

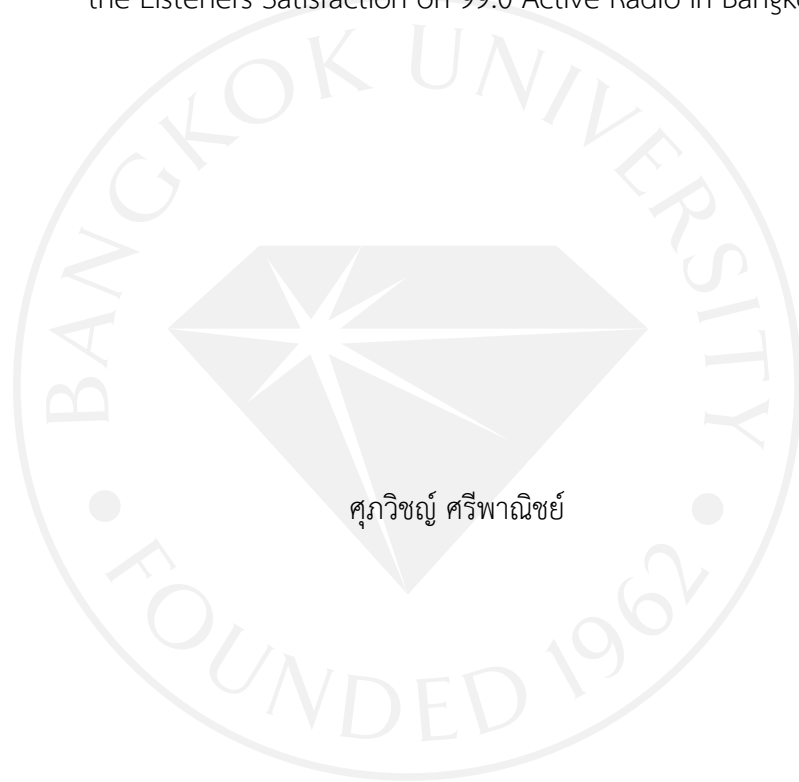
การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานี
วิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Quality Measurement for Online Radio Station Influencing
the Listeners Satisfaction on 99.0 Active Radio in Bangkok



การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active
Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Quality Measurement for Online Radio Station Influencing
the Listeners Satisfaction on 99.0 Active Radio in Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2557



© 2558

ศุภาวิชญ์ ศรีพานิชย์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ
Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ศุภวิชญ์ ศรีพานิชย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ดร.รวีพรรณ สุภาวรรณ)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

22 กันยายน 2558

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบ และ ช้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ให้มีความสมบูรณ์ ครบถ้วนและสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ซึ่งได้ถ่ายทอดวิชาความรู้และสามารถนำ วิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ผู้ให้กำลังใจและสนับสนุนการศึกษาวิจัยเรื่อยมา

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ และสละเวลาในการตอบ แบบสอบถาม

สุดท้ายความรู้ ความดี และประโยชน์ที่ได้รับจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่ผู้มี พระคุณทุกท่าน ที่มีส่วนช่วยผลักดันและเป็นที่กำลังใจ ซึ่งผู้จัดทำซาบซึ้งในความกรุณาอันยิ่งใหญ่จาก ท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ศุภวิชญ์ ศรีพานิชย์

ศุภวิชญ์ ศรีพาณิชย์. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กันยายน 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร (66 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวน 400 คน ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 23-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัจจุบันยังคงรับฟังวิทยุอยู่ และคลื่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามฟังมากที่สุดคือ คลื่น CHILL 89, COOL Fahrenheit 93 และ 99 Active Radio ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุ มากกว่า 5 ครั้ง/ สัปดาห์ 30 นาที/ ครั้ง ส่วนใหญ่รับฟังวิทยุโดยผ่านทางเครื่องวิทยุในรถยนต์ และ Smartphone, Tablet และยังคงฟังวิทยุออฟไลน์ มากกว่าวิทยุออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล ความมีเสถียรภาพของระบบ และความเร็วในการตอบสนอง

คำสำคัญ: คุณภาพระบบ, ความง่ายในการเข้าถึง, ความมีเสถียรภาพ, ความรวดเร็วในการตอบสนอง, ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน, การรับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM

Sripanich, S. M.B.A., September, 2015, Graduate School, Bangkok University.

The Quality Measurement for Online Radio Station Influencing the Listeners

Satisfaction on 99.0 Active Radio in Bangkok (66 pp)

Advisor: Sutthipat Assawavichiroj, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this study is to measure the quality of online radio station influencing the listeners' satisfaction on 99.0 Active Radio in Bangkok. There were a total of 400 samples included in this study. The approach of this research applied quantitative research methodology. Data analysis based on descriptive statistics using Frequency Distributions, Percentage, Mean, Standard Deviation and inferential statistics for hypothesis testing was analysis of Multiple Regressions.

Regarding the results of this study, most of the respondents were female aged between 23–30 years old, full-time employees with monthly personal income of THB 20,001-30,000 bachelor degree as educational background. Most of the respondents still listen to the radio more than 5 times per week at 30 minutes per time. Most frequent listening stations were CHILL 89, COOL Fahrenheit 93 and Active Radio 99. The respondents used car radio, smartphone and tablet as their main listening channels respectively. Radio listening behavior is still from offline more than online channels.

Hypothesis testing found the quality measurement for online radio station influencing the listeners satisfaction on 99.0 active radio in Bangkok. The significance level is 0.05 based on Convenience of Access, Reliability and Response times.

Keywords: System Quality, Convenience of Access, Reliability, Response Time, User Satisfaction, listening of Active Radio 99 FM station

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	8
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	9
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	9
บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptant Model (TAM)	9
2.2 โมเดลการประสบความสำเร็จของระบบสารสนเทศของ Delone และ McLean	13
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพระบบ	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	17
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.6 ประวัติโดยย่อของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM	22
2.7 สมมติฐานการวิจัย	23
2.8 กรอบแนวคิด	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	25
3.2 กลุ่มประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	25
3.3 นิยามเชิงปฏิบัติการ	26
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	27
3.5 การทดสอบเครื่องมือ	30
3.6 วิธีการเก็บข้อมูล	31
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการฟังวิทยุ	36
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล	40
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความมีเสถียรภาพของระบบ	42
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง	43
4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจ	44
4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	45
4.8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	47
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	49
5.2 สรุปการทดสอบสมมติฐาน	51
5.3 อภิปรายผลการวิจัย	52
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	53
5.5 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	54
บรรณานุกรม	55
ภาคผนวก	59
ประวัติผู้เขียน	66
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในการรายงานค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 2.1:	5 ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด และ 5 ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด	20
ตารางที่ 3.1:	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม	31
ตารางที่ 4.1:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศชุด	34
ตารางที่ 4.2:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	34
ตารางที่ 4.3:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	35
ตารางที่ 4.4:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
ตารางที่ 4.5:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	36
ตารางที่ 4.6:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับฟังวิทยุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
ตารางที่ 4.7:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคลื่นวิทยุที่ผู้ตอบ แบบสอบถามฟังมากที่สุด	37
ตารางที่ 4.8:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ ในการฟังวิทยุ/สัปดาห์	38
ตารางที่ 4.9:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ ในการฟังวิทยุ/ครั้ง	39
ตารางที่ 4.10:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทาง ในการฟังวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานบ่อยมากที่สุด	39
ตารางที่ 4.11:	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบ วิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังช่วงก่อนหน้า	40
ตารางที่ 4.12:	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลด้านความง่าย ในการเข้าถึงข้อมูล	41
ตารางที่ 4.13:	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลด้านความ เสถียรภาพของระบบ	42
ตารางที่ 4.14:	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลด้านความ รวดเร็วในการตอบสนอง	43
ตารางที่ 4.15:	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลด้านความพึงพอใจ	44
ตารางที่ 4.16:	การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของการวัดคุณภาพระบบของ สื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ	46

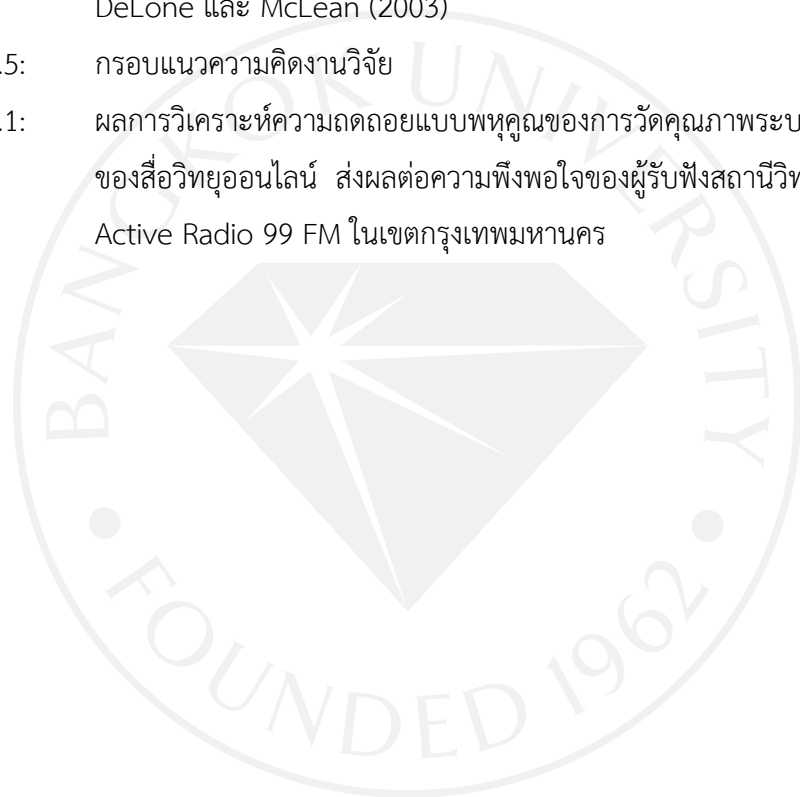
สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM	48



สารบัญภาพ

	หน้า	
ภาพที่ 2.1:	โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี	11
ภาพที่ 2.2:	A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model	12
ภาพที่ 2.3:	โมเดลแห่งความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLean	14
ภาพที่ 2.4:	โมเดลการวัดผลการดำเนินงานเทคโนโลยีสารสนเทศของ DeLone และ McLean (2003)	15
ภาพที่ 2.5:	กรอบแนวความคิดงานวิจัย	24
ภาพที่ 4.1:	ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร	47



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กำหนดแนวทางการเปลี่ยนผ่านสู่การกระจายเสียงวิทยุดิจิทัลของประเทศไทยไว้ในแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555–2559) โดยให้เริ่มมีการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภายใน 4 ปี นอกจากนี้ รายงานการประเมินผลกระทบการเปลี่ยนระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัล (พ.ศ. 2555) ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เสนอว่าจะมีการปรับเปลี่ยน “โครงสร้าง” เพื่อต้องการให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึง และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม และเป็นธรรม โดยออกแบบให้การเปลี่ยนผ่านนี้ ส่งผลกระทบต่อผู้รับบริการให้น้อยที่สุด

ในยุคเริ่มแรกของการกระจายเสียงวิทยุระบบอนาล็อกกับระบบดิจิทัล การกระจายเสียงวิทยุใช้การรับ-ส่งสัญญาณระบบอนาล็อกที่รู้จักและคุ้นเคยกันว่า วิทยุเอเอ็ม วิทยุเอฟเอ็ม และวิทยุคลื่นสั้น แต่การส่งสัญญาณวิทยุอนาล็อกใช้ความกว้างแถบคลื่น (Band Width) มาก เมื่อมีความต้องการใช้คลื่นความถี่มากขึ้นหรือมีการก่อตั้งสถานีวิทยุมากขึ้น จึงก่อให้เกิดปัญหาคลื่นรบกวนกันระหว่างสถานีวิทยุ ทำให้ในช่วงทศวรรษที่ 20 มีการพัฒนาการรับส่งสัญญาณวิทยุและโทรทัศน์ระบบดิจิทัลซึ่งใช้ความกว้างแถบคลื่นน้อยกว่า และมีการบีบอัดสัญญาณทำให้การรับสัญญาณมีความคมชัดมากขึ้น และสถานีวิทยุสามารถส่งข้อมูลอื่น ๆ พร้อมสัญญาณเสียงไปยังผู้ฟังได้

ความแตกต่างระหว่างสัญญาณอนาล็อกและสัญญาณดิจิทัลขั้นพื้นฐาน คือสัญญาณอนาล็อก (Analog Signal) เป็นสัญญาณข้อมูลแบบต่อเนื่อง (Continuous Data) สัญญาณมีขนาดไม่คงที่ และมีลักษณะเป็นเส้นโค้งต่อเนื่องกัน เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป ส่วนสัญญาณดิจิทัล (Digital Signal) เป็นสัญญาณข้อมูลแบบไม่ต่อเนื่อง (Discrete Data) สัญญาณมีขนาดแน่นอน และมีระดับสัญญาณเพียง 2 ค่า คือ สัญญาณระดับสูงสุด และสัญญาณระดับต่ำสุด ระบบดิจิทัลโดยทั่วไปใช้สัญญาณระบบเลขฐานสอง (Binary) (“การเปลี่ยนผ่านสู่การกระจายเสียงวิทยุระบบดิจิทัลของประเทศไทย”, ม.ป.ป.)

ในส่วนของการรับสารของผู้ฟังรายการวิทยุ นั้น อาจจะมีปัจจัยในการเลือกรับฟังรายการวิทยุใด ๆ แปรผันไปตามขั้นตอนสำคัญของการเลือกรับข่าวสาร หรือเปิดรับข่าวสาร เปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ชั้น ประกอบด้วย

การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคล จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง ตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้น แต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิม ให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

อีกทั้งยังผลสำรวจถึงพฤติกรรมการใช้สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไปจากหนังสือพิมพ์ ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 34 ฉบับที่ 2,971 วันที่ 3-6 สิงหาคม พ.ศ. 2557 กล่าวว่า การเข้ามาของอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของการเสพสื่อของผู้บริโภคไปจากเดิม เนื่องจากสื่อที่หลากหลายได้ถูกเชื่อมโยงเข้าหากัน และสามารถเข้าถึงได้เพียงเสี้ยววินาที ทั้งยังสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางในการเข้าถึงสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) ได้ ใด ๆ ก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นการดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ หรืออ่านหนังสือพิมพ์ จากการเก็บรวบรวมพฤติกรรมการใช้สื่อโทรทัศน์ของคนไทย โดยนิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช ดังนี้

ในยุคปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตเติบโตและเข้ามามีบทบาทค่อนข้างมาก ในชีวิตประจำวัน อินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงเครือข่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกัน สร้างประโยชน์ในการใช้งานได้มากมายหลายด้าน และบทบาทเห็นได้ชัดเจนเรื่องของการสื่อสารที่เชื่อมทุกที่บนโลกให้เข้ามาอยู่ใกล้กันด้วยอินเทอร์เน็ต จากการสำรวจเกี่ยวกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตพบว่า ปัจจุบันทั่วโลกมีจำนวนใช้งานอินเทอร์เน็ตคิดเป็นสัดส่วนอยู่ที่ 32.7% ของประชากรทั้งหมด ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2000 ถึง 528.1% และจากรายงานของสมาคมโฆษณาดิจิทัล ประเทศไทย (DAAT) (2556) จัดทำ ข้อมูลสถิติและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคออนไลน์ในประเทศไทย พบว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 26 ล้านคน คิดเป็น 38.8% ของประชากรทั้งหมด 67 ล้านคน

หากกล่าวในแง่มุมมองของการสื่อสาร อินเทอร์เน็ตได้เป็นตัวกลางที่สำคัญในการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร จากเดิมที่สื่อใช้ช่องทางตรงในการสื่อสาร เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ แต่เมื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามาจึงช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้งาน จึงเกิดช่องทางเพิ่มเติมในการรับสื่อใหม่ ดังการสำรวจพฤติกรรมกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี 2557 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตพบว่า มีพฤติกรรมการใช้สื่อหลอมรวมโดยเปรียบเทียบระหว่าง อุปกรณ์เคลื่อนที่กับคอมพิวเตอร์ ปรากฏในรายงานดังกล่าวว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตอ่าน, ติดตามข่าวสาร, อ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยอุปกรณ์เคลื่อนที่ ร้อยละ 57.6 และคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 63.8 ขณะที่การดูโทรทัศน์, ดูภาพยนตร์, ฟังวิทยุออนไลน์ โดยอุปกรณ์เคลื่อนที่ร้อยละ 44.7 และคอมพิวเตอร์ 55.4 จึงเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การใช้สื่อหลอมรวมนั้นได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับชีวิตประจำวันแล้ว ซึ่งมีผลต่อความสะดวกสบายกับชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก

โดย สุภารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทรวัดพัฒนากุล (2554) กล่าวว่า เทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อการหลอมรวมสื่อที่เห็นได้ชัดเจนประกอบด้วย คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นตัวที่เชื่อมโยงสื่อรูปแบบดั้งเดิม (Traditional Media) ให้หลอมรวมเข้ากับสื่อใหม่ (New Media) โดยอุปกรณ์สื่อสารทั้ง 3 ตัวที่ได้กล่าวมานี้ จะเป็นอุปกรณ์ที่ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป และมีรูปแบบการใช้ช่องทางการรับสื่อที่สะดวกสบายมากขึ้น ตอบรับกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคได้มากขึ้น ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องรอรับข้อมูลจากสื่อเก่าตามเวลาที่ช่องกำหนด แต่สามารถติดตามเมื่อไหร่ ที่ไหนก็ได้ เมื่อผู้บริโภคต้องการ

จากการศึกษาพฤติกรรมด้านการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน พบว่าคอนเซ็ปต์เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว จนทำให้หนักการตลาดต้องเร่งความเร็วไล่ตามทันให้ได้ และปรับแผนกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมเสมอ Business 2 Community สรุป 10 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภค ที่นักการตลาดจำเป็นต้องให้ความสำคัญ

1) Multi-tasking ในอุปกรณ์ดิจิทัลจะเริ่มเข้ามาแทนที่การดูทีวี

3 ใน 4 ของผู้ที่เป็นเจ้าของอุปกรณ์ดิจิทัล จะใช้งานอุปกรณ์ของพวกเขาในขณะที่ดูทีวี นั่นหมายความว่าเกือบจะเป็นไปไม่ได้เลย ที่จะดึงความสนใจของผู้บริโภคมาที่จุด ๆ เดียว อย่างไรก็ตาม ยังคงมีวิธีการดึงดูดความสนใจของพวกเขาอย่างสร้างสรรค์จากทั้งสองหน้าจอได้ คือ แปรนดของคุณควรจะหันมาทำการตลาดแบบ Dual Screen

2) ความนิยมการฟังเพลงผ่านอินเทอร์เน็ต

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักฟังเพลงจากแหล่งออนไลน์ต่าง ๆ เช่น บริการจัดเพลงตามคำขอออนไลน์อย่าง Pandora, สถานีวิทยุทางอินเทอร์เน็ต หรือ Youtube ซึ่งเบื้องหลังของการเติบโตนี้คือเหล่า นักโฆษณาทั้งหลายนั่นเอง ซึ่งช่องทางเหล่านี้เป็นสิ่งที่แบรนด์ควรจะให้ความสำคัญ

3) ผู้ใช้ Smartphone เกือบ Targeted Ads

อาจจะเป็นการบั่นทอนกำลังใจนักการตลาด แต่กว่า 90% ของผู้ใช้ Smartphone ไม่ชอบการโฆษณาที่เจาะจงเป้าหมายจากพฤติกรรมของผู้บริโภค และจะติดไปในเว็บอื่น ๆ พวกเขาคิดว่ามันเป็นการล้ำสิทธิส่วนบุคคล และเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมอย่างที่สุด อย่างไรก็ตาม ชาวอเมริกันมีความสนใจเกมส์, แอปพลิเคชัน และข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถืออย่างมาก คุณจะใช้ช่องทางนี้ให้เกิดประโยชน์อย่างไร ซึ่งจะต้องไม่สร้างความสำคัญแก่ผู้บริโภค

4) ผู้บริโภคต้องการภาพ ไม่ใช่ คำพูด

คอนเทนต์ภาพกลายเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลมากกว่าคอนเทนต์ประเภทคำพูดหรือคำบรรยาย ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับ Pinterest หรือวิดีโอออนไลน์ทั่วไป ในขณะนี้เว็บบล็อกชื่อดังอย่าง Tumblr ได้รับความนิยมจากวัยรุ่นมากกว่า Facebook เสียอีก เนื่องจากคอนเทนต์ภาพสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้มากกว่าคอนเทนต์ประเภทอื่น ๆ ที่อยู่ในโลก Social Network ดังนั้น หากจะทำให้มีภาพที่ดึงดูดความสนใจแก่ผู้ชม ก็จะดีไม่น้อย

5) การใช้เวลาวางบนโลกโซเชียลของผู้บริโภค

ผู้บริโภคชอบใช้เวลาว่างของพวกเขาหน้าคอมพิวเตอร์ ซึ่งถือเป็นโอกาสอันดีสำหรับแบรนด์ต่าง ๆ มันจะดีมากหากแบรนด์ของคุณสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ อย่าง StumbleUpon (Search Engine นำเสนอเว็บคอนเทนต์ความชอบและพฤติกรรมของผู้บริโภค), เว็บไซต์ตลกขบขัน หรือเกมออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้นจะอย่างไรให้แบรนด์เข้าถึงผู้บริโภคในสถานะสิ่งพักผ่อนคลายใจของพวกเขา

6) Snapchat ที่จริงแล้วอาจจะมีไว้เพื่อการตลาด ไม่ใช่การส่งต่อภาพลามกอนาจาร

ก่อนหน้านี้ Snapchat ไม่ได้ได้รับความนิยมเนื่องจากถูกมองว่าเป็น App เข้าข่ายเรื่องเพศ แต่นักการตลาดหัวใสกำลังมองข้ามจุดนี้ไป และกำลังทดลองใช้งาน Snapchat ดังกล่าวเพื่อแจกคุปองส่วนลด จากเรื่องนี้ คุณอาจจะเอาสิ่งที่เกิดขึ้นเข้าไปมีส่วนในแผนการตลาดของคุณด้วยก็ได้

7) Tablet กลายมาเป็นช่องทางการซื้อขายหลัก

ผู้บริโภคใช้ Tablet กันมากขึ้น อีกทั้งยอดการสั่งซื้อสินค้ากำลังแซงหน้าจาก Smartphone และคอมพิวเตอร์ในเร็ว ๆ นี้ เนื่องจากสามารถพกพาติดตัวไปได้สะดวกสบายและง่ายต่อการซื้อ ดังนั้น แปรนธ์ของคุณได้ปรับรูปแบบเว็บไซต์ รวมถึงสิ่งอื่น ๆ เพื่อรองรับผู้ใช้งาน Tablet ให้พร้อม

8) Amazon เป็น Search Engine สำหรับการซื้อปิ้งที่ใหญ่ที่สุด

ผู้บริโภคที่ต้องการเลือกซื้อของมักเข้าไปที่เว็บไซต์ของ Amazon มากกว่า Google ซึ่งแนวโน้มในลักษณะนี้ก็จะชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ จากจำนวนการสมัครสมาชิกแบบ Prime (ระดับพิเศษ) ของ Amazon และตลาดสินค้าออนไลน์อื่น ๆ กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้น บางทีสินค้าของคุณควรเข้าไปอยู่ใน Amazon และทำให้เป็นที่นิยมในนั้น

9) ห้ามละเลย Google+

Google ได้ให้ความชัดเจนในการที่จะผลักดันให้ Google+ ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยม โดยเริ่มมีการเพิ่มพีเจอร์ต่าง ๆ มากขึ้นเพื่อดึงดูดสมาชิก บางทีคุณอาจจะลองใช้ประโยชน์จาก Google+ ในปีนี้

10) ผู้บริโภคอาจจะรู้เรื่องราคาดีกว่าที่คุณรู้

Showrooming หมายถึง การใช้สโมล์เป็นสถานที่ชมและทดลองสินค้าแต่ไม่ซื้อที่นั่น กลับไปสั่งซื้อในออนไลน์ที่มีราคาถูกกว่าราคาสโมล์ เทรนด์นี้เป็นสิ่งที่น่าจับตามองในช่วงคริสต์มาสปี 2012 และคาดว่าจะมีการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ผู้บริโภคสามารถที่จะเดินเลือกชมสินค้าจากร้านนั้นไปร้านนี้เพื่อหาราคาของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของพวกเขามากที่สุด แปรนธ์ของคุณจึงต้องวางกลยุทธ์ในการตั้งราคาให้เหมาะสมที่สุดในสถานการณ์ดังกล่าว

จะเห็นได้ว่า เมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป มีทั้งพฤติกรรมที่การยอมรับสอดคล้องหลอมรวมกับเทคโนโลยีออนไลน์ จนทำให้สื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญที่ชัดเจนกับผู้บริโภคอย่างปฏิเสธไม่ได้ หรือเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันโดยไม่รู้ตัว จึงทำให้เกิดการรับสื่อเปลี่ยนรูป (Transformation) จากสื่อหลักดั้งเดิม (Traditional Media) ที่มีไม่กี่แพลตฟอร์มอย่าง หนังสือพิมพ์ ทีวี วิทยุ มาสู่สื่อใหม่ (New Media) ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์อันหลากหลาย ตั้งแต่ Twitter, Facebook, Line, Instagram และ Applications พาผู้บริโภค “เสพติด” โลกอินเทอร์เน็ตชีพ แทนการสื่อสารแบบทางเดียว โดยมีอัจฉริยะมือถืออย่าง “สมาร์ทโฟน” เป็นตัวขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลง

ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการทางอิเล็กทรอนิกส์ ยังระบุว่า ชั่วโมงการรับสื่อออนไลน์ในปี 2556 เพิ่มขึ้นมาก โดยมีจำนวนชั่วโมงการรับเฉลี่ยสูงถึง 32 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ในจำนวนนี้เป็นารดูทีวีออนไลน์ เฉลี่ยสูงถึง 10.9 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และพบว่า เป็นการดูฟรีทีวี

ย้อนหลังเพื่อตามติดรายการโปรดที่ตัวเองพลาดมากถึง 82% เรียกว่าได้เกิดการ "เปลี่ยนโหมด" การดูทีวีจากหน้าจอทีวีปกติ เป็นการดูผ่านสมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต (Tablet)

สิ่งเหล่านี้ทำให้นักการตลาดต้องหาวิธีการที่จะเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น เพราะหากผู้บริโภคจะต้องซื้ออะไรสักอย่าง พวกเขาจะเลือกซื้อข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าถึง 70% เป็นรองเพียงการซื้อข้อมูลจากคนใกล้ชิด โดยพวกเขาจะเลือกหันไปรับฟังข้อมูลจากบล็อกเกอร์ หรือ ผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ทั้งหลายไปพร้อมกัน

ศรินทร ยกตัวอย่างเหล่าผู้ทรงอิทธิพลที่ “แจ้งเกิด” จากโซเชียลมีเดีย จนต้องคลิกไลค์หรืออยากพอลโลว์ เช่น น้องเนย เด็กประถมต่างจังหวัดหน้าตาธรรมดา ที่ถูกใช้รูปนำมาถ่ายทอดเรื่องราวเสียดสีแค้นเคืองเรื่องสิ่งแวดล้อม รักสังคมและรักขี้โลก หรือแม่แต่เจย์เดอะแรบบิท (Jaytherabbit) ที่ถ่ายทอดแนวคิดเรื่องราวกตัญญูสังคมโดนใจคนวัยทำงาน เช่น ชีวิตของคนโสดหรือคนขึ้นคาน เป็นต้น

ซึ่งเจย์เดอะแรบบิทมีแฟนเพจเข้ามามากโตลค์ประมาณ 4.4 แสนคน จำนวนคนตามที่มีมากพอทำให้พวกเขาเป็นตัวสะท้อนที่นักการตลาดต้องแทรกเข้าไปทำแคมเปญ โดยใช้คนเหล่านี้เป็นตัวบอกเล่าเรื่องราวและกิจกรรมทางการตลาดอย่างแนบเนียน เจย์เดอะแรบบิทจึงมีสินค้าหลากหลายชิ้นที่ใช้เจ้าตัว Somebody เป็นเครื่องมือทางการตลาดบอกเล่าเรื่องราวสินค้า

ขณะที่บล็อกเกอร์ผู้ทรงอิทธิพล เช่น โมเม อดีตนักร้องที่ผันตัวเองมาเป็นกูรูด้านแต่งหน้า การใช้เครื่องสำอาง มีสาวกคนรักสวยรักงามตามดูวิธีการแต่งหน้าด้วยตัวเองไม่น้อย หรือแม้กระทั่งบล็อกเกอร์ผู้เชี่ยวชาญการใช้อุปกรณ์ไอทีก็มีคนติดตามมากมาย

จึงทำให้นักการตลาดเวลาจัดงานแถลงข่าว นอกจากจะจัดรอบสื่อมวลชนแล้ว ยังต้องจัดรอบ "บล็อกเกอร์" เพิ่มขึ้นอีก เพื่อนำเนื้อหาของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เปิดตัว นำเสนอกับบรรดาบล็อกเกอร์ เพื่อให้หยิบไปเขียนลงบล็อกของตัวเอง นั่นคือปรากฏการณ์ของผู้ทรงอิทธิพลที่เข้ามามีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในยุคใหม่ แทนสื่อหลัก

อย่างไรก็ตาม ศรินทร วาณิชพันธุ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ลีไวเอเรจ จำกัด มองว่า ในแง่การซื้อสื่อใน 1-2 ปีข้างหน้า จะยังไม่เทไปทีสื่อใหม่เสียทีเดียว แม้อนาคตจะต้องเปลี่ยนไปก็ตาม เนื่องจากไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปดังกล่าวนี้เกิดขึ้นเฉพาะในสังคมเมืองสัดส่วน 30% ของประชากรทั้งประเทศ 60 กว่าล้านคน ซึ่งหมายถึงคนในกรุงเทพฯ และในหัวเมืองในต่างจังหวัดที่เข้าถึงสมาร์ทโฟน

เมื่อสื่อใหม่เข้ามา จะมีอิทธิพลและขยายวงกว้างต่อผู้บริโภคมากขึ้น และหากเจาะแยกไปถึงระดับการรับสื่อในแต่ละวัย เด็กอายุต่ำกว่า 15-18 ปี ยังคงนิยมฟังเพลง ช่องทางหลักยังคงเป็นการฟังผ่านวิทยุ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดและทัศนคติของพวกเขา ก็คือ ศิลปิน ดารา นักร้อง เด็กวัยนี้จึงชอบที่จะเป็นแฟนคลับติดตามศิลปิน

ส่วนเด็กที่โตขึ้นมาหน่อย อายุระหว่าง 18-25 ปี ศึกษาระดับมหาวิทยาลัย จนถึงระดับวัย เริ่มทำงาน (First Jobber) กลุ่มคนรุ่นใหม่ จะเน้นการเสพสื่อผ่านออนไลน์ เกาะติดสังคมออนไลน์ ใน โลกโซเชียมมีเดียเป็นหลัก

ส่วนวัย 25-35 ปี เป็นเด็กที่กลางเก่ากลางใหม่ เติบโตมาในยุคเทคโนโลยีเฟื่องฟู แต่ ขณะเดียวกันก็ทันกลิ่นอายของอิทธิพลสื่อรุ่นเก่า แม้จะมีครอบครัวไปแล้วต้องถูกดึงความสนใจไป ให้กับครอบครัว แต่ชีวิตก็ต้องมีโลกออนไลน์มาคู่กันเพราะกลัวหลุดกระแส

เช่นเดียวกันคนวัย 35 ปีขึ้นไปจนถึงเบบี้บูม แม้จะไม่ได้เติบโตมากับเทคโนโลยี แต่คนวัยนี้ก็มี กำลังซื้อ และกลัวตกเทรนด์เหมือนวัยกลางเก่ากลางใหม่ จึงง่ายในการที่จะเกาะกลุ่มเพื่อน ในเมื่อมีสิ่ง อำนาจความสะดวก เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ที่เป็นเทคโนโลยีที่ใช้ง่ายเข้าถึงง่าย

จากการหลอมรวมสื่อเข้ามามีบทบาทที่ชัดเจนกับการดำเนินชีวิต จนสื่อออนไลน์หลากหลาย ประเภทต่างปรับตัวเพื่อขยายแพลตฟอร์มในรูปแบบของตัวเอง ทำให้ผู้ผลิตสื่อและค่ายเพลงต่าง ๆ จำเป็นต้องติดตามพฤติกรรมคนฟังอย่างเท่าทัน เพื่อนำมาปรับใช้ในการดำเนินและพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งสอดคล้องกับสถานะในปัจจุบัน พฤติกรรมผู้บริโภคไม่ได้ฟังเพลงน้อยลงแต่เปลี่ยนช่อง ทางการรับฟัง โดยเฉพาะปัจจุบันแนวโน้มเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นโซเชียมมีเดีย แอปพลิเคชัน ต่าง ๆ ยังคงเข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นตัวกลางเชื่อมโยงให้เข้าถึงผู้บริโภคสะดวกและง่ายขึ้น “ธุรกิจเพลง” จึงต้องปรับตัวเพื่อมองหาโอกาสสร้างรายได้จากธุรกิจเพลงในรูปแบบใหม่ ๆ แต่ยังปรับทิศด้วยการจับ มือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพทางการตลาดเพื่อร่วมกันต่อยอดธุรกิจและเพิ่มมูลค่าคอน เทนต์ให้เกิดรายได้มากขึ้น เช่น ค่าย RS, GMM, BEC-Tero Music และ Active Radio (99.0) เป็นต้น

“พอล มนัสถาวร” ผู้จัดการทั่วไป บีอีซี-เทโร มิวสิค บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ทิศทางการดำเนินธุรกิจของ บีอีซี-เทโร มิวสิค จากนี้ยังคงโฟกัสไปที่ธุรกิจ เพลงควบคู่กับธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์เป็นหลัก เพื่อก้าวสู่การเป็น "ดิจิทัลคอนเทนต์ฮับ" (Digital Content Hub) ของเมืองไทย ซึ่งล่าสุด “BEC-Tero Music” ได้ร่วมมือกับ “LINE Thailand” ในการให้บริการฟังเพลงสตรีมมิ่งผ่านแอปพลิเคชัน “ไลน์มิวสิค” (LINE MUSIC) รวมเอาเพลงกว่า 10 ล้านเพลงไว้ด้วยกัน เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถฟังเพลง, แชรเพลง และส่ง ต่อเพลงต่าง ๆ ทั้งเพลงไทย สากล และเอเชียน ของศิลปินในสังกัด บีอีซี-เทโร มิวสิค, โซนี่ มิวสิค (Sony Music), เลิฟอีส (LOVEiS), เบเกอรี่มิวสิค (Bakery Music), แบล็คชีฟ (Blacksheep), ฮอสเตส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ (Hostess Entertainment), YG Entertainment (วายจี เอ็นเตอร์เทนเมนท์), สหภาพดนตรี

การร่วมมือกันครั้งนี้ถือว่าเป็นการผสมผสานจุดเด่นของ บีอีซี-เทโร มิวสิค ในฐานะผู้เชี่ยวชาญ ด้านคอนเทนต์บันเทิง ร่วมกับ LINE พันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้นำด้านแพลตฟอร์มบนมือถือยอดนิยม ระดับโลก ที่ส่งเสริมศักยภาพทางธุรกิจซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งปรับแนวทางการดำเนินงานธุรกิจเพลง ทั้งหมดให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ จากข้อมูลล่าสุดได้เปิดเผยสถิติผู้ใช้ LINE ใน ประเทศไทยมีจำนวนกว่า 33 ล้านคน และจำนวนผู้ใช้ไลน์จะยังคงมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มั่นใจได้ว่าบริการดังกล่าวจะทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงคอนเทนต์ของ บีอีซี-เทโร มิวสิค ได้ทุก ที่ตลอดเวลา ด้วยอัตราค่าบริการรายเดือนเพียง 60 บาท/ เดือน เฉกเช่นเดียวกับ “อาร์เอส” ได้จับมือ ไลน์ มิวสิค นำกว่าหนึ่งหมื่นเพลงให้ฟังผ่านแอป

จากเหตุผลข้างต้นที่ได้กล่าวมานั้นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ทำวิจัยได้ศึกษาเรื่อง การวัดคุณภาพ ระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ใน เขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ฝ่ายหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องได้นำผลการวิจัยไปใช้ในการศึกษาวิจัย การ วางแผนการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ก้าวทันต่อยุคสมัย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความง่ายในการเข้าถึงส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาความรวดเร็วในการตอบสนองส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาความมีเสถียรภาพของระบบส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ผู้ที่สนใจทราบถึงการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์

1.3.2 ผู้ที่สนใจทราบถึงความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขต กรุงเทพมหานคร

1.3.3 ผู้ที่ประกอบธุรกิจวิทยุสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนการตลาดและกำหนด เป้าหมายกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ได้ อย่างแท้จริง

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

1.4.2.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) คือ การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ประกอบด้วย Convenience of Access (ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล) Reliability (ความมีเสถียรภาพของระบบ) Response Times (ความเร็วในการตอบสนอง)

1.4.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานครประกอบด้วย Satisfaction (ความพึงพอใจ)

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1) Active Radio 99 FM คือ คลื่นวิทยุในเครือข่าย MCOT อสมท. จัดว่าเป็นวิทยุแนว Talking Radio คือ การเน้นการพูดคุยในเรื่องราวต่าง ๆ ในแต่ละช่วงของรายการ โดยนำเสนอเรื่องกีฬา ท่องเที่ยว สุขภาพ และกิจกรรมนันทนาการ ภายใต้ความคิดที่ต้องให้คนไทยมีสุขภาพแข็งแรงทั้งร่างกายและใจ รวมทั้งมีความสุขกับกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการนำเสนอ (“ธุรกิจของบริษัท”, ม.ป.ป.)

2) วิทยุออนไลน์ หมายถึง การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล โดยใช้คลื่น VHF ในการรับส่งสัญญาณ โดยจะแตกต่างกับวิทยุอนาล็อกอย่างชัดเจนในเรื่องของความคมชัดของสัญญาณ โดยเสียงที่ฟังจากสัญญาณดิจิทัลนั้นจะมีความชัดเจน และไม่มีคลื่นแทรก หากฟังเพลงก็จะเหมือนกับการรับฟังผ่านทาง CD และไม่มีการจำกัดพื้นที่ในการรับฟัง (“ทำความเข้าใจกับ “วิทยุดิจิทัล” ที่ประเทศไทยเตรียมจะใช้”, 2014)

3) ความง่ายในการเข้าถึง หมายถึง ความง่ายหรือความยาก ที่ผู้รับฟังสามารถรับฟังหรือใช้ประโยชน์จากสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ได้แก่ ความยากง่ายในการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ และสามารถเข้าถึงสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด (Bailey & Pearson, 1983)

4) ความมีเสถียรภาพของระบบ (Reliability) หมายถึง ความมั่นคง ความคงเส้นคงวา ของวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ในการดำเนินรายการต่าง ๆ ภายใต้เงื่อนไขที่หลากหลาย (Ives et al., 1983)

5) ความรวดเร็วในการตอบสนอง หมายถึง เวลาในการตอบสนองของวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ในการดำเนินรายการต่าง ๆ ด้วยความรวดเร็ว ดี เสมอ (Bailey & Pearson, 1983)

บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptant Model (TAM)
- 2.2 โมเดลการประสบความสำเร็จของระบบสารสนเทศของ Delone และ McLean
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพระบบ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 ประวัติโดยย่อของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM
- 2.7 สมมติฐานการวิจัย
- 2.8 กรอบแนวความคิด

2.1 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptant Model (TAM)

นิยามและความหมาย

ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ และ ปรีชญนันท์ นิลสุข (2548) ได้อธิบายการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีว่า การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ถ้าหากผู้ใช้งานปิดกั้นตัวอย่าง เช่น เทคโนโลยีไม่ไร้ซึ่งประโยชน์ การไม่มีความเข้าใจในเทคโนโลยี การไม่เกิดการรับรู้ การที่ไม่เคยทดลองใช้งานและไม่คุ้นชินกับเทคโนโลยี

ไพบุลย์ สุทรสุภา (2541) กล่าวไว้ว่า การยอมรับ คือ การกระทำของบุคคลซึ่งเกิดขึ้นจากการเรียนรู้จนทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และความชำนาญ และท้ายที่สุดจะมีการเปลี่ยนแปลงจากพฤติกรรมหนึ่งสู่อีกพฤติกรรมหนึ่ง หรือพฤติกรรมเดิมสู่พฤติกรรมใหม่

Roger (2003) เสนอคำใหม่ที่มีความเหมาะสมมากกว่าการยอมรับเทคโนโลยี นั่นคือ กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Decision Process) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) ขั้นความรู้ (Knowledge Stage) เป็นขั้นที่บุคคลต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม โดยความรู้ถูกแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ความรู้ว่านวัตกรรมนั้นมีอยู่ (2) ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานนวัตกรรมนั้น และ (3) ความรู้เกี่ยวกับหลักการที่อยู่เบื้องหลังนวัตกรรมนั้นรวมถึงการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม

- 2) **ขั้นความรู้สึกรู้สึก (Persuasion Stage)** เป็นขั้นที่บุคคลจะเกิดความรู้สึกชอบและไม่ชอบในนวัตกรรมนั้นๆ หลังจากศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมเหล่านั้นแล้ว
 - 3) **ขั้นตัดสินใจ (Decision Stage)** เป็นการตัดสินใจระหว่างการยอมรับและไม่ยอมรับที่จะทดลองนวัตกรรมนั้น
 - 4) **ขั้นสนับสนุน (Implementation Stage)** ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากขั้นตัดสินใจ ซึ่งบุคคลจะพิจารณาว่าจะใช้นวัตกรรมต่อ หรือหยุดใช้นวัตกรรม
 - 5) **ขั้นยืนยัน (Confirmation Stage)** ขั้นนี้บุคคลจักแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมต่างๆ เพื่อยืนยันการตัดสินใจ หากพบข้อขัดแย้งบางอย่างอาจทำให้เปลี่ยนความตั้งใจจากการยอมรับนวัตกรรมเป็น ไม่ยอมรับนวัตกรรม หรือจากเดิมไม่ยอมรับนวัตกรรมเปลี่ยนเป็นยอมรับนวัตกรรม
- สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เปลี่ยนแปลงในทางบวกต่อเทคโนโลยีซึ่งเกิดจากการที่บุคคลเกิดกระบวนการเรียนรู้ การแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม และตัดสินใจเลือกใช้เกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้นๆ

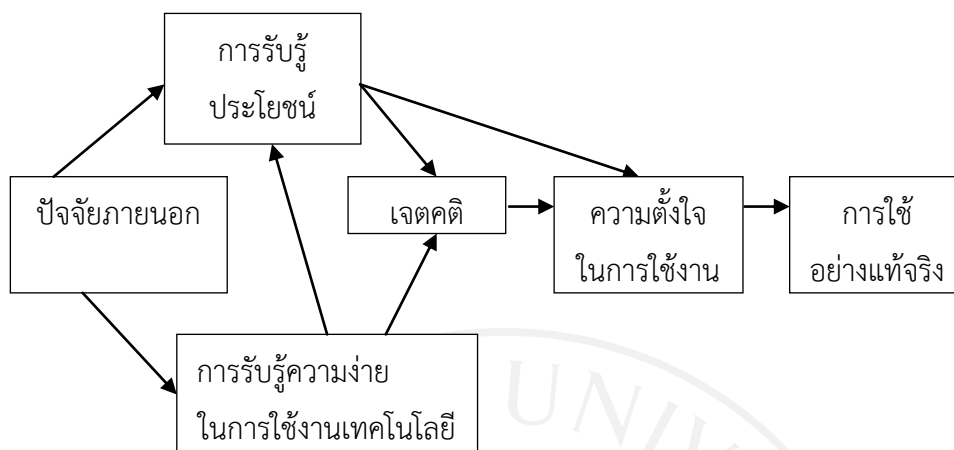
แนวคิดและทฤษฎี

Davis (1989) ได้พัฒนาแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptant Model (TAM) ซึ่งกล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานจะประกอบไปด้วย 2 ด้าน ดังนี้

- 1) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU)
- 2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี (Perceived Ease of Use: PEOU)

โมเดลการยอมรับเทคโนโลยีนั้นเป็นโมเดลที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล อีกทั้งทฤษฎีพฤติกรรมที่มีแบบแผนนั้นกำลังเป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับโดยทั่วไป โดยเฉพาะกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสาขาระบบสารสนเทศ โดยการยอมรับที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นเกิดจากความตั้งใจที่จะใช้ ซึ่งมีพื้นฐานสำคัญมาจากการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี

ภาพที่ 2.1: โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี



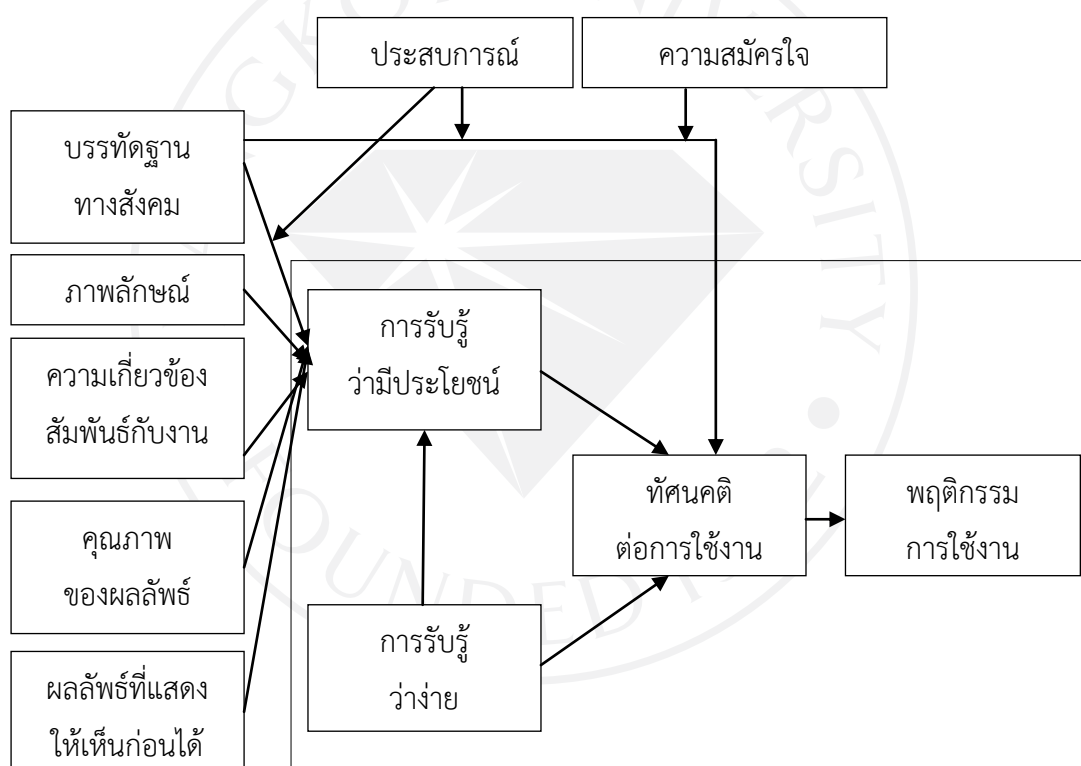
ที่มา: Davis, F. (1989). Perceived usefulness: Perceived ease of use, and end user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 318–339.

จากภาพที่ 2.1: การรับรู้มีประโยชน์ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี โดยการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี เป็นปัจจัยในการทำนายเจตคติต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบ นอกจากนั้น เจตคติและการรับรู้ประโยชน์ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intentions to Use) และปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานจะก่อให้เกิดการใช้อย่างแท้จริงในที่สุด

Venkatesh และ Davis (2000) ได้พัฒนาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (A theoretical Extension of the Technology Acceptance Model) เพื่อให้สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้งานระบบสารสนเทศได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ได้ปรับปรุงตัวแปรภายนอกและปัจจัยเกิดก่อน (Antecedents) อันมีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ซึ่งได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน ทั้งยังมีความทันสมัยมากขึ้น จากการวิจัยพบว่า กระบวนการของอิทธิพลจากสังคม ได้แก่ (1) บรรทัดฐานของสังคม (2) ความสนใจ (3) ภาพลักษณ์ (4) กระบวนการใช้ปัญญา คือ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงาน คุณภาพของผลลัพธ์ ผลลัพธ์ที่สามารถแสดงให้เห็นก่อนได้ และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และนอกจากนี้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ได้นำเสนอแนวคิดใหม่ที่ว่าบรรทัดฐานของบุคคลนั้นอยู่โดยรอบของการแสดงพฤติกรรมของบุคคล อันเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดความตั้งใจในการใช้งาน และมีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ได้รับจาก

เทคโนโลยีสารสนเทศและภาพลักษณ์ในทางบวกสำหรับผลกระทบของตัวแปรเสริม/ ตัวผันแปร ได้แก่ ประสิทธิภาพและความสมัครใจเกิดควบคู่ และมีความเชื่อมโยงระหว่างบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่ โดยรอบการแสดงพฤติกรรมและความตั้งใจที่จะใช้งาน นอกจากนี้ยังพบปัจจัยที่เกิดก่อน ซึ่งได้แก่ (1) ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงาน (2) คุณภาพของผลลัพธ์ (3) และผลลัพธ์ที่สามารถแสดงให้เห็น ก่อนได้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศในทางบวก นอกจากนี้ยังพบว่า ภายใต้งานไขการใช้งานโดยบังคับและผู้ใช้งานมีประสิทธิภาพที่จำกัด และบรรทัดฐานของ บุคคลที่อยู่โดยรอบมีการแสดงพฤติกรรม จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานในทางบวก

ภาพที่ 2.2: A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model



ที่มา: Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.

2.2 โมเดลการประสบความสำเร็จของระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLean

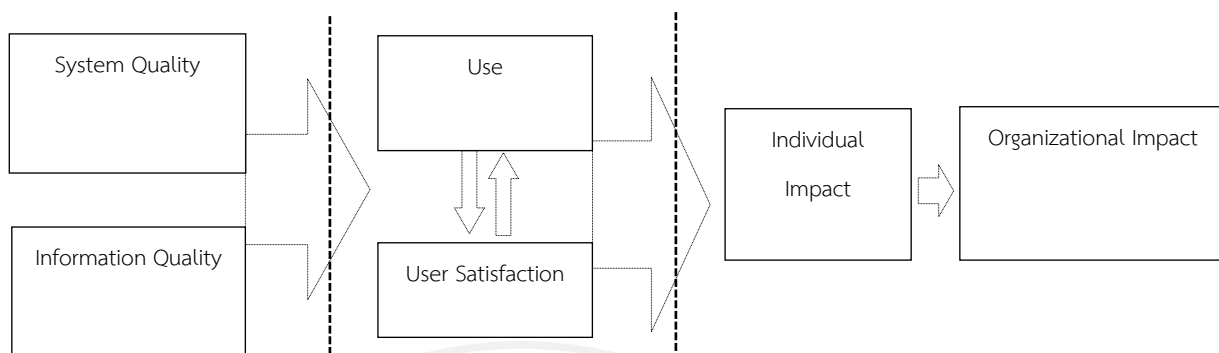
แนวคิดและทฤษฎี

แบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS Success Model) ถูกออกแบบโดย DeLone และ McLen (1992) เพื่อใช้ประเมินประสิทธิผลความสำเร็จของระบบสารสนเทศ โดยแบบจำลองนี้ได้แนะนำตัวแปรหลักของความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ซึ่งแบ่งเป็น 6 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านคุณภาพของระบบ (System Quality) คือ การประเมินระบบสารสนเทศและกระบวนการทำงานของระบบสารสนเทศ
- 2) ด้านคุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) คือ การวัดคุณภาพของข้อมูลที่ได้รับจากระบบสารสนเทศ (Output)
- 3) ด้านการใช้งาน (Use) คือ การประเมินการใช้งานข้อมูลจากระบบสารสนเทศ
- 4) ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction) คือ การวัดความพึงพอใจหรือการตอบสนองของผู้ใช้งานของข้อมูลที่ได้จากระบบสารสนเทศ
- 5) ด้านผลกระทบแต่ละบุคคล (Individual Impact) คือ การวัดผลกระทบของสารสนเทศต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ
- 6) ด้านผลกระทบต่อองค์กร (Organizational Impact) คือ การวัดผลกระทบของระบบสารสนเทศต่อผลงานขององค์กร

ดังแสดงในภาพที่ 2.3 คุณภาพของระบบ คุณภาพสารสนเทศ และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน รวมถึงจำนวนการใช้ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อบุคคล อันจะส่งผลกระทบต่อองค์กรด้วยเช่นกัน (DeLone & McLean, 1992, pp. 83-87) ดังนั้น ระบบและสารสนเทศที่มีคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการจัดการระบบสารสนเทศเพื่อให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจ อีกทั้งผลกระทบส่วนบุคคลและผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับองค์กรอันเกิดขึ้นจากการใช้งานของผู้ใช้จะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่มีประสิทธิผล

ภาพที่ 2.3: โมเดลแห่งความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศของ DeLone & McLean (1992)



ที่มา: DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information systems Research*, 87.

ในระหว่างปี ค.ศ. 1993 ถึงกลางปี ค.ศ. 1999 แบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLean (1992) ถูกนำไปอ้างอิงถึงในบทความวิชาการถึง 144 บทความและในเอกสารการประชุมนานาชาติเกี่ยวกับระบบสารสนเทศจำนวน 15 ฉบับ ต่อมาปี ค.ศ. 2003 DeLone และ McLean (1992) ได้ปรับปรุงแบบจำลอง โดยได้เพิ่มคุณภาพของการบริการเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการวัดความสำเร็จเพื่อใช้ประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งประกอบไปด้วย 6 มิติสัมพันธ์ดังนี้

1) คุณภาพสารสนเทศ ประกอบด้วย ความสมบูรณ์ (Completeness) เข้าใจง่าย (Ease of Understanding) ความเป็นส่วนตัว (Personalization) ตรงประเด็น (Relevance) มีความปลอดภัย (Security)

2) คุณภาพระบบ ประกอบด้วย ระบบเหมาะสมกับการใช้งาน (Adaptability) ความพร้อมใช้งานและง่าย (Availability) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Response Time) และประโยชน์ใช้สอย (Usability)

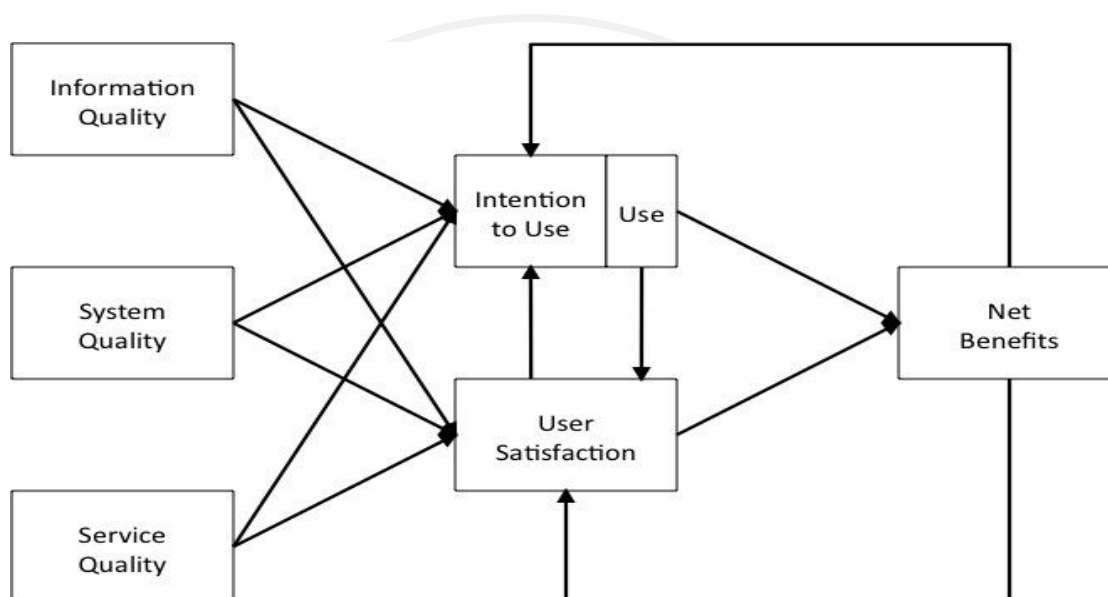
3) คุณภาพบริการ ประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ (Tangible) การรับประกัน (Assurance) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) และความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness)

4) ความตั้งใจและการใช้งาน ประกอบด้วย ธรรมชาติการใช้งาน (Nature of Use) รูปแบบการเชื่อมโยง (Navigation Pattern) จำนวนรายการที่ประมวลผล (Number of Transactions Executed)

5) ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ประกอบด้วย การใช้ซ้ำ (Repeat Visit) และความพึงพอใจโดยรวม (User Survey)

6) ผลประโยชน์สุทธิ ประกอบด้วย การลดต้นทุน (Cost Saving) ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งตลาด (Expanded Markets) ช่วยเพิ่มยอดขาย (Incremental Additional Sales) ประหยัดเวลาในการดำเนินงาน (Time Saving)

ภาพที่ 2.4: โมเดลการวัดผลการดำเนินงานเทคโนโลยีสารสนเทศของ DeLone และ McLean (2003)



ที่มา: DeLone., W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information*

Systems Success, 19(4), 9-30

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพระบบ

นิยามและความหมาย

Banathy (1968) ให้ความหมายของระบบว่าเป็นการรวบรวมสิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์ออกแบบและคิดสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อจัดดำเนินการให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้

Koontz และ Wehrich (1978) กล่าวว่า ระบบหมายถึง ชุดหรือการรวมตัวของสรรพสิ่งหรือส่วนประกอบย่อย ๆ ในลักษณะที่เชื่อมโยงต่อกันหรือพึ่งพาอาศัยกัน โดยจัดให้อยู่ในรูปที่มีความซับซ้อนหน่วยหนึ่ง เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง

Smith (1993) กล่าวว่า ระบบหมายถึง ชุดของส่วนประกอบย่อยที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งทำหน้าที่ร่วมกันภายใต้ข้อจำกัดของตนเองโดยมุ่งไปสู่จุดหมายอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2520) ได้ให้นิยามว่า ระบบคือ ผลรวมของหน่วยย่อยซึ่งทำงานเป็นอิสระจากกัน แต่มีปฏิสัมพันธ์กันเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

บุปผชาติ ทัพหิกรณ์ (2546) ได้กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง ความเร็วในผลิตภัณฑ์หรือในกระบวนการดำเนินการใด ๆ ที่อาศัยเทคโนโลยีฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ การติดต่อสื่อสาร การรวบรวมและการนำข้อมูลมาใช้ได้ทันการ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้งทางด้านการผลิต การบริการ การบริหาร และการดำเนินงาน รวมทั้งเพื่อการเรียนรู้ ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบด้านเศรษฐกิจการค้าและการพัฒนาคุณภาพของประชาชนในสังคม

เป็รื่อง กุมุท (2519) ได้ให้ความหมายว่า ระบบคือ ภาพส่วนรวมของโครงสร้างหรือขบวนการอย่างหนึ่ง ที่มีการจัดระเบียบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ที่รวมอยู่ในโครงสร้างหรือขบวนการนั้น

สุชาดา กิระนันท์ (2541) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศ (Information System) หมายถึง ระบบที่ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ได้แก่ ระบบคอมพิวเตอร์ทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ระบบเครือข่าย ฐานข้อมูล ผู้พัฒนาระบบ ผู้ใช้ระบบ พนักงานที่เกี่ยวข้อง และผู้เชี่ยวชาญในสาขา ทุกองค์ประกอบนี้ทำงานร่วมกันเพื่อกำหนดรวบรวมจัดเก็บข้อมูล ประมวลผลข้อมูล เพื่อสร้างสารสนเทศและส่งผลลัพธ์หรือสารสนเทศที่ได้ให้ผู้ใช้ เพื่อช่วยสนับสนุนการทำงาน การตัดสินใจ การวางแผน การบริหาร การควบคุม การวิเคราะห์ และติดตามผลการดำเนินงานขององค์การ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการวัดคุณภาพระบบ

Delone และ McLean (2003) พิจารณาการวัดคุณภาพระบบใน 5 มิติ ดังนี้

1) ความเหมาะสมกับการใช้งาน (Adaptability) หมายถึง ระบบสารสนเทศมีคุณสมบัติที่สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องตามการใช้งานของผู้ใช้ได้

2) ความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน (Availability) หมายถึง ระบบสารสนเทศมีการตอบสนองที่พร้อมใช้งาน ผู้ใช้สามารถเข้าใช้งานได้ในเวลาที่ต้องการ

3) ความมีเสถียรภาพ (Reliability) หมายถึง ความมั่นคง ความคงเส้นคงวาของระบบสารสนเทศ ภายใต้เงื่อนไขที่หลากหลาย

4) เวลาในการตอบสนอง (Response Time) หมายถึง เวลาในการตอบสนองของระบบสารสนเทศ ตั้งแต่ผู้ใช้งานร้องขอจนกระทั่งระบบตอบสนองกลับมายังผู้ใช้งานเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ดี สม่ำเสมอ และสมเหตุสมผล

5) ประโยชน์ใช้สอย (Usability) หมายถึง ระดับที่ระบบสารสนเทศช่วยให้ผู้ใช้งานบรรลุผลสำเร็จของงานโดยใช้ระบบสารสนเทศ

กระบวนการทำงานของระบบสารสนเทศ ประกอบด้วย กิจกรรมในการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบ (Input) การประมวลผล (Processing) และการนำเสนอผลลัพธ์ (Output) ดังนั้น คุณภาพพิจารณาได้จากประโยชน์ใช้สอย ความง่ายในการใช้งาน ความง่ายในการเข้าถึง ความมีเสถียรภาพ และเวลาในการตอบสนองของระบบสารสนเทศ (Systems Quality) คุณภาพระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน โดยมีผู้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพระบบที่มีต่อการใช้งาน และคุณภาพระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานไว้ในการศึกษาหลายงานด้วยกัน Gorla, Somers และ Wong (2010) พบว่า คุณภาพระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อผลกระทบต่อการจัดการ การศึกษาผลกระทบของระบบการเรียนทางอิเล็กทรอนิกส์ และการเรียนรู้ด้วยตัวเองที่ส่งผลต่อผลการเรียนของนักศึกษา Pai และ Huang (2011) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบสารสนเทศมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศ Petter และ Fruhling (2011) พบว่า คุณภาพระบบสารสนเทศในการตอบสนองทางการแพทย์ฉุกเฉิน STATPack มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน ระบบสารสนเทศ Dong, Cheng และ Wu (2014) ได้ทำการศึกษาบริการเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ กรณี Facebook ในไต้หวัน พบว่าคุณภาพระบบมีผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Chen, Rungruengsamrit, Rajkumar และ Yen (2013) ได้ศึกษาว่าความสำเร็จของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปรียบเทียบในทั้งสองประเทศ โดยพบว่า คุณภาพระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

นิยามและความหมายของความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

กิตติมา ปรีดีลล (2529) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือเกิดความพึงพอใจต่อสิ่งจูงใจต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบสนอง

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของมนุษย์ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับบุคคลที่มีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าบุคคลมีความคาดหวังมาก และได้รับการตอบสนองมาก จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่หากบุคคลมีความคาดหวังมากแต่ได้รับการตอบสนองน้อยจะทำให้บุคคลไม่พึงพอใจนั่นเอง

สง่า ภู่อรงค์ (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับผลลัพธ์หรือความสำเร็จตามความคาดหวัง

Delone และ McLean (2003) ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน หมายถึง ทักษะคติทางบวกของผู้ใช้งานเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความคาดหวัง หรือได้ปรับการตอบสนองโดยระดับความคาดหวังมีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจ หากระดับความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจที่ได้รับจริง จะทำให้ผู้ใช้งานไม่พอใจ แต่หากระดับความคาดหวังแต่แรกเริ่มต่ำกว่า ความพึงพอใจที่ได้รับจริงจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นกุญแจสำคัญในการวัดความสำเร็จของระบบคอมพิวเตอร์

Doll และ Torkzadeh (1988) ได้ให้คำจำกัดความของความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction) ว่าเป็นเรื่องทัศนคติของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบปฏิบัติการที่ใช้บนเครื่องคอมพิวเตอร์อย่างเฉพาะเจาะจงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

Ives et al. (1983) ได้ชี้ให้เห็นว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศจะอยู่ในระดับที่พวกเขาสามารถเชื่อถือได้ว่าสามารถตอบสนองต่อความต้องการของพวกเขาได้จริง ซึ่งเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์อันไม่สามารถวัดค่าการเปลี่ยนแปลงในประสิทธิภาพขององค์กรได้

แนวคิดและทฤษฎี

Beer (n.d. อ้างใน สมหมาย เปียถนอม, 2551, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าเป็นทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

1. V มาจากคำว่า Valance หมายถึง ความพึงพอใจ
2. I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ วิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ
3. E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบุคคลมีความต้องการและมีความหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ซึ่งอาจจะแสดงในรูปสมการได้ ดังนี้

แรงจูงใจ = ผลของความพึงพอใจ+ความคาดหวัง

ซึ่งหมายถึง แรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ต่อการประเมินผลงานขององค์กรที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของตน หรือแรงจูงใจที่บุคคลจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรใดจะเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติขององค์กร หรือการทำงานขององค์กรนั้นรวมกัน ความคาดหวังที่เขาหมายไว้ ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลงานขององค์กร และได้รับการตอบสนองทั้งรูปธรรมและนามธรรมเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะสูง แต่ในทางกลับกัน ถ้ามีทัศนคติในเชิงลบต่องานและการตอบสนองไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะต่ำไปด้วย

Maslow (1970) กล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุด โดยทฤษฎีมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการความสำคัญ คือ

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะทางสังคม

ขั้นที่ 5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จและเชื่อว่า (1) มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการ (Wanting Animal) และ (2) การที่มนุษย์จะเกิดความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นยาก กล่าวคือ เมื่อบุคคลเกิดความพึงพอใจตามที่ตนเองต้องการก็จะเรียกร้องความพึงพอใจอื่นต่อไปเสมอ ๆ

Freud (1953) ตั้งสมมติฐานว่า บุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม โดยพบว่า บุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคำที่ไม่ตั้งใจพุดออกมา มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุและผล และมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ในบางวรรณกรรมมีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อประโยชน์สุขของผู้ใช้งาน จากการศึกษาวรรณกรรมพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์สุขต่อผู้ใช้งาน (Guimaraes & Igbaria, 1997; Torkzadeh & Doll, 1999 และ Yoon & Guimaraes, 1995) เช่น การปรับปรุงผลงาน (McGill, Hobbs & Klobas, 2003) การเพิ่มผลงานและประสิทธิภาพของงาน (Igbaria & Tan, 1997; McGill, Hobbs & Klobas, 2003 และ Rai, Lang & Welker, 2002) ตลอดจนช่วยในการตัดสินใจต่าง ๆ (Vlahos & Ferratt, 1995 และ Vlahos, Ferratt & Knoepfle, 2004)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Bailey และ Pearson (1983) ได้พัฒนาเครื่องมือวัดความพึงพอใจในการใช้คอมพิวเตอร์ โดยวัดความพึงพอใจจากผู้บริหารธุรกิจจำนวน 32 คนจาก 8 องค์กร ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการใช้คอมพิวเตอร์นั้นมีทั้งหมด 10 ปัจจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 5 ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด และ 5 ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1: 5 ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด และ 5 ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

5 ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด	5 ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด
1. ความง่ายและถูกต้องของระบบ (Accuracy)	1. ความรู้สึกของการควบคุม (Feeling of Control)
2. ความน่าเชื่อถือของระบบ (Reliability)	2. ปริมาณของผลผลิต (Volume of Output)
3. ความรวดเร็วในการทำงานของระบบ (Timelines)	3. การสนับสนุนจากผู้ขาย (Vendor Support)
4. ความสัมพันธ์ของข้อมูลกับงาน (Relevancy)	4. ระดับการฝึกอบรม/ให้ความรู้ (Degree of Training)
5. ความมั่นใจในระบบ (Confidence in System)	5. ตำแหน่งขององค์กรในการประมวลผลข้อมูลแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Organizational Position of Electronic Data Processing)

ที่มา: Bailey, J. E., & Pearson S. W. (1983). Development of a tool for measuring and analyzing computer user satisfaction. *Management Science*, 530-545.

Chen และ Tal (2013) ศึกษาคุณภาพของกระบวนการและการทำงานร่วมกันบนระบบการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B ประชากรที่ศึกษา คือ ลูกค้าของบริษัทผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ระบบการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B ในประเทศไต้หวัน ตัวอย่างจำนวน 307 คน ใช้สถิติวิเคราะห์ การวิเคราะห์ในการทดสอบสมมุติฐานผลการวิจัยพบว่า

- (1) คุณภาพระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
- (2) คุณภาพของสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ
- (3) คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ
- (4) คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
- (5) การใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

Doll และ Torkzadeh (1988) ได้ศึกษาการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ โดยใช้การสำรวจและการสัมภาษณ์จากผู้ใช้งาน 618 คนจาก 44 องค์กร ผลการวิจัยได้เป็นเครื่องมือวัดความพึงพอใจของผู้ใช้มี 12 รายการแบ่งเป็น 5 ประเภท ดังนี้

- 1) เนื้อหา
- 2) ความถูกต้อง
- 3) ความง่ายต่อการใช้
- 4) รูปแบบการใช้
- 5) ระยะเวลาในการใช้งานระบบ

Elliot, Li และ Choi (2013) ศึกษาความเข้าใจคุณภาพบริการในสภาพแวดล้อมของกลุ่มการท่องเที่ยวที่เหมือนจริงของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว C-Trip ในประเทศจีน ประชากรที่ศึกษา คือนักศึกษาชาวจีนตัวอย่างจำนวน 243 คน ใช้สถิติวิเคราะห์การวิเคราะห์ในการทดสอบสมมุติฐาน ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานในระดับปานกลาง (2) คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานในระดับสูง และ (3) คุณภาพของสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานในระดับปานกลาง

Jalal และ Al-Debei (2013) ศึกษาการวัดความสำเร็จของเว็บพอร์ทัล: รายละเอียดและการตรวจสอบความเหมาะสมทฤษฎีโมเดลความสำเร็จในการใช้งานระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLean (2003) ของบริษัท ProgressSoft ในประเทศจอร์แดน ตัวอย่างคือ พนักงานบริษัท Progress Soft จำนวน 110 คน ใช้สถิติวิเคราะห์ในการทดสอบสมมุติฐาน ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพระบบ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (2) คุณภาพของสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความ พึงพอใจของผู้ใช้งาน และ (3) การใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของ ผู้ใช้งาน

Li (1997) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้ถึงความสำเร็จการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างผู้ใช้งานเจ้าหน้าที่เทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้บริหารทั่วไป และผู้บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญ ระหว่างเจ้าหน้าที่เทคโนโลยีสารสนเทศกับผู้บริหาร แต่มีความความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญ ระหว่างเจ้าหน้าที่เทคโนโลยีสารสนเทศกับผู้ใช้งานทั่วไป

Lwoga (2013) ศึกษาการวัดความสำเร็จขอเทคโนโลยี Library 2.0 ในบริบทแอฟริกัน: ความเหมาะสมทฤษฎีโมเดลความสำเร็จในการใช้งานระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLean (2003) ประชากรที่ศึกษาคือ นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาโดยเน้นที่นักศึกษาจากมหาวิทยาลัย Muhimbili University of Health and Allied Sciences (MUHAS) of Tanzania. จำนวนแบบสอบถามที่แจก 408 ชุด มีผลตอบกลับที่ 71.8% ใช้สถิติวิเคราะห์การวิเคราะห์ในการทดสอบสมมุติฐานผลการวิจัย พบว่า (1) คุณภาพระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และ (2) คุณภาพของสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

Wang และ Chao-Yu (2011) ศึกษาคุณภาพระบบความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และ ประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับของการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ กล่าวถึงความตั้งใจที่จะใช้งาน เครือข่ายระบบโทรศัพท์มือถือ 3.5G ในประเทศไต้หวัน ตัวอย่างคือ ผู้ใช้งานเครือข่ายระบบ โทรศัพท์มือถือ 3.5G ในประเทศไต้หวัน จำนวน 426 คน ใช้สถิติวิเคราะห์การวิเคราะห์ในการ ทดสอบสมมติฐานผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้งานเทคโนโลยี สารสนเทศ (2) คุณภาพระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (3) คุณภาพของ สารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ (4) คุณภาพของสารสนเทศมี อิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (5) คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้งาน เทคโนโลยีสารสนเทศ (6) คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (7) การใ้ งานเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับ และ (8) ความพึงพอใจของ ผู้ใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับ

2.6 ประวัติโดยย่อของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM

บมจ. อสมท ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงด้วยตนเองทั้งหมด ทั้งด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ ออกอากาศรายการประเภทต่าง ๆ ทั้งสาระความรู้และความบันเทิงที่ หลากหลายรูปแบบตามกรอบแนวคิด “สังคมสร้างสรรค์ด้วยปัญญา” ภายใต้ชื่อ MCOT Radio Network “เครือข่ายทันสมัย ก้าวใหม่สังคมสร้างสรรค์ด้วยปัญญา” เพื่อพัฒนาความรู้และคุณภาพ ชีวิตของประชาชน รวมทั้งเพื่อสาธารณประโยชน์และมวลชนท้องถิ่น ภายใต้ภาพลักษณ์ของสถานี วิทยุฯ แห่งความทันสมัย ส่งกระจายเสียงทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคด้วยระบบ เอฟ.เอ็ม. (FM) และระบบ เอ.เอ็ม. (AM) จำนวน 62 สถานี โดยส่วนกลางออกอากาศจากกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 สถานี ส่งกระจายเสียงด้วยระบบ เอฟ.เอ็ม. 7 สถานี และ เอ.เอ็ม. 2 สถานี พื้นที่บริการครอบคลุมทั้ง ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง สำหรับส่วนภูมิภาคซึ่งส่งกระจายเสียงด้วยระบบ เอฟ.เอ็ม. 53 สถานี สามารถให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศได้ประมาณร้อยละ 92.4 มีประชากรในเขต พื้นที่เป้าหมายให้บริการประมาณร้อยละ 93.8

นอกจากการรับฟังรายการของสถานีวิทยุฯ อสมท แต่ละคลื่นผ่านทางคลื่นวิทยุฯ โดยตรง แล้ว สถานีวิทยุฯ อสมท ยังมีช่องทางให้ผู้ฟังทั้งในและต่างประเทศสามารถรับฟังรายการของแต่ละ คลื่นทั้งรายการสดและรายการที่น่าสนใจย้อนหลังผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ที่ www.mcot.net และ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Smart Phone รวมทั้งมีการบูรณาการกับ Social Network/ YouTube/ Facebook

สถานีวิทยุ บมจ. อสมท ในส่วนกลาง ระบบ เอฟ.เอ็ม. และ เอ.เอ็ม. มีการกำหนดตำแหน่ง และกลุ่มเป้าหมาย (Position) ของแต่ละคลื่นอย่างชัดเจน และจัดรูปแบบการผลิตและนำเสนอ

รายการต่าง ๆ (Format Station) ตามตำแหน่งและกลุ่มเป้าหมายของแต่ละคลื่น มีคำขวัญ คือ สร้างพลังกาย เสริมพลังใจ สนับสนุนพลังปัญญา และความสามัคคี

Active Radio 99 FM (คลื่นเมืองไทยแข็งแรง) เป็นสถานีวิทยุที่ดำเนินการผลิตโดย บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ออกอากาศรายการประเภทกีฬาและสุขภาพ ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง นำเสนอเรื่องกีฬา ท่องเที่ยว สุขภาพ และกิจกรรมนันทนาการ ภายใต้ความคิดที่ต้องการให้คนไทยมีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ รวมทั้งมีความสุขกับกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการนำเสนอ เป็นคลื่นที่ฟังได้ทุกเพศทุกวัย เป็นผลให้สถานีวิทยุยังคงได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มเป้าหมายเดียวกันมีพื้นที่การให้บริการอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผ่านทางระบบ FM ความถี่ 99.0 MHz ซึ่งนอกจากจะรับฟังผ่านทางวิทยุแล้ว ยังสามารถรับฟังรายการสดทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของ Windows Media Player ระยะเวลาที่เริ่มออกอากาศ ตั้งแต่ 19 กันยายน พ.ศ. 2547 – ปัจจุบัน

2.7 สมมติฐานการวิจัย

2.7.1 ความง่ายในการเข้าถึงส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.7.2 ความมีเสถียรภาพของระบบส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.7.3 ความรวดเร็วในการตอบสนองส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

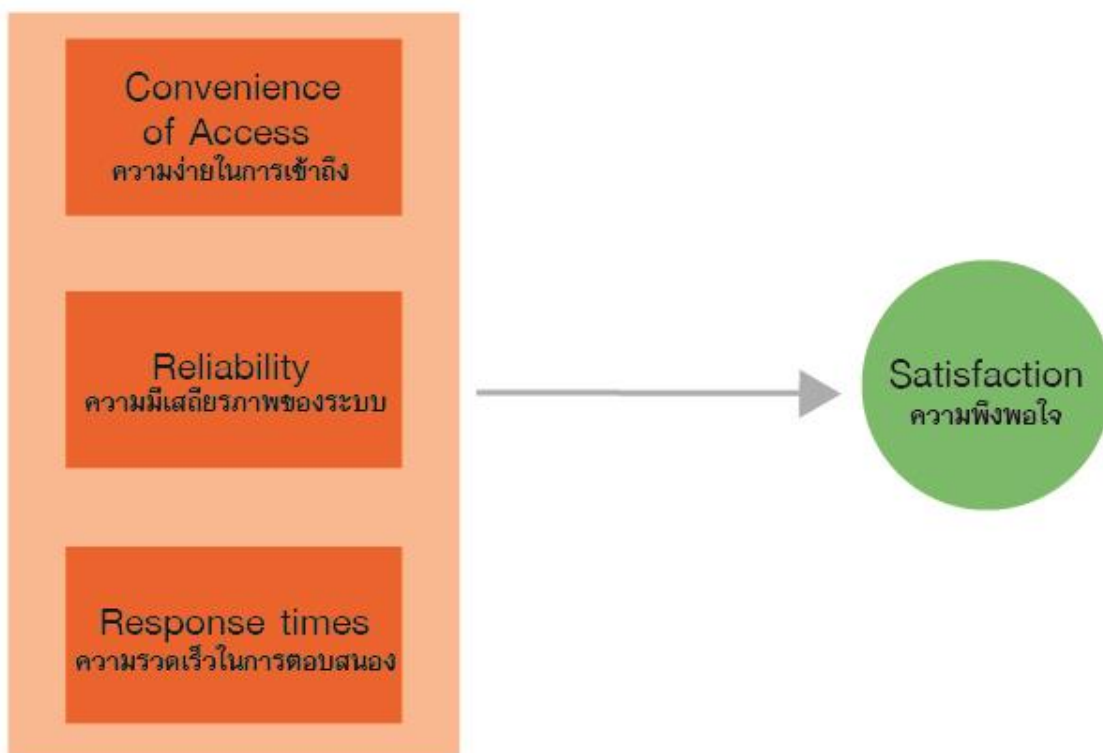
2.8 กรอบแนวความคิด

การศึกษาวิจัยการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวความคิดดังนี้

จากการศึกษา Delone และ McLean (1992); Banathy (1968); Koontz และ Weihrich (1978); Smith (1993); ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2520); บุปผชาติ ทัพหิกรณ์ (2546); เปรื่อง กุมุท (2519) และ สุชาติ กิระนันท์ (2541) พบว่า การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ประกอบไปด้วย ความง่ายในการเข้าถึง ความมีเสถียรภาพของระบบ ความรวดเร็วในการตอบสนอง โดย Delone และ McLean (2003) ได้ทำการศึกษาพิจารณาเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ จากผลการศึกษาพบว่า คุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ นอกจากนี้ผลงานวิจัยของ Doll และ Torkzadeh (1988) และ Ives และคณะ (1983)

พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เป็นตัววัดการประสบความสำเร็จของเทคโนโลยี ตามกรอบแนวคิดของการวิจัยในภาพที่ 2.5

ภาพที่ 2.5: กรอบแนวความคิดงานวิจัย



UNDED 19

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
- 3.3 นิยามเชิงปฏิบัติการ
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.5 การตรวจสอบเครื่องมือ
- 3.6 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูป Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.2.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience

Sampling) จากผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีการสอบถามก่อนแจกแบบสอบถามว่าเป็นผู้ที่เคยฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM จริง โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างบริเวณ แยกอโศก จำนวน 200 คน และแจกแบบสอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ตจำนวน 200 คน เหตุผลที่เลือกบริเวณแยกอโศกเพราะว่า เป็นจุดเชื่อมต่อในการเดินทางในกรุงเทพมหานคร และมีกลุ่มเป้าหมายที่ฟังวิทยุค่อนข้างเยอะ และผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตก็มีแนวโน้มในการฟังวิทยุออนไลน์อยู่พอสมควร

3.3 นิยามเชิงปฏิบัติการ

ความง่ายในการเข้าถึง (Convenience of Access) หมายถึง ความง่ายหรือความยากที่ผู้รับฟังวิทยุเลือกฟังรายการต่างๆ ของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร (Bailey & Pearson, 1983) ประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อดังนี้

- ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ สามารถเข้าถึงได้ง่าย
- ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ สามารถเข้าถึงได้สะดวก
- ท่านสามารถใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น
- ท่านสามารถใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว
- โดยภาพรวมท่านสามารถเข้าถึงระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมีเสถียรภาพของระบบ (Reliability) หมายถึง ความมั่นคง ความคงเส้นคงวา ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ภายใต้เงื่อนไขที่หลากหลาย (Ives et al., 1983) ประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ ดังนี้

- ท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ
- ท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ได้อย่างต่อเนื่อง
- คลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ สามารถปฏิบัติการได้อย่างต่อเนื่อง
- ท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ได้อย่างราบรื่น
- โดยภาพรวมท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ได้อย่างมีราบรื่น

ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Response Times) หมายถึง เวลาในการตอบสนองของวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ เมื่อผู้รับฟังมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ จนกระทั่งการร้องขอความช่วยเหลือจากผู้รับฟังถึงผู้จัดรายการ มีการตอบกลับมายังผู้รับฟัง และให้คำปรึกษาหรือแก้ปัญหาด้วยความรวดเร็วสม่ำเสมอ (Bailey & Pearson, 1983) ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ ดังนี้

- ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่ยอมรับได้
- ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่เหมาะสม
- ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างทันท่วงที
- ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว
- โดยภาพรวมระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ สามารถตอบสนองได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ทศนคติทางบวกของผู้รับฟังวิทยุเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความคาดหวัง หรือได้ปรับการตอบสนองโดยระดับความคาดหวัง มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจ หากระดับความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจที่ได้รับจริง จะทำให้ผู้รับฟังวิทยุไม่พอใจ แต่หากระดับความคาดหวังแต่แรกเริ่มต่ำกว่าความพึงพอใจที่ได้รับจริง จะทำให้ผู้รับฟังวิทยุเกิดความพึงพอใจ ประทับใจจาก Delone และ McLean (2003) ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อ ดังนี้

- ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อการเข้าถึงข้อมูลของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์
- ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อความมีเสถียรภาพของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์
- ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการตอบสนองของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์
- โดยภาพรวมท่านพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังคลื่นวิทยุ 99 Active Radio ออนไลน์

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นจากการสำรวจวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเครื่องมือออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา รายได้ อาชีพ โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการฟังวิทยุของผู้บริโภค เพื่อเป็นข้อมูลในการนำมาสนับสนุนการวิจัย มีจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบการประเมินความง่ายในการเข้าถึง แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการให้คะแนน ดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความง่ายในการเข้าถึงการฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับต่ำมาก

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความง่ายในการเข้าถึงการฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับต่ำ

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความง่ายในการเข้าถึงการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความง่ายในการเข้าถึงการฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับสูง

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความง่ายในการเข้าถึงการฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับสูงมาก

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00 – 1.80	ระดับต่ำมาก
1.81 – 2.61	ระดับต่ำ
2.62 – 3.42	ระดับปานกลาง
3.43 – 4.23	ระดับสูง
4.24 – 5.00	ระดับสูงมาก

ส่วนที่ 4 แบบการประเมินความมีเสถียรภาพของระบบ แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการให้คะแนน ดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความมีเสถียรภาพของระบบในการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับต่ำมาก

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความมีเสถียรภาพของระบบในการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับต่ำ

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความมีเสถียรภาพของระบบในการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความมีเสถียรภาพของระบบในการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับสูง

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความมีเสถียรภาพของระบบในการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับสูงมาก

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00 – 1.80	ระดับต่ำมาก
1.81 – 2.61	ระดับต่ำ
2.62 – 3.42	ระดับปานกลาง
3.43 – 4.23	ระดับสูง
4.24 – 5.00	ระดับสูงมาก

ส่วนที่ 5 แบบการประเมินความรวดเร็วในการตอบสนอง แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการให้คะแนน ดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความรวดเร็วในการตอบสนองในการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับต่ำมาก

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความรวดเร็วในการตอบสนองในการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับต่ำ

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความรวดเร็วในการตอบสนองในการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความรวดเร็วในการตอบสนองในการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับสูง

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือมีการรับรู้ต่อความรวดเร็วในการตอบสนองในการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ ในระดับสูงมาก

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00 – 1.80	ระดับต่ำมาก
1.81 – 2.61	ระดับต่ำ
2.62 – 3.42	ระดับปานกลาง
3.43 – 4.23	ระดับสูง
4.24 – 5.00	ระดับสูงมาก

ส่วนที่ 6 แบบการประเมินความพึงพอใจของผู้ฟังกับคลื่นวิทยุ คลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 4 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการให้คะแนน ดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการประเมินความพึงพอใจในคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ในระดับต่ำมาก

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการประเมินความพึงพอใจในคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ในระดับต่ำ

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการประเมินความพึงพอใจในคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการประเมินความพึงพอใจในคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ในระดับสูง

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการประเมินความพึงพอใจในคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ในระดับสูงมาก

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00 – 1.80	ระดับต่ำมาก
1.81 – 2.61	ระดับต่ำ
2.62 – 3.42	ระดับปานกลาง
3.43 – 4.23	ระดับสูง
4.24 – 5.00	ระดับสูงมาก

3.5 การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3.1: ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค	
	ข้อ	กลุ่มทดลอง (n = 40)
1. ความง่ายในการเข้าถึง	5	0.922
2. ความมีเสถียรภาพของระบบ	5	0.944
3. ความรวดเร็วในการตอบสนอง	5	0.903
4. ความพึงพอใจ	4	0.934

3.6 วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยวางแผนเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากผู้รับฟังวิทยุคลื่น Active Radio ออนไลน์ ในการแจกแบบสอบถามเริ่มตั้งแต่ เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2558 จนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 1 เดือน

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

รายละเอียดของขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ขอความร่วมมือจากผู้รับฟังวิทยุ โดยสอบถามก่อนว่าเป็นผู้ที่เคยฟัง 99 Active radio และแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กับผู้รับฟังวิทยุ

ขั้นที่ 2 รวบรวมเก็บแบบสอบถาม และตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้กลับมาว่ามีความถูกต้องสมบูรณ์ และมีจำนวนครบตามที่ได้ออกแบบไว้คือ 400 ชุด หรือไม่

ทางผู้วิจัยแจกแบบสอบถามไปจำนวน 400 ชุด สามารถเก็บรวบรวมข้อมูล และมีความถูกต้องสมบูรณ์ได้จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้ คือ

1) สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้บรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปแลพฤติกรรมกรฟังวิทยุ

2) สถิติเชิงอ้างอิง เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา

3) ค่าร้อยละ (Percentage) นำมาใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการฟังวิทยุ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

4) ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) นำมาใช้ในการวิเคราะห์และอธิบายค่า และความหมายตัวแปรแต่ละตัว

5) Multiple Linear Regression Analysis ใช้ทดสอบสมมติฐาน การวัดคุณภาพระบบของ สื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขต กรุงเทพมหานคร



บทที่ 4

บทวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟัง สถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับ 100% โดยมีความเที่ยงของตัวแปรแต่ละด้าน มีค่าเท่ากับ 0.903 - 0.944 ซึ่งมีค่าความเที่ยงสูง (Nunnally, 1978) จึงสามารถนำผลลัพธ์ไปวิเคราะห์ในขั้นต่อไป สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบสมมติฐาน และนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 8 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการฟังวิทยุ
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความมีเสถียรภาพของระบบ
- 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง
- 4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจ
- 4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
- 4.8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของตัวแปรข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	159	39.75
หญิง	241	60.25
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 241 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาคือ เพศชาย มีจำนวน 159 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.75

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
16 - 18 ปี	8	2.00
19 - 22 ปี	9	2.25
23 - 30 ปี	268	67.00
31 - 40 ปี	98	24.50
มากกว่า 40 ปี	17	4.25
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 23 - 30 ปี ซึ่งมีจำนวน 268 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี มีจำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.50 อายุมากกว่า 40 ปี มีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 อายุ 19 - 22 ปี มีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 และ อายุ 16 - 18 ปี มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	1.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย	4	1.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	10	2.50
ปริญญาตรี	209	52.25
ปริญญาโท	173	43.25
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 209 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมาคือ ปริญญาโท มีจำนวน 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.25 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 มัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 และมัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	20	5.00
10,001 - 20,000 บาท	105	26.25
20,001 - 30,000 บาท	131	32.75
30,001 - 40,000 บาท	50	12.50
40,001 - 50,000 บาท	41	10.25
สูงกว่า 50,000 บาท	53	13.25
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมาคือ 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.25 สูงกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ

13.25 30,001 - 40,000 บาท มีจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 40,001 - 50,000 บาท มีจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.25 และต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	38	9.50
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	3.00
พนักงานบริษัทเอกชน	200	50.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ	125	31.25
แม่บ้าน/พอบ้าน	10	2.50
อื่นๆ	15	3.75
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีจำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ มีจำนวน 31.25 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.25 นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.50 ทำอาชีพอื่น ๆ มีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 และ แม่บ้าน/พอบ้าน มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการฟังวิทยุ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการฟังวิทยุ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมการฟังวิทยุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย การรับฟังวิทยุของผู้ตอบแบบสอบถาม คลื่นวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามฟังมากที่สุด ความถี่ในการฟังวิทยุ/สัปดาห์ ความถี่ในการฟังวิทยุ/ครั้ง ช่องทางในการฟังวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานบ่อยมากที่สุด และรูปแบบวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังช่วงก่อนหน้านี้ สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับฟังวิทยุของผู้ตอบแบบสอบถาม

การรับฟังวิทยุของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	387	96.75
ไม่ฟัง	13	3.25
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัจจุบันยังคงรับฟังวิทยุอยู่ ซึ่งมีจำนวน 387 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.75 และปัจจุบันไม่ได้รับฟังวิทยุแล้ว ซึ่งมีจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคลื่นวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามฟังมากที่สุด

คลื่นวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามฟังมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
CHILL 89	105	26.25
COOL Celsius 91.5	12	3.00
COOL Fahrenheit 93	78	19.50
EFM 94	22	5.50
95.5 Virgin HITz	49	12.25
96 Sport Radio	14	3.50
SEED 97.5	17	4.25
99 Active Radio	56	14.00
GREEN WAVE 106.5	20	5.00
คลื่นอื่นๆ	27	6.75
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังคลื่น CHILL 89 ซึ่งมีจำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.25 COOL Fahrenheit 93 มีจำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.50 99 Active Radio มีจำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.00 95.5 Virgin HITz มีจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.25 คลื่นอื่นๆ มีจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.75 EFM 94 มีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 GREEN WAVE 106.5 มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 SEED 97.5 มีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 96 Sport Radio มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50 และ COOL Celsius 91.5 มีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการฟังวิทยุ/สัปดาห์

ความถี่ในการฟังวิทยุ/สัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	26	6.50
2 ครั้ง	70	17.50
3 ครั้ง	48	12.00
4 ครั้ง	40	10.00
5 ครั้ง	60	15.00
มากกว่า 5 ครั้ง	156	39.00
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุ มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ ซึ่งมีจำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 2 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.50 5 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 3 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.00 4 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ 1 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการฟังวิทยุ/ครั้ง

ความถี่ในการฟังวิทยุ/ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
10 นาที	24	6.00
30 นาที	176	44.00
60 นาที	75	18.75
มากกว่า 60 นาที	125	31.25
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุนาน 30 นาที/ครั้ง ซึ่งมีจำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00 มากกว่า 60 นาที/ครั้ง มีจำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.25 60 นาที/ครั้ง มีจำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.75 และ 10 นาที/ครั้ง มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางในการฟังวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานบ่อยมากที่สุด

ช่องทางในการฟังวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานบ่อยมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องวิทยุตั้งโต๊ะ	16	4.00
เครื่องวิทยุในรถยนต์	245	61.25
Smartphone, tablet	104	26.00
คอมพิวเตอร์	35	8.75
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ช่องทางในการฟังวิทยุโดย เครื่องวิทยุในรถยนต์ ซึ่งมีจำนวน 245 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.25 Smartphone, tablet มีจำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ คอมพิวเตอร์ มีจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.75 และเครื่องวิทยุตั้งโต๊ะ มีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังช่วงก่อนหน้า

รูปแบบวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังช่วงก่อนหน้า	จำนวน	ร้อยละ
ออฟไลน์	223	55.75
ออนไลน์	177	44.25
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุ ออฟไลน์ ซึ่งมีจำนวน 223 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.75 และออนไลน์ มีจำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.25 ตามลำดับ

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล เพื่ออธิบายถึงข้อมูลด้านความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถเข้าถึงได้สะดวก ท่านสามารถใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น ท่านสามารถใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว และโดยภาพรวมท่านสามารถเข้าถึงระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลด้านความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล

ด้านความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล	\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย	3.50	0.847	ปานกลาง
2. ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถเข้าถึงได้สะดวก	3.47	0.825	ปานกลาง
3. ท่านสามารถใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น	3.38	0.835	ปานกลาง
4. ท่านสามารถใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว	3.40	0.907	ปานกลาง
5. โดยภาพรวมท่านสามารถเข้าถึงระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.45	0.815	ปานกลาง
รวม	3.44	0.867	ปานกลาง

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเห็นด้วยระดับปานกลางในด้านความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50) รองลงมาคือ ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถเข้าถึงได้สะดวก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47) ภาพรวมของการเข้าถึงระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45) การใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) และ การใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38)

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเสถียรภาพของระบบ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเสถียรภาพของระบบของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล เพื่ออธิบายถึงข้อมูลด้านความเสถียรภาพของระบบ ซึ่งประกอบด้วย ท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ ท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง คลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถปฏิบัติการได้อย่างต่อเนื่อง ท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น และโดยภาพรวมท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างมีราบรื่น สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลด้านความเสถียรภาพของระบบ

ด้านความเสถียรภาพของระบบ	\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ	3.35	0.806	ปานกลาง
2. ท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง	3.42	0.846	ปานกลาง
3. คลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถปฏิบัติการได้อย่างต่อเนื่อง	3.55	0.821	สูง
4. ท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น	3.52	0.828	สูง
5. โดยภาพรวมท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น	3.60	0.843	สูง
รวม	3.488	0.8288	ปานกลาง

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเห็นด้วยระดับปานกลางในด้านความเสถียรภาพของระบบ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.488) และเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาพรวมของการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60) รองลงมาคือ คลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถปฏิบัติการได้อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55) ท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ

3.52) ท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42) และท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35)

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล เพื่ออธิบายถึงข้อมูลด้าน ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ ซึ่งประกอบด้วย ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่ยอมรับได้ ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่เหมาะสม ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างทันท่วงที ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว และโดยภาพรวมระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ สามารถตอบสนองได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม สรุปได้ตามตารางและคำอธิบาย ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง

ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง	\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่ยอมรับได้	3.43	0.811	ปานกลาง
2. ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่เหมาะสม	3.34	0.752	ปานกลาง
3. ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างทันท่วงที	3.41	0.740	ปานกลาง
4. ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว	3.41	0.827	ปานกลาง
5. โดยภาพรวมระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ สามารถตอบสนองได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม	3.50	0.769	สูง
รวม	3.418	0.7798	ปานกลาง

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเห็นด้วยระดับปานกลางในด้าน ความรวดเร็วในการตอบสนอง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.418) และเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดคือ ภาพรวมระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ สามารถตอบสนองได้ ในระยะเวลาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50) รองลงมาคือ ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่ยอมรับได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43) ระบบการทำ กิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างทันท่วงที (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41) ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.41) และระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ใน ระยะเวลาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34)

4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล เพื่ออธิบายถึงข้อมูลด้านความพึงพอใจ ซึ่ง ประกอบด้วย ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อการเข้าถึงข้อมูลของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อความมีคุณภาพของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อความเร็วในการตอบสนองของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ และโดยภาพรวมท่านพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังคลื่นวิทยุ 99 Active Radio ออนไลน์ สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลด้านความพึงพอใจ

ด้านความพึงพอใจ	\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อการเข้าถึงข้อมูลของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์	3.56	0.888	สูง
2. ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อความมีคุณภาพของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์	3.50	0.850	สูง
3. ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อความเร็วในการตอบสนองของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์	3.48	0.873	ปานกลาง
4. โดยภาพรวมท่านพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังคลื่นวิทยุ 99 Active Radio ออนไลน์	3.53	0.810	สูง
รวม	3.5175	0.85525	สูง

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเห็นด้วยระดับสูงในด้านความพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5175) และเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อการเข้าถึงข้อมูลของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56) รองลงมาคือ ภาพรวมท่านพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังคลื่นวิทยุ 99 Active Radio ออนไลน์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53) ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อความมีเสถียรภาพของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50) และท่านรู้สึกพึงพอใจต่อความเร็วในการตอบสนองของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48)

4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่อง การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) มีผลการวิเคราะห์และมีความหมายของสัญลักษณ์ต่างๆ ดังนี้

Sig.	หมายถึง ระดับนัยสำคัญ
R^2	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์
S.E.	หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
B	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการที่เขียนในรูปคะแนนดิบ
Beta (β)	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน
t	หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของสมการแต่ละค่าที่อยู่ในสมการ
Tolerance	หมายถึง ค่าที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์กัน
VIF	หมายถึง ค่าที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.16: การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	พึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร						
	S.E.	B	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.112	0.202	-	1.798	0.073	-	-
ความง่ายในการเข้าถึง	0.050	0.215	0.204	4.270	0.00*	0.334	2.993
ความมีเสถียรภาพของระบบ	0.060	0.303	0.290	5.033	0.00*	0.230	4.339
ความรวดเร็วในการตอบสนอง	0.069	0.444	0.393	6.460	0.00*	0.206	4.845

$R^2 = 0.697$, $F=304.355$, $*p<0.05$

จากตารางที่ 4.16 ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ พบว่า การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ความง่ายในการเข้าถึง (Sig. = 0.00) ความมีเสถียรภาพของระบบ (Sig. = 0.00) ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Sig. = 0.00)

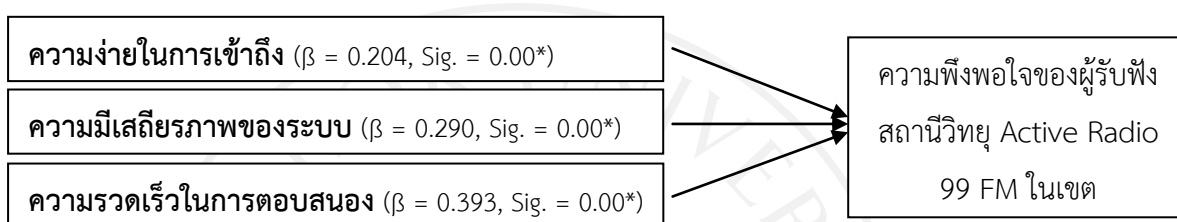
เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรวดเร็วในการตอบสนอง ($\beta = 0.393$) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมา คือ ความมีเสถียรภาพของระบบ ($\beta = 0.290$) และความง่ายในการเข้าถึง ($\beta = 0.204$) ตามลำดับ

นอกจากนี้ สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.697$) แสดงให้เห็นว่า ความรวดเร็วในการตอบสนอง ความมีเสถียรภาพของระบบ ความง่ายในการเข้าถึง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 69.7 ที่เหลืออีกร้อยละ 30.3 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น

จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งค่า VIF ที่มีค่าเกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 2.993 – 4.845 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Zikmund, Babin, Carr, & Griffin, 2013: 590)

ในการศึกษาการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟัง สถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ที่ในกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 4.1

ภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขต กรุงเทพมหานคร



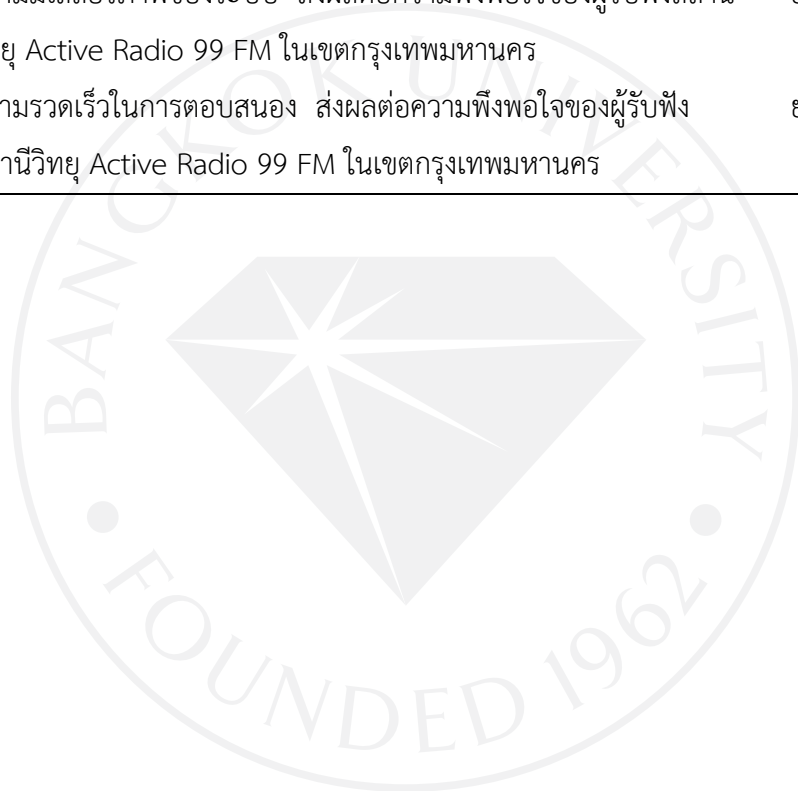
จากผลการทดสอบค่าทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความง่ายในการเข้าถึง ความมีเสถียรภาพของระบบ และความรวดเร็วในการตอบสนอง ได้ผลสรุปว่า การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ความง่ายในการเข้าถึง ความมีเสถียรภาพของระบบ และความรวดเร็วในการตอบสนอง

4.8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตารางที่ 4.17: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
1. ความง่ายในการเข้าถึง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
2. ความมีเสถียรภาพของระบบ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
3. ความรวดเร็วในการตอบสนอง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) และมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อสรุปผลการศึกษาทั้งหมด (Conclusion) ให้เกิดความกระชับง่ายต่อการอ่าน และทำความเข้าใจ พร้อมกับการอภิปรายผลการวิจัย (Discussion) ในประเด็นสำคัญๆ เพื่อให้เห็นทัศนะของผู้วิจัยที่มีต่อประเด็นเหล่านี้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชากรเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ฟังหรือเคยฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวน 400 คน ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 16 สถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) และในท้ายที่สุดเป็นการเสนอแนะเกี่ยวกับ การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำเสนอการสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่ใช้งานวิทยุ Active Radio 99 FM จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.25 มีอายุ 23 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.25 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.75 และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 50.00

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อคุณภาพระบบ ในด้านความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความเสถียรภาพของระบบ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง อยู่ในระดับปานกลาง และด้านความพึงพอใจ อยู่ในระดับสูง

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการฟังวิทยุ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการฟังวิทยุ จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ทั้งเพศชายและเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 100.00 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัจจุบันยังคงรับฟังวิทยุอยู่ คิดเป็นร้อยละ 96.75 คลื่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามฟังมากที่สุดเป็น 3 อันดับแรก คือ คลื่น CHILL 89 คิดเป็นร้อยละ 26.25 COOL Fahrenheit 93 คิดเป็นร้อยละ 19.50 และ 99 Active Radio คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ฟังวิทยุ มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 39.00 30 นาที/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.00 ส่วนใหญ่รับฟังวิทยุโดยผ่านทาง เครื่องวิทยุในรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 61.25 และ Smartphone, tablet คิดเป็นร้อยละ 26.00 และยังคงฟังวิทยุออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 55.75 มากกว่าวิทยุออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 44.25

ข้อมูลด้านระดับความคิดเห็นโดยรวม

ระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล ความเสถียรภาพของระบบ ความรวดเร็วในการตอบสนอง เรียงลำดับดังนี้

1) ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับเห็นด้วย ปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ = 3.44) นอกจากนี้เมื่อพิจารณาด้านความเป็นรูปธรรมแต่ละรายการพบว่า รายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านแหล่งข้อมูลในระดับสูงสุด คือ ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50) รองลงมา คือ ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถเข้าถึงได้สะดวก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47) ภาพรวมของการเข้าถึงระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45) การใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) และการใช้ระบบคำสั่งการใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่าง ๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) ตามลำดับ

2) ความเสถียรภาพของระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับเห็นด้วย ปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ = 3.488) นอกจากนี้เมื่อพิจารณาด้านความเป็นรูปธรรมแต่ละรายการพบว่า รายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านแหล่งข้อมูลในระดับสูงสุด คือ ภาพรวมของการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างมีราบริน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60) รองลงมาคือ คลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถปฏิบัติการได้อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55) ท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52) ท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42) และท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35) ตามลำดับ

3) ด้านความรวดเร็วในการตอบสนองของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเห็นด้วยระดับปานกลางในด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.418) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาพรวมระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ สามารถตอบสนองได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50) รองลงมาคือ ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่ยอมรับได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43) ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างทันท่วงที (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41) ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41) และระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34) ตามลำดับ

5.2 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานจากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ได้ผลสรุปดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ความง่ายในการเข้าถึง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่า ความง่ายในการเข้าถึง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ความเสถียรภาพของระบบ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่า ความเสถียรภาพของระบบ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ความรวดเร็วในการตอบสนอง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่า ความรวดเร็วในการตอบสนอง ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลข้อค้นพบต่าง ๆ ที่ได้จากผลการวิจัยเรื่องการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเสนอการตีความ และประเมินข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย เพื่ออธิบาย และยืนยันความสอดคล้อง ระหว่างข้อค้นพบกับสมมติฐานการวิจัย โดยอธิบายข้อค้นพบที่สามารถสนับสนุนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอย่างไร ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลดังรายละเอียดต่อไปนี้

คุณภาพระบบในด้านความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ Petter และ Fruhling (2011) ; Urbach และคณะ (2010); Wang และ Chao-Yu (2011) และ Balaban และคณะ (2013) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Delone และ McLean (1992) กล่าวคือ หากสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM สามารถเข้าถึงได้ง่าย และสะดวก ก็จะส่งผลให้ผู้รับฟังเกิดการรับฟัง สถานีวิทยุ Active Radio 99 FM อย่างเป็นประจำ และหากผู้รับฟังสามารถเข้าถึงสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ได้ดี ก็จะส่งผลให้ผู้รับฟังเกิดการตั้งใจรับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากระบบสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ มีความง่ายในการเข้าถึงที่มากขึ้น ก็จะเกิดการรับฟังที่มากขึ้นตามไปด้วย

คุณภาพระบบในด้านความมีเสถียรภาพของระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lee และ Yu (2012); Wang และ Chao-Yu (2011); Park, Zo, Ciganek และ Lim (2011); Petter และ Fruhling (2011) และ Chen และคณะ (2013) และเป็นไป ตามทฤษฎีของ Delone และ McLean (1992) กล่าวคือ หากผู้รับฟังสามารถรับฟังรายการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ก็จะส่งผล

ให้ผู้รับฟังพึงพอใจต่อความต่อความมีเสถียรภาพของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ และหากผู้รับฟังสามารถรับฟังรายการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ได้อย่างคงเส้นคงวา ก็จะส่งผลให้ผู้รับฟังพึงพอใจต่อสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากการรับฟังรายการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ มีเสถียรภาพที่มากขึ้นแล้วก็จะส่งผลให้ผู้รับฟังเกิดความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

คุณภาพระบบในด้านความเร็วในการตอบสนองมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการต่างๆ ของสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Baraka และคณะ (2013); Hou (2012); Wang และ Chao-Yu (2011); Urbach และคณะ (2010); Petter และ Fruhling (2011); Park และคณะ (2011) และ Lwoga (2013) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Delone และ McLean (1992) กล่าวคือ หากสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ สามารถตอบสนองได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม และยอมรับได้ ก็จะส่งผลให้ผู้รับฟังเกิดความพึงพอใจต่อผลลัพธ์ที่ได้จากสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ และหากสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ มีการแสดงผลลัพธ์ได้อย่างรวดเร็ว ทันทีที่ ก็จะส่งผลให้ผู้รับฟังเกิดความพึงพอใจต่อสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ มีความรวดเร็วในการตอบสนองที่มากขึ้นแล้ว ก็ จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังที่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยเสนอแนะให้สถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ส่งเสริม และมุ่งเน้นกลยุทธ์คุณภาพระบบ เพื่อก่อให้เกิดการใช้งาน ความพึงพอใจ ของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ดังต่อไปนี้

1) สถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ควรมุ่งเน้นพัฒนาหรือปรับปรุงคุณภาพระบบในด้านความง่าย ในการเข้าถึง โดยมีการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพระบบให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวก มีรูปแบบการใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก เป็นระบบที่สามารถใช้งานได้อย่างราบรื่น คล่องแคล่ว และผู้รับฟังสามารถเข้าถึงระบบได้เป็นอย่างดี

2) สถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ควรมุ่งเน้นในการพัฒนาคุณภาพระบบในด้านความเร็ว ในการตอบสนอง โดยมีการพัฒนา และปรับปรุงให้ระบบแสดงผลลัพธ์ในเวลาที่ยอมรับได้ ทันทีที่ และรวดเร็ว มีการแสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่เหมาะสม

3) สถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ออนไลน์ ควรมุ่งเน้นในการพัฒนาคุณภาพระบบในด้านความเสถียรภาพ โดยมีการปรับปรุง และพัฒนาให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างมั่นคง คงเส้นคงวา สามารถใช้ฟังได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และยังสามารถรับฟังได้ทุกช่วงเวลาที่ได้รับฟังต้องการ

5.5 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยในเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่าควรทำการวิจัยซ้ำโดยขยายพื้นที่ไปต่างจังหวัด และทำวิจัยกับองค์กรอื่น ๆ ที่ใช้ระบบวิทยุออนไลน์เหมือนกันเพื่อยืนยันผลการวิจัย และควรจะดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีอื่น ๆ เพื่อความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง เช่น Focus Group เนื่องจากจะสามารถเก็บข้อมูลเชิงลึก ทำให้เกิดประโยชน์ในการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจที่แท้จริงของผู้ฟัง

แม้ว่าการวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร จริง แต่การเปิดรับฟังวิทยุก็ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ในการที่ผู้บริโภคจะเลือกเปิดรับฟัง ดังนั้นผู้ที่สนใจควรจะศึกษา โครงสร้างภายในของระบบวิทยุในปัจจุบันให้ ท่องแท้ รวมถึงพฤติกรรมการรับฟังวิทยุของคนในปัจจุบัน เพื่อให้งานวิจัยครั้งต่อไปตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้มากที่สุด

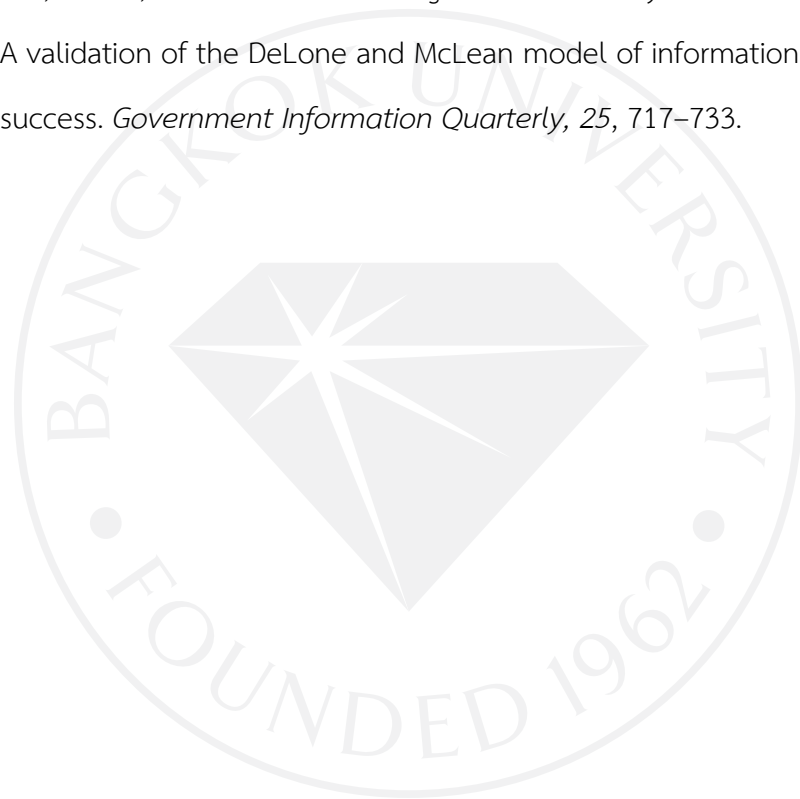
บรรณานุกรม

- การเปลี่ยนผ่านสู่การกระจายเสียงวิทยุระบบดิจิทัลของประเทศไทย. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://www.102radio.net/index.php?page=article-view&id=196>.
- กนกกาญจน์ ประจงแสงศรี และไอลดา พอลเล็ด. (2557). *ฐานเศรษฐกิจ*, ปีที่ 34 ฉบับที่ 2,971. สืบค้นจาก <http://www.fareastddb.com/buzz/?p=17436>.
- สาขาระยอง (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กมลณัฐ โตจินดา. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ Social Network ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่* (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สืบค้นจาก http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2556/Exer2556_no8.
- กิตติมา ปรีดีลก. (2529). *ทฤษฎีการบริหารองค์การ*. กรุงเทพฯ: ธนะการพิมพ์.
- ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ และปรัชญนันท์ นิลสุข. (2548). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 18(56), 48-61.
- ไพบูลย์ สุทรสุภา. (2541). *วิธีวิจัยทางส่งเสริมชนบท*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ*, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สง่า ภูณรงค์. (2540). *ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของศึกษาธิการอำเภอตามอำเภอตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงานศึกษาธิการอำเภอ และความพึงพอใจของข้าราชการสำนักงานศึกษาธิการในเขตการศึกษา 7. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ*, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สาโรจน์ แวมณี. (2556). การเปลี่ยนผ่านสู่การกระจายเสียงวิทยุระบบดิจิทัลของประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://www.prachatai.com/journal/2013/10/49122>.
- Bailey, J. E., & Pearson, S. W. (1983). Development of a tool for measuring and analyzing computer user satisfaction. *Management Science*, 530-545.
- นักวิจัยทางวิทยาศาสตร์สังคมและพฤติกรรม. (2535). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ และปรัชญนันท์ นิลสุข. (2548). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 18(56), 48-61.

- Choi, W., Rho, M. J., Park, J., Kim, K. J., Kwon, Y. D., & Choi, I. Y. (2013). Information system success model for customer relationship management system in health promotion centers. *Healthcare Informatics Research*, 19(2), 110–120.
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness: Perceived ease of use, and end user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 318–339.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 87.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems Success*, 19(4), 9-30.
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1988). The measurement of end-user computing satisfaction. *MIS quarterly*, 12(2), 259–274.
- Freud, S. (1953). *The interpretation of dreams and on dreams*. London: Hogarth.
- Guimaraes, T., & Igbaria, M. (1997). Client server system success: Exploring the human side. *Decision Sciences*, 28(4), 851–876.
- Igbaria, M., & Tan, M. (1997). The consequences of information technology acceptance on subsequent individual performance. *Information & Management*, 32(3), 113–121.
- Lee, S. K., & Yu, J. H. (2012). Success model of project management information system in construction. *Automation in Construction*, 25, 82–93.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality* (2nd ed.). New York: Herper & Row.
- McGill, T., Hobbs, V., & Klobas, J. (2003). User developed applications and information systems success: A test of DeLone and McLean's model. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 16(1), 24-45.
- Pai, F. Y., & Huang, K. I. (2011). Applying the technology acceptance model to the introduction of healthcare information systems. *Technological Forecasting & Social Change*, 78, 650–660.

- Park, S., Zo, H., Ciganek, A. P., & Lim, G. G. (2011). Examining success factors in the adoption of digital object identifier systems. *Electronic Commerce Research and Applications, 10*, 626–636.
- Petter, S., DeLone, W., & McLean, E. (2008). Measuring information systems success: Models, dimensions, measures, and interrelationships. *European Journal of Information Systems, 17*(3), 236–263.
- Petter, S., & McLean, E. R. (2009). A meta-analytic assessment of the DeLone and McLean IS success model: An examination of IS success at the individual level. *Information & Management, 46*, 159–166.
- Rai, A., Lang, S. S., & Welker, R. B. (2002). Assessing the validity of IS success models: An empirical test and theoretical analysis. *Information Systems Research, 13*(1), 50–69.
- Roger, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free.
- Torkzadeh, G., & Doll, W. J. (1999). The development of a tool for measuring the perceived impact of information technology on work. *Omega, 27*(3), 327–339.
- Tsai, W. H., Lee, P. L., Shen, Y. S., & Lin, H. L. (2012). A comprehensive study of the relationship between enterprise resource planning selection criteria and enterprise resource planning system success. *Information & Management, 49*(1), 36–46.
- Urbach, N., Smolnik, S., & Riempp, G. (2010). An empirical investigation of employee portal success. *Journal of Strategic Information Systems, 19*, 184–206.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science, 46*(2), 186–204.

- Vlahos, G. E., & Ferratt, T. W. (1995). Information technology use by managers in Greece to support decision making: Amount, perceived value, and satisfaction. *Information & Management*, 29(6), 305–315.
- Vlahos, G. E., Ferratt, T. W., & Knoepfle, G. (2004). The use of computer-based information systems by German managers to support decision making. *Information & Management*, 41(6), 763–779.
- Wang, Y. S., & Liao, Y. W. (2008). Assessing eGovernment systems success: A validation of the DeLone and McLean model of information systems success. *Government Information Quarterly*, 25, 717–733.







แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

เรื่อง การวัดคุณภาพระบบของสื่อวิทยุออนไลน์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับฟังสถานีวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพระบบสื่อวิทยุออนไลน์ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามด้วยความเป็นจริงที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้เกิดประสิทธิผลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการฟังวิทยุ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ฟังกับคลื่นวิทยุ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามอันเป็นประโยชน์
สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

นาย ศุภวิชญ์ ศรีพานิชย์

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไป กรุณาตอบแบบสอบถามโดยให้ระบุเครื่องหมาย

✓ ลงใน ()

1. เพศ

- () 1.ชาย () 2.หญิง

2. อายุ

- () 1.ต่ำกว่า 16 ปี () 2. 16 - 18 ปี
 () 3. 19 - 22 ปี () 4. 23 - 30 ปี
 () 5. 31 - 40 ปี () 6. 41 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- () 1. มัธยมศึกษาตอนต้น () 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย
 () 3. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า () 4. ปริญญาตรี
 () 5. ปริญญาโท () 6. สูงกว่าปริญญาโท

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท () 2. 10,001 - 20,000 บาท
 () 3. 20,001 - 30,000 บาท () 4. 30,001 - 40,000 บาท
 () 5. 40,001 - 50,000 บาท () 6. สูงกว่า 50,000 บาท

5. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () 3. พนักงานบริษัทเอกชน () 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ
 () 5. แม่บ้าน/พอบาน () 6. อื่นๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการฟังวิทยุ กรุณาตอบแบบสอบถามโดยให้ระบุเครื่องหมาย

✓ ลงใน ()

1. ปัจจุบันท่านได้ฟังวิทยุหรือไม่

- () 1. ฟัง () 2. ไม่ฟัง

2. ท่านฟังวิทยุคลื่นอะไร

- () 1. CHILL 89 () 2. COOL Celsius 91.5
 () 3. COOL Fahrenheit 93 () 4. EFM 94
 () 5. 95.5 Virgin HITz () 6. 96 Sport Radio
 () 7. SEED 97.5 () 8. 99 Active Radio
 () 9. GREEN WAVE 106.5 () 10. คลื่นอื่นๆ

3. ท่านฟังวิทยุกี่ครั้งต่อสัปดาห์

- () 1. 1 ครั้ง () 2. 2 ครั้ง
 () 3. 3 ครั้ง () 4. 4 ครั้ง
 () 5. 5 ครั้ง () 6. มากกว่า 5 ครั้ง

4. ท่านฟังวิทยุกี่นาที ต่อ 1 ครั้ง

- () 1. 10 นาที () 2. 30 นาที
 () 3. 60 นาที () 4. มากกว่า 60 นาที

5. ท่านฟังวิทยุจากช่องทางไหนบ่อยที่สุด

- () 1. เครื่องวิทยุตั้งโต๊ะ () 2. เครื่องวิทยุในรถยนต์
 () 3. Smartphone, tablet () 4. คอมพิวเตอร์

6. ก่อนหน้านี้ท่านฟังวิทยุแบบไหน

- () 1. ออฟไลน์ () 2. ออนไลน์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์ กรุณาตอบแบบสอบถามโดยให้ระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

	ระดับปัจจัยที่มีผล ต่อการรับฟังคลื่นวิทยุแบบออนไลน์				
	5	4	3	2	1
ความง่ายในการเข้าถึง					
1.ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย					
2.ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถเข้าถึงได้สะดวก					
3.ท่านสามารถใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น					
4.ท่านสามารถใช้ระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว					
5.โดยภาพรวมท่านสามารถเข้าถึงระบบคำสั่งการใช้งานต่างๆ ในการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ความมีเสถียรภาพของระบบ					
1. ท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ					

2. ท่านสามารถการฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง					
3. คลื่น 99 Active Radio ออนไลน์สามารถปฏิบัติการได้อย่างต่อเนื่อง					
4. ท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น					
5.โดยภาพรวมท่านสามารถฟังวิทยุคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ได้อย่างราบรื่น					
ความรวดเร็วในการตอบสนอง					
1. ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่ยอมรับได้					
2. ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์ในระยะเวลาที่เหมาะสม					
3. ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างทันท่วงที					
4. ระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ แสดงผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว					
5.โดยภาพรวมระบบการทำกิจกรรมผ่านคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์ สามารถตอบสนองได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ฟังกับคลื่นวิทยุ กรุณาตอบแบบสอบถามโดยให้ระบุเครื่องหมาย ✓
ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

	ความพึงพอใจในการฟังวิทยุ คลื่น 99 Active Radio ออนไลน์				
	5	4	3	2	1
1.ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อการเข้าถึงข้อมูลของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์					
2.ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อความมีเสถียรภาพของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์					
3.ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อความเร็วในการ ตอบสนองของคลื่น 99 Active Radio ออนไลน์					
4.โดยภาพรวมท่านพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต ต่อการรับฟังคลื่นวิทยุ 99 Active Radio ออนไลน์					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายศุภวิชญ์ ศรีพานิชย์
อีเมล	supawich.srip@bumail.net
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาโฆษณา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนโยธินบูรณะ
ประสบการณ์การทำงาน	พฤษภาคม 2558 ถึงปัจจุบัน บริษัท คิงพาวเวอร์ จำกัด พฤศจิกายน 2556 ถึง เมษายน 2558 บริษัท สามารธ เอ็ดทีค จำกัด



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 18 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ศุภวิชญ์ ศรีพาณิชย์ อยู่บ้านเลขที่ 328/200
ซอย รัชดา ถนน รัชดา ตำบล/แขวง บางพร้าว
อำเภอ/เขต บางพร้าว จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10700
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7560204245
ระดับปริญญา ตรี โท เอก
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ทฤษฎีคุณภพระบอบของสื่อวิทยุออนไลน์ สู่ผลต่อความพึงพอใจ
ของผู้รับบริการวิทยุ Active Radio 99 FM ในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
()

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิวรรณ จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมล่าวลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร