทัศนคติและพฤติกรรมการปฏิบัตินั้นมีความสัมพันธ์กันน้อยหรือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย ซึ่งนักจิตวิทยาพยายามหาเหตุผลต่างๆ เพื่อจะเป็นข้อ

โต้แย้งที่ข้อมูลจากการวิจัยไม่ได้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่า การปฏิบัติ หรือ พฤติกรรมเป็นผลมาจากทัศนคติ

โกธานดาพานี (Kothandapani) ได้สรุปเหตุผลของความล้มเหลวในการคาดคะเน หรือ ทำนายพฤติกรรมจากข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากสาเหตุต่อไปนี้

- คำจำกัดความของทัศนคติไม่ถูกต้อง เช่น อาจมองทัศนคติในแง่ความรู้สึกอย่างเดียว ซึ่งความรู้สึกอย่างเดียวไม่ได้เป็นตัวทำนายที่แน่นอนของพฤติกรรมหรือการปฏิบัติ
- เราอาจจะวัดทัศนคติของบุคคลที่มีต่อบางสิ่งบางอย่างไม่เหมาะสม ซึ่งอาจเกิดจากการใช้เครื่องมือที่ไม่เหมาะสมในการวัดทัศนคติและการปฏิบัติ

สุทรินันท์ เชื้อแก้ว (2545 : 19) จากองค์ประกอบของทัศนคติและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับทัศนคติพบว่าทัศนคติและพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กันโดยที่ทัศนคติจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมว่าผู้บริโภคมียพฤติกรรมอย่างไร การใช้ทัศนคติทำนายพฤติกรรมนั้น แต่มีการวิจัยหลายๆ ชิ้นที่ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมนั้นมิได้เกิดขึ้นตามทัศนคติเสมอไป เนื่องจากว่าการวัดความสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับตัวแปรต่างๆ ดังนี้

1. ข้อจำกัดต่างๆ ของผู้บริโภค หมายความว่า ในขณะที่วัดทัศนคติของผู้บริโภคอยู่นั้น ผู้บริโภคจะตอบโดยที่มิได้คิดถึงข้อจำกัดต่างๆ ว่าตนเองจะสามารถมีพฤติกรรมดังนั้นได้หรือไม่
2. การกระทำที่ต้องการจะวัดควรจะชัดเจนและแน่นอนว่าต้องการจะดูการกระทำใดๆ ของบุคคลนั้นๆ เช่น การใช้ การซื้อ การขอยืม หรืออื่นๆ เพราะทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์อาจแปลงออกมาได้เป็นการกระทำมากมายขึ้นอยู่กับว่าขณะนั้นต้องการจะวัดการกระทำแบบใด
3. เป้าหมาย นั่นคือ ผลลัพธ์ที่ต้องการจะวัดทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อผลลัพธ์นั้นๆ ซึ่งอาจจะเป้าหมายโดยทั่วๆ ไปหรือ อาจจะเป็นเป้าหมายที่ชี้เฉพาะได้ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมที่มีรูปแบบที่ต่างกัน โดยอาจจะสอดคล้องกับทัศนคติหรือไม่ก็ได้
4. เวลา เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมและทัศนคติอาจเปลี่ยนแปลงไปด้วย สภาพการณ์และสิ่งแวดล้อม มีผลทำให้พฤติกรรมเบี่ยงเบนไป เช่น อิทธิพลคนรอบข้าง หรือเกิดสถานการณ์ใดที่ไม่คาดคิดขึ้น ทำให้ต้องแสดงพฤติกรรมที่อาจไม่สอดคล้องกับทัศนคติขึ้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งที่กระทำได้ยาก ดังนั้นผู้ขายจึงต้องพยายามค้นหาว่า ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายใน

ของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ทราบถึงสาเหตุและปัจจัยที่สำคัญ อะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ หรือการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึนึกคิดของผู้บริโภค ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มี อิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล และด้านจิตวิทยา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 130-141) ; (อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ. 2543 : 17-19)

1.4.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่อง ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้น จะต้องอาศัยกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวและสถาบันต่าง ๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีความสนใจที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องเล็งเห็นถึงความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปแต่ละคน ขึ้นอยู่กับรากฐานทางวัฒนธรรมที่หล่อหลอมกันมา โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้ ดังนี้

1.4.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อ และพฤติกรรมการซื้อของบุคคล เช่น ลักษณะนิสัยคนไทย ซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมจากสังคมไทยทำให้มีลักษณะเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อบุคคลทั่วไป ชอบความสนุกสนาน

1.4.1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) เกิดลักษณะพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ ลักษณะของเผ่าพันธุ์ของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ เชื้อชาติ ศาสนา สีมืด ภูมิภาค ประเทศ อาชีพ ฯลฯ ที่ต่างกันออกไป ทำให้ข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมของคนแต่ละกลุ่มจึงมีความแตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อชีวิต ความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการดำรงชีวิต ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อแตกต่างกัน และภายในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

1.4.1.3 ชั้นทางสังคม (Social class) เป็นการแบ่งสมาชิกออกเป็นระดับฐานะที่ต่างกัน หรือเป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคม จากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ รายได้ ฐานะ ชาติตระกูล ตำแหน่งงาน ฯลฯ ซึ่งการศึกษาถึงลักษณะบุคคลนี้เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดส่วนผสมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของชนชั้นในสังคมได้อย่างถูกต้อง โดยชนชั้นทางสังคมแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ชนชั้นสูง (Upper class) ชนชั้นกลาง (Middle class) ชนชั้นล่าง (Lower class) ชั้นทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยอาจเลื่อนไปอยู่ในชั้นสังคมที่สูงกว่า หรือเลื่อนมาอยู่ในชั้นทางสังคมที่ต่ำกว่าได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในรายได้ อาชีพตำแหน่งงาน เช่น เมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น ย่อมแสวงหาการบริโภคที่ดีขึ้น

1.4.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ลักษณะทางสังคมสามารถแบ่งได้ ดังนี้

1.4.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยม ของบุคคล กลุ่มอ้างอิงสามารถแบ่งได้ 2 ระดับ คือ

1.4.2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท ญาติ

1.4.2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบัน บุคคลต่าง ๆ ในสังคม กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่ม ทางด้านการเลือกพฤติกรรมและการดำเนินชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวคิดส่วนบุคคล เนื่องจาก บุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่าง ๆ จากกลุ่ม อิทธิพล

1.4.2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือมีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล

1.4.2.3 บทบาทและสถาน (Roles and status) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่นครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันใน แต่ละกลุ่มเป็นการที่จะจูงใจให้ผู้บริโภค ตัดสินใจในการซื้อสินค้า

1.4.3 ปัจจัยส่วนบุคคล(Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจาก ลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้

1.4.3.1 อายุ(Age) อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน

1.4.3.2 วงจรชีวิตครอบครัว(Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิต ของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรม การซื้อ ที่แตกต่างกัน วงจรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภค แตกต่างกันไป

1.4.3.3 อาชีพ(Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความ จำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

1.4.3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ(Economic circumstances) หรือรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาส เหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

คนมีรายได้ต่ำ กิจกรรมต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิตและคลังสินค้าคงคลัง และวิธีการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนเวียน

1.4.3.5 การศึกษา(Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้ม จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

1.4.3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า(Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต(Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต(Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของ กิจกรรม(Activities) ความสนใจ(Interests) ความคิดเห็น(Opinions)

1.4.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรม การซื้อหรือการใช้บริการ

1.4.4.1 การจูงใจ (Motivation) เป็นสิ่งที่เกิดภายในตัวบุคคล และอาจเกิดจากผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความ ต้องการ (Need) และตอบสนองมาในรูปพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งรายละเอียดได้กล่าวไว้ในเรื่อง ทฤษฎีการจูงใจแล้ว

1.4.4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลตีความและรับรู้ข้อมูล เริ่มจากบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น จากประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ เห็น ได้ยิน กลิ่น สัมผัส และรส แต่ละคนจะเกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับ ความเชื่อ ลักษณะทางกายภาพของสิ่งเร้าต่างๆ ความสัมพันธ์ของสิ่งเร้ากับสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น เงื่อนไขของแต่ละบุคคล ซึ่งบุคคลมีความ ต้องการ ทศนคติ ค่านิยม และสิ่งจูงใจที่แตกต่างกัน

1.4.4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และเกิดการตอบสนอง (Response) เช่น ผู้เรียนได้รับสื่อโฆษณาจากใบปลิว เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกว่ายากเข้าชมงานแสดงสินค้างานนี้ เป็นต้น การเรียนรู้จะเกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์

1.4.4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เช่น ถ้าต้องการซื้อยานยนต์ที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ ก็จะสามารถหาซื้อได้ที่งาน มอเตอร์โชว์

1.4.4.5 ทศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทศนคติเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความเชื่อ ในขณะที่ความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทศนคติ โดยที่ทศนคติก่อตัวขึ้นมาจากประสบการณ์ และส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือชี้แนะต่อพฤติกรรม ซึ่งเป็นการประเมินความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในแนวทางที่ชอบ ไม่ชอบ พอใจ หรือไม่พอใจ ซึ่งทศนคติในตัวบุคคลเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยากมีผลทำให้พฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นค่อนข้างคงที่ โดยเฉพาะทศนคติที่มีต่อสถาบันที่มีชื่อเสียง จะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เรียนและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

5. ทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โฆษณา

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2539: 4-5) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ว่าการประชาสัมพันธ์ มาจากคำว่า ประชา กับ สัมพันธ์ ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Public Relations ตามคำศัพท์คำนี้หมายถึงการมีความสัมพันธ์เกี่ยวกับประชาชน การติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน ความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการกระทำสิ่งที่ดี มีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านั้นเกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรม และบริการ เพื่อจะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านั้นในระยะยาว

วิรัช ลภีรัตนกุล (2538 : 2) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสัมพันธ์กับประชาชน หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อการชักจูงประชามติด้วยการติดต่อสื่อสารเพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย เกิดความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การประชาสัมพันธ์ไม่เป็นเพียงแค่งานการเผยแพร่ แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธ์ภาพกลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงาน หรือ องค์กร สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 12-14) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์คือ วิธีการในการกำหนดสาธารณมติ งานการประชาสัมพันธ์จะเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของชุมชน ในการพัฒนากลยุทธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีจุดมุ่งหมายสำคัญในใจ 2 ประการคือ

1. รักษาความคิดเห็นเชิงบวก (ความรู้สึกที่ดี) เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีของพนักงานและชุมชนต่อองค์การกล่าวคือถ้าองค์การต้องการให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ นอกจากองค์การจะต้องอาศัยพนักงานซึ่งมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์การแล้วจะต้องทำให้ชุมชนพอใจด้วย

2. แก้ไขความคิดเห็นที่ไม่เป็นมิตร การประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่คือ จัดการให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ทำให้องค์การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้โดยสะดวก นักประชาสัมพันธ์จะทำการสื่อสารกับบุคคลทั่วไปทั้งภายในองค์การและภายนอกองค์การเพื่อขจัดความรู้สึกที่ไม่เป็นมิตรให้หมดไป พัฒนาความสัมพันธ์ที่ดี และทำให้เป้าหมายขององค์การสอดคล้องและกลมกลืนกับความคาดหวังของสังคม เกิดการแลกเปลี่ยนและความเข้าใจระหว่างองค์การและสาธารณชน

6. แนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำรงชีวิต

ความหมายและแนวความคิดเกี่ยวกับค่านิยม

ราตรี พัฒนรังสรรค์ (2544 : 50-52) ได้ให้ความหมายของคำว่าค่านิยมไว้ว่า สิ่งที่คนสนใจปรารถนาจะเป็นหรือกลับกลายมาเป็นสิ่งที่คนถือว่าต้องปฏิบัติ เป็นสิ่งที่คนบูชายกย่องและมีความสุขที่จะเห็น ได้ฟัง ได้เป็นเจ้าของ ค่านิยมจึงเป็นวิถีของการจัดรูปความประพฤติ ที่มีความหมายต่อบุคคล จะเป็นแบบฉบับความคิดที่ฝังแน่นสำหรับยึดถือและปฏิบัติตนในสังคมและชีวิต หรือเลือกปฏิบัติเมื่อเผชิญกับเหตุการณ์และสถานการณ์นั้น ค่านิยมจึงรวมถึงจุดมุ่งหมายหรือความต้องการในชีวิตและสิ่งที่บุคคลชอบ

ราตรี พัฒนรังสรรค์ (อ้างถึง สุรางค์ โคว์ตระกูล 2541 : 368-369) ได้กล่าวถึงลักษณะค่านิยมไว้ดังนี้

1. ค่านิยมเป็นสิ่งที่เรียนรู้
2. ค่านิยมเป็นแรงจูงใจที่จะผลักดันให้บุคคลแสดงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ค่านิยมมักจะเป็นค่านิยมที่กลุ่มคนในสังคมยึดถือว่าสำคัญ ดังนั้นจึงมีผู้แบ่งค่านิยมเป็นประเภทต่างๆ 6 ประเภทดังนี้
 - 3.1 ค่านิยมทางทฤษฎี หมายถึง หลักการและความจริง ซึ่งมักจะยึดถือโดยนักวิทยาศาสตร์
 - 3.2 ค่านิยมทางเศรษฐกิจ หรือความมั่งคั่ง มักจะถือโดยผู้เสียงโชคที่หวังจะร่ำรวย
 - 3.3 ค่านิยมทางสุนทรียภาพ เป็นค่านิยมของผู้ที่แสวงหาความงามตามธรรมชาติ เช่น พสกิลปิน นักแต่งเพลง

- 3.4 ค่านิยมทางการเมืองหรืออำนาจนิยม ซึ่งจะเป็นค่านิยมของบุคคลที่ต้องการอำนาจควบคุมผู้อื่น
 - 3.5 ค่านิยมทางสังคมหรือสวัสดิการ เพื่อคนอื่นซึ่งเป็นค่านิยมของนักมนุษยธรรมและนักสังคมสงเคราะห์
 - 3.6 ค่านิยมทางศาสนา เป็นค่านิยมของบุคคลที่แสวงหาหลักการที่จะทำให้มนุษย์อยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข
 4. ค่านิยมประกอบตัวขององค์ประกอบ 3 อย่างคือองค์ประกอบเชิงอารมณ์ความรู้สึก องค์ประกอบเชิงพุทธิปัญญาหรือการรู้จัก และองค์ประกอบเชิงพฤติกรรม
 5. ค่านิยมเปลี่ยนแปลงได้แต่ยากกว่าการเปลี่ยนทัศนคติ เพราะค่านิยมค่อนข้างรุนแรง ชับซ้อนและมักจะมีการให้คำมั่นผูกมัดตนเองและพยายามที่จะแสดงออกให้ผู้อื่นทราบ
 6. ค่านิยมเปลี่ยนแปลงตามชุมชน สังคมและวัฒนธรรม ที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก เช่น ค่านิยมการเกรงใจเป็นค่านิยมที่เป็นเอกลักษณ์ของคนไทย แต่ค่านิยมอื่นๆ เช่น การเคารพผู้อาวุโสเป็นค่านิยมที่ร่วมกับบุคคลที่อยู่ในประเทศที่มีวัฒนธรรมทางตะวันออก เช่น ประเทศญี่ปุ่น
- ราตรี พัฒนรังสรรค์ (อ้างถึง คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ : 2533) ได้แบ่งประเภทของค่านิยมไว้ 6 ประเภทคือ
1. ค่านิยมเกี่ยวกับตนเอง
 2. ค่านิยมเกี่ยวกับหมู่คณะ
 3. ค่านิยมเกี่ยวกับสังคม
 4. ค่านิยมเกี่ยวกับชาติ
 5. ค่านิยมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
 6. ค่านิยมเกี่ยวกับมนุษยชาติ
- ข้อแตกต่างระหว่างทัศนคติ (เจตคติ) กับค่านิยม สรุปได้ดังนี้
1. ค่านิยม เป็นความเชื่อเดียว แต่เจตคติ เป็นองค์รวมของหลายความเชื่อ ที่มีต่ออัตราเป้าหมาย
 2. ค่านิยม แสดงออกต่อวัตถุเป้าหมายหลายอย่าง ส่วนเจตคติเป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อวัตถุเป้าหมายเฉพาะ
 3. ค่านิยมเป็นเกณฑ์มาตรฐานสำหรับประพฤติปฏิบัติ ส่วนเจตคติไม่ใช่เกณฑ์มาตรฐาน เป็นไปตามความพอใจหรือไม่พอใจของผู้ประเมิน

4. ค่านิยมมีจำนวนความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ตนปรารถนาและเป้าหมายแห่งชีวิตตามบุคคลเรียนรู้มา แต่เจตคติได้มาจากการเรียนรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เกี่ยวกับสิ่งของและสถานการณ์แต่ละกรณีโดยเฉพาะจึงมีจำนวนมากกว่าค่านิยม
5. ค่านิยมเป็นแกนกลางของบุคลิภาพมากกว่าเจตคติ ค่านิยมจึงกำหนดเจตคติและพฤติกรรมดังที่นักจิตวิทยากล่าวไว้ว่า “เจตคติเป็นการแสดงออกซึ่งค่านิยม”
6. ค่านิยมเป็นแนวความคิดที่เป็นพลวัต (Dynamic) มากกว่าเจตคติ และมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจส่วนเจตคติไม่ได้เป็นตัวผลักดันที่เป็นพื้นฐานหลักของพฤติกรรม

สรุปได้ว่า ค่านิยม หมายถึง แนวความคิด ความเชื่อ ความต้องการและความรู้สึกที่เกิดขึ้นในจิตใจมนุษย์ รวมทั้งการกระทำที่บุคคลยึดถือและนำไปปฏิบัติ

7. ประวัติวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

วิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย เริ่มมีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2470 ด้วยพระราชดำริของพลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน เสนบดีกระทรวงคมนาคม พระองค์ทรงนำเครื่องส่งวิทยุโทรศัพท์ขนาดกำลังส่ง 200 วัตต์มาตั้งที่วังตอกบ้านไม้ ถนนหลวง โดยทดลองส่งเสียงพูดและเสียงดนตรี และให้กองช่างวิทยุกรมไปรษณีย์โทรเลขทดลองส่งวิทยุกระจายเสียง ด้วยเครื่องส่งวิทยุโทรศัพท์แบบเดียวกัน จากตึกกรมไปรษณีย์โทรเลข วัดเลียบ ปากคลองโอ่งอ่าง การทดลองส่งวิทยุกระจายเสียงในสมัยเริ่มแรกนี้ใช้ความถี่สูง ซึ่งเรียกว่าคลื่นสั้น มีความยาวคลื่นประมาณ 37 เมตร และได้เริ่มเป็นงานประจำของกองช่างวิทยุ กรมไปรษณีย์โทรเลข ตั้งแต่วันที่ 31 พฤษภาคม 2471 ใช้สัญญาณเรียกขานประจำสถานีวิทยุกระจายเสียงทดลองนี้ว่า 4 พีเจ (HS 4 PJ)

ต่อมากองช่างวิทยุ กรมไปรษณีย์โทรเลข ได้ย้ายกิจการส่งวิทยุกระจายเสียงทดลองจากตึกกรมไปรษณีย์โทรเลขหลังเก่าหน้าวัดเลียบไปดำเนินการที่สถานีวิทยุศาลาแดง และเปลี่ยนใช้ความยาวคลื่น 29.5 เมตร กำลังส่ง 500 วัตต์ ใช้สัญญาณเรียกขานประจำสถานีว่า 2 พีเจ. (HS 2 PJ)

เมื่อการรับฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นที่นิยมแพร่หลายในหมู่ประชาชนมากขึ้น กองช่างวิทยุ กรมไปรษณีย์โทรเลข จึงจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงขึ้นที่บริเวณทุ่งนา หน้าวังพญาไท เพื่อใช้ส่งวิทยุกระจายเสียงโดยเฉพาะ และดัดแปลงใช้ห้องวังพญาไทเป็นห้องส่งดนตรี ห้องแสดงพระบรมเทศนา และบรรยายกับห้องสำหรับผู้ประกาศวิทยุกระจายเสียง เครื่องส่งวิทยุกระจายเสียงใหม่นี้เป็นเครื่องสั่งซื้อจากต่างประเทศที่มีกำลังส่ง 2,500 วัตต์ ใช้ความยาวคลื่น 350 เมตร และประกาศชื่อสถานีว่า “สถานีวิทยุกรุงเทพฯที่พญาไท” (Radio Bangkok at Phayathai)

8. รายการเวอรจิ้นซอฟต์แวร์ เอฟ.เอ็ม 89.0

บริษัท เวอรจิ้น บีอีซี เทโร เรดิโอ จัดตั้งเมื่อ ปี 2545 โดย เรดิโอ เอเชียและ บีอีซี เทโร เอนเทอร์เทนเมนต์ ซึ่งต่อมาก็คือบริษัทย่อยของ บีอีซี เวิลด์ (มหาชน) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เครือข่ายด้านสื่อสารที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยที่เวอรจิ้น บีอีซี เทโร เรดิโอ ได้ทำสัญญากับ ยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บีอีซี เวิลด์ (มหาชน) จำกัด และบีอีซี เวิลด์ (มหาชน) จำกัด เพื่อจัดรายการวิทยุและที่ปรึกษาด้านการบริการต่างๆ โดยมีสถานีวิทยุ 4 สถานี ตามที่ ยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น ได้ใบอนุญาตในการออกอากาศ ซึ่งสถานีทั้ง 4 ได้แก่ สถานี Vergin Soft 89.0 MHz Vergin Hitz 95.5 MHz Smooth 105.0 MHz Easy FM. 105.5 MHz โดยแต่ละรายการจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันเพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัย โดยในที่นี้จะกล่าวถึง สถานี Vergin Soft F.M. 89.0 MHz จะเป็นรายการเพลงที่เปิดเพลงไทยสากลโดยเน้นเปิดเพลงแบบต่อเนื่อง 50 โดยไม่มีโฆษณาขึ้น โดยเพลงที่เปิดจะเป็นเพลงไทยสากลที่เป็นที่นิยม โดยแนวเพลงเป็นลักษณะแบบเพลงฟังง่าย (Easy Listening) โดยรายการจะมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายของผู้ฟังที่มีอายุระหว่าง 15 ถึง 35 ปี

9. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หัวข้องานวิจัยที่สามารถนำมาอ้างอิงได้มีดังต่อไปนี้ คือ

ชุดภา ปุณณะหิตานนท์ ศึกษาเรื่อง “การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนฟร็อบเบลล์ม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกกะเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยสำรวจพบว่า กลุ่มผู้ฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลล์ม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 18-24 และเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท โดยรับฟัง 3-4 วันต่อสัปดาห์ และใช้เวลารับฟังรายการน้อยกว่า 3 ชั่วโมง ต่อวัน โดยฟังรายการเพราะช่วยผ่อนคลายเครียดจากภารกิจต่างๆ ในชีวิตประจำวันเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ฟังรายการเพราะทำให้ได้รับความบันเทิงและเพลิดเพลิน และฟังรายการเพื่อช่วยคลายความเบื่อหน่ายตามลำดับ

จระไน แกลโกศล ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ที่ฟังวิทยุเป็นประจำทุกวันมีมากถึง 45% ผู้ฟังที่ฟังเกือบทุกวันมีประมาณ 27% ผู้ที่ฟังเพียงบางครั้งบางครามีประมาณ 21% และผู้ที่ฟังเฉพาะวันหยุดมีเพียง 4% รายการวิทยุที่ผู้ฟังชอบฟังมากที่สุดคือ รายการเพลงไทยสากล รองมาคือ รายการข่าว และรายการข่าว และรายการเพลง

ลูกทุ่ง ตามลำดับ สำหรับสิ่งที่ผู้ฟังต้องการให้มีในรายการวิทยุ ได้แก่ ความต้องการให้มีเพลงมากมาย ความต้องการด้านข่าว ความต้องการด้านสาระ ความรู้ เป็นต้น

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการ สันทนา 45 นาที สันทนาปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทาง ประชากรและพฤติกรรมกรรมการรับชม ทศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ ผล การศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับทศนคติต่อรายการ ส่วนระดับ การศึกษาและรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ส่วนพฤติกรรมกรรมการรับชมมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบ เนื้อหา และระยะเวลาออกอากาศ

พรนภา แก้วลาย ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการ รับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการ กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังในลักษณะบังเอิญหมุนแล้วเจอ แต่ถ้าฟังแล้วจะ ตั้งใจฟังจนจบ และเพศเป็นตัวแปรเดียวที่มีความมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการรับฟังข่าวต้น ชั่วโมง กล่าวคือ เพศชายมีแนวโน้มที่จะรับฟังรายการมากกว่าเพศหญิง ส่วนความพึงพอใจในการ รับฟังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการรับฟังข่าวต้นชั่วโมง

พันโทหญิงเนาวรัตน์ โรจน์วิทยา ได้ศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งรับฟังรายการบ่อย โดยรับ ฟังที่บ้านมากที่สุด ลักษณะการรับฟังวิทยุนั้นฟังโดยมีวิทยุเป็นเพื่อน โดยไม่ได้สนใจว่าเป็นรายการ อะไร และกลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งมีทัศนคติโน้มเอียงในทางบวกต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย และมีความ พึงพอใจในรายการ และมีการนำเสนอเนื้อหาที่ฟังไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ ผลการศึกษายัง พบว่า เพศชายรับฟังรายการมากกว่าเพศหญิง และกลุ่มผู้มีอายุมากจะฟังรายการมากกว่าผู้มีอายุน้อย และผู้ที่มีอายุ 29 ปี และสูงกว่า 50 ปี ทัศนคติโน้มเอียงในทางบวกมากกว่าผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี ผู้ที่มีการศึกษาต่ำจะมีทัศนคติต่อรายการโน้มเอียงในทางบวกมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และรับฟังรายการเวอรจิ้น ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือกลุ่มผู้ฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์เอฟเอ็ม 89.0 จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา (2545):26)

คำนวณจากสูตร

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ	n	แทน	จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
	p	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดสุ่ม
	Z	แทน	ระดับความมั่นใจ ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ 0.5)
	e	แทน	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดได้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย กำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.5% ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5%

$$\text{ดังนั้น } n = \frac{(0.5) (1-0.5) (1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 4% ของกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง สำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการเก็บหลายขั้นตอน

วิธีการสุ่มตัวอย่างจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ดังนี้ (Multi Stage Sampling)

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) แบ่งพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มๆ โดยแบ่งตามเขตปกครองของกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 50 เขต หรือ 50 กลุ่ม ได้แก่

เขตคลองสาน	เขตทวีวัฒนา	เขตบางซื่อ	เขตพระนคร
เขตคลองเตย	เขตทุ่งครุ	เขตบางนา	เขตพระโขนง
เขตคลองสามวา	เขตธนบุรี	เขตบางบอน	เขตภาษีเจริญ
เขตคันนายาว	เขตบางกะปิ	เขตบางพลัด	เขตมีนบุรี
เขตจตุจักร	เขตบางกอกน้อย	เขตบางรัก	เขตยานนาวา
เขตจอมทอง	เขตบางกอกใหญ่	เขตบึงกุ่ม	เขตราชเทวี
เขตดอนเมือง	เขตบางขุนเทียน	เขตปทุมวัน	เขตราชบุรี
เขตดินแดง	เขตบางเขน	เขตประเวศ	เขตลาดกระบัง
เขตดุสิต	เขตบางคอแหลม	เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	เขตลาดพร้าว
เขตตลิ่งชัน	เขตบางแค	เขตพญาไท	เขตวังทองหลาง
เขตวัฒนา	เขตสะพานสูง	เขตสาทร	เขตสายไหม
เขตสัมพันธวงศ์	เขตสวนหลวง	เขตหนองจอก	เขตหนองแขม
เขตหลักสี่	เขตห้วยขวาง		

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) โดยวิธีจับฉลากจาก 50 เขต เพื่อให้ได้มา 5 เขต โดยสุ่มได้แก่ เขตบางนา เขตบางรัก เขตห้วยขวาง เขตปทุมวัน และ เขตธนบุรี

ขั้นตอนที่ 3 แบบโควต้า (Quota) โดยจะไปแจกแบบสอบถามในเขตที่จับฉลากได้ในแต่ละเขต เขตละ 80 คน

ขั้นตอนที่ 4 สุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ให้ครบตามจำนวน 400 คนที่ฟังรายการ Virgin Soft F.M. 89.0 MHz

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดย แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ โดยเป็นแบบสอบถามที่คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 5 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 2 รูปแบบการดำรงชีวิต เป็นแบบสอบถามเลือกตอบ แบบปลายปิดโดยเป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

ข้อ 1 การเลือกฟังเพลงเป็นแนวใดบ้าง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามชอบฟังเพลงแนวใดมากที่สุดจากแนวเพลงที่เลือกในข้อ 1. เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 3 สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะฟังเพลงบ่อยที่สุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 4 ลักษณะงานอดิเรกของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟ เอ็ม 89.0 ใน 3 ด้านได้แก่ ด้านลักษณะรูปแบบของรายการ ลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ทั้งนี้ จำแนกรายละเอียดได้ 15 ข้อ ได้แก่ เป็นรายการเปิดเพลงต่อเนื่อง เป็นรายการที่ให้ความเพลิดเพลิน เป็นรายการที่มีโฆษณาน้อย เป็นรายการที่เปิดเพลงซ้ำซาก เป็นรายการเปิดเพลงซ้ำๆ เป็นรายการที่เป็นผู้นำในการเปิดเพลงต่อเนื่อง เป็นรายการที่การจัดกิจกรรมนอกสถานที่ที่น่าสนใจ เป็นรายการที่มีคลื่นความถี่ที่รับฟังได้ชัดเจน เป็นรายการที่ดีเจนำเสนอรายการที่น่าสนใจ ของรางวัลเพื่อจูงใจแก่ผู้ฟัง การรับสมัครสมาชิกในรายการ การนำเสนอของดีเจผู้จัดรายการ โดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale ซึ่งเป็นมาตราส่วนที่ใช้หลักความแตกต่างทางด้านความหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับระดับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคชั้น (Interval Scale) โดยผู้ตอบแสดงระดับความพึงพอใจออกมาเป็น 5 ระดับด้วยกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องทำเครื่องหมาย ถูก ลงในช่องว่างที่คิดว่าตรงกับระดับทัศนคติของผู้ตอบมากที่สุดโดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำผลคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่าเพื่อแปลความหมายค่าคะแนน โดยใช้สูตร (มัลลิกา บุณนาค 2537 :29)

$$\begin{aligned}
\text{ช่องความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
&= \frac{5 - 1}{5} \\
&= 0.8
\end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 ถึง 1.80 หมายถึงผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดีมาก
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 ถึง 2.60 หมายถึงผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 ถึง 3.40 หมายถึงผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 ถึง 4.20 หมายถึงผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับดี
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 ถึง 5.00 หมายถึงผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับดีมาก

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับการฟังรายการ Vergin Soft F.M. 89.0 MHz. พฤติกรรมการรับฟังรายการเป็นคำถามประเภทแบบ Open-Ended Question โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) จำนวน 3 ข้อ เป็นคำถามแบบเลือกตอบโดยวัดผลแบบลำดับขั้น (Ordinal Scale) 1 ข้อ และเป็นคำถามประเภทแบบปลายปิดโดยใช้ระดับข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) 1 ข้อ

วิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเป็นคณะกรรมการผู้ควบคุมการทำการนิพนธ์ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้

2. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try Out) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ แอล-ฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126) และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย ในงานวิจัยครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7192

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะจัดเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ตามสูตรที่คำนวณไว้ โดยเลือกจะแจกแบบสอบถามที่ห้างสรรพสินค้า และอาคารสำนักงานต่างๆ โดยเลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 โดยเลือกผู้ตอบ

แบบสอบถามซึ่งอยู่ตามพื้นที่ที่เก็บข้อมูลโดยการสุ่มได้มา ได้แก่ เขตบางนา เขตบางรัก เขตห้วยขวาง เขตปทุมวัน และเขตธนบุรี โดยจะเก็บข้อมูลระหว่าง เดือน ธันวาคม ถึง มกราคม ในช่วงวันทำการปกติ และวันหยุดราชการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การจัดการกระทำ

4.1.1 รวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อความเรียบร้อย

4.1.2 ลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS For Windows Version 11

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

4.2.1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 1. ตอนที่ 2. ตอนที่ 4. ข้อ 4 - 5

4.2.1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลตอนที่ 3 ตอนที่ 4 ข้อ 1-3

4.2.1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 3 ตอนที่ 4 ข้อ 1-3

4.2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีทัศนคติต่อการพึงรายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน โดยจำแนกเป็นดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบ แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent Sample t-Test)

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อ 1.3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 1.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 1.6 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 สถิติที่ใช้ทดสอบ แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (t -Test)

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 ข้อ 1.3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 2.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 ข้อ 1.4 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 2.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 2.6 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอพ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการพึงรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอพ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 – 3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานที่ 4 ทศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการพึงรายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอพ เอ็ม 89.0 ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ข้อ 1-3 สถิติที่ใช้ทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐานประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (percentage)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบตัวเลือกนั้น} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}}$$

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean หรือ $\bar{x}$) (ชูศรี วงศ์รัตนะ 2541 : 40)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตนะ 2541 : 40)

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.4 ค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบัคแอลฟา (Cronbach's alpha) ตามสูตรดังนี้

$$\text{Cronbach's alpha} = \frac{k \overline{\text{covariance} / \text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance} / \text{variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
	$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

2. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

2.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-test ใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541 : 178)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{s_p^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

ใช้ Degrees of Freedom เป็น

$$df = \frac{\left[\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right) + \left(\frac{S_2^2}{n_2} \right) \right]^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)^2}{n_2 - 1}} =$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ t เพื่อทราบความมีนัยสำคัญ
	$\bar{X}_1, \bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	S_1^2, S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
	n_1, n_2	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ

2.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม (One –Way Analysis of Variance) (ประกอบ การณสูตร 2529 : 179-289) โดยใช้สูตร

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	=	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ
	MS_b	=	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	=	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	df	=	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) ภายในกลุ่ม (n-k)

2.3 การเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference) (กลยา วนิชย์บัญชา 2542 : 332-334) กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE (1/n_i + 1/n_j)}$$

เมื่อ	LSD	=	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ
	MSE	=	ค่า Mean Square Error ที่ได้จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	K	=	ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
	n	=	ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

2.4 ใช้สถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว ที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว ที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลแตกต่างกัน (วิเชียร เกตุสิงห์ 2541 : 72)

$$r \text{ หรือ } r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ r หรือ r_{xy} หมายถึง สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร x กับตัวแปร y

n หมายถึง จำนวนคนหรือจำนวนคู่ของข้อมูล

$\sum X$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนดิบของตัวแปร x

$\sum Y$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนดิบของตัวแปร y

$\sum XY$ หมายถึง ผลรวมของผลคูณของคะแนนตัวแปร x กับคะแนนของตัวแปร y เป็นคู่ ๆ ในรูปคะแนนดิบ

$\sum x^2$ หมายถึง ผลรวมของกำลังสองของคะแนนดิบตัวแปร x

$\sum y^2$ หมายถึง ผลรวมของกำลังสองของคะแนนดิบตัวแปร y

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา.การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. 2545 : 280)

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามคือ ถ้า x เพิ่มขึ้น y จะลด แต่ถ้า x ลด y จะเพิ่ม

2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ ถ้า x เพิ่มขึ้น y จะเพิ่ม แต่ถ้า x ลด y จะลด
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y สัมพันธ์ในทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า r เท่ากับ 0 หมายถึง x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
5. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 0 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ตารางคณา อติศรประเสริฐ. เอกสารประกอบการสอนวิชาการเบี่ยงวิธีการวิจัยทางธุรกิจ. 2545)ดังนี้

มีค่าระหว่าง	0.00	หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์เลย (No Correlation)
มีค่าระหว่าง	0.01 - 0.20	หมายถึง แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย(Virtually Correlation)
มีค่าระหว่าง	0.21 - 0.45	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันน้อย (Weak Correlation)
มีค่าระหว่าง	0.46 - 0.75	หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง(Moderate Correlation)
มีค่าระหว่าง	0.76 - 0.90	หมายถึง มีความสัมพันธ์มาก (Strong Correlation)
มีค่าระหว่าง	0.91 - 0.99	หมายถึง มีความสัมพันธ์มากที่สุด (Very Strong Correlation)
มีค่าระหว่าง	1.00	หมายถึง มีความสัมพันธ์สมบูรณ์ (Perfect Correlation)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของการฟังรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F-Prob.,P	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน f-distribution
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์รูปแบบการดำรงชีวิต

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อรายการ เวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 โดยจำแนกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ฟังรายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	213	53.3
หญิง	187	46.7
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 สามารถอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้ดังนี้

ด้านเพศ พบว่า ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และเป็นเพศหญิง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 การวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

ตาราง 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	4	1.0
15 – 20 ปี	114	28.5
21 – 25 ปี	152	38.0
26 – 30 ปี	68	17.0
31 – 35 ปี	26	6.5
35 ปีขึ้นไป	36	9.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 สามารถอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้ดังนี้

ด้านอายุ พบว่า ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ช่วงอายุ 15- 20 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ช่วงอายุ 21 – 25 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ช่วงอายุ 26 – 30 ปี

จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ช่วงอายุ 31 – 35 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 การวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 21-25 ปี

ตาราง 3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลายปริญญาตรี/ปวช.	126	31.5
อนุปริญญา/ปวส.	26	6.5
ปริญญาตรี	221	55.2
สูงกว่าปริญญาตรี	27	6.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 สามารถอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้ดังนี้

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้พึงรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ระดับปริญญาตรี จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 การวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตาราง 4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	198	49.5
5,001 - 10,000 บาท	123	30.9
10,001 – 15,000 บาท	33	8.3
15,001 – 20,000 บาท	20	5.0
20,001 – 25,000 บาท	15	3.8
25,001 บาทขึ้นไป	11	2.8

ตาราง 4 (ต่อ)

รวม	400	100.0
-----	-----	-------

จากตาราง 4 สามารถอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้ดังนี้

ด้านรายได้ต่อเดือนของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 พบว่า ผู้ฟังที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 รายได้ระดับ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 รายได้ระดับ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 รายได้ระดับ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 รายได้ระดับ 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 การวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 รายได้ระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

ตาราง 5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	246	61.5
พนักงานบริษัทเอกชน	79	19.8
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	28	7.0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	10	2.5
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	13	3.2
อื่นๆ	24	6.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 สามารถอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้ดังนี้

ด้านอาชีพ พบผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา / นิสิต จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 อาชีพเป็นพ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 อาชีพเจ้าของ

กิจการ / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 อาชีพอื่นๆ ในที่นี้คือการรับจ้าง
จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 การวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน
/ นักศึกษา / นิสิต

ตาราง 6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพการสมรส		
โสด	347	86.7
สมรส / อยู่ด้วยกัน	51	12.8
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 สามารถอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้ดังนี้

ด้านสถานภาพการสมรส พบว่า ผู้พึงรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่ตอบ
แบบสอบถามมีสถานภาพโสด จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.7 สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน
51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5
การวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์รูปแบบการดำรงชีวิต

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้
ผลการวิจัยดังนี้

ตาราง 7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวเพลงที่ชอบ (เลือกตอบได้
มากกว่า 1 ข้อ)

แนวเพลงที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
เพลงป๊อป	314	78.5
เพลงร็อก	254	63.5
เพลงอะคูสติค	208	52.0
เพลงแร็ป	84	21.0
เพลงลูกทุ่ง	119	29.8
เพลงแจ๊ส	54	13.5

ตาราง 7 (ต่อ)

แนวเพลงที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
เพลงเทคโนแดนซ์	48	12.0
เพลงฮิปฮอป	89	22.3
เพลงอาร์แอนด์บี	92	23.0
เพลงแนวอื่นๆ	16	4.0

จากตาราง 7 สามารถอธิบายรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

ผู้ฟังที่ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบการดำรงชีวิตในการชอบฟังเพลงในแนวเพลงต่างๆ โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ คือมีผู้ชอบฟังเพลงป๊อป จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 ผู้ที่ชอบฟังเพลงร็อก จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 ผู้ที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ผู้ที่ชอบฟังเพลงแร็ป จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ผู้ที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ผู้ที่ชอบฟังเพลงแจ๊ส จำนวน 54 คิดเป็นร้อยละ 13.5 ผู้ที่ชอบฟังเพลงเทคโนแดนซ์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ผู้ที่ชอบฟังเพลงฮิปฮอป จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ผู้ที่ชอบฟังเพลงอาร์แอนด์บี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และผู้ที่ชอบฟังเพลงแนวอื่นๆ ในที่นี้คือ เพลงอินดี้ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตาราง 8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวเพลงที่ชอบมากที่สุด

แนวเพลงที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
เพลงป๊อป	162	40.5
เพลงร็อก	82	20.5
เพลงอะคูสติค	56	14.0
เพลงแร็ป	2	0.5
เพลงลูกทุ่ง	57	14.3
เพลงแจ๊ส	3	0.8
เพลงเทคโนแดนซ์	3	0.8
เพลงฮิปฮอป	5	1.3
เพลงอาร์ แอนด์ บี	16	4.0
เพลงแนวอื่นๆ	14	3.5

ตาราง 8 (ต่อ)

รวม	400	100
-----	-----	-----

จากตาราง 8 สามารถอธิบายรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังในการเลือกแนวเพลงที่ชอบฟังมากที่สุดได้ดังนี้

ผู้ฟังที่มีรูปแบบการดำรงชีวิตในการชอบเพลงในแนวเพลงต่างๆ ซึ่งเป็นแนวเพลงที่ชอบมากที่สุดโดยเลือกตอบเพียงแนวเพลงแนวเดียว มีผู้ชอบฟังเพลงป๊อป จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ผู้ที่ชอบฟังเพลงร็อก จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ผู้ที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ผู้ที่ชอบฟังเพลงแร็ป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ผู้ที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ผู้ที่ชอบฟังเพลงแจ๊ส จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ผู้ที่ชอบฟังเพลงเทคโนโลยีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ผู้ที่ชอบฟังเพลงฮิปฮอป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ผู้ที่ชอบฟังเพลงอาร์แอนด์บี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และผู้ที่ชอบฟังเพลงแนวอื่นๆ ในที่นี้คือ เพลงอินดี้ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตาราง 9 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ในการฟังเพลง

สถานที่ที่ชอบฟังเพลง	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน	315	78.8
รถยนต์	27	6.8
ที่ทำงาน	4	1.0
ร้านอาหาร	45	11.2
อื่นๆ	9	2.2
รวม	400	100

จากตาราง 9 แสดงรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังในการเลือกสถานที่ที่ใช้ในการฟังเพลงมากที่สุด ดังนี้ ผู้ฟังที่ตอบแบบสอบถามเลือกที่บ้านในการฟังเพลง จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 เลือกการฟังเพลงในรถยนต์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 เลือกที่ทำงานในการฟังเพลง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 เลือกร้านอาหารสำหรับการฟังเพลง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และเลือกสถานที่อื่นๆ ในกรณีนี้คือทุกสถานที่ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 สำหรับสถานที่ที่ผู้ฟังชอบฟังเพลงมากที่สุดคือ ที่บ้าน

ตาราง 10 แสดงจำนวนร้อยละของงานอดิเรกในด้านต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทงานอดิเรก	จำนวน	ร้อยละ
ฟังเพลง	258	64.4
ดูโทรทัศน์	76	19.0
เล่นดนตรี	4	1.0
อ่านหนังสือ	25	6.3
นอนหลับ	21	5.3
อื่นๆ	16	4.0
รวม	400	100

จากตาราง 10 แสดงลักษณะงานอดิเรกที่ผู้ฟังเลือก ได้แก่ การฟังเพลง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 การดูโทรทัศน์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 การเล่นดนตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 การอ่านหนังสือ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 การนอนหลับ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 กิจกรรมอื่นๆ ในกรณี คือการเล่นอินเทอร์เน็ต จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 สำหรับงานอดิเรกที่มีคนเลือกมากที่สุด คือ การฟังเพลง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อรายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ผลการวิจัยดังนี้

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านรูปแบบการดำเนินรายการ

ทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
รูปแบบการดำเนินรายการ			
เป็นรายการที่เปิดเพลงที่ต่อเนื่อง	4.22	.725	ดีมาก
เป็นรายการที่ให้ความเพลิดเพลิน	4.07	.736	ดี
เป็นรายการที่มีโฆษณาบ่อย	3.92	.817	ดี
เป็นรายการที่เปิดเพลงซ้ำๆ	3.26	.935	ปานกลาง
เป็นรายการที่เปิดเพลงซ้ำๆ	3.46	.837	ดี

ตาราง 11 (ต่อ)

ทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
เป็นรายการที่เป็นผู้นำในการเปิดเพลงต่อเนื่อง	3.87	.776	ดี
เป็นรายการเปิดเพลงที่ได้รับการ Promote เท่านั้น	2.99	.901	ปานกลาง
เป็นรายการที่สามารถโทรศัพท์เข้าไปได้ยาก	3.02	1.057	ปานกลาง
เป็นรายการมีคลื่นความถี่ที่รับฟังได้ชัดเจน	4.05	.890	ดี
เป็นรายการที่ให้ข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์	3.81	.753	ดี
รวม	3.66	.842	ดี

จากตาราง 11 แสดงผลระดับทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านรูปแบบการดำเนินรายการ พบว่าผู้ฟังมีทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.66 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .842 โดยข้อที่ผู้ฟังมีทัศนคติในระดับดีมาก คือเป็นรายการเปิดเพลงที่ต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.22 โดยข้อที่ผู้ฟังมีทัศนคติในเกณฑ์ดี มีดังนี้ เป็นรายการที่ผลิตเพลง มีระดับ มีค่าเฉลี่ย 4.07 เป็นรายการที่มีโฆษณาน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.92 เป็นรายการที่เปิดแต่เพลงซ้ำๆ มีค่าเฉลี่ย 3.46 ความเป็นรายการที่เป็นผู้นำในการเปิดเพลงต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.87 เป็นรายการที่มีคลื่นความถี่ที่รับฟังได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.05 และเป็นรายการที่ให้ข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย 3.81 และข้อที่ผู้ฟังมีระดับทัศนคติในเกณฑ์ปานกลาง ได้แก่ เป็นรายการที่เปิดเพลงซ้ำๆ มีค่าเฉลี่ย 3.26 เป็นรายการเปิดเพลงที่ได้รับการ promote เท่านั้น มีค่าเฉลี่ย 2.99 เป็นรายการที่สามารถโทรศัพท์เข้าไปได้ยาก มีค่าเฉลี่ย 3.02

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ

ทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ			
เป็นรายการที่ดีเจเน้นการสนทนาเป็นส่วนมาก	3.03	.969	ปานกลาง
เป็นรายการที่ดีเจมีเสียงนำประทับใจ	3.57	.864	ดี
เป็นรายการที่ดีเจพูดในข่าวสารสาระที่น่าสนใจ	3.62	.815	ดี
เป็นรายการที่ดีเจเป็นที่ดึงดูดความสนใจ	3.58	.825	ดี
รวม	3.45	.868	ดี

จากตาราง 12 แสดงผลระดับความคิดเห็นของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ พบว่าโดยรวมผู้ฟังมีระดับทัศนคติในเกณฑ์ดี มีค่าเฉลี่ย 3.45 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .868 โดยผู้ฟังมีระดับทัศนคติในเกณฑ์ดี ในลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ดังนี้ เป็นรายการที่ดีเจมีเสียงน่าประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 3.57 เป็นรายการที่ดีเจพูดในข่าวสารสาระที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.62 และเป็นรายการที่ดีเจเป็นที่ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.58 และผู้ฟังมีระดับทัศนคติในเกณฑ์ปานกลาง ในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ คือการเป็นรายการที่ดีเจเน้นการสนทนาเป็นส่วนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.03

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ

ทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
กิจกรรมต่าง ๆ ของรายการ			
รายการมีการประชาสัมพันธ์เป็นที่น่าสนใจ	3.68	.845	ดี
รายการมีกิจกรรมนอกสถานที่เป็นที่น่าสนใจ	3.52	.867	ดี
รายการมีเกมส์ให้ผู้ฟังโทรเข้ามาร่วมสนุก	3.65	.773	ดี
รายการมีของรางวัลที่ดึงดูดความสนใจ	3.54	.846	ดี
การให้มีการสมัครสมาชิกของรายการเป็นที่น่าสนใจ	3.57	.810	ดี
เว็บไซต์ของรายการเป็นที่น่าสนใจ	3.47	.837	ดี
รวม	3.57	.829	ดี

จากตาราง 13 แสดงผลระดับความคิดเห็นของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ พบว่าโดยรวมผู้ฟังมีระดับทัศนคติในเกณฑ์ดี โดยผู้ฟังมีความคิดเห็นในระดับทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ย 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .829 โดยผู้ฟังมีทัศนคติต่อกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ในเกณฑ์ดี มีดังต่อไปนี้ เป็นรายการที่มีการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.68 เป็นรายการที่มีกิจกรรมนอกสถานที่เป็นที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.52 เป็นรายการที่มีเกมส์ให้ผู้ฟังโทรเข้ามาร่วมสนุก มีค่าเฉลี่ย 3.65 เป็นรายการที่มีของรางวัลที่ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 3.54 เป็นรายการที่มีการรับสมัครสมาชิกของรายการเป็นที่น่าสนใจ ในระดับความคิดเห็นดี มีค่าเฉลี่ย 3.57 และเป็นรายการที่มีเว็บไซต์ของรายการเป็นที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.47

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการฟังรายการเวอร้จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับพฤติกรรมการฟังรายการเวอร้จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0

พฤติกรรม	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.
ความถี่ในการรับฟังรายการ (วัน)	1	7	3.38	1.90
ความถี่การรับฟังรายการ (ชั่วโมง/นาทื)	.30	12.0	3.93	3.00
ระยะเวลาในการรับฟัง (ปี/เดือน)	.10	2.0	1.63	1.02

จากตาราง 14 พบว่าพฤติกรรมการฟังรายการเวอร้จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ด้านความถี่ในการรับฟังรายการต่อสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ย 3.38 วันต่อสัปดาห์ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.90 โดยความถี่ในการฟังรายการน้อยที่สุดคือ 1 วันต่อสัปดาห์ และความถี่ในการรับฟังรายการมากที่สุดคือ 7 วันต่อสัปดาห์

ด้านความถี่ในการรับฟังรายการ เป็นชั่วโมงต่อวัน มีค่าเฉลี่ย 3.98 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.00 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการฟังน้อยที่สุด 30 นาทีต่อวัน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาฟังมากที่สุด 12 ชั่วโมงต่อวัน

ด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ มีค่าเฉลี่ย 1.63 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02 กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับฟังรายการน้อยที่สุด 10 เดือน และกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับฟังรายการมากที่สุด 2 ปี

ตาราง 15 แสดงจำนวนช่วงเวลา/ร้อยละในการเลือกฟังรายการเวอร้จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
8.00 – 12.00	43	10.7
12.00 – 16.00	52	13.0
16.00 – 20.00	87	21.7
20.00 – 24.00	189	47.3
24.00 – 4.00	29	7.3
4.00 – 8.00	0	0
รวม	400	100

จากตาราง 15 พบว่าช่วงเวลาการรับฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ช่วงเวลา 8.00 – 12.00 มีผู้ฟังเป็นจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ช่วงเวลา 12.00 – 16.00 มีผู้ฟังเป็นจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ช่วงเวลา 16.00 – 20.00 มีผู้ฟังเป็นจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 ช่วงเวลา 20.00 – 24.00 มีผู้ฟังเป็นจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 ช่วงเวลา 24.00 – 4.00 มีผู้ฟังเป็นจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และช่วงเวลา 4.00 – 8.00 เป็นช่วงเวลาที่ไม่มีผู้ฟัง ซึ่งช่วงเวลาที่ผู้ฟังมากที่สุดคือ 20.00 - 24.00

ตาราง 16 แสดงจำนวนร้อยละลักษณะพฤติกรรมการเลือกฟังเพลงรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

ลักษณะการเลือกฟัง	จำนวน	ร้อยละ
เลือกฟังเฉพาะรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 รายการเดียว	42	10.5
เลือกฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 สลับกับสถานีวิทยุอื่นในเครือได้แก่ รายการเวอร์จิน ฮิต 95.5 หรือรายการ เวอร์จิน สมูท 105.0 หรือรายการเวอร์จิน อีซี่ 105.5	134	33.5
เลือกฟังเฉพาะรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 สลับกับสถานีวิทยุอื่นๆ	224	56.0
รวม	400	100

จากตาราง 16 แสดงลักษณะการเลือกฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกฟังเฉพาะรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 รายการเดียว เป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 พฤติกรรมการเลือกฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 สลับกับสถานีวิทยุอื่นในเครือได้แก่ รายการเวอร์จิน ฮิต 95.5 หรือรายการ เวอร์จิน สมูท 105.0 หรือรายการเวอร์จิน อีซี่ 105.5 เป็นจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และพฤติกรรมการเลือกฟังเฉพาะรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 สลับกับสถานีวิทยุอื่นๆ เป็นจำนวน 224 คิดเป็นร้อยละ 56.0 โดยผู้ฟังจะเลือกฟังเฉพาะรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 สลับกับสถานีวิทยุอื่นๆ มากที่สุด

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกันสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent Sample t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 17

ตาราง 17 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0	t-test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
รูปแบบการดำเนินรายการ	ชาย	3.69	.463	1.524	.128
	หญิง	3.63	.347		

จากตาราง 17 แสดงให้เห็นว่าเพศที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการได้ค่า Probability (P) .128 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการที่ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	t-test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ	ชาย	3.45	.656	.224	.823
	หญิง	3.43	.623		

จากตาราง 18 แสดงให้เห็นว่าเพศที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ได้ค่า Probability (P) .823 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจไม่แตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านกิจกรรมต่างๆของรายการ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	t-test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
กิจกรรมต่างๆ ของรายการ	ชาย	3.61	.798	1.516	.130
	หญิง	3.51	.562		

จากตาราง 19 แสดงให้เห็นว่าเพศที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ได้ค่า Probability (P) .130 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุของผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุของผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

ตาราง 20 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
รูปแบบการดำเนินรายการ	ต่ำกว่า 15 ปี	3.40	.00	2.02	.075
	15 – 20 ปี	3.67	.356		
	21 – 25 ปี	3.67	.440		
	26 – 30 ปี	3.68	.379		
	31 – 35 ปี	3.79	.398		
	35 ปีขึ้นไป	3.50	.521		

จากตาราง 20 แสดงให้เห็นว่าอายุที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการได้ค่า Sig. .075 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้าน
ลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
ด้านลักษณะการดำเนิน รายการของดีเจ	ต่ำกว่า 15 ปี	3.50	.00		
	15 – 20 ปี	3.38	.605	5.514*	.000
	21 – 25 ปี	3.62	.698		
	26 – 30 ปี	3.19	.543		
	31 – 35 ปี	3.25	.342		
	35 ปีขึ้นไป	3.47	.658		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตาราง 21 แสดงให้เห็นว่าอายุที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีทัศนคติการฟัง
รายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจได้ค่า Sig. .000
ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติ
ฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์
เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จิน
ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันหรือไม่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็น
รายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 22

ตาราง 22 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้าน
ลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตาม
อายุของผู้ฟัง

อายุ	ค่าเฉลี่ยทัศนคติ ด้านการดำเนิน รายการของดีเจ	ต่ำกว่า 15 ปี	15 – 20 ปี	21 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี	35 ปีขึ้นไป
		3.50	3.38	3.62	3.19	3.25	3.47
ต่ำกว่า 15 ปี	3.50		-.12 (.714)	-.13 (.681)	.31 (.348)	.24 (.473)	.02 (.949)
15 – 20 ปี	3.38			-.24* (.002)	.19 (.053)	.12 (.360)	-.10 (.424)
21 – 25 ปี	3.62				.43* (.000)	.37* (.005)	.15 (.192)
26 – 30 ปี	3.19					-.06 (.671)	-.28* (.029)
31 – 35 ปี	3.25						-.21 (.172)
35 ปีขึ้นไป	3.47						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 แสดงว่าผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีอายุ 15 – 20 ปี จากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีอายุ 15 – 20 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปี ในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 15 – 20 ปีค่าเฉลี่ย 3.38 และผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 มี ค่าเฉลี่ย 3.62 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 15 – 20 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการ ดำเนินรายการของดีเจน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .24

ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีอายุ 21 – 25 ปีจากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปี มี ความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 ปีตามลำดับใน ด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะการดำเนิน

รายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปีค่าเฉลี่ย 3.62 ผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 มีค่าเฉลี่ย 3.19 และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.25 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจมากกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 ปีโดยผลต่างค่าเฉลี่ย .43 และ .37 ตามลำดับ

ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีอายุ 26 – 30 ปีจากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปีค่าเฉลี่ย 3.19 และผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.47 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .28

ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านกิจกรรมต่างๆของรายการ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
กิจกรรมต่างๆ ของรายการ	ต่ำกว่า 15 ปี	3.41	.096	6.62*	.000
	15 – 20 ปี	3.57	.688		
	21 – 25 ปี	3.76	.814		
	26 – 30 ปี	3.26	.380		
	31 – 35 ปี	3.22	.322		
	35 ปีขึ้นไป	3.56	.634		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตาราง 23 แสดงให้เห็นว่าอายุที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันหรือไม่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 24

ตาราง 24 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะกิจกรรมต่าง ของรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอายุของผู้ฟัง

อายุ	ค่าเฉลี่ยทัศนคติ ด้านกิจกรรม ต่างๆของรายการ	ต่ำกว่า 15 ปี	15 – 20 ปี	21 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี	35 ปีขึ้นไป
		3.41	3.57	3.76	3.26	3.22	3.56
ต่ำกว่า 15 ปี	3.41		-.16 (.646)	-.35 (.309)	.15 (.673)	.19 (.597)	-.15 (.668)
15 – 20 ปี	3.57			-.19* (.023)	.31* (.003)	.35* (.018)	.01 (.968)
21 – 25 ปี	3.76				.50* (.000)	.54* (.000)	.20 (.119)
26 – 30 ปี	3.26					.04 (.772)	-.30* (.032)
31 – 35 ปี	3.22						-.34* (.048)
35 ปีขึ้นไป	3.56						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 แสดงว่าผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีอายุ 15 – 20 ปี จากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.023 .003 และ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีอายุ 15 – 20 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 ปีตามลำดับ ในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 15 – 20 ปีค่าเฉลี่ย 3.57 ผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.76 ผู้ฟังที่

มีอายุ 26 – 30 มีค่าเฉลี่ย 3.26 และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.22 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 15 – 20 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการมากกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .31 และ .31 ตามลำดับ แต่ผู้ฟังที่มีอายุ 15 – 20 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .19

ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีอายุ 21 – 25 ปีจากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 ปี ตามลำดับ ในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปีค่าเฉลี่ย 3.76 ผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 มีค่าเฉลี่ย 3.26 และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.22 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการมากกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .50 และ .54 ตามลำดับ

ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีอายุ 26 – 30 ปีจากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 มีค่าเฉลี่ย 3.26 และผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.56 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปโดยผลต่างค่าเฉลี่ย .30

ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีอายุ 31 – 35 ปีจากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 มีค่าเฉลี่ย 3.22 และผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.56 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปโดยผลต่างค่าเฉลี่ย .36

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกันสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

ตาราง 25 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟังรายการเวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2 tails)
รูปแบบการดำเนินรายการ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.60	.440	5.62*	.001
	อนุปริญญา / ปวส.	3.96	.553		
	ปริญญาตรี	3.67	.373		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.61	.345		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .001 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันหรือไม่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 26

ตาราง 26 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านรูปแบบการดำเนินรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านรูปแบบการดำเนินรายการ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.60	3.96	3.67	3.61
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.60		-.36* (.000)	-.67 (.142)	-.01 (.888)
อนุปริญญา / ปวส.	3.96			.29* (.001)	.34* (.002)
ปริญญาตรี	3.67				.05 (.510)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.61				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 แสดงว่า ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. ในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่าเฉลี่ย 3.60 และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีค่าเฉลี่ย 3.96 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/ปวส. โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .36

ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. จากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีค่าเฉลี่ย 3.96 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.67 และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.61 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการมากกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .29 และ .34

ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านการดำเนินรายการของดีเจ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟัง รายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2 tails)
ด้านการดำเนินรายการ ของดีเจ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.21	.590		
	อนุปริญญา / ปวส.	3.49	.722	9.214*	.000
	ปริญญาตรี	3.57	.640		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.48	.489		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 28

ตาราง 28 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านการดำเนินรายการของดีเจ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยทัศนคติด้าน ลักษณะการดำเนิน รายการของดีเจ	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช.	อนุสัญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี
		3.21	3.49	3.57	3.48
ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	3.21		-0.28*	-0.36*	-0.27*
			(.037)	(.000)	(.040)
อนุสัญญา / ปวส.	3.49			-0.08	.01
				(.519)	(.958)
ปริญญาตรี	3.57				.09
					(.468)
สูงกว่า ปริญญาตรี	3.48				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 แสดงว่า ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.037 0.000 และ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาอนุสัญญา/ปวส. ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ ในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่าเฉลี่ย 3.21 และผู้ฟังที่มีระดับ

การศึกษานุปริญญา/ปวส. มีค่าเฉลี่ย 3.49 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.57 และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.48 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจน้อยกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .28 .36 และ .27 ตามลำดับ

ตาราง 29 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟัง รายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2 tails)
ผลรวมด้านกิจกรรม ต่างๆ ของรายการ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.34	.539		
	อนุปริญญา / ปวส.	3.55	.563	9.50*	.000
	ปริญญาตรี	3.72	.778		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.33	.416		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบ ว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันหรือไม่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 30

ตาราง 30 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยทัศนคติ ด้านกิจกรรม ต่างๆของรายการ	ต่ำกว่าหรือ เทียบเท่า มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี
		3.34	3.55	3.72	3.33
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	3.34		-.21 (.154)	-.38* (.000)	.01 (.912)
อนุปริญญา / ปวส.	3.55			-.17 (.229)	.22 (.229)
ปริญญาตรี	3.72				.39* (.005)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.33				

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 แสดงว่า ผู้ฟังรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีค่าเฉลี่ย 3.34 และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.72 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆของรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .38

แสดงว่า ผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ในด้านทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.72 และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.33 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ มากกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .39

สมมติฐานข้อที่ 1.4 รายได้ของผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนของผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One-Way ANOVA) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 31

ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ จำแนกตามรายได้ของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	รายได้	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2 tails)
รูปแบบการดำเนิน รายการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.65	.344	2.10	.064
	5,001 – 10,000 บาท	3.68	.520		
	10,001 – 15,000 บาท	3.68	.363		
	15,001 – 20,000 บาท	3.83	.414		
	20,001 – 25,000 บาท	3.63	.379		
	25,000 บาทขึ้นไป	3.34	.262		

จากตาราง 31 แสดงให้เห็นว่ารายได้ที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการไม่มีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .064 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟัง รายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	รายได้	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2 tails)
ลักษณะการดำเนิน รายการของดีเจ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.58	.670		
	5,001 – 10,000 บาท	3.21	.616	6.056*	.000
	10,001 – 15,000 บาท	3.56	.488		
	15,001 – 20,000 บาท	3.48	.447		
	20,001 – 25,000 บาท	3.23	.457		
	25,000 บาทขึ้นไป	3.56	.525		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 32 แสดงให้เห็นว่ารายได้ที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 33

ตาราง 33 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้าน
ลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตาม
รายได้ของผู้ฟัง

รายได้	ค่าเฉลี่ย ทัศนคติ ลักษณะการ ดำเนินรายการ ของดีเจ	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001 บาท	10,001 บาท	15,001 บาท	20,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป
		3.58	3.21	3.56	3.48	3.23	3.56
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.58		.37*	.02	.09	.35*	.02
5,001 – 10,000 บาท	3.21		(.000)	(.863)	(.522)	(.037)	(.948)
10,001 – 15,000 บาท	3.56			(.004)	(.066)	(.897)	(.069)
15,001 – 20,000 บาท	3.48				.07	.33	-.00
20,001 – 25,000 บาท	3.23					(.678)	(.091)
25,000 บาทขึ้นไป	3.56					-.25	-.08
						(.232)	(.729)
							-.33
							(.175)

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาทกับผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 และ .004 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาทกับผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาทและ 10,001 – 15,000 บาท ตามลำดับ ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ค่าเฉลี่ย 3.21 โดยผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาท มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจมากกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .37

ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 โดยผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .35

ตาราง 34 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม	รายได้	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2 tails)
89.0					
ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.77	.784		
	5,001 – 10,000 บาท	3.36	.596	7.495*	.000
	10,001 – 15,000 บาท	3.47	.407		
	15,001 – 20,000 บาท	3.36	.365		
	20,001 – 25,000 บาท	3.27	.421		
	25,000 บาทขึ้นไป	3.27	.564		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 แสดงให้เห็นว่ารายได้ที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการของแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันหรือไม่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 35

ตาราง 35 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้าน ลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตาม รายได้ของผู้ฟัง

รายได้	ค่าเฉลี่ย ทัศนคติ ลักษณะ กิจกรรม ต่างๆ ของ รายการ	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,000 บาทขึ้นไป
			3.36	3.47	3.36	3.27	3.27
		3.77					
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท	3.77		.41* (.000)	.30* (.020)	.41* (.010)	.50* (.006)	.50* (.017)
5,001 – 10,000 บาท	3.36			-.11 (.371)	-.00 (.976)	.08 (.648)	.09 (.674)
10,001 – 15,000 บาท	3.47				.11 (.553)	.20 (.335)	.20 (.377)
15,001 – 20,000 บาท	3.36					.09 (.699)	.09 (.710)
20,001 – 25,000 บาท	3.27						.00 (.985)
25,000 บาทขึ้นไป	3.27						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 35 แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาทกับการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 .020 .010 .006 และ .017 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาทกับการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ผู้ฟังที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท และ ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ที่

ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ค่าเฉลี่ย 3.36 ผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.47 ผู้ฟังที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.36 ผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.27 และ ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.27 โดยผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาท มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการของมากกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ผู้ฟังที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท และ ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปโดยผลต่างค่าเฉลี่ย .41 .29 .40 .50 และ .50 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ฟังที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ฟังที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

ตาราง 36 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการ จำแนกตามอาชีพของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟังรายการ เวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2 tails)
ลักษณะรูปแบบการดำเนิน รายการ	นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	3.65	.379		
	พนักงาน บริษัทเอกชน	3.82	.491	5.501*	.000
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.41	.288		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.43	.658		
	เจ้าของ/ธุรกิจส่วนตัว	3.63	.298		

ตาราง 36 (ต่อ)

อื่นๆ (รับจ้าง)	3.72	.338
-----------------	------	------

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 36 แสดงให้เห็นว่าอาชีพที่แตกต่างกันของผู้พึงรายการมีผลต่อทัศนคติการพึงรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการพึงรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการพึงรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 3

ตาราง 37 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้พึงรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพของผู้ฟัง

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย ทัศนคติ ลักษณะ รูปแบบการ ดำเนินรายการ	นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พ่อค้า แม่บ้าน	เจ้าของ กิจการ / ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ (รับจ้าง)
	3.65	3.82	3.41	3.43	3.63	3.72	
นักเรียน /	3.65		-.17	.24*	.22	.02	-.07
นักศึกษา / นิสิต			(.001)	(.003)	(.090)	(.914)	(.364)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.82			.41*	.39*	.19	.09
				(.000)	(.004)	(.125)	(.313)
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.41				-.02	-.22	-.31
					(.916)	(.098)	(.005)
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.43					-.20	-.29
						(.219)	(.049)
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	3.63						-.09
							(.514)
อื่นๆ (รับจ้าง)	3.72						

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 37 ผู้ฟังที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิตจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ฟังเป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในทุกรูปแบบการดำเนินรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังเป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 โดยผู้ฟังที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .24

ผู้ฟังที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในทุกรูปแบบการดำเนินรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 โดยผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .41

ผู้ฟังที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในทุกรูปแบบการดำเนินรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และผู้ฟังที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 โดยผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพรับพ่อบ้าน/แม่บ้าน โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .39

ตาราง 38 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ จำแนกตามอาชีพของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟัง รายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2 tails)
ด้านลักษณะการดำเนิน รายการของดีเจ	นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	3.58	.648	9.622*	.000
	พนักงาน บริษัทเอกชน	3.33	.605		
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.03	.364		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	2.62	.555		
	เจ้าของกิจการ / ธุรกิจ	3.32	.312		
	ส่วนตัว				
	อื่นๆ (รับจ้าง)	3.30	.531		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 แสดงให้เห็นว่าอาชีพที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 39

ตาราง 39 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร็จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้าน
ลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตาม
อาชีพของผู้ฟัง

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย ทัศนคติ ลักษณะ ลักษณะการ ดำเนินรายการ ของดีเจ	นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ / รัฐวิสาห กิจ	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	เจ้าของ กิจการ / ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ (รับจ้าง)
	3.58	3.58	3.33	3.03	2.62	3.32	3.30
นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต			.25* (.002)	.55* (.000)	.96* (.000)	.25 (.138)	.28* (.031)
พนักงาน บริษัทเอกชน				.30* (.026)	.71* (.001)	.01 (.963)	.03 (.814)
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ					.41 (.068)	-.29 (.155)	-.30 (.116)
พ่อบ้าน / แม่บ้าน						-.70* (.006)	-.68* (.003)
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว							.02 (.906)
อื่นๆ (รับจ้าง)							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 ผู้ฟังที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิตจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.02 0.00 0.00 และ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ฟังเป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอาชีพอื่น ตามลำดับ ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านรูปแบบการดำเนินรายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังเป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.03 ผู้ฟังที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 2.62 และผู้ฟังที่ประกอบอาชีพอื่นในกรณีประกอบอาชีพรับจ้าง มีค่าเฉลี่ย 3.30 โดยผู้ฟังที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ

มากกว่า ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอาชีพอื่นโดยผลต่างค่าเฉลี่ย .25 .55 .96 และ.28 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.026 และ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ฟังเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน ตามลำดับ ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านรูปแบบการดำเนินรายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และผู้ฟังที่เป็นพ่อบ้านแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 2.62 โดยผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ มากกว่า ผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .30 และ .71 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้านจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.006 และ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ฟังเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่เป็นประกอบธุรกิจส่วนตัว/เป็นเจ้าของกิจการ และอาชีพอื่นๆ ในกรณีเป็นการรับจ้าง ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านรูปแบบการดำเนินรายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 และผู้ฟังที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เป็นเจ้าของกิจการ มีค่าเฉลี่ย 3.32 และผู้ฟังที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ในกรณีเป็นการรับจ้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 โดยผู้ฟังที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจน้อยกว่า ผู้ฟังที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เป็นเจ้าของกิจการ และผู้ฟังที่ประกอบอาชีพอื่นๆ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .70 และ .68 ตามลำดับ

ตาราง 40 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ จำแนกตามอาชีพของผู้ฟัง

ทัศนคติในการฟัง รายการเวอร์จิน ซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2 tails)
ลักษณะกิจกรรม ต่างๆ ของ รายการ	นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	3.73	.772		
	พนักงาน บริษัทเอกชน	3.33	.544	8.709*	.000
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.44	.348		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.08	.225		
	เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	3.28	.381		
	อื่นๆ (รับจ้าง)	3.15	.208		

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05*

จากตาราง 40 แสดงให้เห็นว่าอาชีพที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 41

ตาราง 41 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้าน
ลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตาม
อาชีพของผู้ฟัง

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย ทัศนคติ ลักษณะ กิจกรรมต่างๆ ของรายการ	นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	พนักงาน บริษัทเอ กชน	ข้าราชการ / รัฐวิสาห กิจ	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	เจ้าของ กิจการ / ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ (รับจ้าง)
		3.73	3.33		3.08	3.28	3.15
				3.44			
นักเรียน /	3.73		.40*	.29*	.65*	.45*	.58*
นักศึกษา / นิสิต			(.000)	(.030)	(.003)	(.017)	(.000)
พนักงาน	3.33			-.11	.25	.05	.18
บริษัทเอกชน				(.433)	(.270)	(.806)	(.252)
ข้าราชการ /	3.44				.36	.16	.29
รัฐวิสาหกิจ					(.141)	(.464)	(.115)
พ่อบ้าน /	3.08					-.20	-.07
แม่บ้าน						(.480)	(.783)
เจ้าของกิจการ /	3.28						.13
ธุรกิจส่วนตัว							(.574)
อื่นๆ (รับจ้าง)	3.15						

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 41 ผู้ฟังที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิตจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.00 0.30 0.003 0.017 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่เป็น นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ตามลำดับ ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 โดย ผู้ฟังเป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ผู้ฟังที่เป็นพนักงาน บริษัทเอกชนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.44 ผู้ฟังที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.08 ผู้ฟังที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีค่าเฉลี่ย 3.28 และผู้ฟังที่ประกอบอาชีพอื่นในกรณีประกอบอาชีพรับจ้าง มีค่าเฉลี่ย 3.15 โดยผู้ฟังที่เป็น นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการมากกว่า

ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน เจ้าของธุรกิจ/
ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นโดยผลต่างค่าเฉลี่ย .40 .29 .65 .45 และ.58 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 1.6 สถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์
เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม
89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม
89.0 แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One
Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบ
สมมติฐานแสดงดังตาราง 42

ตาราง 42 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบ
การดำเนินรายการ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

ทัศนคติในการ ฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	สถานภาพสมรส		S.D.	F	Sig.(2 tails)
รูปแบบการ ดำเนินรายการ	โสด	3.68	.401		
	สมรส / อยู่ ด้วยกัน	3.53	.484	2.863	.058
	หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	3.60	.000		

จากตาราง 42 แสดงให้เห็นว่าสถานภาพสมรสที่ต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อ
ทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ซึ่งได้ค่า

Sig. .058 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

ตาราง 43 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านการดำเนินรายการของดีเจ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

ทัศนคติในการ ฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0	สถานภาพสมรส		S.D.	F	Sig.(2 tails)
การดำเนิน รายการของดีเจ	โสด	3.48	.647		
	สมรส / อยู่ ด้วยกัน	3.24	.507	6.961*	.001
	หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	2.25	.000		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 43 แสดงให้เห็นว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ซึ่งได้ค่า Sig. .001 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 44

ตาราง 44 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้าน
ลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตาม
สถานภาพการสมรส

สถานภาพการ สมรส	ค่าเฉลี่ยทัศนคติ ด้านลักษณะการ ดำเนินรายการ ของดีเจ	โสด	สมรส / อยู่ ด้วยกัน	หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย
		3.48	3.24	2.25
โสด	3.48		.24*	1.23*
			(.010)	(.006)
สมรส / อยู่ ด้วยกัน	3.24			.99*
				(.030)
หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	2.25			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 44 ผู้ฟังที่มีสถานโสดจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.10 และ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีสถานภาพโสดมีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน และหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย ตามลำดับ ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ผู้ฟังที่สมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 ผู้ฟังที่หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย มีค่าเฉลี่ย 2.25 โดยผู้ฟังที่มีสถานภาพโสดมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจมากกว่า ผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันและหย่าร้าง/แยกกันอยู่โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .24 และ 1.23 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีสถานสมรส/อยู่ด้วยกันจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.30 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรส/อยู่

ด้วยกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 ผู้ฟังที่หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย มีค่าเฉลี่ย 2.25 โดยผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจมากกว่า ผู้ฟังที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .99

ตาราง 45 แสดงผลการทดสอบทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

ทัศนคติในการ ฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	สถานภาพสมรส		S.D.	F	Sig.(2 tails)
กิจกรรมต่างๆ ของรายการ	โสด	3.61	.708		
	สมรส / อยู่ ด้วยกัน	3.31	.577	4.785*	.009
	หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	3.00	.000		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 45 แสดงให้เห็นว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีผลต่อทัศนคติการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .009 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 46

ตาราง 46 การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้าน
ลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตาม
สถานภาพการสมรส

สถานภาพการ สมรส	ค่าเฉลี่ยทัศนคติ ด้านลักษณะ กิจกรรมต่างๆ ของรายการ	โสด	สมรส / อยู่ ด้วยกัน	หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย
		3.61	3.31	3.00
โสด	3.61		.30* (.004)	.61 (.214)
สมรส / อยู่ ด้วยกัน	3.31			.31 (.530)
หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	3.00			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 46 ผู้ฟังที่มีสถานโสดจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีสถานภาพโสดมีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ในด้านทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ผู้ฟังที่มีสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 โดยผู้ฟังที่มีสถานภาพโสดมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการมากกว่าผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันโดยผลต่างค่าเฉลี่ย .30

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ
เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม
89.0 แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

ตาราง 47 แสดงพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการฟัง	t-test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	P
จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน)	ชาย	3.53	1.98	1.69	.091
	หญิง	3.20	1.79		
ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที)	ชาย	4.30	3.09	2.66	.008*
	หญิง	3.50	2.84		
ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน)	ชาย	1.57	.913	-1.18	.236
	หญิง	1.7	1.14		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศของผู้ฟังรายการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการฟังรายการ เวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ได้ดังนี้

ในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) พบว่าค่า Probability (P) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในด้านพฤติกรรมการรับฟังรายการด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) พบว่าค่า Probability (P) มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกันในด้านพฤติกรรมการรับฟังรายการด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ

สมมติฐานข้อที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

ตาราง 48 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แสดงจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
จำนวนวันที่รับฟังรายการ ต่อสัปดาห์ (วัน)	ต่ำกว่า 15 ปี	2.0	.00		
	15 – 20 ปี	2.95	2.02	3.44*	.005
	21 – 25 ปี	3.32	1.75		
	26 – 30 ปี	3.88	1.95		
	31 – 35 ปี	3.69	1.76		
	35 ปีขึ้นไป	3.94	1.92		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 48 แสดงให้เห็นว่าอายุที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) ซึ่งได้ค่า Sig. .005 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่าอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่อายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 50

ตาราง 49 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอายุของผู้ฟัง

อายุ	จำนวนวันที่ต่ำกว่า 15 ปี	15 – 20 ปี	21 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี	35 ปีขึ้นไป
รายการต่อสัปดาห์	2.00	2.95	3.32	3.88	3.69	3.94
ต่ำกว่า 15 ปี	2.00	- .95 (.322)	-1.32 (.167)	-1.88 (.052)	-1.69 (.094)	-1.94 (.050)
15 – 20 ปี	2.95		-.37 (.114)	-.93* (.001)	-.74 (.069)	-1.0* (.006)
21 – 25 ปี	3.32			-.57* (.039)	-.38 (.345)	-.63 (.072)
26 – 30 ปี	3.88				.19 (.661)	-.06 (.873)
31 – 35 ปี	3.69					-.25 (.602)
35 ปีขึ้นไป	3.94					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 49 ผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และ .006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี และ 35 ปีขึ้นไป ในด้านพฤติกรรมการฟังรายการในจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.94 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์น้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี และ ผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .93 และ 1.0 ตามลำดับ

ตาราง 50 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อ วัน (ชั่วโมง/นาที)	ต่ำกว่า 15 ปี	2.0	.00		
	15 – 20 ปี	3.02	2.49	4.89*	.000
	21 – 25 ปี	4.48	3.10		
	26 – 30 ปี	3.73	2.89		
	31 – 35 ปี	5.33	3.45		
	35 ปีขึ้นไป	4.02	3.22		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 50 แสดงให้เห็นว่าอายุที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่าอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่อายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 52

ตาราง 51 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาทีก) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอายุของผู้ฟัง

อายุ	ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาทีก)	ต่ำกว่า 15 ปี	15 – 20 ปี	21 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี	35 ปีขึ้นไป
		2.00	3.02	4.48	3.73	5.33	4.02
ต่ำกว่า 15 ปี	2.0		-1.02 (.494)	-2.48 (.095)	-1.73 (.251)	-3.33* (.035)	-.20 (.192)
15 – 20 ปี	3.02			-1.46* (.000)	-.71 (.113)	-2.30* (.000)	-.99 (.075)
21 – 25 ปี	4.48				.75 (.079)	-.84 (.177)	.46 (.390)
26 – 30 ปี	3.73					-1.59* (.019)	-.28 (.637)
31 – 35 ปี	5.33						1.30 (.083)
35 ปีขึ้นไป	4.02						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 51 ผู้ฟังที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี ในด้านพฤติกรรมในระยะเวลาการรับฟังรายการต่อวันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.0 ผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.33 โดยผู้ฟังที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีพฤติกรรมต่อระยะเวลาการรับฟังรายการต่อวันน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 3.33

ผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ

21-25 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาการรับฟังรายการต่อวันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 ผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 5.33 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.46 และผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 2.3

ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาการรับฟังรายการต่อวันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.33 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.6

ตาราง 52 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0					
ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน)	ต่ำกว่า 15 ปี	1.15	.173		
	15 – 20 ปี	1.43	.983	4.679*	.000
	21 – 25 ปี	1.87	1.080		
	26 – 30 ปี	1.36	.949		
	31 – 35 ปี	1.39	.656		
	35 ปีขึ้นไป	1.95	1.086		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 52 แสดงให้เห็นว่าอายุที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ซึ่งหมายความว่าอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่อายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 53

ตาราง 53 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอายุของผู้ฟัง

อายุ	ระยะเวลาที่ ได้รับฟัง รายการ (ปี/ เดือน)	ต่ำกว่า 15 ปี	15 – 20 ปี	21 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี	35 ปี ขึ้นไป
		1.15	1.43	1.87	1.36	1.39	1.95
ต่ำกว่า 15 ปี	1.15		-2.83 (.579)	-.72 (.157)	-.21 (.673)	-.24 (.654)	-.80 (.129)
15 – 20 ปี	1.43			-.43* (.001)	.07 (.679)	.041 (.849)	-.52* (.007)
21 – 25 ปี	1.87				.50* (.001)	.48* (.025)	-.08 (.655)
26 – 30 ปี	1.36					-.03 (.920)	-.58* (.005)
31 – 35 ปี	1.39						-.56* (.030)
35 ปีขึ้นไป	1.95						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 53 ผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปี ขึ้นไป ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 1.43 ผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.87 และผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 1.95 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 0.44 และผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 0.52

ผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี ขึ้นไป ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.87 ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.36 และผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 1.39 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 0.50 0.47 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.36 ผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .59

ผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.39 ผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .56

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

ตาราง 54 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แสดงจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟัง รายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
จำนวนวันที่ได้รับฟัง รายการต่อสัปดาห์ (วัน)	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	3.53	1.862		
	อนุปริญญา	4.31	1.955	4.623*	.003
	ปริญญาตรี	3.29	1.903		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.48	1.695		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 54 แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ซึ่งได้ค่า Sig. .003 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 55

ตาราง 55 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

ระดับการศึกษา	จำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน)	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญา ญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.53	4.31	3.29	2.48
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.53		-.78 (.056)	.25 (.241)	1.05* (.009)
อนุปริญาญา/ปวส.	4.31			1.02* (.009)	1.83* (.000)
ปริญญาตรี	3.29				.80* (.037)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.48				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 55 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีในด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูง

กว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการ ต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีโดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.05

ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญาจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.009 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญามีความแตกต่างเป็น รายคู่กับผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ใน ด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ผู้ฟังที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมี ค่าเฉลี่ย 2.48 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้าน จำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่ มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.02 และ 1.83 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.037 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีในด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟัง รายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญา ตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 โดย ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่ได้รับฟัง รายการต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีโดยผลต่างค่าเฉลี่ย .80

ตาราง 56 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที)	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.58	3.19		
	อนุปริญญา	5.13	3.27	4.762*	.003
	ปริญญาตรี	3.78	2.81		
	สูงกว่าปริญญาตรี	5.51	2.67		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 56 แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน ซึ่งได้ค่า Sig. .003 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 57

ตาราง 57 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที)	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.58	5.13	3.78	5.51
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.58		-1.55* (.015)	-.20 (.542)	-1.93* (.002)
อนุปริญญา	5.13			1.35* (.029)	-.38 (.641)
ปริญญาตรี	3.78				-1.73* (.004)
สูงกว่าปริญญาตรี	5.51				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 57 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.015 และ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา มีค่าเฉลี่ย 5.13 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.51 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีโดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.55 และ 1.93 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญาจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5.13 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.78 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันมากกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.35

ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญาจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 5.51 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.73

ตาราง 58 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
89.0					
ระยะเวลาที่ได้รับฟัง รายการ (ปี/เดือน)	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษาตอน ปลาย/ปวช.	1.34	.8444		
	อนุปริญญา	1.75	1.358	5.115*	.002
	ปริญญาตรี	1.78	1.056		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1.57	1.005		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 58 แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .002 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 59

ตาราง 59 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน)	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		1.34	1.75	1.78	1.57
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1.34		-.41 (.069)	-.44* (.000)	-.23 (.281)
อนุปริญญา	1.75			-.03 (.896)	.18 (.526)
ปริญญาตรี	1.78				.21 (.313)
สูงกว่าปริญญาตรี	1.57				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 59 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.34 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.78 โดยผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .44

สมมติฐานข้อที่ 2.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

ตาราง 60 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แสดงจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	รายได้	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
จำนวนวันที่รับฟัง รายการต่อสัปดาห์ (วัน)	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	3.12	1.82		
	5,000 บาท				
	5,001 – 10,000 บาท	3.64	1.89	1.980	.081
	10,001 – 15,000 บาท	3.45	2.07		
	15,001 – 20,000 บาท	4.20	1.85		
	20,001 – 25,000 บาท	3.27	2.15		
	25,000 บาท ขึ้นไป	3.36	2.29		

จากตาราง 60 แสดงให้เห็นว่ารายได้ที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ซึ่งได้ค่า Sig. .081 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่ารายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 61 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	รายได้	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
ระยะเวลาที่รับฟังรายการ ต่อวัน (ชั่วโมง/นาที)	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.78	2.79		
	5,001 – 10,000 บาท	3.48	3.11	3.904*	.002
	10,001 – 15,000 บาท	4.35	3.14		
	15,001 – 20,000 บาท	5.00	3.22		
	20,001 – 25,000 บาท	4.93	2.93		
	25,000 บาท ขึ้นไป	6.90	2.50		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 61 แสดงให้เห็นว่ารายได้ที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน ซึ่งได้ค่า Sig. .002 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าผู้ฟังที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 62

ตาราง 62 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร้จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาทึ) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้ของผู้ฟัง

รายได้	ระยะเวลาที่ รับฟัง รายการต่อ วัน (ชั่วโมง/ นาทึ่)	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001 บาท	10,001 บาท	15,001 บาท	20,001 บาท	25,000 บาทขึ้นไป
		3.78	3.48	4.35	5.00	4.93	6.90
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.78	.30 (.376)	-.57 (.309)	-1.22 (.080)	-1.15 (.147)	-3.12* (.001)	
5,001 – 10,000 บาท	3.48		-.865 (.135)	-1.51* (.034)	-1.44 (.074)	-3.42* (.000)	
10,001 – 15,000 บาท	4.35			-.65 (.438)	-.58 (.527)	-2.55* (.013)	
15,001 – 20,000 บาท	5.00				.07 (.947)	-1.90 (.085)	
20,001 – 25,000 บาท	4.93					-1.98 (.092)	
25,000 บาท ขึ้นไป	6.90						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 62 ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.90 โดยผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 3.12

ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 -10,000 บาทจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.034 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 -10,000 บาทมีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาทและผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปตามลำดับในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 -10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.93 และผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.90 โดยผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000-10,000 มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท และผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.51 และ 3.42

ผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.90 โดยผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 2.55

ตาราง 63 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0

แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม	รายได้	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
89.0					
ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน)	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1.75	1.07		
	5,001 – 10,000 บาท	1.29	.830	4.307*	.001
	10,001 – 15,000 บาท	1.67	1.19		
	15,001 – 20,000 บาท	1.91	1.05		
	20,001 – 25,000 บาท	2.14	.942		
	25,000 บาท ขึ้นไป	1.80	.920		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 63 แสดงให้เห็นว่ารายได้ที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่รับฟังรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .001 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าผู้ฟังที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 64

ตาราง 64 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้ของผู้ฟัง

รายได้	ระยะเวลาที่ ได้รับฟัง รายการ (ปี/ เดือน)	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001 บาท	10,001 บาท	15,001 บาท	20,001 บาท	25,000 บาทขึ้นไป
		1.75	1.29	1.67	1.91	2.14	1.80
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1.75		.46*	.07	-.16	-.39	-.04
			(.000)	(.694)	(.501)	(.143)	(.874)
5,001 – 10,000 บาท	1.29			-.38	-.61*	-.85*	-.50
				(.056)	(.012)	(.002)	(.113)
10,001 – 15,000 บาท	1.67				-.23	-.47	-.12
					(.413)	(.134)	(.723)
15,001 – 20,000 บาท	1.91					-.23	.11
						(.492)	(.771)
20,001 – 25,000 บาท	2.14						.34
							(.387)
25,000 บาท ขึ้นไป	1.80						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 64 ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาทในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.75 ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.29 โดยผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .46

ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาทจากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.012 และ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.29 ผู้ฟังที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.91 และผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.14 โดยผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .61 และ .85 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

ตาราง 65 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
แสดงจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อ สัปดาห์ (วัน)	นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	3.15	1.85		
	พนักงาน บริษัทเอกชน	4.01	1.97	5.347*	.000
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	2.39	1.25		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	4.00	1.88		
	เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	4.00	2.27		
	อื่นๆ (รับจ้าง)	4.08	1.88		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 65 แสดงให้เห็นว่าอาชีพที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าผู้ฟังที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันหรือไม่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 66

ตาราง 66 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอรจิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพของผู้ฟัง

อาชีพ	จำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน)	นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	พนักงาน / บริษัทเอกชน	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ (รับจ้าง)
		3.15	4.01	2.39	4.00	4.00	4.08
นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	3.15		-0.86*	.76*	-.85	-.85	-.93*
พนักงาน	4.01		(.000)	(.040)	(.159)	(.110)	(.020)
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	2.39			1.62*	.01	.01	-.07
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	4.00			(.000)	(.984)	(.982)	(.870)
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	4.00				-1.61*	-1.61*	-1.69*
อื่นๆ (รับจ้าง)	4.08				(.019)	(.010)	(.001)
						.00	-.08
						(1.00)	(.905)
							-.08
							(.896)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 66 ผู้ฟังที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 0.040 และ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ฟังที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้ประกอบการอาชีพอื่นกรณีเป็นการรับจ้าง ในด้านพฤติกรรมการฟังใน จำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ผู้ฟังที่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.01 ผู้ฟัง ผู้ฟังที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 2.39 และผู้ประกอบการ อื่นกรณีเป็นการรับจ้าง มีค่าเฉลี่ย 4.08 โดยผู้ฟังที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีพฤติกรรมต่อ การฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .76 แต่ผู้ฟังที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีพฤติกรรมต่อ การฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์น้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชนและผู้ฟังที่มีอาชีพอื่นๆ กรณีเป็นการรับจ้าง โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .86 และ .93 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ในด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 2.39 โดยผู้ฟังที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.62

ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.019 0.010 และ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ผู้ฟังที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และผู้ฟังที่ประกอบอาชีพอื่นๆ กรณีเป็นการรับจ้างตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39 ผู้ฟังพ่อบ้าน/แม่บ้าน ผู้ฟัง มีค่าเฉลี่ย 4.00 ผู้ฟังที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และผู้ฟังที่ประกอบอาชีพอื่นๆ กรณีเป็นการรับจ้าง มีค่าเฉลี่ย 4.08 โดยผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ผู้ฟังที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และผู้ฟังที่ประกอบอาชีพอื่นๆ กรณีเป็นการรับจ้าง โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.61 1.61 และ 1.69 ตามลำดับ

ตาราง 67 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที)	นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	3.81	2.89		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.81	3.19	.805	.546
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.28	3.08		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.75	3.91		
	เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	4.30	2.71		
	อื่นๆ (รับจ้าง)	4.97	3.10		

จากตาราง 67 แสดงให้เห็นว่าอาชีพที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน ซึ่งได้ค่า Sig. .546 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าผู้ฟังที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันไม่แตกต่างกัน

ตาราง 68 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน)	นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต	1.74	1.047		
	พนักงานบริษัทเอกชน	1.57	1.115	2.159	.058
	ข้าราชการ /	1.29	.679		

รัฐวิสาหกิจ		
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	1.36	.735
เจ้าของกิจการ /	1.47	1.00
ธุรกิจส่วนตัว		
อื่นๆ (รับจ้าง)	1.25	.859

จากตาราง 68 แสดงให้เห็นว่าอาชีพที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .058 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าผู้ฟังที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.6 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกันสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

ตาราง 69 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

แสดงจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรสของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อ สัปดาห์ (วัน)	โสด	3.31	1.89		
	สมรส / อยู่ ด้วยกัน	3.86	1.93	2.401	.092
	หย่าร้าง / แยกกัน	2.00	.000		
	อยู่ / หม้าย				

จากตาราง 69 แสดงให้เห็นว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ซึ่งได้ค่า Sig. .092 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 70 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรสของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	สถานภาพ สมรส	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที)	โสด	3.91	2.93		
	สมรส / อยู่ ด้วยกัน	4.10	3.45	.919	.400
	หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	1.20	.000		

จากตาราง 70 แสดงให้เห็นว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน ซึ่งได้ค่า Sig. .400 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันไม่แตกต่างกัน

ตาราง 71 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวิร์จิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรสของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน)	โสด	1.64	1.05		
	สมรส / อยู่ ด้วยกัน	1.58	.85	.598	.551
	หย่าร้าง / แยกกัน อยู่ / หม้าย	.90	.000		

จากตาราง 71 แสดงให้เห็นว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันของผู้ฟังรายการมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .551 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่าผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการเวิร์จิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการเวิร์จิ้นซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

ตาราง 72 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แสดงจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการดำรงชีวิตจากการแนวเพลงที่ชอบมากที่สุดของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	รูปแบบการดำรงชีวิต จากแนวเพลงที่ชอบฟัง มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
จำนวนวันที่รับฟังรายการ ต่อสัปดาห์ (วัน)	เพลงป๊อป	3.38	1.78		
	เพลงร็อก	3.18	1.89	2.512*	.008
	เพลงอะคูสติค	3.02	1.711		
	เพลงแร็ป	6.50	.707		
	เพลงลูกทุ่ง	3.96	2.09		
	เพลงแจ๊ส	3.67	2.30		
	เพลงเทคโนแดนซ์	1.00	.000		
	เพลงฮิปปี้	2.00	1.00		
	เพลงอาร์แอนด์บี	3.81	2.61		
	เพลงอื่นๆ (เพลงอินดี้)	3.50	1.78		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 72 แสดงให้เห็นว่าลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกันด้านลักษณะแนวเพลงที่ผู้ฟังชอบฟังมากที่สุด มีพฤติกรรมในด้านจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ซึ่งได้ค่า Sig. .008 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่ารูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่มีรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 73

จากตาราง 73 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.020 0.042 และ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแร็ป ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแร็ป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.50 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.96 และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ มีค่าเฉลี่ย 1.00 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์น้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงแร็ป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 3.12 และ .59 ตามลำดับ แต่ผู้ฟังที่ชอบเพลงป๊อป มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงแดนซ์ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 2.38

ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อค จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.014 0.016 และ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อค มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงเร็ป ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงเร็ป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.50 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.96 และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ มีค่าเฉลี่ย 1.00 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อค มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์น้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงเร็ป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 3.32 และ.78 ตามลำดับ แต่ผู้ฟังที่ชอบเพลงร็อค มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงแดนซ์ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 2.18

ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.010 และ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแร็ป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแร็ป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.50 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.96 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค มีพฤติกรรมต่อการฟัง

รายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์น้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงแร็ป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 3.48 และ .95 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแร็ป จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 0.004 และ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแร็ป มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงฮิปฮอป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่น กรณีเป็นเพลงอินดี้ ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแร็ป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.50 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงฮิปฮอป มีค่าเฉลี่ย 2.00 และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 3.50 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแร็ป มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงแดนซ์ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงฮิปฮอป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 5.50 4.50 และ 3.00 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 และ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงฮิปฮอป ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงฮิปฮอป มีค่าเฉลี่ย 2.00 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงแดนซ์ และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงฮิปฮอป โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 2.96 และ 1.96 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.018 และ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมการฟังในจำนวนวันที่ได้รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 3.50 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์น้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงอาร์ แอนด์ บี และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 2.81 และ 2.50 ตามลำดับ

ตาราง 74 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
แสดงระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการ
ดำรงชีวิตจากการแนวเพลงที่ชอบมากที่สุดของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	รูปแบบการดำรงชีวิต จากแนวเพลงที่ชอบฟัง มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
ระยะเวลาที่รับฟังรายการ ต่อวัน (ชั่วโมง/นาที)	เพลงป๊อป	3.77	2.64		
	เพลงร็อก	3.60	3.19	1.195	.297
	เพลงอะคูสติค	4.14	3.55		
	เพลงแร็ป	2.50	.707		
	เพลงลูกทุ่ง	4.08	3.12		
	เพลงแจ๊ส	4.00	1.73		
	เพลงเทคโนโลยี	8.00	.000		
	เพลงฮิปปี้	6.00	2.73		
	เพลงอาร์แอนด์บี	4.18	3.12		
	เพลงอื่นๆ (เพลงอินดี้)	4.42	3.13		

จากตาราง 74 แสดงให้เห็นว่าลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการ เวอร์จิน
ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกันด้านลักษณะแนวเพลงที่ผู้ฟังชอบฟังมากที่สุด มีพฤติกรรม
ในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน ซึ่งได้ค่า Sig. .297 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ
ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า
รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์
เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันไม่แตกต่างกัน

ตาราง 75 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการดำรงชีวิต
จากการแนวเพลงที่ชอบมากที่สุดของผู้ฟัง

พฤติกรรมการฟัง รายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0	รูปแบบการดำรงชีวิตจากแนว เพลงที่ชอบฟังมากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig(2 tails)
ระยะเวลาที่ได้รับฟัง รายการ (ปี/เดือน)	เพลงป๊อป	1.61	1.02		
	เพลงร็อก	1.25	.889	4.978*	.000
	เพลงอะคูสติค	2.04	1.02		
	เพลงแร็ป	1.30	.989		
	เพลงลูกทุ่ง	1.76	1.00		
	เพลงแจ๊ส	2.53	.923		
	เพลงเทคโนแดนซ์	1.00	.000		
	เพลงฮิปฮอป	1.76	.618		
	เพลงอาร์แอนด์บี	2.42	1.22		
	เพลงอื่นๆ (เพลงอินดี้)	.885	.666		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 75 แสดงให้เห็นว่าลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่แตกต่างกันด้านลักษณะแนวเพลงที่ผู้ฟังชอบฟังมากที่สุด มีพฤติกรรมในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ ซึ่งได้ค่า Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. 0.05 นั่นคือ ผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่ารูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ฟังที่มีรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในกลุ่มใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ปรากฏตามตาราง 76

ตาราง 76 การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แสดงระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน) โดยวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกจากรูปแบบการดำรงชีวิตโดยเลือกจากแนวเพลงที่ชอบมากที่สุดของผู้ฟัง

แนวเพลง	ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน)	เพลงปี อป	เพลงร็อก	เพลงอะคูสติค	เพลงเร็ป	เพลงลูกทุ่ง	เพลงแจ๊ส	เพลงแดนซ์	เพลงฮิปฮอป	เพลงอาร์แอนด์บี	เพลงอื่นๆ (อินดี้)
		1.61	1.25	2.04	1.30	1.76	2.53	1.00	1.76	2.42	.885
เพลงปี อป	1.61		.36* (.008)	-.43* (.006)	.31 (.655)	-.15 (.315)	-.92 (.110)	.61 (.286)	-.14 (.744)	-.81* (.002)	.74* (.008)
เพลงร็อก	1.25			-.79* (.000)	-.04 (.945)	-.51* (.003)	-1.28* (.028)	.25 (.665)	-.50 (.264)	-1.17* (.000)	.36 (.202)
เพลงอะคูสติค	2.04				.74 (.293)	.28 (.136)	-.48 (.405)	1.04 (.074)	.28 (.534)	-.38 (.178)	1.16* (.000)
เพลงเร็ป	1.30					-.46 (.511)	-1.23 (.171)	.30 (.739)	-.46 (.577)	-1.12 (.129)	.41 (.578)
เพลงลูกทุ่ง	1.76						-.76 (.190)	.76 (.190)	.00 (.988)	-.66* (.019)	.88* (.003)
เพลงแจ๊ส	2.53							1.53 (.057)	.77 (.283)	.10 (.861)	1.64* (.009)
เพลงเทคโนแดนซ์	1.00								-.76 (.291)	-1.42* (.022)	.11 (.855)
เพลงฮิปฮอป	1.76									-.66 (.188)	.87 (.089)
เพลงอาร์แอนด์บี	2.42										1.54* (.000)
เพลงอื่นๆ (อินดี้)	.885										

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 76 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 0.006 0.002 และ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์แอนด์ บี และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.61 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.25 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค มีค่าเฉลี่ย 2.04 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี มีค่าเฉลี่ย 2.42 และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 0.88 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .43 และ .81 ตามลำดับ แต่ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .36 และ .73

ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 0.003 0.028 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแจ๊ส และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.25 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.04 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง มีค่าเฉลี่ย 1.76 และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแจ๊ส มีค่าเฉลี่ย 2.53 และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี มีค่าเฉลี่ย 2.42 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแจ๊ส และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .79 .51 1.28 และ 1.17 ตามลำดับ

ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.04 และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 0.88 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.16

ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี มีค่าเฉลี่ย 2.42 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.42

ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ ในด้านพฤติกรรมการฟังในระยะเวลาที่ได้รับฟัง รายการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.542 ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ มีค่าเฉลี่ย 0.88 โดยผู้ฟังที่ชอบฟัง เพลงแจ๊สมีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบ เพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 1.54

สมมติฐานที่ 4 ทศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ทศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Pearson Correlation) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 77 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างทศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการและพฤติกรรมต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอ็ม 89.0

พฤติกรรมการรับฟังรายการ	ทศนคติด้านรูปแบบการดำเนินรายการ	
	Pearson Correlation	Sig 2-tailed
จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน)	.105*	.035
ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาฬิกา)	.030	.055
ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน)	.071	.162

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 77 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านรูปแบบการดำเนินรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอ็ม 89.0 และพฤติกรรมการฟังรายการ โดยการใช้ค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า

ทศนคติด้านรูปแบบการดำเนินรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอ็ม 89.0 และพฤติกรรมการฟังรายการพบว่าดังนี้

ทัศนคติด้านรูปแบบการดำเนินรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการฟังในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ที่มีค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 และมีค่า r เท่ากับ 0.105 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านรูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการด้านจำนวนวันที่รับฟังต่อสัปดาห์โดยเป็นในทิศทางเดียวกัน ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย กล่าวได้ว่าถ้าผู้ฟังมีทัศนคติด้านรูปแบบการดำเนินรายการของรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 จะทำให้มีพฤติกรรมการฟังรายการในจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์มากขึ้น

ทัศนคติด้านรูปแบบการดำเนินรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ต่อพฤติกรรมการฟังรายการในเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวันและระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ ค่า Sig. 0.055 และ .162 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติต่อรูปแบบการดำเนินรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวันและระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการที่ผ่านมา

ตาราง 78 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจและพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0

พฤติกรรมการรับฟังรายการ	ทัศนคติด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ	
	Pearson Correlation	Sig 2-tailed
จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน)	.095	.058
ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที)	.117*	.019
ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/เดือน)	.354*	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 78 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ รายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 และพฤติกรรมการฟังรายการ โดยการใช้ค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า

ทัศนคติด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ รายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการฟังในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .019 และ .000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 และมีค่า r เท่ากับ 0.117 และ .354 ตามลำดับ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการด้านระยะเวลาที่รับฟังต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ โดยความสัมพันธ์เป็นในทิศทางเดียวกัน ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลยและระดับความสัมพันธ์กันน้อย ตามลำดับ กล่าวได้ว่าถ้าผู้ฟังมีทัศนคติด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ รายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ดี จะทำให้มีพฤติกรรมการฟังรายการในระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ

ทัศนคติด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ รายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ต่อพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ค่า Sig. เท่ากับ 0.58 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติต่อลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ รายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์

ตาราง 79 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการและพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

พฤติกรรมการรับฟังรายการ	ทัศนคติด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ	
	Peason Correlation	Sig 2-tailed
จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ (วัน)	.151*	.002
ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที)	.056	.260
ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ (ปี/ เดือน)	.235*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 79 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ของรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 และพฤติกรรมการฟังรายการ โดยใช้ค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า

ทัศนคติด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการฟังในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .002 และ .000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 และมีค่า r เท่ากับ 0.151 และ .235 ตามลำดับ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ โดยความสัมพันธ์เป็นในทิศทางเดียวกัน ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลยและระดับความสัมพันธ์กันน้อยตามลำดับ กล่าวได้ว่า ถ้าผู้ฟังมีทัศนคติด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ของรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ดี จะทำให้มีพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการสูง

ทัศนคติด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ต่อพฤติกรรมการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน ค่า Sig. เท่ากับ .260 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติต่อลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านลักษณะประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ สถานภาพสมรส และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต ซึ่งมีต่อทัศนคติการฟังรายการ และพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ฟังที่มีต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ฟัง ที่มีต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ สถานภาพสมรส
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ สถานภาพสมรส
5. เพื่อศึกษารูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ที่มีต่อพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับทัศนคติกับพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 นั้น จะเป็นแนวทางให้แก่ผู้ผลิตรายการวิทยุ โดยนำผลจากการวิจัยและข้อเสนอแนะไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้ฟังรายการ โดยผลจะทำให้รายการเป็นที่นิยมของผู้ฟังซึ่งจะทำให้มีผู้สนใจในการลงโฆษณาผ่านทางคลื่นเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 รวมถึงรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 จะได้จัดกิจกรรมต่างๆของทางรายการ

เพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการ เพื่อที่จะรักษาความนิยมจากผู้ฟังรายการและเพิ่มจำนวนผู้ฟังให้มีจำนวนมากขึ้นในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และรับฟังรายการเวอร์ดิจน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือกลุ่มผู้ฟังรายการเวอร์ดิจนซอฟท์เอฟเอ็ม 89.0 จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรไม่สามารถทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา(2545):26)

วิธีการสุ่มตัวอย่างจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ดังนี้ (Multi Stage Sampling)

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) แบ่งพื้นที่ในเขต

กรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มๆ โดยแบ่งตามเขตปกครองของกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 50 เขต หรือ 50 กลุ่ม ได้แก่

เขตคลองสาน	เขตทวีวัฒนา	เขตบางซื่อ	เขตพระนคร
เขตคลองเตย	เขตทุ่งครุ	เขตบางนา	เขตพระโขนง
เขตคลองสามวา	เขตธนบุรี	เขตบางบอน	เขตภาษีเจริญ
เขตคันนายาว	เขตบางกะปิ	เขตบางพลัด	เขตมีนบุรี
เขตจตุจักร	เขตบางกอกน้อย	เขตบางรัก	เขตยานนาวา
เขตจอมทอง	เขตบางกอกใหญ่	เขตปทุมวัน	เขตราชเทวี
เขตดอนเมือง	เขตบางขุนเทียน	เขตปทุมวัน	เขตราชบุรี
เขตดินแดง	เขตบางเขน	เขตประเวศ	เขตลาดกระบัง
เขตดุสิต	เขตบางคอแหลม	เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	เขตลาดพร้าว
เขตตลิ่งชัน	เขตบางแค	เขตพญาไท	เขตวังทองหลาง
เขตวัฒนา	เขตสะพานสูง	เขตสาทร	เขตสายไหม
เขตสัมพันธวงศ์	เขตสวนหลวง	เขตหนองจอก	เขตหนองแขม
เขตหลักสี่	เขตห้วยขวาง		

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) โดยวิธีจับฉลากจาก 50 เขต เพื่อให้ได้มา 5 เขต โดยสุ่มได้แก่ เขตบางนา เขตบางรัก เขตห้วยขวาง เขตปทุมวัน และ เขตธนบุรี

ขั้นตอนที่ 3 แบบโควต้า (Quota) โดยจะไปแจกแบบสอบถามในเขตที่จับฉลากได้ในแต่ละเขต เขตละ 80 คน

ขั้นตอนที่ 4 สุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ให้ครบตามจำนวน 400 คนที่ฟังรายการ Virgin Soft F.M. 89.0 MHz

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน
3. ลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตที่ต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน
4. ทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อการสร้างแบบสอบถาม
2. ทบทวนวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อกำหนดขอบเขตและให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
3. สร้างแบบสอบถาม ซึ่งแจกให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้ฟังจำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 คือข้อมูลรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการจำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 3 คือข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการแบ่งเป็น 3 กลุ่ม และส่วนที่ 4 คือข้อมูลพฤติกรรมการฟังรายการ จำนวน 5 ข้อ นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอคณะกรรมการตรวจสอบความถูกต้อง และเสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอกับที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบพร้อมพิจารณาอีกครั้ง แล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try out)
5. นำแบบสอบถามทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุดเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2546) ในการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .7192
6. นำแบบสอบถามไปแจก โดยแบ่งเป็นเขตจากการสุ่ม 5 เขต ได้แก่ เขตบางนา เขตบางรัก เขตห้วยขวาง เขตปทุมวัน และเขตธนบุรี โดยแบ่งเป็นเขตๆละ 80 คน รวมเป็นจำนวน 400 คน

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1 การจัดกระทำ

- 1.1 รวบรวมแบบสอบถาม
- 1.2 ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
- 1.3 ลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วย

โปรแกรม SPSS For Windows Version 11

2 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

2.1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 1 ตอนที่ 2 ตอนที่ 4 ข้อ 4 - 5

2.1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลตอนที่ 3 ตอนที่ 4 ข้อ 1-3

2.1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 3 ตอนที่ 4 ข้อ 1-3

2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการพึงรายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบ แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent Sample t-Test)

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อ 1.3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 1.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 1.6 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 สถิติที่ใช้ทดสอบ แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (t -Test)

สมมติฐานข้อที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 ข้อ 1.3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 2.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 ข้อ 1.4 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 2.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 2.6 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1-3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบความแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 – 3 สถิติที่ใช้ทดสอบแบบแปรปรวนมีปัจจัยเดียว One-Way Anova (F-Test)

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ข้อ 1-3 สถิติที่ใช้ทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ทัศนคติและพฤติกรรมของการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน กล่าวโดยสรุปได้ดังนี้

ผู้ฟังส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชายมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 53.3 ช่วงอายุที่มีผู้ฟังมากที่สุดคือ ช่วงอายุ 21 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 ด้านระดับการศึกษา พบว่า มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 55.2 ด้านรายได้ พบว่ามีกลุ่มรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.5 ด้านของอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต คิดเป็นร้อยละ 61.5 และด้านสถานภาพสมรส พบว่าส่วนใหญ่ มีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 86.7

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านรูปแบบการดำรงชีวิต

จากการวิเคราะห์ผู้ฟังรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 นั้น มีรูปแบบการดำรงชีวิตในด้านแนวเพลงที่ชอบฟัง สถานที่ที่ชอบในการฟังเพลง และงานอดิเรกที่ชอบ ซึ่งจากการวิจัยพบว่า รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ได้ผลดังนี้ เพลงที่ชอบฟังมากที่สุดคือเพลงป๊อป คิดเป็นร้อยละ 40.5 สถานที่ที่ชอบในการฟังเพลงมากที่สุดคือ ที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 78.8 และงานอดิเรกที่ชอบมากที่สุดคือ การฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 64.4

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0

ผู้วิจัยได้จำแนกข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 เป็น 3 กลุ่ม ซึ่งได้แก่ ด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ ซึ่งจากการวิเคราะห์ในด้านรูปแบบการดำเนินรายการ โดยรวมผู้ฟังมีทัศนคติในระดับดี ซึ่งระดับทัศนคติในระดับดีมาก คือผู้ฟังเห็นว่าเป็นรายการเปิดเพลงที่ต่อเนื่อง ระดับทัศนคติในเกณฑ์ดี ได้แก่ เป็นรายการที่เฟลิดเฟลีน เป็นรายการที่มีโฆษณาบ่อย เป็นรายการที่เปิดแต่เพลงซ้ำๆ เป็นรายการที่เป็นผู้นำในการเปิดเพลงต่อเนื่อง เป็นรายการที่มีคลื่นความถี่ที่รับฟังได้ชัดเจน และเป็นรายการที่ให้ข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ ระดับทัศนคติในเกณฑ์ปานกลาง ได้แก่ เป็นรายการที่เปิดเพลงซ้ำๆ เป็นรายการเปิดเพลงที่ได้รับการ promote เท่านั้น และเป็นรายการที่สามารถโทรศัพท์เข้าไปได้ยาก

ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจโดยรวมผู้ฟังมีทัศนคติในระดับดี ซึ่งผู้ฟังมีความเห็นระดับทัศนคติในเกณฑ์ดี ในด้านต่างๆ ได้แก่ เป็นรายการที่ดีเจมีเสียงน่าประทับใจ เป็นรายการที่ดีเจพูดในข่าวสารสาระที่น่าสนใจ และเป็นรายการที่ดีเจเป็นที่ดึงดูดความสนใจ และผู้ฟังมีทัศนคติในระดับปานกลาง ในด้านเป็นรายการที่ดีเจเน้นการสนทนาเป็นส่วนมาก

ด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการโดยรวมผู้ฟังมีทัศนคติต่อรายการในระดับดี โดยผู้ฟังมีทัศนคติระดับดีในทุกด้าน ได้แก่ เป็นรายการที่มีการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ เป็นรายการที่มีกิจกรรมนอกสถานที่เป็นที่น่าสนใจ เป็นรายการที่มีเกมส์ให้ผู้ฟังโทรเข้ามาร่วมสนุก เป็นรายการที่มีของรางวัลที่ดึงดูดใจ เป็นรายการที่มีการรับสมัครสมาชิกของรายการเป็นที่น่าสนใจ และเป็นรายการที่มีเว็บไซต์ของรายการเป็นที่น่าสนใจ

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 โดยผู้วิจัยได้ศึกษาความถี่ในการรับฟังรายการต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ รวมถึงช่วงเวลาที่ฟังรายการ และลักษณะการเลือกฟังรายการ ซึ่งผลการวิจัยพบพฤติกรรมผู้ฟังรายการเป็นดังนี้

ความถี่ในการรับฟังรายการต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยจะฟังรายการ 3.38 วันต่อสัปดาห์ โดยความถี่ในการฟังรายการน้อยที่สุดคือ 1 วันต่อสัปดาห์ และความถี่ในการรับฟังรายการมากที่สุดคือ 7 วันต่อสัปดาห์

ด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน ผู้ฟังโดยเฉลี่ยฟังรายการวันละ 3.98 ชั่วโมง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการน้อยที่สุดคือ 30 นาทีต่อวัน และกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการมากที่สุดคือ 12 ชั่วโมงต่อวัน

ด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ ผู้ฟังโดยเฉลี่ยได้ฟังรายการเป็นระยะเวลา 1.63 ปี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการในระยะเวลาอย่างน้อยที่สุด 10 เดือน และกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการมากที่สุด 2 ปี

ช่วงเวลาที่ผู้ฟังมากที่สุด คือช่วงเวลา 20.00 – 24.00 ซึ่งมีผู้ฟังเป็นจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 และลักษณะการเลือกฟังรายการที่พบมากที่สุด คือพฤติกรรมการเลือกฟังเฉพาะรายการ เวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 สลับกับสถานีวิทยุอื่นๆ เป็นจำนวน 224 คิดเป็นร้อยละ 56.0

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการรับฟังรายการแตกต่างกัน โดยทัศนคติต่อการรับฟังรายการจำแนกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ จากการวิเคราะห์รายข้อได้ผลดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอรจิ้น ซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในทัศนคติต่อรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในทุกด้าน

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในทัศนคติต่อการฟังรายการด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ แต่อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการไม่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในด้านรูปแบบการดำเนินรายการ

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในทัศนคติต่อการฟังรายการในทุกด้าน

สมมติฐานข้อที่ 1.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในทัศนคติต่อการฟังรายการด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ แต่รายได้แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการไม่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในด้านรูปแบบการดำเนินรายการ

สมมติฐานข้อที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในทัศนคติต่อการฟังรายการทุกด้าน

สมมติฐานข้อที่ 1.6 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการ แต่สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการไม่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน โดยพฤติกรรมการฟังรายการจำแนกเป็นความถี่ที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ

สมมติฐานข้อที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในลักษณะของพฤติกรรมทุกด้าน

สมมติฐานข้อที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกันในที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในลักษณะพฤติกรรมการฟังทุกด้าน ได้แก่ ความถี่ที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกันในที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในลักษณะพฤติกรรมการฟังทุกด้าน ได้แก่ ความถี่ที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ

สมมติฐานข้อที่ 2.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกันในที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ แต่รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในด้านความถี่ในการรับฟังรายการต่อวัน

สมมติฐานข้อที่ 2.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกันในที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในด้านความถี่ในการรับฟังรายการต่อวัน แต่อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ

สมมติฐานข้อที่ 2.6 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในพฤติกรรมการฟังรายการทุกด้าน

สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวิร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในด้านความถี่ในการรับฟังรายการต่อวันและระยะเวลาที่รับฟังรายการ แต่รูปแบบการดำรงชีวิตแตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการฟังรายการเวิร์จิน ซอฟท์ เอฟ เอ็ม 89.0

ทศนคติด้านรูปแบบการดำเนินรายการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการฟังในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก หมายความว่า ทศนคติด้านรูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการด้านจำนวนวันที่รับฟังต่อสัปดาห์โดยเป็นในทิศทางเดียวกัน ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ทศนคติด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการฟังในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ ตามลำดับ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก หมายความว่า ทศนคติด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการด้านระยะเวลาที่รับฟังต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ โดยความสัมพันธ์เป็นในทิศทางเดียวกัน ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลยและระดับความสัมพันธ์กันน้อย ตามลำดับ

ทศนคติด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการเวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการฟังในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ ตามลำดับ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก หมายความว่า ทศนคติด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ โดยความสัมพันธ์เป็นในทิศทางเดียวกัน ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลยและระดับความสัมพันธ์กันน้อย ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมของการฟังรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังมีทัศนคติต่อการฟังรายการพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการฟังรายการคือด้าน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ประมะ สติเวทิน (หลักนิเทศศาสตร์. 2533) ได้กล่าวว่าผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมมีทัศนคติที่ต่างกันไป

จากการศึกษารูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการ มีทัศนคติต่อการฟังรายการที่ต่างไปกันตรงกับสมมติฐานนั้น ราตรี พัฒนรังสรรค์ (2544 : 50-52) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำรงชีวิตว่า คือสิ่งที่คนสนใจปรารถนาหรือกลายเป็นสิ่งที่คนถือปฏิบัติ โดยคนจะเลือกปฏิบัติเมื่อเผชิญกับเหตุการณ์ที่พบนั้น โดยจะเลือกดำเนินชีวิตในสิ่งที่บุคคลนั้นชอบ

2. การวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี ทั้งนี้หากวิเคราะห์ทัศนคติต่อรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 เป็นแต่ละรายซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกเป็น ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ นั้น ผลปรากฏว่าในทุกด้านผู้ฟังมีทัศนคติต่อรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในเกณฑ์ดี โดยลักษณะการดำเนินรายการด้านเป็นรายการที่เปิดเพลงต่อเนื่องนั้นมีระดับทัศนคติในเกณฑ์ดีมาก

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร์ดิจนซอพท์เอฟเอ็ม 89.0 ด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยผู้ฟังรายการเวอร์ดิจนซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 มีค่าเฉลี่ย 3.38 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งจำนวนวันที่รับฟังรายการมากที่สุด คือ 7 วันต่อสัปดาห์ และน้อยที่สุด คือ 1 วันต่อสัปดาห์ ดังนั้นรายการจะต้องเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างแรงดึงดูดให้ผู้ฟังติดตามรายการ เช่นการเพิ่มของรางวัลเพื่อดึงดูดให้ผู้ฟังติดตามการฟังรายการ

การวิเคราะห์พฤติกรรมการรับฟังรายการด้านระยะเวลาการรับฟังรายการต่อวัน มีค่าเฉลี่ย 3.93 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งระยะเวลาที่รับฟังรายการมากที่สุดคือ 12 ชั่วโมงต่อวัน และระยะเวลาที่รับ

ฟังรายการน้อยที่สุดคือ 30 นาที ซึ่งจากการวิจัยยังพบอีกว่าช่วงเวลาที่ผู้รับฟังรายการมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 20.00-24.00 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ฟังได้พักผ่อนซึ่งจากรูปแบบของรายการที่เน้นการเปิดเพลงที่ต่อเนื่องทำให้ผู้ฟังมีความเพลิดเพลิน

4. การวิเคราะห์จากสมมติฐานงานวิจัย ทักษะคิดและพฤติกรรมของการฟังรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่า

4.1 การทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรส ซึ่งจากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติการรับฟังที่แตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานโดยตรงกับ ณรงค์ศักดิ์ จันทน์นวล. (2527) ที่กล่าวถึงเรื่องของการเกิดทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากการเรียนรู้ และการรับรู้ จากแหล่งทัศนคติต่างๆ

4.1.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 1.1 พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจมีเหตุจากปัจจุบันเพศชายและหญิงมีทัศนคติที่มีอิสระเสรีในการรับรู้ แสดงออกได้อย่างเท่าเทียมกันไม่มีเพศใดได้เปรียบหรือเสียเปรียบ อีกทั้งรูปแบบของรายการไม่มีความโน้มเอียงหรือให้ความสำคัญกับเพศใดเพศหนึ่งมากกว่ากัน

4.1.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 1.2 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ฟังที่มีอายุ 15 – 20 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปี ผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจมากกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ทั้งนี้หากวิเคราะห์ทัศนคติด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการนั้นพบว่า ผู้ฟัง ที่มีอายุ 15 – 20 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการมากกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 แต่ผู้ฟังที่มีอายุ 15 – 20 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 21 – 25 ปีมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการมากกว่าผู้ฟัง

ที่มีอายุ 26 – 30 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 31 – 35 แต่ผู้ฟังที่มีอายุ 26 – 30 ปี มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป

- 4.1.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 1.3 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการแตกต่างกันในทุกด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยจำแนกได้ดังนี้
- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ พบว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีทัศนคติต่อการฟังรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/ปวส. ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญาตรี มีทัศนคติต่อการฟังรายการมากกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
- ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ พบว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีทัศนคติต่อการฟังรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญาตรี/ปวส. ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
- ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ พบว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีทัศนคติต่อการฟังรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีทัศนคติต่อการฟังรายการมากกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
- 4.1.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 1.4 พบว่ารายได้ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน แต่พบว่ารายได้ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวิร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยจำแนกเป็นดังนี้
- ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ พบว่าผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาท มีทัศนคติต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท และผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีทัศนคติต่อการฟัง

รายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ พบว่าผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาท มีทัศนคติต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ผู้ฟังที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท และ ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป

- 4.1.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 1.5 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จากการวิเคราะห์อาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการแตกต่างกันในทุกด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และกิจกรรมต่างๆ ของรายการ โดยจำแนกแต่ละด้านได้ดังนี้
- ด้านรูปแบบการดำเนินรายการ พบว่าผู้ฟังที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีทัศนคติต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้ฟังที่มีอาชีพรับพ่อบ้าน/แม่บ้าน
- ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ พบว่าโดยผู้ฟังที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีทัศนคติต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอาชีพอื่น โดยผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ทัศนคติต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน และผู้ฟังที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีทัศนคติต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว/เป็นเจ้าของกิจการ และผู้ฟังที่ประกอบอาชีพอื่นๆ
- ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ พบว่าผู้ฟังที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีทัศนคติต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน เจ้าของธุรกิจ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น
- 4.1.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 1.6 พบว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านรูปแบบการดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ

และด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยจำแนกเป็นดังนี้

ด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ พบว่าผู้ฟังที่มีสถานภาพโสดมีทัศนคติต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันและหย่าร้าง/แยกกันอยู่ และผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีทัศนคติต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่

ด้านกิจกรรมต่างๆ ของรายการ พบว่าผู้ฟังที่มีสถานภาพโสดมีทัศนคติต่อการฟังรายการในด้านลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการมากกว่าผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน

4.2 การทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541 : 130-141) ; (อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ 2543 : 17-19) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ต่อการเลือกบริการ มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม ด้านส่วนบุคคล และด้านจิตวิทยา

4.2.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 2.1 เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกันในด้านพฤติกรรมการรับฟังรายการตามระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน (ชั่วโมง/นาที) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แต่เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่แตกต่างกันในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ

4.2.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 2.2 พบว่าอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการแตกต่างกันในทุกด้าน ได้แก่ จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ โดยจำแนกได้ดังนี้

จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ พบว่าผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี และ ผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน พบว่าผู้ฟังที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีพฤติกรรมการรับฟังรายการต่อวันน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี ผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มี

พฤติกรรมการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการต่อวันน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี

ด้านระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ พบว่าผู้ฟังที่มีอายุ 15-20 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ย 0.44 และผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ผู้ฟังที่มีอายุ 21-25 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี ผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี และผู้ฟังที่มีอายุ 26-30 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป และผู้ฟังที่มีอายุ 31-35 ปี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป

- 4.2.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 2.3 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการแตกต่างกันในทุกด้าน ได้แก่ จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ โดยจำแนกได้ดังนี้
- จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ พบว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญาตรี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
- ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน พบว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษานุปริญญาตรี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
- ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ พบว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

- 4.2.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 2.4 พบว่ารายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ไม่

แตกต่างกัน แต่รายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยจำแนกได้ดังนี้ ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการต่อวัน พบว่าผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีพฤติกรรมการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีพฤติกรรมการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท และผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป และผู้ฟังที่มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท มีพฤติกรรมการฟังรายการน้อยกว่าผู้ฟังที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป

ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ พบว่าผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีพฤติกรรมการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท และผู้ฟังที่มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท มีพฤติกรรมการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท และผู้ฟังที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท

- 4.2.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 2.5 พบว่าผู้ฟังที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ผู้ฟังที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการไม่แตกต่างกัน จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ พบว่าผู้ฟังที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีพฤติกรรมการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ แต่ผู้ฟังที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต มีพฤติกรรมการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและผู้ฟังที่มีอาชีพอื่นๆ กรณีเป็นการรับจ้าง ผู้ฟังที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้ฟังที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ผู้ฟังที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และผู้ฟังที่ประกอบอาชีพอื่นๆ กรณีเป็นการรับจ้าง

- 4.2.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 2.6 พบว่าผู้ฟังที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านจำนวนวันที่รับฟัง

รายการต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการไม่แตกต่างกัน

4.3 การทดสอบสมมติฐานลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตที่ต่างกันมีพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 แตกต่างกัน ซึ่งวิเคราะห์จากแนวเพลงที่ผู้ฟังชอบ

4.3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 3.1 พบว่ารูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ฟังรายการที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 ในระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน ไม่แตกต่างกัน

จำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ พบว่าผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงแร็ป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง แต่ผู้ฟังที่ชอบเพลงป๊อป มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงแดนซ์ โดยผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์น้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงแร็ป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงแร็ป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง แต่ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแร็ป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแร็ป มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงฮิปฮอป และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงฮิปฮอป

ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์ มีพฤติกรรมต่อการฟังน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้

ระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ พบว่าผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี แต่ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงป๊อป มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบ

เพลงร็อก และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงร็อก มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงอะคูสติค ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแจ๊ส และผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอาร์ แอนด์ บี ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอะคูสติค มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่งมีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ โดยผลต่างค่าเฉลี่ย .881 แต่ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่งมีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบอาร์ แอนด์ บี ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแจ๊สมีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงอินดี้ ชอบเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้ ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแดนซ์มีพฤติกรรมต่อการฟังรายการน้อยกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงอาร์ แอนด์ บี ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงแจ๊สมีพฤติกรรมต่อการฟังรายการมากกว่า ผู้ฟังที่ชอบเพลงอื่นๆ กรณีเป็นเพลงอินดี้

4.4 การทดสอบสมมติฐานที่เสนอมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการฟังรายการ เวอร์จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 พบว่า รูปแบบการดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กับจำนวนวันที่รับฟังต่อสัปดาห์เป็นในทิศทางเดียวกัน ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย แต่ทัศนคติต่อรูปแบบการดำเนินรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวันและระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ ด้านทัศนคติด้านลักษณะการดำเนินรายการของดีเจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการด้านระยะเวลาที่รับฟังต่อวัน และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ โดยความสัมพันธ์เป็นในทิศทางเดียวกัน ในระดับแทบจะไม่มี ความสัมพันธ์กันเลยและระดับความสัมพันธ์กันน้อย ตามลำดับ แต่ทัศนคติต่อลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ รายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการในด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ ด้านทัศนคติต่อกิจกรรมต่างๆ ของรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฟังรายการด้านจำนวนวันที่รับฟังรายการต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่ได้รับฟังรายการ โดยความสัมพันธ์เป็นในทิศทางเดียวกัน ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลยและระดับความสัมพันธ์กันน้อย ตามลำดับ แต่ทัศนคติต่อลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการเวอร์จินซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การฟังรายการในด้านระยะเวลาที่รับฟังรายการต่อวัน

ทั้งนี้ พฤติกรรมเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบของทัศนคติ เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 108-110) ได้กล่าวว่าลักษณะทัศนคติ หมายถึงความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้พฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจ และชนิษฐา เบญจาทิกุล (น.24-25) ซึ่งกล่าวว่าทัศนคติและพฤติกรรมต่างก็มี

ความสัมพันธ์และมีผลซึ่งกันและกัน คือทัศนคติเกี่ยวข้องกับบุคคล ความรู้สึกและความต้องการที่จะปฏิบัติหรือกระทำการบางอย่างใดอย่างหนึ่งกับสิ่งต่างๆ หรือสถานการณ์ต่างๆ และยังสอดคล้องกับ เตรียันดิส (อุษา ลิปธนโชติ 2545 : 12-13 อ้างอิงจาก Triandis) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการปฏิบัติของมนุษย์เป็นผลมาจาก ทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม นิสัย และผลที่คาดว่าจะได้รับ หลังจากพฤติกรรมนั้นแล้ว

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ในการทำวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร้จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 จากการศึกษาลักษณะทัศนคติของผู้ฟังรายการนั้น พบว่าทัศนคติต่อรายการที่มีระดับเกณฑ์ปานกลางซึ่งแสดงว่ารายการต้องปรับปรุงให้ผู้ฟังมีทัศนคติในเกณฑ์ดังกล่าวให้เป็นที่ยอมรับของผู้ฟัง ทั้งนี้ระดับทัศนคติที่รายการต้องปรับเปลี่ยนให้ผู้ฟังยอมรับมากขึ้นได้แก่ ทัศนคติในด้านที่ว่าเป็นรายการที่เปิดเพลงซ้ำๆ เป็นรายการที่เปิดเฉพาะเพลงที่ได้รับการ Promote เท่านั้น และการโทรเข้าไปในรายการซึ่งโทรเข้าไปได้ยาก

จากการวิจัยพบว่า ผู้ฟังจะฟังรายการเวอร้จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 สลับกับรายการวิทยุอื่น ดังนั้นเพื่อดึงดูดให้ผู้ฟังรายการตลอด รายการควรเพิ่มแรงจูงใจ จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินรายการที่ผู้ฟังชอบ ลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการซึ่งรวมถึงการดึงดูดด้วยของรางวัลและเกมส์ที่น่าสนใจทำให้ผู้ฟังจะติดตามฟังรายการตลอด

จากการวิจัยด้านทัศนคติในลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการ ลักษณะการดำเนินรายการของดีเจ และลักษณะกิจกรรมต่างๆ ของรายการนั้น โดยรวมผู้ฟังมีระดับทัศนคติในเกณฑ์ดี ดังนั้นรายการจะต้องมุ่งเน้นภาพลักษณ์ให้ชัดเจน เพื่อยืนยันลักษณะของรายการเพื่อความแตกต่างและจะต้องพัฒนาเพื่อให้เป็นผู้นำรูปแบบรายการเปิดเพลงต่อเนื่องต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร้จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรมีการวิจัย การติดตามผลถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ฟังรายการเวอร้จินซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง

2. ควรมีการวิจัยการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด หาประสิทธิภาพและประสิทธิผล
3. ควรมีการขยายพื้นที่สำหรับการศึกษามากขึ้นเพราะการวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมเฉพาะเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น หากมีการวิจัยในจังหวัดใกล้เคียงอาจพบข้อแตกต่างที่น่าสนใจ
4. ควรทำการศึกษาในเรื่องของลักษณะหรือประเภทของผู้จัดรายการวิทยุ หรือผู้ดำเนินรายการว่ามีผลต่อพฤติกรรมการฟังรายการวิทยุของผู้ฟังรายการหรือไม่
5. ควรทำการศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงดึงดูดให้ผู้ฟังรายการเลือกที่จะฟังรายการตลอดไปโดยไม่เปลี่ยนสถานี
6. ควรมีการศึกษาถึงข่าวสารหรือสาระที่ผู้ฟังสนใจเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้ฟังให้ติดตามรายการ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

หนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

- กรมประชาสัมพันธ์. กองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ. (2545)
จำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียงจำแนกตามหน่วยงานต้นสังกัด. กรุงเทพฯ:กองงาน กรมฯ
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2542). การวิเคราะห์สถิติ สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2543). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : ซี เค
แอนด์ โฟโต้สตูดิโอ.
- . (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จระไน แกลโกศล. (2536). พฤติกรรมการรับฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ.จุฬาลงกรณ์มหา
วิทยาลัย.
- ชุตานา ปุณณะหิตานนท์. (2541) การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนร็อบเบิ้ลล์ สถานี
วิทยุกระจายเสียงคลื่นความถี่ เอฟเอ็ม 88.0 เมกกะเฮิร์ต ของผู้ฟังในเขต กทม. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.
(สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2534). การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา คณะ
ศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- . (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัทมาวดี หล่อจิตร. (2544). ทศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการสนทนา 45 นาที ปัญหา
บ้านเมืองของผู้ชม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.(นิเทศศาสตร์) กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- พรนภา แก้วลาย. (2539). ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของ
สถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการ.กรุงเทพ
มหานคร.กรุงเทพมหานครวิทยานิพนธ์ บธ.ม (วารสารศาสตร์และสื่อมวลชน).
กรุงเทพฯบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์ (2539). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประกายประกิ.
- นราศรี ไหววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2542). ระเบียบวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เนาวรัตน์ ไรจน์วิทยา. (2534).ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม (วารสารศาสตร์และสื่อมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.

- ณรงค์ศักดิ์ จันทน์นวล. (2527).จิตวิทยาทั่วไป.เชียงใหม่ :มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537) องค์การและการบริหาร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- มัลลิกา ปราบอริฟาย. (2546). ทศนคติและพฤติกรรมของผู้ฟังรายการแบงก์คอกเรดิโอ เอฟเอ็ม 94.0 ในเขต
กรุงเทพมหานคร. ถ่ายเอกสาร
- ราตรี พัฒนรังสรรค์ (2544). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏจันทรเกษม
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ.พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิรัช ภูมิรัตนกุล. (2538). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2540). หลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ยงพลเทรดดิ้ง.
- เสรี วงศ์มณฑา. (2541). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์.
- (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์.
- (2541) กลยุทธ์การตลาด. . การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์.
- (2540) ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด กรุงเทพฯ : Diamond in Business World
- (2546) หลักการโฆษณา กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ :
- (2541). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ .
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2526). การตลาด กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อรรถนพ เขียวถาวร (2542). ประมวลบทความวิชาการสื่อมวลชนและสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: เอส พี การพิมพ์.

เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

www.virginsoftthailand.com

www.pfd.go.th

ภาคผนวก

แบบสอบถาม
เรื่อง
ทัศนคติและพฤติกรรมของการฟังรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟ เอ็ม 89.0
ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้ใช้เป็นข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชา การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ วิทยาเขตประสานมิตร ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำรงชีวิต

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อรายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการฟังรายการเวอร์จิน ซอฟท์ เอฟเอ็ม 89.0

****** กรุณาตอบทุกข้อ**

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย✓ ในช่องที่ตรงกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับท่าน

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 15 ปี

☐ 16 – 20 ปี

☐ 21 - 25 ปี

☐ 26 – 30 ปี

☐ 31 - 35 ปี

☐ 36 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

☐ ปริญญาตรี

☐ อนุปริญญา / ปวส.

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้

- | | |
|---|--|
| ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท | ☐ 15,001 - 20,000 บาท |
| ☐ 5,001- 10,000 บาท | ☐ 20,001- 25,000 บาท |
| ☐ 10,001 – 15,000 บาท | ☐ 25,001 บาท ขึ้นไป |

4. อาชีพ

- | | |
|--|---|
| ☐ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต | ☐ พ่อบ้าน/แม่บ้าน |
| ☐ พนักงานบริษัทเอกชน | ☐ เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว |
| ☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ☐ อื่นๆ ระบุ |

6. สถานภาพสมรส

- | | |
|---|--|
| ☐ โสด | ☐ หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย |
| ☐ สมรส/อยู่ด้วยกัน | |

ตอนที่ 2 รูปแบบการดำรงชีวิต

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความที่ละข้อโดยละเอียดและใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับรูปแบบการดำรงชีวิตของท่าน

1. ท่านชอบฟังเพลงแนวใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------------------------|---|
| ☐ เพลงป๊อป | ☐ เพลงแจ๊ส |
| ☐ เพลงร็อก | ☐ เพลงเทคโนโลยี |
| ☐ เพลงอะคูสติค | ☐ เพลงฮิปปี้ |
| ☐ เพลงแร็ป | ☐ เพลง อาร์แอนด์บี |
| ☐ เพลงลูกทุ่ง | ☐ อื่นๆ โปรดระบุ |

2. จากข้อ 1. ท่านชอบฟังเพลงแนวใดมากที่สุด

- | | |
|---------------------------------------|---|
| ☐ เพลงป๊อป | ☐ เพลงแจ๊ส |
| ☐ เพลงร็อก | ☐ เพลงเทคโนโลยี |
| ☐ เพลงอะคูสติค | ☐ เพลงฮิปปี้ |
| ☐ เพลงแร็ป | ☐ เพลง อาร์แอนด์บี |
| ☐ เพลงลูกทุ่ง | ☐ อื่นๆ โปรดระบุ |

3. หากท่านมีโอกาสฟังเพลง ท่านมักจะฟังเพลงในสถานที่ใดบ่อยที่สุด

- ☐ ที่บ้าน ☐ ที่ทำงาน
☐ รถยนต์ ☐ ร้านอาหาร
☐ อื่นๆ โปรดระบุ

4. งานอดิเรกของท่านคือ

- ☐ ฟังเพลง ☐ อ่านหนังสือ
☐ ดูโทรทัศน์ ☐ นอนหลับ
☐ เล่นดนตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 3 ทักษะที่มีต่อการรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความที่ละข้อโดยละเอียดและใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับทัศนคติ

ของท่าน

ท่านมีทัศนคติต่อการรายการเวอร์จินซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 อย่างไร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
1. รูปแบบการดำเนินรายการ					
1.1 เป็นรายการที่เปิดเพลงต่อเนื่อง					
1.2 เป็นรายการที่ให้ความเพลิดเพลิน					
1.3 เป็นรายการที่มีโฆษณาน้อย					
1.4 เป็นรายการที่เปิดเพลงซ้ำๆ					
1.5 เป็นรายการที่เปิดแต่เพลงซ้ำๆ					
1.6 เป็นรายการที่เป็นผู้นำในการเปิดเพลงต่อเนื่อง					
1.7 เป็นรายการเปิดเพลงที่ได้รับการ Promote เท่านั้น					
1.8 เป็นรายการที่สามารถโทรศัพท์เข้าไปได้ยาก					

ท่านมีทัศนคติต่อรายการเวอร์จิน ซอฟต์แวร์ เอฟเอ็ม 89.0 อย่างไร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
1.9 รายการมีคลื่นความถี่ที่รับฟังได้ ชัดเจน					
1.10 รายการให้ข่าวสารและสาระที่เป็น ประโยชน์					
2. ด้านลักษณะการดำเนินรายการ ของดีเจ					
2.1 เป็นรายการที่ดีเจเน้นการสนทนา เป็นส่วนมาก					
2.2 เป็นรายการที่ดีเจมีเสียงนำ ประทับใจ					
2.3 เป็นรายการที่ดีเจพูดในข่าวสาร สาระที่น่าสนใจ					
2.4 เป็นรายการที่ดีเจเป็นที่ดึงดูด ความสนใจ					
3. กิจกรรมต่าง ๆ ของรายการ					
3.1 รายการมีการประชาสัมพันธ์เป็นที่ น่าสนใจ					
3.2 รายการมีกิจกรรมนอกสถานที่ที่เป็น ที่น่าสนใจ					
3.3 รายการมีเกมส์ให้ผู้ฟังโทรเข้า มาร่วมสนุก					
3.4 รายการมีของรางวัลที่ดึงดูดความ สนใจ					
3.5 การที่ให้มีการรับสมัครสมาชิกของ รายการเป็นที่น่าสนใจ					
3.6 เว็บไซต์ของรายการเป็นที่น่าสนใจ					

ตอนที่ 4. พฤติกรรมการฟังรายการเวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อความในช่องว่างที่ละข้อที่ตรงกับพฤติกรรมของท่าน

1. ท่านรับฟังรายการ เวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ประมาณ _____ วัน ต่อสัปดาห์
2. ท่านรับฟังรายการ เวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 ประมาณ ____ ชั่วโมง ____ นาที ต่อวัน
3. ท่านรับฟังรายการ เวอรจิ้นซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 มาเป็นระยะเวลา ____ ปี ____ เดือน
4. ปกติท่านฟังรายการในช่วงเวลาใด (โปรดเลือกช่วงเวลา โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับพฤติกรรมของท่าน

- | | |
|--|--|
| ☐ 8.00 – 12.00 | ☐ 20.00 – 24.00 |
| ☐ 12.00 – 16.00 | ☐ 24.00 – 4.00 |
| ☐ 16.00 – 20.00 | ☐ 4.00 – 8.00 |

5. ลักษณะการเลือกฟังรายการเวอรจิ้น ซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0

- ☐ เลือกฟังเฉพาะรายการ เวอรจิ้น ซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 รายการเดียว
- ☐ เลือกฟังรายการ เวอรจิ้น ซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 สลับกับสถานีวิทยุอื่นในเครือ
ได้แก่ รายการ เวอรจิ้น ฮิต 95.5 หรือ รายการ เวอรจิ้น สมูท 105.0 หรือ รายการ
เวอรจิ้น อีซี่ 105.5
- ☐ เลือกฟังรายการ เวอรจิ้น ซอพท์ เอฟเอ็ม 89.0 สลับกับสถานีวิทยุอื่นๆ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ	นายอนุกิจ เขียวไพรรัตน์
วันเดือนปีเกิด	20 ตุลาคม 2519
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1/8 ซอยพัฒนาเวศม์ 10 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงคลองตัน เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ทนายความ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สำนักงานกฎหมาย เดชอุดม แอนด์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด
ประวัติการเรียน	
พ.ศ. 2537	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี)
พ.ศ. 2542	ปริญญาตรี (นิติศาสตร์บัณฑิต) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
พ.ศ. 2548	ปริญญาโท (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร