 พฤติกิรภณการเปิดรับสื่อวิทยุออนไลน์ของกลุ่มเยาวชน
ในชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

นารีนารถ ปานธนูยย

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบด้วยตนเอง ทั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ช่วงเวลาโดยประมาณเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional Study) มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกิรภณการเปิดรับสื่อวิทยุออนไลน์ของกลุ่มเยาวชนเขตดุสิต 2. เพื่อศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มเยาวชนเขตดุสิตกับการเปิดรับสื่อวิทยุออนไลน์ 3. เพื่อศึกษาแนวทำรูปแบบการแบ่งกลุ่มเยาวชนเขตดุสิต โดยมีประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่เยาวชนในเขตดุสิต จำนวน 100 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ bí อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Propulsive Sampling) และได้กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างไว้เป็นเยาวชน โดยใช้การคำนวณตามตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จของ Taro Yamane และระดับความคลาสคลื่นที่ยอมรับได้ไม่น้อยกว่า 10% ค่าจำนวน ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อในการเปิดรับฟังวิทยุออนไลน์โดยผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมากที่สุดจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0 โดยไม่ได้ฟังทุกวันมากที่สุดจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 สำหรับช่วงเวลาการฟังระหว่างเวลา 18.00-22.00 น.ม.มากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 เวลาเปิดฟังยังต่ำกว่า 30 นาทีมากที่สุดจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และพื้นที่บ้านมากที่สุดจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0

2. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศบุรุษ โดยเป็นเพศชายจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และเพศหญิงจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 อายุระหว่าง 18-21 ปีมากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 เนื่องในการพิจารณากลุ่มตัวอย่างเป็นพื้นที่วิทยุออนไลน์ประกอบด้วยวิทยุที่มีมากที่สุดจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 โดยมีระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการเปิดรับฟังในระดับมาก

3. วัตถุประสงค์ในการพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เปิดฟังวิทยุออนไลน์เพื่อความบันเทิง ผลคลาสคลื่นมากที่สุดจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 โดยรูปแบบรายการพจงเป็นรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ซึ่งสถานีที่เปิดฟังมากที่สุด 3 สถานี คือสถานีวิทยุ COOL FM 93.0 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ช่องทางเป็นสถานีวิทยุ VIRGIN HITZ 95.5 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และสถานีวิทยุ FM ONE 103.5 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และประเภทเพลงที่เปิดฟังมากที่สุดได้แก่เพลง สงเคราะห์จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1

คำสำคัญ: พฤติกิรภณการเปิดรับสื่อ, วิทยุออนไลน์, กลุ่มเยาวชน, ชุมชนเขตดุสิต
Abstract

This research study is a quantitative research in the form of survey research. A questionnaire was used to collect data by the respondents to complete it on their own. It was a data collection from a single period of time (cross-sectional study). It aims to

1. To study the behaviour of the youth around Dusit area about an online radio.
2. To study the demographic of the youth around Dusit area about an online radio.
3. To study the content and programme that are suitable to the youth around Dusit area.

The population of this study was 100 youth around Dusit area that were selected with non-probability sampling by propulsive sampling and set the properties of the sample as a youth. This study used the calculation from the estimation table of sample size of Taro Yamane, and set the tolerance of not less than 10%.

The results showed that

1. There were 77 people, representing 80.2 percent, listening to an online radio via smartphone. 46 people, representing 46.0 percent, did not listen everyday. 29 people, representing 29.3 percent, listened between 18.00 - 22.00. 33 people, representing 33.0 percent, listened less than 30 minutes. 65 people, representing 65.0 percent, listened at home.

2. There were 59 males and 41 females in the sample group. 45 people, representing 45.0 percent, was ages between 18-21 years old. 59 people, representing 59.6 percent, listened to general knowledge programme with a high satisfaction level.

3. There were 61 people, representing 62.9 percent, listening to an online radio for entertainment and relaxing. 80 people, representing 80.0 percent, listened to music programme. The top 3 most listening stations were
   - COOL FM 93.0 with 18 people, representing 18.0 percent, listening.
   - VIRGIN Hitz 95.5 with 8 people, representing 8.0 percent, listening.
   - FM ONE 103.5 with 4 people, representing 4.0 percent, listening.
54 people, representing 55.1 percent, listened to string genre music.

Keywords: media exposure, online radio, youth, Dusit community.

บทนำ

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนชนชั้นหนึ่งที่ได้รับความนิยมและเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลอย่างกว้างขวาง ทั้งมีทางธิรกิจผลและมีประสิทธิภาพ ด้วยคุณสมบัติที่สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย ทุกเพศ วัย การฟังทั้งวัน วัน และทุกชั่วโมง อย่างสะดวกรวดเร็ว มีราคาถูกเมื่อเทียบเท่ากับสื่อมวลชนอื่น ๆ จึงมีวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีความสำเร็จอย่างไม่แพ้มวลมากไม่ว่าจะมีอุปสรรคนโยบายซึ่งหากผู้จัดรายการวิทยุไม่ชื่นชมวิทยุกระจายที่แนวแนวแนวมาเพื่อผู้ฟัง ยอมเกิดประโยชน์ต่อสังคม ประเทศชาติ แต่หากผู้จัดรายการวิทยุนำเสนอซึ่งช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมเรียกว่าเกิดผลกระทบทางลบในวงกว้างเช่นกันในด้านต่าง ๆ เชน ผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ต่อสังคมรวมที่สื่อจำาระชาติ และต่อเยาวชนที่ถือ
ว่าเป็นเอกลักษณ์ของชาติ เป็นดิน ดังนั้น หุ้นหน้าที่ด้านการจัดรายการหรือดำเนินรายการทางวิทยุกระจายเสียง
จึงต้องคำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดรายการอย่างมีมาตรฐาน มีคุณภาพ และเกิดประโยชน์
ต่อประชาชนได้มากที่สุด

ปัจจุบันเทคโนโลยีสื่อดิจิตอลได้เข้ามาเป็นบทบาทอย่างมากในวงการสื่อสารมวลชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งใน
วงการวิทยุกระจายเสียง สาขาวิทยุกระจายเสียง факทูรินเตอร์นีทีดีมี website เป็นของตนเองโดยมีการส่ง
กระจายเสียงทางอินเตอร์เน็ตพร้อมกับการออกอากาศของสาขาวิทยุว่าเป็น e-radio หรือ ออกอากาศทาง
อินเตอร์เน็ตโดยเจาะที่สามารถรับฟังได้ทั่วโลกไม่มีข้อจำกัดในด้านระยะเวลาขึ้นลงโดยปัจจุบันมีจำนวน
ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยจำนวน 16,110,000 คน (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ,
2551) จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจในพฤติกรรมการรับฟังวิทยุของกลุ่มดังกล่าวว่าเป็นอย่างไร เพื่อจะได้ทราบถึงความ
ต้องการ ความสนใจและเนื้อหา ในการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับการเข้าร่วมประชาคมสื่อในปี พ.ศ.2558

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาในพื้นที่เขตพัฒนา กรุงเทพมหานคร เนื่องด้วยเป็นเขตที่อยู่ในกลุ่ม
เขตกรุงเทพกลาง สาขาวิทยุที่ประกอบไปด้วยแหล่งการศึกษา แหล่งที่อยู่อาศัยเมืองมาก ขาดทาง แหล่งทางที่อยู่
เชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ที่มีการสังคม กระทบกระทั่ง ๆ และประชาสังคม และยัง
เป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาซึ่งผู้วิจัยสังเกตเห็น ทำให้ใกล้ชิดกับพื้นที่และมีความรับมือชองในการ
พัฒนาท้องถิ่น

วัตถุประสงค์/ระเบียบวิธีวิจัย ( Objectives/Research Methodology )

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟังวิทยุออนไลน์ของกลุ่มเยาวชนเขตcbd
2. เพื่อศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มเยาวชนเขตcbdกับการเปิดรับฟังวิทยุออนไลน์
3. เพื่อศึกษาเนื้อหา รูปแบบรายการที่เหมาะสมกับกลุ่มเยาวชนเขตcbd

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey
Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตนเองและทั้งนี้
เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพื่อเครื่องมือ (Cross - sectional Study) ศึกษาลักษณะ
ประชากรศาสตร์การเปิดรับฟังและเนื้อหา รูปแบบรายการโดยมีประชาชนในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่เยาวชนเขตcbd
จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่เข้าสัญลักษณ์ จำนวนเป็น (Non – probability Sampling) โดย
การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Propulsive Sampling) และได้กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างไว้เป็นเยาวชน
โดยใช้การดำเนินการตามแนวทางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง Tarro Yamane กำหนดขนาดของกลุ่ม
tัวอย่างโดยผู้ศึกษาได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินกว่า
10% มากกว่านั้น

ผลการดำเนินงาน (Results)

สามารถนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟังวิทยุออนไลน์ของกลุ่มเยาวชนเขตcbd
จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้รูปแบบในการเปิดบริการพิมพ์ออนไลน์โดยใช้ผ่านโทรพัทท์มากที่สุดจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐาน ได้จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คอมพิวเตอร์Note Book จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เพลิดคอมพิวเตอร์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ โดยมีMissing จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ซึ่งเมื่อความในการเปิดบริการพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างโดยที่ไม่ได้พื้นที่มากที่สุดจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่พื้นที่ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 ซึ่งหมายถึง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และกลุ่มตัวอย่างที่พิมพ์หนังสือ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และกลุ่มตัวอย่างที่พิมพ์รายการและ 3 ครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 กลุ่มตัวอย่างที่พิมพ์รายการและ 4 ครั้ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ในส่วนของการพิมพ์ออนไลน์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับฟังในระหว่างเวลา 18.00 - 22.00 น. มาถึงที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือระหว่างเวลา 22.00 - 02.00 น. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ระหว่างเวลา 05.00 - 14.00 น. จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ระหว่างเวลา 14.00 - 01.00 น. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ระหว่างเวลา 01.00 - 06.00 น. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 และระหว่างเวลา 06.00 - 01.00 น. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ โดยมีMissing จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ในขณะที่ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดบริการพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีการเปิดพิมพ์อย่างต่อเนินที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่พื้นที่ 1 ขั้นบัน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 กลุ่มตัวอย่างที่พื้นที่มากกว่า 1-2 ขั้นบันจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และกลุ่มตัวอย่างที่พิมพ์รายการมากกว่า 2-3 ขั้นบันและมากกว่า 4 ขั้นบัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่พิมพ์รายการมากกว่า 3-4 ขั้นบัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

เมื่อพิจารณาแยกตามสถานที่ที่เปิดบริการพิมพ์หนังสือกลุ่มตัวอย่างเปิดพิมพ์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่บ้านมากที่สุดจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาเป็นพื้นที่ประชาชนทาง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และพื้นที่ที่บ้านจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

2. สินค้าข้อมูลทางประชาสัมพันธ์ของกลุ่มมารคเนเนอร์คัดลอกการเปิดบริการพิมพ์ออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศผู้ชาย โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และเพศชายจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ซึ่งมีอายุระหว่าง 18-21 ปีมากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 22-24 ปีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-17 ปีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 12-14 ปีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

จากการจัดกลุ่มความสนใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดบริการพิมพ์ออนไลน์ ที่มีความสนใจคัดลอกเฉพาะข้อมูลการและข้อมูลที่สนใจ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เปิดบริการเฉพาะข้อมูลการที่เปิดให้ผู้ฟังมีส่วนร่วม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 กลุ่มตัวอย่างที่เปิดพิมพ์เฉพาะข้อมูลการ รายการข้อมูล จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 กลุ่มตัวอย่างที่เปิดพิมพ์เฉพาะรายการที่สนใจทั้งหมด ตลอดเวลา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ โดยมี Missing จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0
หากพิจารณาตามเนื้อหาในการพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างเปิดพื้นฐานวิทยาศาสตร์ ประมาณความรู้ทั่วไป
มากที่สุดจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมาคือหนทางที่ติดหน่อย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ
8.1 เนื่องจากพื้นที่จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 เนื่องทางการศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1
เนื่องจากต่างประเทศ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 เนื่องทางการเมือง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ
น้อยที่สุด เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจและสุขภาพจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ท้ายกัน

ทั้นนี้ฝ่าย พบวา กลุ่มตัวอย่างเปิดระดับความพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างต่อการเปิดพื้นฐานวิทยาศาสตร์
อยู่ในระดับมาก โดยมีการเปิดพื้นฐานวิทยาศาสตร์เพื่อความบ้านที่ แต่ละกลุ่มข้อมูลมากที่สุดจำนวน 61 คน
คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมาคือรับทราบข้อมูลความ เศรษฐพึงพอใจที่ระดับน้อยๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อย
ละ 24.7 เพื่อนำไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น และเพื่อเป็นข้อมูลช่วยเตรียมเกณฑ์ หรือป้องกันผลประโยชน์
จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ท้ายกัน เพื่อว่ามาก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และน้อยที่สุด เพื่อ
ประกอบการเรียน หรือทำรายงานจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

3. ศึกษาเนื้อหา รูปแบบการพิจารณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเยาวชนเขตคุณ

จากการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ในการพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เปิดพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เพื่อความ
บ้านที่ แต่ละกลุ่มข้อมูลมากที่สุดจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมาคือรับทราบข้อมูลความ
เศษส่วนใหญ่ของเหตุการณ์ต่างๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 เพื่อนำไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น
และเพื่อเป็นข้อมูลช่วยเตรียมเกณฑ์ หรือป้องกันผลประโยชน์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ท้ายกัน เพื่อว่ามาก
จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และน้อยที่สุด เพื่อประกอบการเรียน หรือทำรายงานจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ
1.0

รูปแบบการพิจารณาเป็นรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดคือการพิจารณา จำนวน 80 คน คิดเป็น
ร้อยละ 80.0 รองลงมาคือรูปแบบที่มีอยู่กันมากที่สุดจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รูปแบบการพิจารณา จำนวน 16
คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 รายการเสนอแนะ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 รายการประโยชน์ จำนวน 12
คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 รายการสร้างคิด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 รายการสร้างสรรค์ จำนวน 6 คน คิดเป็น
ร้อยละ 6.0 รายการสังคม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 รายการนิติศาสตร์ทางอาชีพ จำนวน 2 คน คิด
เป็นร้อยละ 2.0 และรายการพิจารณา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลักษณะ

สรุปและวิจารณ์ผล (Conclusions and Discussion)

อภิปรายผลการวิจัย

พื้นที่การเปิดบริการสื่อวิทยาศาสตร์ของกลุ่มเยาวชนเขตคุณ

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อในการเปิดบริการสื่อวิทยาศาสตร์โดยผ่านโทรเลขท์
สมาร์ทโฟนมากที่สุดจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมาคือรูปแบบที่มีอยู่กันมากที่สุด (New Media)
ของเคนท์ เวอร์ทิมแอนด์ Ian Fenwick) ได้กล่าวถึงลักษณะ
สำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบที่มี ประกอบด้วย "อิสระ 5 ประการ" (5 Freedoms) ได้แก่

1) อิสระจากการจัดทำเวลา (Freedom from Scheduling) เนื่องจากอยู่ในรูปแบบที่ยังทำให้ผู้ใช้ได้
สามารถเลือกและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ต้องการ และไม่จำเป็นต้องเข้าที่ต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด
2) 无视地球界限（Freedom from Geological Boundaries） 在这个概念中，企业不再受限于地理界限，可以在全球范围内进行运营。这为企业的全球化战略提供了巨大的机会。企业可以根据实际情况，选择最适合的市场进行扩张。由于技术的不断发展，信息的传递变得迅速，企业可以更快地响应市场的变化。

3) 无视规模限制（Freedom to Scale） 无视规模限制意味着企业可以根据市场需求迅速扩大规模，而不需要受到传统商业模式的限制。这为企业的快速成长提供了可能。由于技术的发展，企业不再受限于物理空间的限制，可以通过网络进行远程运营。

4) 无视格式限制（Freedom from Formats） 无视格式限制意味着企业可以根据不同的市场和用户需求，提供不同的产品和服务。由于技术的发展，企业不再受限于传统的物理格式，可以通过数字化的方式，提供更适合用户需求的解决方案。

5) 由市场驱动到消费者引导（From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled） 在这个概念中，消费者不再是被动的接受者，而是主动的引导者。企业可以根据消费者的需求，提供更适合的产品和服务。由于技术的发展，消费者可以通过互联网，向企业反馈他们的需求，从而引导企业的运营方向。

YouTube – 通过YouTube，消费者可以发布自己的视频，从而引导企业的运营方向。企业可以根据消费者的反馈，提供更适合的产品和服务。
ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มเยาวชนเลขคิดกับการเปิดรับสื่อวิทยุออนไลน์

ผลการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชายจำนวน 59 คน คิดเป็น
ร้อยละ 59.0 และเพศหญิงจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 มีความแตกต่างกับแนวคิดของประชากรที่
เปิดรับสื่อของพวกเขา ยุค บุคคลศตวรรษที่ (2534) ที่ได้ทำการสังเคราะห์ผลการศึกษา ข้อมูลที่ได้รับ พบว่า
เกี่ยวกับวัฒนธรรมการสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน แต่พบว่ามีการแตกต่างใน
ด้านการสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกัน ดังนี้

1. เข้าถึงแหล่งข้อมูลทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่อสารทางสื่อต่าง ๆ ได้การสื่о
กิจกรรมของผู้บริโภคใช้ต่างกันผู้บริโภคจะมีความต้องการจะเข้าซื้อจ่ายได้เร็วขึ้นผู้ซึ่งมีการใช้เทคโนโลยีมากกว่าผู้ซึ่งมีการใช้เทคโนโลยีในการทำงานทําให้ผู้บริโภคจะมีการปรับเปลี่ยนมากกว่า สามารถที่จะรับฟังการวิเคราะห์รายวิชาได้มากกว่า แต่มีการใช้เพื่อความผิด คลาดเคลื่อนหรือเพื่อพื้นฐานต่างๆ ที่สอดแทรกในแนวทาง แต่ผู้ซึ่งมีเทคโนโลยีในการรับฟังข้อมูลได้สิ่งที่พึงรายการที่มีเนื้อหาข่าวสารที่มากขึ้น ข่าวสารตามแนวคิดของ ด้านเศรษฐกิจ หรือด้านกิจการ เป็นต้น

แต่เป็นที่น่าทึ่งเกี่ยวกับการศึกษาครั้งนี้ มีความขัดแย้งกับการศึกษาของประกอบ นักทฤษฎี (2553) เกี่ยวกับ การที่จะเสริมสร้างของเทคโนโลยีกลุ่มที่ทำงานสาขาวิชาเช่น กลุ่มด้านการวิทยาการ ของผู้บริโภค (zipr (2552) ที่ทําการศึกษาเรื่องความแตกต่างของผู้ที่รับการวิทยาการของผู้บริโภค 94.5 ในกลุ่มพหุภาษา กรณีพบว่าผู้ที่รับการวิทยาการของผู้บริโภค 94.5 สวนไปเป็นผู้ที่มากกว่าผู้ซึ่งซึ่งที่นี่หากพิจารณาตัวอย่างนี้แล้วจะมีความแตกต่างกับ คือ การจัดงานของประกอบ นักทฤษฎี (2553) นั้นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมากกว่าจะมีอายุระหว่าง 26-35 ปี ในขณะที่การศึกษาครั้งนี้นั้นกลุ่มตัวอย่างคืออายุระหว่าง 18-21 ปี มากที่สุดจุดaneous 45 คนคิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มที่มีอายุอยู่ที่ 22-24 ปีจำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ 15-17 ปีจำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 21.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ 12-14 ปีจำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามที่ระบุ สำวนงานของบุคคล ฟังรู้จะมีอายุอยู่ขึ้น 16-18 ปี ซึ่งจะพิจารณาได้ว่า หากใช้เรื่องอายุจะได้ว่า ดังที่ ประเด็น สถิติ (2546, ม.122-117) กล่าวถึงค่ากลับแบบบรรยายศาสตร์ของผู้รับสารว่า อายุ เป็นปัจจัยที่ทําให้คนมีความแตกต่าง กันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมอันเกิดไม่อาจมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการคิดต่อที่ส่งต่อจากบุคคลที่มีอายุน้อยและบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการคิดต่อที่เปลี่ยนไปเมื่อดคนนี้ข้อมูลมากขึ้น ดังนั้นอายุของผู้รับสารว่าจะมีผลในการส่งผลกระทบได้ เพราะความสามารถในการตีความมาจะแตกต่างกันซึ่งอาจารย์มากในระดับของความสนใจความเชื่อหรือพฤติกรรมการส่งสารของผู้รับสาร จะพบว่าพฤติกรรมการเป็นเป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

โดยเมื่อจําแนกความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวอย่างเป็นระดับความเสี่ยงจาก ช่องรายการและการจัดงาน จำนวน 40 คนคิดเป็น ร้อยละ 40.8 ของกลุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวอย่างของ รายการการจัดงานให้ผู้ฟังส่งข้อมูล จานวน 25 คนคิดเป็น ร้อยละ 25.5 กลุ่มตัวอย่างที่ เป็นฟังส่งข้อมูลไม่กันของรายการซึ่ง จานวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 24.5 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวอย่างรายการที่สนใจแท้จริงและสอดคล้อง จานวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ โดยมี Missing จานวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 2.0 หากพิจารณาตาม เนื้อหาในการฟังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นต้นต่างเกิดมีความสนใจใน ประเภทความรู้ทั่วไปมากที่สุดจุดaneous 59 คนคิดเป็นร้อยละ 59.0 แสดงถึงความแตกต่างของ โจเซฟ ( aging ในนิรายนิจ วงศักดิ์สวัสดิ์ทิศ, 2536) เกี่ยวกับเหตุผลในการ เป็นบริบททางชุมชนของประชาชน ประกอบด้วย

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึงการที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อตอบต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความเอาถูกและความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคมดังนั้นจึงต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคมโดยการรับรู้ข่าวสารส่งเสริมความในระบบที่หลีกความรู้ความมั่นคง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversion) เพื่อสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึงความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมดังนั้นการเปิดรับฟังข่าวสารแสดงถึงการยอมรับการส่งเสริมในสังคมและความเห็นพ้องกันผู้อื่น

245
เนื้อหา รูปแบบรายการที่เหมาะสมกับกลุ่มเยาวชนเขตคุ้มศึกษา

จากการศึกษาที่พบว่า วัยรุ่นปัจจุบันในการฟังเพลงของกลุ่มวัยรุ่นยังคงเป็นสิ่งที่รักที่สุด โดยมีการเปิดฟังเพลงวิทยุออนไลน์ เพื่อความบันเทิง ยอดขายอาหารทะเล มากที่สุดจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9

โดยกลุ่มวัยรุ่นยังมีระดับความพึงพอใจของกลุ่มวัยรุ่นยังคงเป็นตัวการเปิดฟังทางวิทยุออนไลน์อยู่ในระดับมาก โดยมีการเปิดฟังเพลงวิทยุออนไลน์ เพื่อความบันเทิง ยอดขายอาหารทะเล มากที่สุดจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9
การเลือกการผลิตหรือสื่อใดจากพื้นฐาน Merrill & Lowenstein (1971) เสนอว่าเพื่อประโยชน์ให้ สองของตนเองมุมย์จะแสงทำาเฉพาะและใช้ทำาสำหรับเพื่อประโยชน์ของตนเองเพื่อข่ายให้ความคิดของตนเอง บรรจุเพื่อใช้การทำาร์ทที่ไม่เสถียรมีการช่วยให้ตนเองเลือกขยายหรือให้ความบันทึกลงแอนด์จะเลือกสื่อที่ใช้ ความพยายามที่น้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward) ซึ่งแสดงผล กับกลุ่มเยาวชนและสิทธิ์ที่มีเป็นเพียงเพียงเป็นส่วนใหญ่เป็นการให้ความบันทึกลงขยับอ่อนคลายตามแนวทางที่ได้ วิเคราะห์ดังกล่าวมันเอง

ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลจากงานวิจัยทำาให้ทราบพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของกลุ่มเยาวชนผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ผ่านเครื่องและ รูปแบบการให้ข้อมูลที่เปิดตัวเพื่อช่วยให้ผู้ผลิตการสามารถจัดการโดยมันนำเสนอ ทำาให้ผลผลิต กับกลุ่มใหม่ได้ที่จะเป็นแนวทางให้กับสังคมวิทยุสื่อที่พนังได้ที่ ของผู้ผลิตวิทยุรายภูมิภาคสูงสุดและ นักศึกษาที่สนใจวิชาการผลิตรายการวิทยุ ในการวางแผนรายการและการผลิตรายการวิทยุอย่างซับซ้อน

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาจะพบว่าการศึกษารั้นนี้มีข้อจำกัดตัวของเอกสารศึกษา ทั้งด้าน กลุ่มตัวอย่าง และระยะเวลาในการทำาการศึกษา ดังนั้น หากมีการศึกษาต่อไปในอนาคต สามารถขยาย ขอบเขตการศึกษาที่ ก้าวข้างไปได้มากขึ้นกว่านี้

2. ในการศึกษาวิจัยข้างนี้เป็นการวิจัยเชิงปรมาณุ่น ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ โดยเฉพาะในด้าน ผู้รับสารในเชิงการสืบค้นข้อมูล ที่เป็นการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างน้อยและยังไม่ครอบคลุมกับประชากรที่ ต้องการศึกษาทั้งหมด ดังนั้น หากจะต้องการให้มวลผลการศึกษามีความ ลึกซึ้งรอบด้านและข้างเคียงมากขึ้น การ เสนอแนะให้ทำาการวิจัยในเชิงคุณภาพเพื่อทำาการศึกษาเกี่ยวกับที่มีคุณสมบัติเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทำาให้ สามารถมองเห็นภาพรวมไม่ก็มุมมองได้ขัดขวางมากกว่าการศึกษาเชิงปรมาณุ่นในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

ปรับปรุงภาพมาในไทย
จุฑา, ยอดศักดิ์.(2544). คู่มือการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศ ศาสตร์.


นฤทธิ์, พรชุณ.(2552). ความคาดหวังของผู้ฟังรายการวิทยุออนไลน์ของสำนักวิทยุเมืองรัฐ 94.5 ในเขต กรุงเทพมหานคร. รายงานโครงการวิจัยควบคุมพื้นฐานสำคัญบันเทิง, มหาวิทยาลัยศิลปศาสตร์, คณะ ราชการศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยศิลปศาสตร์, คณะ ราชการศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยศิลปศาสตร์.

นักษณ์ อัจฉิยะกุล, และ วิชาภรณ์ โพธิ์สุรธรรม. (2546). การจัดการวิทยุกระจายเสียง. นนทบุรี: มหานิยามสื่อสัยการมารวิช
บุญบุรี หริภูทธิ์. (2539). การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง วิทยุศึกษา และวิทยุโรงเรียน. กรุงเทพฯ: ภาควิชา
เทคนิคยุทธการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต. ประเทศ ตะวันที.(2546). หลักนิเทศศาสตร์(พิมพ์ครั้งที่10). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปิยพงษ์ เขตระนงพงพ. (2553). พฤติกรรมการใช้สาระการตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภคในกลุ่มเยาวน.
เชิงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเรียนรูปแบบรายงานวิจัยห้องหัวฉบับที่2 สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
ประชากร นวลกิจกุล (2553). การรับฟังสื่อวิทยุช่องสายต่างๆของกลุ่มที่เข้ามานำซึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะกวาสาวศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร.
พรชิต สมพิทักษ์วิช. (2547). โยคะในการศึกษาที่ 2000-2010: การศึกษาถึงศิลปะด้านเสียงที่มีต่อรูปแบบโอกาส. วิทยานิพนธ์ปริญญานิพนธ์ที่2 คณะบริหารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
วรรณนิช จักรศิริศิริ. (2536) การศึกษาคัดลอกของสื่อมวลชนในการพัฒนาการสื่อสารของประชาชนต่อปัญหาผลพัฒนาทางน้า. วางระเบียบการบริหารกับสื่อสารมวลชน คณะระหว่างสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
สุทธิชัย วิศวัตน. (2545). การสื่อข่าว: หลักการและเทคนิค. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศการจัดการ มหาวิทยาลัยราช
ภัฏกรุงเทพ.
บรรณาธิการนิพนธ์กุล
สื่อสารการสื่อสาร
ชิตาพร ชนมชัย. (2550). New Media Challenges : Marketing Communication Through New Media.
ชวิชญ์ วิทยาภู (ม.ป.ป.). พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media): จิตวิทยาการสื่อถึงกระบวนการสื่อสารของมนุษย์และผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ.