

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟังที่มีต่อรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” ของสถานีวิทยุ สวพ.91 มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุ “ไฮไฟประดับยนต์” ซึ่งมีเนื้อหา รูปแบบ เทคนิค และเวลาในการออกอากาศของรายการ เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นสมาชิกของรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับฟัง ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการและการนำไปใช้ประโยชน์รายการ “ไฮไฟประดับยนต์” หาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของประชากรของผู้ฟังรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” กับความพึงพอใจในรายการ “ไฮไฟประดับยนต์”

ลักษณะการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ที่ฟัง แต่เจาะจงเอาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกโดยโทรศัพท์เข้าร่วมรายการ ผู้สนใจร่วมกิจกรรมของรายการ และผู้สนใจฟังที่มีรายชื่อพร้อมที่อยู่ จำนวน 3,000 คน ส่วนใหญ่จะอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แล้วนำมาหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie และ morgan ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 325 คน อีกทั้งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ดำเนินรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” และเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานของสถานีวิทยุ สวพ.91 เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” และโครงสร้างของสถานีวิทยุ สวพ.91 วิธีการเก็บรวบรวม ข้อมูลได้ใช้แบบสอบถามโดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง โดยมีผู้วิจัยและผู้ช่วยผู้วิจัยคอยให้คำแนะนำหรือตอบปัญหาเวลากลุ่มตัวอย่างสงสัย และนำแบบสอบถามกลับคืนภายในกำหนด การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้สถิติวิเคราะห์ดังนี้คือ ส่วนแรกใช้สถิติเชิงบรรยายโดยใช้ค่าร้อยละ (Precentage) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของประชากรรวมทั้งพฤติกรรมการฟัง ความพึงพอใจในการฟังและการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” สำหรับผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้



ส่วนที่ 1 ลักษณะรายการ “ไฮไฟประดับยนต์”

1.1 เนื้อหารายการ

ส่วนใหญ่รายการ “ไฮไฟประดับยนต์” มีเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องเสียงในรถยนต์ รองลงมาคือ การตอบคำถามเครื่องเสียงรถยนต์ อันดับสามเป็นข่าวสารเครื่องเสียงรถยนต์

1.2 รูปแบบรายการ

ส่วนใหญ่รายการ “ไฮไฟประดับยนต์” นำเสนอรูปแบบพูดคุยและถามตอบ รองลงมาคือ ตอบปัญหาชิงรางวัล

1.3 วัน เวลาในการออกอากาศ

รายการ “ไฮไฟประดับยนต์” นำเสนอเพียงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลาที่นำเสนอในช่วงเวลา 21.30 – 22.30 น.

1.4 ผู้ดำเนินรายการและวิทยากร

ผู้ดำเนินรายการมีคนเดียว คือ คุณนราธิป อัครวิโรจน์ ผ่านการสอบใบผู้ประกาศมาแล้วโดยเจ้าของรายการเป็นผู้คัดเลือกมาจัดรายการ วิทยากรส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการที่รู้จักเครื่องเสียงดีตรรถยนต์เป็นอย่างดี เช่น คุณชานนท์ เจนกิตติยนต์

1.5 รายได้

รายได้ที่รายการ “ไฮไฟประดับยนต์” ได้รับมาจากการโฆษณาสินค้าที่โฆษณามีหลายชนิดแล้วแต่จะติดต่อมา เวียนเปลี่ยนไปเรื่อยๆ แต่ส่วนใหญ่เกี่ยวกับเครื่องเสียงรถยนต์

ส่วนที่ 2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ฟังรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” รวมทั้งสิ้น 325 คน ส่วนใหญ่เป็นคนกรุงเทพมหานคร เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเกือบ 1 เท่า ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20-30 ปี, 31-40 ปี การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการมากที่สุด รองลงมาลูกจ้างบริษัทเอกชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-20,000 บาท แสดงว่าเป็นคนชั้นกลาง

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการฟังรายการ “ไฮไฟระดับยนต์”

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ฟังนานๆ ครั้ง คือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ปริมาณในการฟังแต่ละวัน กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งมีปริมาณการฟังต่ำกว่า 1 ปี แสดงว่าสมาชิกคนเก่าไปก็มีคนใหม่มาแทน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการฟังไม่แน่นอน เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ระหว่างฟังอาจมีธุระกิจหรือหน้าที่ต้องปฏิบัติจึงหยุดฟังหรือไม่ได้ฟัง สถานที่ในการฟังส่วนใหญ่ฟังที่บ้าน เพราะเวลาของรายการใกล้เคียงเวลาอนจึงเปิดเครื่องรับวิทยุฟังที่บ้าน และส่วนใหญ่จะอยู่ชานเมืองเพราะในเมืองจะเปิดโทรทัศน์มากกว่า ลักษณะของการฟัง กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งฟังแบบบังเอิญ เช่น หมุนคลื่นไปพบโดยบังเอิญ หรือเปิดฟังรายการจราจรทิ้งไว้จนถึงเวลารายการ “ไฮไฟระดับยนต์” สอดคล้องกับผลวิจัยของ ศุภางค์ นันตา (2542) ว่า ผู้รับสารตามแนวชายแดนไทยส่วนใหญ่เปิดรับรายการลาวโดยไม่ได้ตั้งใจเปิดรับ คือ โดยฟังแบบบังเอิญ รองลงมาฟังเพราะเพื่อนแนะนำให้ฟัง กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีการนำเรื่องราวจากการฟังไปพูดคุยกับผู้อื่นเป็นบางครั้ง ส่วนการเขียนจดหมายหรือโทรศัพท์กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งไม่เคยโทรศัพท์หรือเขียนจดหมายเข้าไปในรายการ “ไฮไฟระดับยนต์”

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการฟังรายการ “ไฮไฟระดับยนต์”

พบว่าด้านเนื้อหารายการควรมีการปรับปรุงเล็กน้อย รูปแบบรายการควรมีการปรับปรุงบ้าง เทคนิค คลื่นชัดดี และเวลาควรได้รับการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

สรุป เกษตรกรมีความพึงพอใจในการฟังรายการ “ไฮไฟระดับยนต์” มากที่สุด มีจำนวนพอสมควรมากกว่าอาชีพอื่น เพราะเกษตรกรชอบเปิดฟังแบบเปิดทิ้งและฟังตั้งแต่ต้นจนจบจึงรู้เนื้อหาสารเป็นอย่างดี ฉะนั้นต่อไปในอนาคตถ้าผู้ใดจะจัดรายการประเภทนี้ต้องนึกถึงสภาพความเป็นจริงต่างๆ ว่าคนอาชีพอะไร ถิ่นที่อยู่จังหวัดไหนที่มีเครื่องรับวิทยุ สามารถรับคลื่นได้ และชอบฟังวิทยุ เวลาของรายการก็สำคัญที่ใครจะฟังเวลานี้

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการ “ไฮไฟระดับยนต์”

- 5.1 นำไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงาน
ผู้ฟังไม่ใช้ประโยชน์ในด้านนี้ เพราะไม่ตรงกับงานที่ทำ
- 5.2 นำไปแก้ปัญหาเครื่องเสียง
ผู้ฟังนำไปใช้อยู่ในระดับสูง เช่น แก้ไขเครื่องเสียงรถยนต์ของตนเอง หรือของผู้อื่นที่เกิดขัดข้อง

5.3 นำเครื่องเสียงไปซ่อม

ผู้ฟังนำไปใช้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นเรื่องปกติชีวิตประจำวันเมื่อเครื่องเสียงรถยนต์เสีย ใช้การไม่ได้ เมื่ออายุการใช้งานและสภาพยังดีอยู่ต้องนำไปซ่อม ต้องรู้ว่าร้านหรือแหล่งซ่อมอยู่ที่ไหน ราคาประมาณเท่าใด ป้องกันการถูกหลอกหลวงหรือเอาเปรียบ

5.4 นำไปใช้ทำธุรกิจเครื่องเสียง

ผู้ฟังนำไปใช้อยู่ในระดับต่ำมาก แสดงว่าไม่ค่อยมีผู้ใดทำธุรกิจ เช่น เปิดร้านขายเครื่องเสียงรถยนต์ รับผิดชอบและซ่อมเครื่องเสียงรถยนต์

5.5 นำไปใช้สร้างความเพลิดเพลิน

ผู้ฟังนำไปใช้อยู่ในระดับสูงมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศศโสฬส จิตรวานิชกุล (2542) ว่า ต้องการให้สื่อมวลชนให้ข้อมูลข่าวสารความรู้แก่คนตาบอดเพิ่มขึ้นเพื่อให้นำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตและการพัฒนาตนเอง เพราะการสร้างความเพลิดเพลินนอกจากเป็นการพักผ่อนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตแล้ว ยังเป็นการพัฒนาตนเองด้วย

5.6 นำไปใช้แบบจัดซื้อ

ผู้ฟังนำไปใช้อยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler (1987) ที่ว่า สินค้ามีขนาดพอเพียงและอำนาจซื้อของผู้ซื้อที่มีกำไร ซึ่งการใช้แบบจัดซื้อจะต้องรู้ขนาดสินค้าใน niche market จากการฟังรายการ “ไฮไฟระดับยนต์” และรู้ตัวเองว่ามีอำนาจซื้อหรือไม่

5.7 นำไปประกอบตัดสินใจเลือกซื้อ

ผู้ฟังนำไปใช้อยู่ในระดับสูงมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler (1987) ที่ว่า บริษัทต้องมีทักษะตามที่ต้องการ และมีแหล่งบริการสินค้า niche goods ทั้งก่อนและหลังขายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการตัดสินใจเลือกซื้อเพราะได้ข้อมูลจากการฟังรายการ “ไฮไฟระดับยนต์” แล้วทราบว่าเครื่องเสียงดีรถยนต์ซึ่งเป็น niche market ยี่ห้ออะไร บริษัทไหนจำหน่าย มีทักษะไหม มีบริการก่อนและหลังขายหรือไม่

5.8 นำไปโน้มน้าวผู้อื่นให้หาความรู้

ผู้ฟังนำไปใช้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เช่น คุยกับเพื่อน ญาติสนิทมิตรสหายถึงเครื่องเสียงดีรถยนต์ของตนเป็นการอวดด้วย หาความรู้จากผู้อื่นด้วย

สรุป จะเห็นได้ว่านำไปใช้ประโยชน์สูงมากในด้านการจัดซื้อเครื่องเสียงรถยนต์ ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องเสียงรถยนต์ และใช้สร้างความเพลิดเพลิน คนว่างงานครึ่งหนึ่งนำไปใช้ในการวางแผนจัดซื้อเครื่องเสียงติดรถยนต์มากที่สุด เพราะคนว่างงานมีเวลาในการฟังรายการมาก เกษตรกรมากพอสมควรนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกหาเครื่องเสียงติดรถยนต์มากที่สุดเพราะฟังตั้งแต่ต้นจนจบ รู้เนื้อหาสาระดีซึ่งนำไปประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกหาเครื่องเสียงรถยนต์ ถ้าผู้ใดจะจัดรายการประเภทนี้ในอนาคตจะให้ผู้ฟังนำไปใช้ประโยชน์ในด้านใดต้องคำนึงถึงสภาพความเป็นจริงของคนฟัง อาชีพ ประกอบเพื่อวางวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้อง

สรุปรวมว่า กลุ่มผู้ฟังรายการ “ไฮไฟระดับยนต์” ที่มีอยู่เป็นกลุ่มเล็ก ๆ ส่วนใหญ่มักเปิดเครื่องรับวิทยุทิ้งเอาไว้ แต่คนที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการมักเป็นคนที่สนใจจริง ๆ พวกแม่บ้าน คือ พวกเปิดเครื่องรับวิทยุแช่เฉย ๆ

การอภิปรายผลการวิจัย

1. ใครคือผู้รับสาร

จากผลการวิเคราะห์ได้ทราบว่าผู้รับสารหรือผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ มีรายได้เดือนละ 5,000-20,000 บาท คือ เป็นคนชั้นกลางเป็นส่วนใหญ่แน่นอน

2. มีความพึงพอใจแค่ไหน

พึงพอใจในเนื้อหามากโดยควรปรับปรุงเล็กน้อย ในรูปแบบรายการมากโดยควรมีการปรับปรุงเทคนิค เช่น คลื่นสัญญาณชัดเจนดี เวลาออกอากาศอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม มีความพึงพอใจในการฟังรายการ “ไฮไฟระดับยนต์” มากที่สุด ได้แก่ เพศหญิง นักเรียนนักศึกษา ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา เกษตรกร รายได้น้อยกว่า 5,000 บาท

ข้อเสนอแนะ

เกี่ยวกับส่วนนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างซึ่งกรอกลงในแบบสอบถาม ส่วนที่ 5 เกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” และปัญหาอุปสรรคในการฟัง พอสรุปได้ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา

1.1 มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องเสียงในรถยนต์น้อยเกินไป ควรให้มีการเพิ่มเนื้อหาดึงดูดความสนใจอื่นในรายการบ้าง

1.2 มีการนำเสนอเกี่ยวกับข่าวสารแวดวงเครื่องเสียงน้อยไป

1.3 มีการเพิ่มสาระของเนื้อหา ทฤษฎี เทคนิค และหลักการใหม่มากขึ้น

1.4 โฆษณามากไปทำให้มีเวลาการนำเสนอเนื้อหาน้อย

2. รูปแบบรายการ

รายการที่มีการนำเสนอควรมีหลายรูปแบบ เช่น บรรยาย เพิ่มถามตอบโทรศัพท์ เพิ่มตอบปัญหาชิงรางวัลทางไปรษณียบัตร แนะนำสินค้าใหม่ๆ และ Shock Sale เพื่อให้ผู้ฟังไม่เบื่อและอยากติดตามไม่ใช่พูดคุยกันทั้งรายการ

3. วันและเวลาในการออกอากาศ

3.1 ควรมีการนำเสนอทุกวันไม่ควรมี 5 วันเท่านั้น เพราะทำให้ทิ้งช่วงในการฟัง

3.2 ควรนำเสนอโดยเพิ่มจัดกลางวันบ้าง

3.3 ด้านเวลา ควรเพิ่มเวลาและเริ่มรายการให้เร็วขึ้นและให้ตรงเวลา

3.4 ควรเพิ่มเวลาตอบคำถาม

4. ความถี่ในการออกอากาศ

พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้รายการมีการนำเสนอทุกวัน

5. ผู้ดำเนินรายการและวิทยากร

ควรปรับปรุงดังนี้

5.1 วิทยากรควรเป็นกลาง

5.2 วิทยากรควรตอบให้ชัดเจน

5.3 วิทยากรควรนำความรู้ใหม่ ๆ ควรรู้หลายด้าน

5.4 วิจารณ์สินค้าควรตรงไปตรงมา

5.5 ควรมีวิชยากรหญิงบ้าง

ปัญหาและอุปสรรคในการฟัง สรุปลงได้ดังนี้

1. คลื่นไม่ชัด
2. บางครั้งสัญญาณขาดหายไปขณะที่กำลังออกอากาศ
3. บางช่วงถูกตัด ทั้งที่เนื้อหายังไม่จบ
4. ขาดการประชาสัมพันธ์รายการ
5. วิชยากรพูดคนละแนว

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาเกี่ยวกับรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการวิจัยเพิ่มเติมให้ลึกซึ้งและกว้างขวางมากขึ้นดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ของผู้ฟังรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” แต่ไม่เน้นกลุ่มผู้ฟังกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะ ดังนั้นในครั้งต่อไปถ้ามีการวิจัยควรเน้นผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ฟังการวิจัยเชิงเปรียบเทียบจะทำให้ได้แง่มุมต่าง ๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์มากขึ้น

2. ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการฟังรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” มากที่สุด ดังนั้นถ้ามีการทำการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรเน้นกลุ่มอาชีพนี้เพื่อที่จะได้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์มากขึ้นอีก

3. ทางรายการควรส่งเสริมบทบาทหน้าที่โดยการเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในรายการมากขึ้น โดยอาจออกมาในรูปแบบคำแนะนำ ข้อคิดเห็น และข้อติชมต่าง ๆ ป้อนกลับไปยังผู้ส่งสาร ถ้าผู้ผลิตรายการได้ทำในข้อนี้ประเด็นต่าง ๆ ที่สงสัยหรือยังไม่เข้าใจจะหมดไป การสื่อสารควรมีลักษณะเป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two-Ways Communication) ระหว่างผู้ผลิตรายการและผู้ฟัง และควรใช้รูปแบบการแสดงความคิดเห็นป้อนกลับ (Feed Back) นี้สำรวจทัศนคติของผู้ฟังด้วยโดยมุ่งหวังดังนี้

3.1 เพื่อที่จะนำข้อมูลมาปรับปรุงรายการโดยภาพรวมให้เหมาะสม โดยการใช้การแสดงความคิดเห็นป้อนกลับ นอกจากจะทำให้เกิดผลดีแก่ผู้ผลิตรายการในการปรับปรุงรายการให้ดีขึ้นแล้วยังทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันระหว่างผู้ฟังกับรายการมากขึ้น

3.2 เพื่อช่วยในการกำหนด เสนอ ปรับปรุงนโยบาย พัฒนาความรู้ เพื่อกำหนดเป้าหมายการผลิตในระยะยาวให้ดียิ่ง

3.3 เพื่อการติดตามและประเมินผลรายการ แล้วนำมาปรับปรุงรายการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย