



พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์  
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงา  
A Study of Consumer Behaviour and Satisfaction Toward Online Media  
of Phangnga Radio Station

โสภณ เคี่ยมการ (Sopone Kiemkarn)<sup>1</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงา และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงา การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือ ผู้บริโภคในจังหวัดพังงา เลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากยามานะ มีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนตามสัดส่วน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับสื่อออนไลน์เป็นประจำช่วงเวลา 18.00 น. – 20.59 น. สาเหตุที่รับฟังสื่อออนไลน์ คือ ชอบเนื้อหาสาระของรายการ สถานที่ที่เปิดรับสื่อออนไลน์ คือ ที่บ้านรับฟังรายการจากสื่อออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก ประเภทรายการที่เปิดรับสื่อออนไลน์ คือ รายการรอบวันทันข่าว และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจรับฟังสื่อออนไลน์ คือ ตนเอง ความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ พบว่า อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านเทคนิคและกระบวนการผลิต ด้านราคา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านประเภทรายการ ด้านช่องทางในการเปิดรับสื่อออนไลน์ และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดการฟัง ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ด้านช่องทางในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การฟัง และด้านเทคนิคและกระบวนการผลิต แตกต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ด้านประเภทรายการ ด้านราคา ด้านช่องทางในการเปิดรับสื่อ ด้านกายภาพกายภาพและการนำเสนอ และด้านเทคนิคและกระบวนการผลิต แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ แตกต่างกันระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ไม่แตกต่างกันและพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

<sup>1</sup> ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา และผู้เชี่ยวชาญหลักสูตรนักบริหารประชาสัมพันธ์ระดับสูงรุ่นที่ 59 สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์



**คำสำคัญ** พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ สื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดพังงา

### Abstract

This research had the objectives of 1) surveying the listening behavior of sample consumers in Phang Nga to online media of Radio Thailand and their satisfaction with it; 2) comparing levels of consumer satisfaction with online media of Radio Thailand; and 3) studying the relationships between different groups of consumers' exposure to Radio Thailand's online media and their satisfaction with it. This was a quantitative research. The study population was consumers in Phang Nga Province. The sample population for the survey was 400 people, determined by Yamane method and chosen through multistage stratified random sampling. The data collection tool was a questionnaire. Data were statistically analyzed using percentage, mean, standard deviation, t-test and ANOVA.

The results showed the majority of the samples were exposed to online media regularly, most often during the time period 18:00 – 20:59. The most common reason for listening online was because they liked the content. Most samples listened at home via facebook. The program they listened to the most was the “Rob Wan Tan Khao” daily news program. People who participated in making their decision to listen were only themselves. As for satisfaction, overall, most consumers were very satisfied with the online media. The highest mean satisfaction score was for the category of physical, technical and production process, followed by the categories of price, presenters or show hosts, types of programs, channels for accessing the media, and market promotion activities, in that order. Hypothesis testing showed that the factor of listener age was related to satisfaction with the online media overall. The factor of [marital] status was related to satisfaction with the channels for access, marketing activities and the technical and production process. The factor of monthly income was related to satisfaction with the types of programs, price, channels for access, physical aspects and presentation, and the technical and production process. The factor of occupation was related to satisfaction with the online media overall. Only the factor of educational level was not related to satisfaction with the online media. There was a statistically significant ( $p < 0.05$ ) correlation between listening behavior and satisfaction with the online media.

**Keywords:** Media exposure behavior, Satisfaction, Online media of Phangnga Radio Station



## บทนำ

วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นสื่อที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีราคาถูก ผู้ฟังสามารถนำติดตัวไปได้ในทุกที่ พร้อมทั้งยังสามารถรับฟังวิทยุไปพร้อมกับการทำกิจกรรมอย่างอื่นได้ รวมถึงยังสามารถครอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวางและเป็นสื่อที่มีราคาถูก ท่ามกลางการขยายตัวของสื่อมวลชนทุกแขนง ทำให้มีจำนวนสื่อมวลชนเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคสามารถที่จะเลือกรับรู้ข่าวสาร ความบันเทิง จากสื่ออื่นได้ง่ายขึ้นนอกเหนือจากสื่อวิทยุกระจายเสียง ปัจจัยหนึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมการรับฟังวิทยุของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลยุคปัจจุบัน คือ ข้อจำกัดของอุปกรณ์การสื่อสารลดลง เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถเปิดรับสื่อได้ทุกที่ตลอดเวลาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งสมาร์ทโฟน แท็บเล็ตและคอมพิวเตอร์ มีขนาดเล็กกะทัดรัด สามารถพกพาได้ ซึ่งทำให้สามารถรับชมภาพยนตร์ อ่านหนังสือ อ่านข่าว ท่องเว็บ การฟังวิทยุ และอื่นๆ

จากพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยได้มีนโยบายให้สถานีวิทยุที่ตั้งอยู่จังหวัดต่าง ๆ ได้มีการใช้สื่อออนไลน์ในการกระจายเสียงวิทยุเพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางเพิ่มมากขึ้น และเข้าถึงผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลความต้องการของผู้นำภาครัฐและภาคเอกชนของจังหวัดพังงาที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบว่า ควรมีการสื่อสารมุ่งเน้นรูปแบบออนไลน์โดยเฉพาะการไลฟ์สด และออนกราวนโดยการจัดกิจกรรมเช่นการจัดรายการนอกสถานที่ เข้าถึง เข้าใกล้ชิด กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

*“สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา ควรมีการออนไลน์สด (Live) โดยเป็นรายของท้องถิ่นเอง และควรไลฟ์สด กิจกรรมของภาคประชาชน รัฐ และงานสำคัญของพื้นที่” (นายบำรุง ปิยนามวนิช นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดพังงา)*

*“ควรเพิ่มรายการ เกี่ยวกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ภายในจังหวัดและกลุ่มอันดามัน ควรมีการออนไลน์ (Online) มาร่วมออกภาคในรายการ และทำกิจกรรม ออนกราวน (On Ground) ในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย” (นายสมเกียรติ รัตนรังษิวัฒน์ ประธานหอการค้าจังหวัดพังงา)*

*“สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา ควรเพิ่มรายการ ออนไลน์ (Online) ภาคภาษาอังกฤษ และภาษาจีนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดพังงา เป็นการสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัด” (นางสาวนันทิดา อติเศรษฐ์ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดพังงา)*

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา ออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 19 กรกฎาคม 2519 ออกอากาศส่งกระจายเสียงอย่างเป็นทางการเป็นครั้งแรกด้วยระบบ เอ.เอ็ม ความถี่ 1341 กิโลเฮิรซ์ โดยใช้อาคารศาลากลางจังหวัดพังงาหลังเก่าปรับปรุงเป็นห้องส่งใช้ออกอากาศเผยแพร่ข้อมูล ต่อมาได้มี



การเพิ่มช่องทางในการออกอากาศด้วยระบบ เอฟ.เอ็ม. 100 เมกะเฮิรตซ์ทำให้ขยายพื้นที่ในการรับฟังครอบคลุม อ.เมือง อ.ทับปุด อ.ตะกั่วทุ่ง อ.เกาะยาว และบางส่วนของ อ.ท้ายเหมือง อ.กะปง อ.ตะกั่วทุ่ง และบางส่วนของ จ.กระบี่ และ จ.ภูเก็ต มีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และนโยบายพื้นฐานของหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นประชาชนท้องถิ่นได้รับทราบ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามนโยบายสำคัญเร่งด่วนของรัฐบาลสนับสนุนการพัฒนาจังหวัด ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง เสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัด เป็นสื่อมวลชนที่เป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนในท้องถิ่น ด้วยการเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนได้เข้ามาใช้บริการ มีการถ่ายทอดความรู้ในแขนงต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน สร้างสรรค์สังคมที่ดี จึงได้มีการกระจายเสียงวิทยุผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก อย่างไรก็ตาม การกระจายเสียงวิทยุผ่านสื่อออนไลน์ของสถานีฯ ยังมีการใช้รูปแบบของการถ่ายทอดตามรูปแบบของสื่อวิทยุกระจายเสียงแบบเดิม ดังนั้นจึงไม่ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่จรรู้ข่าวสารด้านใด รูปแบบรายการเป็นอย่างไร ทำให้การทำงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงาดำเนินรายการจากมุมมองของผู้ผลิตอย่างเดียว ไม่ได้ตามความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงา” เพื่อนำข้อมูลมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงานต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงาของผู้บริโภคในจังหวัดพังงา
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงาตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงา

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลในการเปิดรับสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงาที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่ต่างกัน
2. พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงา



## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดพังงา ที่เคยมีประสบการณ์การบริโภคผ่านสื่อออนไลน์ ครอบคลุมพื้นที่ อ.เมือง อ.ทับปุด อ.ตะกั่วทุ่ง อ.เกาะยาว และบางส่วนของ อ.ท้ายเหมือง อ.กะปง อ.ตะกั่วทุ่ง ที่รับฟังผ่านระบบ เอฟ.เอ็ม. 100 เมกะเฮิรตซ์ และระบบ เอ.เอ็ม. 1341 กิโลเฮิรตซ์

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดพังงาต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา
2. นำผลการศึกษามาวางแผนการจัดและการผลิตรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา

## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาด

กลยุทธ์คือ การวางแผนขององค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กรที่กำหนดไว้ โดยการเชื่อมโยงข้อได้เปรียบด้านต่างๆ ของธุรกิจ ตั้งแต่ด้านผลิตภัณฑ์ การเสนอขายที่ปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมทางด้านธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มนำความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยองค์ประกอบสี่ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) ซึ่งเรียกว่า 4 Ps แต่สำหรับธุรกิจบริการจะมีส่วนประสมการตลาด (marketing mix) เพิ่มเข้ามาอีก 3 ปัจจัย คือ ด้านบุคคล (people) ด้านกระบวนการ (process) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence) รวมเรียกได้ว่า 7Ps มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ (product) เป็นสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพอใจ
- 2) ราคา (price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงินเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการของกิจการ
- 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) เป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้



4) การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึงเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความจูงใจ (Motivation) ความคิด (Thinking) ความรู้สึก (Feeling) ความต้องการ (Need) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ในสินค้าและ/หรือบริการ

5) บุคคล (people) หรือพนักงาน (employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

6) กระบวนการ (process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับผู้บริโภค โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค

## 2. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคนว่า จะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ และถ้าซื้อจะซื้อจากที่ไหน เมื่อไร อย่างไร จึงจะเหมาะสมและสร้างความพอใจในการซื้อให้แก่ตนมากที่สุดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาด (marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมโดยคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 5Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who?, What?, Why?, When?, Where? และ How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ คือ 7 Os ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้าของเราคือใคร (Occupants), ลูกค้าซื้ออะไร (Objects), ลูกค้าซื้อเพื่อวัตถุประสงค์อะไร (Objective), ใครที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ (Organization), โอกาสในการซื้อ (Occasions), สถานที่ซื้อเป็นอย่างไร (Outlets) และกระบวนการตัดสินใจซื้อคืออะไร (Operations) ซึ่งคำตอบต่อคำถามทั้ง 7 นี้จะเป็นข้อมูลทางการตลาดสำหรับตลาดเป้าหมายเพื่อให้ทราบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดรวมทั้งส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายให้มากที่สุด

## 3. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นเป็นแนวคิดทางการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือ ตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก การศึกษาตามแนวคิดนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสาร (media consumer) เป็นจุดเริ่มต้น โดยศึกษาว่าผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกเปิดรับสื่อหนึ่งๆ กระบวนการดังกล่าว หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร (communication behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร

## 4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ หมายถึง ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่มีการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการจัดการสารสนเทศผ่านสื่อสมัยใหม่ เช่น การเผยแพร่สื่อวิทยุกระจายเสียงผ่านระบบออนไลน์ ผ่านรูปแบบที่เรียกว่า ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (digital platform) ที่แตกต่างกัน



## 5. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา ออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 19 กรกฎาคม 2519 ออกอากาศส่งกระจายเสียงอย่างเป็นทางการเป็นครั้งแรกด้วยระบบ เอ.เอ็ม ความถี่ 1341 กิโลเฮิรซ์ โดยใช้อาคารศาลากลางจังหวัดพังงาหลังเก่าปรับปรุงเป็นห้องส่งใช้ออกอากาศเผยแพร่ข้อมูล ต่อมาได้มีการเพิ่มช่องทางในการออกอากาศด้วยระบบ เอฟ.เอ็ม. 100 เมกะเฮิรตซ์ทำให้ขยายพื้นที่ในการรับฟังครอบคลุม อ.เมือง อ.ทับปุด อ.ตะกั่วทุ่ง อ.เกาะยาว และบางส่วนของ อ.ท้ายเหมือง อ.กะปง อ.ตะกั่วทุ่ง และบางส่วนของ จ.กระบี่ และจ.ภูเก็ต สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา มีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการ ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และนโยบายพื้นฐานของหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นประชาชนท้องถิ่นได้รับทราบ สนับสนุนการพัฒนาจังหวัด ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชน

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาณุวัฒน์ เจริญสุข (2558) ศึกษาเรื่องโครงการ Icon radio วิทยุออนไลน์ที่จะทำให้คุณรู้เท่าทัน อย่างบันเทิง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับฟังวิทยุออนไลน์ทางแอปพลิเคชันและฟังทาง เว็บไซต์ โดยใช้เวลาฟังในช่วงเย็น 15.01-18.00 น. มีระยะเวลาในการฟังแต่ละครั้งประมาณ 1-2 ชั่วโมง และในแต่ละวันเปิดฟังวิทยุออนไลน์ 2-3 ครั้ง ด้านทัศนคติการเปิดรับสื่อวิทยุออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ อยู่ในระดับที่เห็นด้วย โดยเฉพาะความสะดวกสบายในการรับฟัง ส่วนด้านความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ ในด้านรูปแบบเพลงที่มีความหลากหลาย ด้านเทคนิคการจัดรายการโดยผู้ฟังพึงพอใจเรื่องการให้ความรู้และ ข้อมูลที่ถูกต้อง ผู้ดำเนินรายการกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจเรื่องผู้จัดเป็นที่นิยมในโลกออนไลน์ (เน็ตไอดอล) ตามลำดับ

จักรพันธ์ กรรณสูต (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการฟังวิทยุออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษา ตอนปลายและการพัฒนาคลื่นวิทยุออนไลน์ Oh E Chic Radio โอ้โห...ซาร์ส ในเครือบริษัท โออีซี กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมปลายและผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล เปิดเผยว่านักเรียนมีความสุขต่อ ชีวิตประจำวันด้วยการเข้าร่วมกลุ่มกับเพื่อนๆ ของพวกเขา การท่องอินเทอร์เน็ตไม่เป็นที่นิยมเหมือนดังเช่นที่ คาดหวัง นักเรียนส่วนใหญ่เป็นผู้นิยมยูทูบ (YouTube) เพราะพวกเขาได้รับอิสระเสรีในการสุ่มเลือกฟังเพลง และความไม่มีประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันการใช้งานต่างๆ จากสถานีวิทยุออนไลน์ ดังนั้น จึงมีข้อเสนอจาก ผู้เชี่ยวชาญให้มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างสถานีวิทยุกระจายเสียงและผู้ฟังให้มากขึ้น

กันยรินทร์ นิธินพรัตน์ และ โมไนยพล รณเวช (2558) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ และความ พึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุออนไลน์คลื่นโอเค เลิฟ ผลการศึกษาพบว่า ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการวิทยุออนไลน์คลื่นโอเค เลิฟ (OK Love) มากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต โดยฟังเฉลี่ย 5 ครั้งต่อ สัปดาห์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังช่วงเวลา 09.00-12.00 น. ระยะเวลาในการรับฟัง 3 ชั่วโมงต่อครั้ง และมีระยะเวลาความยาวในการรับฟังเฉลี่ย 2 ปี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรม ไลค์ (Like) แสดง ความคิดเห็น (Comment) ทางเฟซบุ๊กมากที่สุด สำหรับความคาดหวังของผู้ฟังต่อรายการวิทยุออนไลน์ พบว่า มีความคาดหวังมาก ผลการทดสอบสมมติฐานเรื่องความคาดหวังกับพฤติกรรมการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง



## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือ ผู้บริโภคในจังหวัดพังงา โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนตามสัดส่วน จำนวน 400 คน จากตารางยามาเน่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

โดยมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คำนวณได้ค่า IOC= 0.97 และทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.85 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์

## ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 มีสถานภาพโสดจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 ขึ้นไปจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 ประกอบอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 และมีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงาของผู้บริโภคจังหวัดพังงา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อออนไลน์เป็นประจำช่วงเวลา 18.00 น. – 20.59 น. จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 สาเหตุที่รับฟังสื่อออนไลน์มากที่สุด คือ ชอบเนื้อหาสาระของรายการ จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 สถานที่ที่เปิดรับสื่อออนไลน์มากที่สุด คือ ที่บ้านจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รับฟังรายการจากสื่อออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 ประเภทรายการที่เปิดรับสื่อออนไลน์มากที่สุด คือ รายการรอบวันทันข่าว จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจรับฟังสื่อออนไลน์มากที่สุด คือ ตนเอง จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.75

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงาของผู้บริโภคจังหวัดพังงา พบว่า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) และเมื่อพิจารณาทางด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้านเทคนิคและกระบวนการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.74) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.69) ด้านผู้ดำเนินรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ด้านประเภทรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ด้านช่องทางในการเปิดรับสื่อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ที่ว่าปัจจัยส่วนบุคคลในการเปิดรับสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงาที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ



ออนไลน์ที่แตกต่างกัน พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านช่องทางในการเปิดรับสื่อออนไลน์ อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ด้านช่องทางในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การฟัง และด้านเทคนิคและกระบวนการผลิต แตกต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ด้านประเภทรายการ ด้านราคา ด้านช่องทางในการเปิดรับสื่อ ด้านกายภาพกายภาพและการนำเสนอ และด้านเทคนิคและกระบวนการผลิต แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

5. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ทุกด้าน ได้แก่ ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อออนไลน์เป็นประจำ สาเหตุที่รับฟังสื่อออนไลน์ สถานที่ของการเปิดรับสื่อออนไลน์ สื่อออนไลน์ที่ใช้รับฟังรายการ ประเภทรายการที่เปิดรับสื่อออนไลน์ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจรับฟังสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี สถานภาพโสดและมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ทั้งนี้เนื่องจากเพศหญิงส่วนใหญ่ โดยเฉพาะผู้หญิงโสด มักจะมีเวลาในการฟังเพลง ข่าวสาร หรือกิจกรรมต่างๆ ทางสื่อวิทยุออนไลน์ ทั้งในที่ทำงานและที่บ้าน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ เจริญสุข (2558) ที่ได้ศึกษาโครงการ Icon radio วิทยุออนไลน์ที่จะทำให้คุณรู้เท่าทันอย่างบันเทิงโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุออนไลน์และศึกษาทัศนคติการเปิดรับสื่อวิทยุออนไลน์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และผลงานวิจัยของ กันยรินทร์ นิธิพนธ์ และโมไนยพล วรรณเวช (2558) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK Love ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคจังหวัดพังงาที่รับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อออนไลน์เป็นประจำช่วงเวลา 18.00 น. - 20.59 น. โดยรับฟังรายการจากสื่อออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก ทั้งนี้เนื่องจากช่วงเย็น เป็นช่วงที่ประชาชนว่างจากการทำงาน เป็นเวลาพักผ่อน และประชาชนส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก และการรับฟังรายการวิทยุผ่านเฟซบุ๊ก เป็นช่องทางที่สะดวก เพราะนอกจากได้ฟังเพลงเพราะ ๆ แล้ว บางครั้งผู้จัดรายการอาจจะมีการ Live สดจัดรายการ และพูดคุย อ่านความคิดเห็นของผู้ฟังได้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิริพร สุขไสย (2556) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์



ของผู้ใช้บริการธุรกิจให้บริการความงาม ห้างหุ้นส่วนสามัญถึงเกิด ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ เปิดรับจากสื่อเฟซบุ๊ก และผลงานวิจัยของ กันยรินทร์ นิธิไพฑูริย์ และ โมไนยพล วัฒนเวช (2558) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK Love ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรม Like และ comment ผ่านทางเฟซบุ๊กในช่วงเวลาจัดรายการ และ ผลงานวิจัยของ Elacantor M. Winpenny, Theresa M. Martcau และ Ellen Nolte (2013) ที่ได้ศึกษา การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการตลาดแอลกอฮอล์ของเด็กและวัยรุ่นบนเว็บไซต์สื่อสังคม (Exposure of children and adolescents to alcohol marketing on social media websites) ที่ศึกษาภาพรวมของการทำ การตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอังกฤษ ผลการศึกษาพบว่า เฟซบุ๊กถือเป็นสื่อสังคมที่มีการใช้มากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงาของผู้บริโภคจังหวัดพังงา ได้แก่ ด้านประเภทรายการ ด้านราคา ด้านช่องทางในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดการฟัง ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านกายภาพ และด้าน เทคนิคและกระบวนการผลิต ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้าน กายภาพมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา มีรูปแบบการจัดรายการ ที่มีความทันสมัยเหมาะแก่การฟังของประชาชนทุกเพศทุกวัย ประชาชนเห็นว่าภาพลักษณ์ของ สวท.พังงา เป็นภาพของสถานีวิทยุที่น่าสาระดี ๆ สู่ประชาชน ในระดับมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กันยรินทร์ นิธิไพฑูริย์ และ โมไนยพล วัฒนเวช (2558) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อ รายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK Love ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจและความคาดหวังต่อ รายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK Love อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก ทั้งคลื่นวิทยุจากสถานีวิทยุกระจายเสียง แห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา และ รายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK Love ต่างก็ใช้สื่อออนไลน์ในการเปิด รายการ ผู้บริโภคทุกพื้นที่สามารถเปิดวิทยุผ่านสื่อออนไลน์ได้ ซึ่งสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายได้เหมือนกัน

4. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงาจำแนกตามเพศ และระดับการศึกษา พบว่า เพศ และระดับการศึกษาที่ แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจาก ประชาชนทั้งเพศหญิงและเพศชาย ต่างให้ความสนใจและมีความพึงพอใจในการใช้บริการ รับฟังวิทยุจากสื่อออนไลน์ เพราะสะดวก ไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย และการใช้บริการรับฟังวิทยุจากสื่อออนไลน์ นั้น สามารถฟังและเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ทั้งวัยนักเรียนที่กำลังศึกษา และวัยทำงานที่จบ การศึกษาแล้ว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ และสุทธิ ชัตติยะ (2558) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจต่อรายการและเทคนิคของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ฟังต่อรายการและเทคนิค ไม่มีความแตกต่างกันตามเพศและการศึกษา

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ กับความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้พบว่า การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเปิดรับสื่อออนไลน์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก นั้น เพราะเป็นช่องทางที่ประหยัดค่าใช้จ่าย สามารถรับสื่อได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจถ้า



หากสถานีวิทยุจัดรายการผ่านเฟซบุ๊ก และยิ่งถ้ามีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกระหว่างที่รายการกำลังออนไลน์ ก็จะสามารถดึงความสนใจให้ผู้บริโภคเข้ามาฟังรายการมากขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กัญยรินทร์ นิธิพนธ์ และโมนอยพล วัฒนเวช (2558) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อ รายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK Love ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ของผู้ฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK Love

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการนำไปปฏิบัติ

1. ควรวางแผนการจัดและการผลิตรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์
2. ควรเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภค ระหว่างจังหวัดพังงา และจังหวัดใกล้เคียง เช่น ภูเก็ต กระบี่ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ปรับแผนการทำงานให้เท่าทันต่อคู่แข่งของหน่วยงาน
3. ควรพัฒนาคุณภาพ ระบบในด้านความมีเสถียรภาพ โดยมีการปรับปรุง และพัฒนาให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างมีเสถียรภาพ สามารถรับฟังอย่างต่อเนื่อง ทุกช่วงเวลาที่ได้รับฟังต้องการ
4. ควรพัฒนาอุปกรณ์ห้องส่ง ให้ทันสมัย ให้สอดคล้องกับการสื่อสารในระบบ 4G going on 5G

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้สนใจงานวิจัยสามารถนำไปทำวิจัยเชิงคุณภาพกับกลุ่มผู้บริโภค และผู้ผลิต
2. ควรมีการศึกษาเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์ผู้ฟังเป็นรายบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพังงา เพื่อนำข้อมูลไปใช้ปรับแผนในการจัดรายการ ให้มียอดผู้รับชมและรับฟังมากขึ้น

### บรรณานุกรม

กัญยรินทร์ นิธิพนธ์ และโมนอยพล วัฒนเวช. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK Love. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาวารสารศาสตร-มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

จักรพันธ์ กรรณสูต. (2558). พฤติกรรมการฟังวิทยุออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย และการพัฒนาคลื่นวิทยุออนไลน์ Oh E Chic Radio ไอ้โห...ซาล์ ในเครือบริษัท ไออิซี กรุ๊ป จำกัด (มหาชน). (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.

ชีวรรณ เจริญสุข. (2557). บทที่ 1 แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2561 จาก <https://maymayny.wordpress.com>



- นพพล นาทองใบ. (2556). การมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ภาณุวัฒน์ เจริญสุข. (2558). โครงการ Icon radio วิทยุออนไลน์ที่จะทำให้คุณรู้เท่าทันอย่างบันเทิง. (การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ และสุทธิ ชัตติยะ. (2558). พฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจต่อรายการและเทคนิคของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย. วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์, 29(1), 132 - 142.
- ศิริพร สุขไสย. (2556). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธุรกิจให้บริการความงาม ห้างหุ้นส่วนสามัญทิงเกิล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาครุศาสตรมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพมหานคร.
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดพังงา. สวท.พังงา F.M. 100 mhz. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2561 จาก <http://radio.prd.go.th/phangnga/main.php?filename=news>