



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันวิทยุยังมีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างจังหวัด และชนบทที่ห่างไกลออกไป สำหรับในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลนั้นอย่างน้อยที่สุทธยนต์ เกือบจะทุกคัน รถโดยสารประจำทางและไม่ประจำทาง ต่างก็มีวิทยุติดรถยนต์เปิดให้ฟังกันแพร่หลายขณะเดินทาง คล้ายกับเป็นเฟอร์นิเจอร์ระดับรถยนต์ชั้นหนึ่ง มีผู้กล่าวว่าโลกทุกวันนี้ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อชนิดนี้เป็นอย่างมาก ด้วยคุณสมบัติเฉพาะตัวที่สามารถทำให้ผู้รับฟังได้ยินเสียงอย่างต่อเนื่อง มีชีวิตชีวา เหมือนอยู่ใกล้ชิด และดึงดูดใจได้ดียิ่ง สถานีวิทยุแต่ละสถานีส่วนใหญ่จะนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับสังคมของเรา ใช้ภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจ ไม่ต้องใช้ความตั้งใจมากเหมือนการอ่านหนังสือ จึงเกิดความรู้สึกว่าใกล้ชิดสนิทสนมกับผู้รับสารมาก และสามารถถ่ายทอดสัญญาณไปทุกแห่งหนพร้อมกันได้ ทำให้การรับข่าวสารจากวิทยุเป็นไปอย่างรวดเร็วทันการณ์

การค้นพบเทคโนโลยีวิทยุกระจายเสียงได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญในด้านการสื่อสาร ซึ่งในยุคแรกเน้นไปที่ข่าวสารการเมืองและภัยธรรมชาติต่างๆ จากลักษณะความรวดเร็วของสื่อและความสมจริงของเสียงทำให้วิทยุมีพลังพิเศษในการเรียกร้องความสนใจจากคนฟัง และสามารถโน้มน้าวใจได้อย่างน่ามหัศจรรย์ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2542: 84)

สถานีวิทยุในประเทศไทยตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งสิ้น 484 สถานี ทั้งหมดจะเป็นของทางราชการ โดยเป็นของสำนักตำรวจแห่งชาติ 44 สถานี โดยเป็น AM 7 สถานี FM 37 สถานี อยู่ในกรุงเทพมหานคร เป็น AM 2 สถานี ได้แก่ สถานีวิทยุ ต.ช.ด. ของกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน และสถานีวิทยุเสียงสามยอดของกองตำรวจปราบปราม และ FM 1 สถานี สำหรับ FM 1 สถานี ในกรุงเทพมหานคร ก็คือ สถานีวิทยุ สวพ.91 ของกองตำรวจสื่อสารนั่นเอง

สถานีวิทยุ สวพ.91 หรือสถานีวิทยุพิทักษ์สันติราษฎร์ เป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงแบบ เอฟ.เอ็ม ความถี่ 91 เมกกะเฮิร์ต เป็นคลื่นของกองกำกับ 4 กองตำรวจสื่อสาร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยกองตำรวจสื่อสารเป็นเจ้าของสถานีวิทยุ สวพ.91 ได้ให้เอกชนเช่าเวลาขอบเขตการกระจายเสียงทางภาคตะวันออกเฉียงใต้ถึงจังหวัดปราจีนบุรีและตราด ภาคเหนือถึงจังหวัด

ตาก ภาคตะวันตกถึงจังหวัดกาญจนบุรี และภาคใต้ถึงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะของสถานี ผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นคนขับรถ เพลงที่เปิดแล้วแต่ผู้ดำเนินรายการเลือก ฉะนั้นผู้ผลิตรายการต่างๆ ของ สวพ.91 ส่วนใหญ่จึงเป็นของ วีฟลาย อินฟินิท จำกัด แต่จะอย่างไรก็ตาม สวพ.91 ยังคงดำรงความเป็นสถานีสาธารณะ เพราะคลื่นวิทยุเป็นสาธารณะ ตามมาตรา 41 ของกฎหมายรัฐธรรมนูญ ฉะนั้นการจัดผังรายการจึงต้องมีสัดส่วนตามที่ กกช. กำหนด กล่าวคือ รายการต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นรายการจราจร มีรายการที่เอกชนผลิตบ้าง เช่น รายการพูดคุยตอนเช้า ประชาสัมพันธ์บริการประชาชนตอนสาย เช่น รายการความรู้สารประโยชน์ รายการ “ไฮไฟประดับยนต์” รายการสุขภาพจิตออกอากาศตอนค่ำ คลินิกสัตว์เลี้ยง กฎหมายชายคาห้องของ ทนายความและอัยการสูงสุดออกอากาศในวันเสาร์และอาทิตย์ ซึ่งรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” ของสวพ.91 นี้เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย ในรายการให้ความรู้แก่ประชาชนที่ออกอากาศตอนค่ำ

ข้อมูลพื้นฐานของรายการ “ไฮไฟประดับยนต์”

รายการประเภทนี้มีมากมาย เช่น เครื่องเสียง แอร์ รถยนต์ ในหลายสถานี แต่ผู้วิจัยสนใจรายการเครื่องเสียงไฮไฟประดับยนต์ ที่สถานีวิทยุ สวพ.91 มาก เพราะผู้วิจัยเป็นกรรมการตัดสินประกวดดนตรีและเพลงมาตรฐานสากลตลอดชีพของสมาคมดนตรีแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ขณะนั่งรถยนต์ไปไหนจะชอบฟังเพลงจากเครื่องเสียงประดับรถยนต์ด้วยจึงต้องการหาความรู้เกี่ยวกับเครื่องเสียงรถยนต์ และรายการนี้มีมานานแล้วผู้วิจัยฟังทุกวัน รายการไฮไฟประดับยนต์ทางสถานีวิทยุ สวพ.91 เป็นรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อให้ความรู้เรื่องเครื่องเสียงประกอบรถยนต์ ให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องกับผู้ฟังทั้งที่เป็นผู้ใช้ทั่วไป รวมถึงผู้ติดตั้งเครื่องเสียงรถยนต์ในอันที่จะสามารถจำแนกแยกแยะ เลือกใช้ และติดตั้งได้อย่างมีเหตุมีผล ไม่เป็นการสิ้นเปลืองงบประมาณจนเกินความจำเป็น ในรายการมีการโทรศัพท์เข้าไปยังรายการ (Phone in) โดยประชาชนผู้สนใจ เพื่อถามปัญหาการติดตั้ง การตั้งชนิดของลำโพงที่ใช้ติดตั้ง “ว่าเสียงแหลม เสียงไม่ออก เสียงไม่มี เป็นต้น” และปัญหาต่างๆ ที่ต้องการหรือสงสัยเกี่ยวกับเครื่องเสียงประกอบรถยนต์ มีสปอนเซอร์อุปถัมภ์รายการมากมายหลายรายเพื่อนำเงินมาเป็นค่าใช้จ่ายในรายการ รายการนี้ใช้เวลาออกอากาศตั้งแต่เวลา 21.30-22.30 น. เป็นเวลา 1 ชั่วโมง ออกอากาศสัปดาห์ละ 5 วัน คือ วันจันทร์-ศุกร์ ลักษณะรายการเป็นรายการให้บริการด้านความรู้เกี่ยวกับเครื่องเสียง มีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องเสียงประกอบรถยนต์เป็นผู้ให้ความรู้และตอบคำถามต่างๆ มีการ Phone in เข้ามาในรายการให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องเสียงรถยนต์ ผู้ฟังจากบันทึกมีสมาชิก 3,000 คน มีรายชื่อ Phone in เข้ามาในรายการ มีการตอบคำถาม มีการสอนด้วย เป็น interactive เป็นการสื่อสาร 2 ทางที่ดี กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ผู้ฟังสถานีวิทยุ สวพ.91 ทั้งหมด รายการ “ไฮไฟประดับยนต์” นี้เริ่มเมื่อปี พ.ศ. 2540 รวมเวลาจนถึงปัจจุบันเกือบ 6 ปีแล้ว โดยใน 6 ปี มีความเป็นมาดังนี้

1. ลักษณะรูปแบบรายการเป็นรายการประเภทพูดคุย ถามตอบ ใช้สื่อสาร 2 ทาง ผู้ฟังมีโอกาสร่วมรายการด้วย การดำเนินรายการ มีรูปแบบรายการ มีโฆษณาสั้นๆ แล้วเป็นรายการเครื่องเสียงต่อไป

ผู้ดำเนินรายการ คือ ผู้จัดการรายการ ได้แก่ คุณนราธิป อัครวิโรจน์ เป็นผู้ดำเนินรายการ วิทยากร แขกรับเชิญ เป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องเครื่องเสียง มีหลายคนแล้วแต่จะเชิญ โดยเชิญมาครั้งละ 2 คน แขกรับเชิญมีหลายคนเวียนไปเรื่อยๆ ส่วนเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องเสียงรถยนต์ ให้พูดในเรื่องใด หรือคำถามเกี่ยวกับเรื่องใด วิทยากรท่านใดควรจะเป็นคนตอบ การโทรศัพท์เข้ามาในรายการ (Phone in) เมื่อถามปัญหาเครื่องเสียงที่ไม่รู้หรือสงสัย การโทรเข้ามา Computer จะบันทึกข้อมูลผู้ถามว่าเป็นใคร ชื่ออะไร อยู่ที่ไหน อาชีพอะไร จึงรวบรวมเป็นรายชื่อสมาชิกของรายการ มีการโทรศัพท์เข้ามาในรายการ (Phone in) แล้วมีการตอบคำถาม ออกอากาศให้ความรู้เรื่องเครื่องเสียงระดับรถยนต์ชนิดต่างๆ ประเภทต่างๆ ดังนี้

ลำโพง	โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเรื่องเครื่องเสียงรถยนต์ท่านหนึ่งท่านใดก็ได้เป็นผู้ตอบ
Buffer	โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเรื่องเครื่องเสียงรถยนต์ท่านหนึ่งท่านใดก็ได้เป็นผู้ตอบ
การติดตั้ง	โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเรื่องเครื่องเสียงรถยนต์ท่านหนึ่งท่านใดก็ได้เป็นผู้ตอบ

2. ผู้วิจัยเป็นผู้ฟังเป็นประจำในรายการ “ไฮไฟระดับยนต์” รู้ว่ามีคนโทรศัพท์เข้าไปในรายการมาก

สมาชิกของรายการ “ไฮไฟระดับยนต์” ไม่มีการเปิดรับสมัคร ไม่มีการเสียค่าสมาชิก แต่จะได้จากการรวบรวมรายชื่อและที่อยู่จากผู้ส่งไปรษณียบัตรไปร่วมรายการตอบปัญหา จากผู้ที่โทรศัพท์เข้าไปถามปัญหาเครื่องเสียงรถยนต์ในรายการ ตลอดจนผู้ที่เขียนจดหมายหรือโทรศัพท์แจ้งความประสงค์จะขอร่วมกิจกรรมต่างๆ ของรายการด้วย แม้แต่ผู้วิจัยก็เคยโทรศัพท์เข้าไปในรายการเพื่อถามปัญหาเครื่องเสียงรถยนต์ โดยโทรศัพท์หมายเลข 1644 ไม่เสียค่าบริการใช้โทรศัพท์ ในรายการมีการถามทางโทรศัพท์เกี่ยวกับเครื่องเสียงต่างๆ ว่ามีเงินจำนวนเท่านี้จะซื้อเครื่องเสียงระดับรถยนต์ชนิดใด ยี่ห้ออะไร เครื่องเสียงเสียจะอย่างไร วิทยากรจะตอบ คำถามทุกคำถามเป็นที่ประทับใจมาก เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two ways communication) แท้จริง Target เป็นรายการเล็กแต่ก็อยู่ได้ เอกลักษณะเป็นอย่างไรจึงอยู่ได้ถึง 6 ปี จะเห็นได้ว่าเป็นการนำทฤษฎี niche market ไปใช้ประโยชน์มาก กล่าวคือ มีการเจาะลึกในสินค้า

หรือผลิตภัณฑ์ ไม่เปลี่ยนผลิตภัณฑ์บ่อย ส่วนมากผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน มีบริการพิเศษ เช่น แจกการจัดนิทรรศการประกวดเครื่องเสียงในงานต่างๆ สถานที่ต่างๆ ให้สมาชิกไปร่วมงาน มีการแจกบัตรไปชมงาน มีการทนายปัญหาเครื่องเสียง ถ้าทนายถูกมีรางวัลเป็นเครื่องเสียงบ้าง บัตรชมงานนิทรรศการเครื่องเสียงบ้าง เป็นต้น

สรุปได้ว่า รายการนี้เป็นคลินิกเครื่องเสียงนั่นเอง ถ้ามีปัญหาว่าเครื่องเสียงมีปัญหาอะไรก็โทรศัพท์เข้ามาถามได้ จะซื้อเครื่องเสียงใหม่จะซื้อยี่ห้ออะไรภายในวงเงินที่มี

ปฏิกริยาของผู้ฟังส่วนใหญ่ชื่นชอบในรายการ เพราะโทรถามได้ง่าย ไม่เสียค่าโทรศัพท์ ผู้จัดรายการมีน้ำเสียงดี ใช้ภาษาดี วิทยากรตอบตรงประเด็นเป็นที่พอกพอใจแก่ผู้ฟัง จึงทำให้มีคนฟังรายการ “ไฮไฟระดับบัณฑิต” มาก

รายการต่างๆ ของ สวพ.91 มีมากมายตามผังรายการแต่ละครั้ง แต่รายการที่น่าสนใจได้แก่ รายการไฮไฟระดับบัณฑิต ซึ่งประกอบด้วยเครื่องเสียงรถยนต์ “เครื่องเสียงรถยนต์” จัดว่าเป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการปรับตัวตามมาได้อย่างรวดเร็วดังจะเห็นได้อย่างชัดเจนจากกลุ่มประเทศชั้นนำ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน ที่ถือเป็นแหล่งกำเนิดและพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านเครื่องเสียงรถยนต์ที่สำคัญมาก เราจะพบว่าบรรดานวัตกรรมต่างๆ ก็ทยอยถูกนำเสนอออกมาเพื่อรองรับต่อความต้องการความสะดวกสบายของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

จากการที่รายการไฮไฟระดับบัณฑิต ได้เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลาานพอสมควร จึงมีความสงสัยหรืออยากจะรู้ว่าผู้ฟังรายการดังกล่าวเป็นใครบ้าง พฤติกรรมการรับฟัง ความพึงพอใจในเนื้อหารายการและรูปแบบการดำเนินรายการเป็นอย่างไร และผู้ฟังนำไปใช้ประโยชน์จากการฟังรายการดังกล่าวอย่างไร ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงตั้งใจที่จะทำการวิจัยในหัวข้อ “ความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการไฮไฟระดับบัณฑิต ของสถานีวิทยุ สวพ.91” เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงการนำเสนอรายการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ปัญหานำวิจัย

1. ผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นใครบ้างที่ฟังรายการไฮไฟระดับบัณฑิต
2. ผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีพฤติกรรมความพึงพอใจอย่างไรต่อเนื้อหารายการและรูปแบบการดำเนินรายการไฮไฟระดับบัณฑิต

3. ผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไรจากรายการ
ไฮไฟระดับบัณฑิต

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะตัวแปรของกลุ่มผู้รับสารที่เป็นสมาชิกของรายการวิทยุ “ไฮไฟ
ระดับบัณฑิต”
2. เพื่อศึกษาการรับฟัง ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ และการนำไปใช้ประโยชน์
จากรายการวิทยุ “ไฮไฟระดับบัณฑิต”

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟังที่มีต่อรายการ
วิทยุกระจายเสียงไฮไฟระดับบัณฑิต เช่น จะวิจัยเฉพาะผู้ฟังในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
เป็นรายการเพื่อการศึกษาให้ความรู้ด้านเครื่องเสียงรถยนต์ ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่
เวลา 21.30 - 22.30 น. ไม่รวมรายการอื่นที่บางครั้งมีการตอบปัญหาทั่วไปเกี่ยวกับรถยนต์
ด้วย
2. กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา คือ สมาชิกผู้ฟังรายการ โดยรายชื่อที่อยู่ของสมาชิกได้มาจาก
รายการสมัครร่วมกิจกรรมถาม-ตอบจากรายการ ส่งทางไปรษณีย์บัตร หรือโทรศัพท์

นิยามศัพท์

“ความพึงพอใจ” หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของผู้ฟังที่มีต่อรายการในด้านเนื้อหา
รูปแบบ ผู้จัดรายการ ระยะเวลาการออกอากาศกระจายเสียงเพื่อการศึกษา

“การนำไปใช้ประโยชน์” หมายถึง หลังจากการฟังรายการวิทยุแล้วนำไปใช้ประโยชน์ใน
ชีวิตประจำวัน เช่น เพื่อวางแผนการจัดซื้อ เพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อแก้ปัญหา เพื่อการ
ปฏิบัติงาน เพื่อนำมาช่วยผู้อื่น และเพื่อนำไปใช้ทำธุรกิจ เป็นต้น

“รายการวิทยุไฮไฟระดับบัณฑิต” หมายถึง รายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อให้ความรู้ความ
เข้าใจด้านเครื่องเสียงรถยนต์ ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 21.30-22.30 น.
รูปแบบรายการเป็นรายการสดที่ผู้ฟังสามารถโทรศัพท์เข้ามาสอบถามได้ทันทีในรายการจาก

วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ที่อยู่ บริษัท วีฟลาย อินฟินิท จำกัด 90-92 ถนนสุรวงศ์ แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทร. 0-2266-8197

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้จัดรายการประเภทเดียวกัน เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น
2. เป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาการจัดรายการประเภทเดียวกันที่สถานีอื่นๆ ให้ความรู้ด้านเครื่องเสียงรถยนต์และความรู้ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่สถานีอื่นๆ ที่จัดรายการประเภทเดียวกันถ้าจะมีต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย