บทที่ 5

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจและการนำไปใช้ของผู้ฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ของสถานีวิทยุ สวพ.91" ซึ่งได้ดำเนินการตามวิธีการวิจัยแล้ว และเสนอผลวิจัยออกเป็น 5 ตอน เรียงลำดับดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ของสถานีวิทยุ สวพ.91

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ของสถานีวิทยุ สวพ.91

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์การนำไปใช้ "ไฮไฟประดับยนต์" ของสถานีวิทยุ สวพ.91

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน คือ คุณลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ของผู้ฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์"

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	211	64.9
หญิง	114	35.1
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด เป็นเพศหญิง 114 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 ของจำนวนทั้งหมด

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 ปีลงมา	17	5.2
20-30 ปี	111	34.2
31-40 ปี	103	31.7
41-50 ปี	60	18.5
50 ปีขึ้นไป	34	10.5
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกันมี 2 ช่วงอายุด้วยกัน คือ ช่วงอายุ 20-30 ปี มีจำนวนมากที่สุดคือ 111 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 20 ปีลงมา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ของจำนวนทั้งหมด

หอสมุดกลาง ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	140	43.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./หรือเทียบเท่า	60	18.5
ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	40	12.3
ประถมศึกษา (ป.1-ป.6) หรือเทียบเท่า	29	8.9
สูงกว่าปริญญาตรี	29	8.9
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	27	8.3
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุดคือ มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 ส่วนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./หรือเทียบเท่า มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 รองลงมาคือ ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา (ป.1-ป.6) หรือเทียบเท่า และสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ส่วนที่ไม่เคยเข้าโรงเรียนไม่มี

ข้อสังเกต ถ้าเอาค่าร้อยละของปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีรวมกันแล้วเกิน 50% แสดงว่าผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นคนมีความรู้

และผู้ฟังที่จบชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้นมีบ้างแต่ไม่มาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	89	27.4
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	82	25.2
นักเรียน/นักศึกษา	28	8.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	27	8.3
รับจ้าง	26	8.0
อาชีพอิสระ	24	7.4
อื่นๆ	15	4.6
เกษตรกร	10	3.1
ค้าขาย	9	2.8
แม่บ้าน	7	2.2
ว่างงาน	6	1.8
ครูสอนศาสนา	2	0.6
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพหลัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการมีจำนวนมากที่สุดคือ 89 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 รองลงมาคือ ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 อาชีพอื่นๆ เช่น ลูกจ้างชั่วคราวของรัฐบาล จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6

ข้อสังเกต ถ้าข้าราชการและลูกจ้างบริษัทเอกชนรวมกันแล้วมากกว่า 50% แสดงว่าผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นคนชั้นกลาง ได้แก่ มีฐานะเศรษฐกิจดี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
5,000-20,000 บาท	203	62.5
20,000-50,000 บาท	67	20.6
น้อยกว่า 5,000 บาท	48	14.8
50,000 บาทขึ้นไป	7	2.2
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัดส่วนของรายได้หลักใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,000-20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคือ 203 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,000-50,000 บาท มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ข้อสังเกต ถ้าผู้มีรายได้ 5,000-20,000 บาท เกิน 50% แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามหรือผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลาง

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีเครื่องเสียงติดรถยนต์

เครื่องเสียงรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
มี	250	76.9
ไม่มี	75	23.1
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีเครื่องเสียงรถยนต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเครื่องเสียงรถยนต์มากที่สุดคือ 250 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 และไม่มีเครื่องเสียงรถยนต์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1

สรุปภาพรวมของกลุ่มผู้ฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ว่าเป็นคนอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นชายมากกว่าหญิง 1 เท่า ส่วนใหญ่อายุ 20-30 ปี ส่วนมากเป็นคนจบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีฐานะค่อนข้างดีเพราะเป็นข้าราชการ ลูกจ้างบริษัทเอกชน และเป็นนักเรียนนักศึกษาก็มีมาก ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-20,000 บาท แต่ไม่มีเครื่องเสียงในรถยนต์ถึง 23.1% น่าจะเป็นเพราะผู้ฟังเป็นภรรยานั่งรถยนต์มากับสามี นักเรียนนักศึกษานั่งหรือใช้รถยนต์ของบิดามารดา และผู้ฟังบางคนมีรถยนต์แต่ไม่มีเครื่องเสียงในรถยนต์จริง ๆ และกำลังเริ่มสนใจจะหาเครื่องเสียงรถยนต์ต่อไป จึงได้ฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ที่บ้านเพื่อหาข้อมูล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์"

ตารางที่ 7 ความถี่ในการฟัง

ความถี่ในการฟัง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นาน ๆ ครั้ง (2-3 ครั้ง/สัปดาห์)	228	70.2
ฟังเป็นประจำ	68	20.9
บ่อย ๆ (5-6 ครั้ง/สัปดาห์)	29	8.9
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างฟังนาน ๆ ครั้ง (2-3 ครั้ง/สัปดาห์) มีมากที่สุด คือ 228 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาฟังเป็นประจำ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 ส่วนฟังบ่อย ๆ (5-6 ครั้ง/สัปดาห์) มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9

ข้อสังเกต ถ้าความถี่ในการฟังนาน ๆ ครั้งเกิน 50% แสดงว่าผู้ฟังส่วนใหญ่ฟังนาน ๆ ครั้ง

ตารางที่ 8 ระยะเวลาการฟัง

ปริมาณการฟังรวมแต่ละวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	151	46.5
มากกว่า 1 ปี	140	43.1
1 ปี	34	10.5
รวม	325	100.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาการฟังมากกว่า 1 ปี มากที่สุดคือ 151 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ มากกว่า 1 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 อันดับสุดท้ายคือ ฟัง 1 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

จากตารางข้างต้นกลุ่มตัวอย่างที่ฟังมากกว่า 1 ปี ได้ให้เหตุผลว่าการฟังเพราะต้องการเนื้อหาต่าง ๆ มาก ส่วนที่ฟังต่ำกว่า 1 ปี เพราะเริ่มฟัง

ตารางที่ 9 ลักษณะในการฟัง

ลักษณะในการฟัง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่แน่นอน	258	79.4
ฟังแต่ต้นจนจบรายการ	67	20.6
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งคือ 258 คน คิดเป็นร้อยละ 79.4 ที่ฟังไม่แน่นอน โดยให้เหตุผลว่าฟังแบบบังเอิญ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะในการฟังตั้งแต่ต้นจนจบ มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 ได้ให้เหตุผลว่าฟัง สวพ. 91 อยู่แล้ว ฉะนั้นแสดงว่าผู้ฟังส่วนใหญ่ฟังไม่แน่นอน เพราะเกิน 50%

ตารางที่ 10 สถานที่ในการฟัง

สถานที่ในการฟัง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่บ้าน	196	60.3
ในรถยนต์	107	32.9
ที่ทำงาน	12	3.7
อื่น ๆ	10	3.1
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งใช้เวลาอยู่กับบ้านมากที่สุดคือ 196 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ กลุ่มที่ฟังในรถยนต์ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 และฟังที่ทำงาน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 และสุดท้ายอื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 เพราะรายการออกอากาศเวลา 21.30-22.30 น. เป็นเวลาที่คนส่วนใหญ่อยู่กับบ้านเพื่อเตรียมจะนอนจึงฟังที่บ้าน แต่ในที่นี้มีจำนวนมากพอสมควรที่อยู่ระหว่างเดิน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทางกลับบ้านในเวลาดังกล่าวพอดี ตลอดจนคนประกอบอาชีพอิสระ เช่น ขับรถแท็กซี่ จึงฟังในรถยนต์ ส่วนพวกที่ทำงานกลางคืนจึงฟังที่ทำงาน ฉะนั้น แสดงว่าผู้ฟังส่วนใหญ่ฟังที่บ้าน เพราะเกิน 50%

ตารางที่ 11 สาเหตุในการเปิดฟังของกลุ่มตัวอย่าง

สาเหตุในการตัดสินใจในการฟัง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฟังแบบอังเอิญ	183	56.3
เพื่อนแนะนำให้ฟัง	53	16.3
ฟังเพราะทราบจากวารสารเครื่องเสียง	34	10.5
ญาติพี่น้องแนะนำให้ฟัง	24	7.4
อื่น ๆ	23	7.1
พ่อแม่แนะนำให้ฟัง	7	2.2
ฟังเพราะทราบจากหนังสือพิมพ์	1	0.3
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ฟังแบบบังเอิญมีมากที่สุดคือ 183 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำให้ฟัง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ทราบจากวารสารเครื่องเสียง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ญาติพี่น้องแนะนำให้ฟัง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 อันดับสุดท้ายพ่อแม่แนะนำให้ฟัง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2

จากตารางข้างต้นผู้ศึกษาพบว่า พฤติกรรมการฟังรายการ “ไฮไฟประดับยนต์” แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรกคือ ฟังแบบบังเอิญ กลุ่มนี้ฟังเฉพาะสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตน กลุ่มที่สองคือ เพื่อนแนะนำให้ฟัง กลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มที่มีบริบททางสังคมเป็นตัวกำหนดให้ฟัง กลุ่มสุดท้ายฟังเพราะทราบจากวารสารเครื่องเสียง เป็นกลุ่มที่แสวงหาความรู้ ฟังโดยที่ไม่ต้องมีใครมาแนะนำ ฉะนั้น แสดงว่าผู้ฟังส่วนใหญ่ฟังแบบบังเอิญ เพราะเกิน 50%

ตารางที่ 12 การนำเรื่องราวจากการฟังรายการไปพูดคุยกับผู้อื่น

การนำเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บางครั้ง	199	61.2
ไม่เคยเลย	109	33.5
ทุกครั้ง	17	5.2
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่นำเรื่องราวต่าง ๆ หลังจากที่ได้ฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" แล้วไปพูดคุยกับคนอื่นเป็นบางครั้งมีมากที่สุดคือ 199 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาคือ ไม่เคยเลย มี 109 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และหลังจากได้ฟังแล้วนำไปพูดคุยทุกครั้ง มี 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

ตารางที่ 13 พฤติกรรมการโทรศัพท์และเขียนจดหมายเข้าไปในรายการ

พฤติกรรมการโทรศัพท์และเขียนจดหมายเข้าไปในรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยเลย	214	65.8
บางครั้ง	99	30.5
บ่อย ๆ	12	3.7
รวม	325	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เคยโทรศัพท์และเขียนจดหมายเข้าไปในรายการมีมากที่สุด 214 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาคือ บางครั้ง มี 99 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ส่วนที่โทรศัพท์หรือเขียนจดหมายไปบ่อยมาก มี 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ข้อสังเกต ความจริงแล้วรายชื่อและที่อยู่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นำมาจากไปรษณียบัตรที่ส่งมาร่วมรายการตอบปัญหาซึ่งถือว่าเป็นการเขียนจดหมายเข้าไปในรายการด้วย ฉะนั้น พวกไม่เคยเลยจำนวน 214 คน คือ พวกที่ส่งไปรษณียบัตรมาร่วมรายการตอบปัญหาเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ของสถานีวิทยุ สวพ.91 ในด้านเวลาในการฟังรายการ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพหลัก	ลักษณะในการฟัง	
	ฟังตั้งแต่ต้นจนจบ	ไม่แน่นอน
ข้าราชการ	10.1	89.9
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11.1	88.9
อาชีพอิสระ	33.3	66.7
รับจ้าง	26.9	73.1
นักเรียน/นักศึกษา	17.9	82.1
ค้าขาย	22.2	77.8
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	30.5	69.5
แม่บ้าน	14.3	85.7
เกษตรกร	50.0	50.0
ว่างงาน	16.7	83.3
ครูสอนศาสนา	0.0	100.0
อื่น ๆ	6.7	93.3

จากตารางที่ 14 พบว่า ค่าร้อยละมากสุด หมายความว่า ครูสอนศาสนาใช้เวลาในการฟังรายการไม่แน่นอนมากสุด ค่าร้อยละระดับรองลงมาคือ 93.3 หมายความว่าอื่น ๆ ใช้เวลาในการฟังรายการไม่แน่นอนเป็นระดับรองลงมา ค่าร้อยละน้อยสุดคือ 10.1 หมายความว่า ข้าราชการใช้เวลาในการฟังรายการตั้งแต่ต้นจนจบน้อยมาก

จากตาราง ค่าร้อยละเกษตรกรฟังตั้งแต่ต้นจนจบ 50% แสดงว่าเกษตรกรครึ่งหนึ่งที่ฟังตั้งแต่ต้นจนจบ เพราะอาชีพเกษตรกรจะเปิดฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" โดยเปิดทิ้งไว้ฟังตั้งแต่ต้นจนจบรายการ ส่วนอาชีพอิสระจะฟังตั้งแต่ต้นจนจบรายการมากเป็นอันดับรอง ข้าราชการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ไม่แน่นอน เกิน 50% แสดงว่าข้าราชการส่วนใหญ่ฟังไม่แน่นอนเพราะอาชีพข้าราชการมีพฤติกรรมในการฟังรายการเมื่อมีงานหรือธุรกิจก็ไม่สามารถฟังตลอดได้ แม่บ้านมีค่าร้อยละเกิน 50% แสดงว่าแม่บ้านส่วนใหญ่ฟังไม่แน่นอน เพราะต้องดูแลงานบ้าน ทำอาหาร และดูแลคนในครอบครัว เช่น บุตร ธิดา และสามี ขณะกำลังฟังรายการอยู่ก็อาจต้องหยุดการฟังบ่อย ๆ เพื่อดูแลงานดังกล่าวจึงฟังไม่แน่นอน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์"

ตารางที่ 15 ความพึงพอใจในเนื้อหา "ไฮไฟประดับยนต์"

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	รวม
เนื้อหา						
ความแปลกใหม่ของเนื้อหา	10.8	34.5	41.5	4.0	9.2	100.0
ความทันสมัยของเนื้อหาสาระ	11.7	44.6	32.9	1.5	9.2	100.0
ประโยชน์ที่ได้จากเนื้อหาสาระ	18.5	42.8	27.1	2.2	9.5	100.0
วิทยากรที่ให้ความรู้	13.5	49.8	23.1	3.1	10.5	100.0
รูปแบบ						
ความหลากหลายของรูปแบบรายการ	4.0	31.4	49.5	5.2	9.8	100.0
ปริมาณเวลาที่ใช้ในการโฆษณา	4.3	24.9	48.6	8.6	13.5	100.0
การจัดรายการของผู้ดำเนินรายการ	16.0	38.2	33.8	2.5	9.5	100.0
เทคนิค						
ความสะดวกในการหมุนหาคลื่นความถี่	12.3	40.3	32.3	5.2	9.8	100.0
ความชัดเจนของเสียงที่ออกอากาศ	15.1	39.4	31.1	3.7	10.8	100.0
เวลา						
ช่วงเวลาในการออกอากาศ	4.9	25.5	41.5	15.7	12.3	100.0
ปริมาณเวลาในการดำเนินรายการด้านเนื้อหา	3.4	25.8	40.9	14.8	15.1	100.0
การตรงต่อเวลาในการออกอากาศ	7.7	33.5	36.9	9.2	12.6	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ฟังมีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ดังนี้

เนื้อหารายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจปานกลางในความแปลกใหม่ของเนื้อหา คิดเป็นร้อยละ 41.5 พึงพอใจมากในความทันสมัยของเนื้อหาสาระ คิดเป็นร้อยละ 44.6 ใน

ประโยชน์ที่ได้จาก เนื้อหาสาระ คิดเป็นร้อยละ 42.8 ในวิทยากรที่ให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 49.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าด้านเนื้อหารายการควรมีการปรับปรุงไม่มาก

รูปแบบรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลางในความหลากหลายของรูปแบบรายการ คิดเป็นร้อยละ 49.5 ในปริมาณเวลาที่ใช้ในการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 48.6 พึงพอใจมากในการจัดรายการของผู้ดำเนินรายการ คิดเป็นร้อยละ 38.2 แสดงว่ารูปแบบรายการควรมีการปรับปรุง

เทคนิค พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากในความสะดวกในการหมุนหาคลื่นความถี่ คิดเป็นร้อยละ 40.3 ในความชัดเจนของเครื่องเสียงที่ออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 39.4 แสดงว่าคลื่นชัด

เวลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจปานกลางในช่วงเวลาในการออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 41.5 ในปริมาณเวลาในการดำเนินรายการด้านเนื้อหา คิดเป็นร้อยละ 40.9 ในการตรงต่อเวลาในการออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 36.9 แสดงว่าเวลาควรได้รับการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" (ทั้งเนื้อหา รูปแบบ)

กลุ่มเพศ	ความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์"				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ชาย	4.7	48.3	40.8	2.4	3.8
หญิง	9.0	36.8	40.4	5.3	16.7

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 16 พบว่า ค่าร้อยละมากสุดคือ 48.3 หมายความว่า เพศชายมีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มากเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ 40.8 หมายความว่า เพศชายมีความพึงพอใจปานกลาง

จากตาราง เพศหญิงมีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มากที่สุด จำนวนพอสมควรมากกว่าเพศชาย เพราะเพศหญิงมีโอกาสได้ฟังรายการอย่างต่อเนื่องมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 17 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" (ทั้งเนื้อหา รูปแบบ)

กลุ่มอายุ	ความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์"				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
20 ปีลงมา	5.9	52.9	35.3	0.0	5.9
20-30 ปี	2.7	49.5	37.8	1.8	8.1
31-40 ปี	4.9	44.7	40.8	2.9	6.8
41-50 ปี	3.3	36.7	40.0	8.3	11.7
50 ปีขึ้นไป	0.0	35.3	52.9	2.9	8.8

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 17 พบว่า ค่าร้อยละมากสุดคือ 52.9 หมายความว่า กลุ่มอายุ 20 ปีลงมามีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มาก กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในการฟังรายการปานกลาง รองลงมาคือ 49.5 หมายความว่า กลุ่มอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในการฟังรายการมากเป็นอันดับรอง

จากตาราง กลุ่มอายุ 20 ปีลงมา มีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มากที่สุด จำนวนพอสมควรมากกว่ากลุ่มอายุอื่น เพราะกลุ่มอายุ 20 ปีลงมา ส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีลักษณะความพึงพอใจหรือสนใจในการฟังรายการมากที่สุด

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" (ทั้งเนื้อหา รูปแบบ)

ระดับการศึกษา	ความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์"				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ประถมศึกษา (ป.1-ป.6) หรือเทียบเท่า	17.2	55.2	17.2	3.4	6.9
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	0.0	38.9	50.0	5.6	5.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./หรือเทียบเท่า	1.7	50.0	40.0	5.0	3.3
ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	5.0	50.0	40.0	5.0	0.0
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	2.1	42.1	43.6	2.1	10.0
สูงกว่าปริญญาตรี	0.0	24.1	44.8	3.4	27.6
กำลังศึกษาอยู่	0.0	55.6	44.4	0.0	0.0

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 18 พบว่า ค่าร้อยละมากสุดคือ 55.6 หมายความว่า ผู้กำลังศึกษามีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ 55.2 หมายความว่า ผู้จบระดับประถมศึกษามีความพึงพอใจในการฟังรายการมากเป็นอันดับรอง

จากตาราง ผู้จบระดับประถมศึกษามีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มากที่สุดจำนวนพอสมควร และมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอื่น เพราะส่วนใหญ่การศึกษาระดับนี้จะเป็นของเกษตรกรซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพหลักกับความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" (ทั้งเนื้อหา รูปแบบ)

อาชีพ	ความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์"				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ข้าราชการ	1.1	42.7	37.1	7.9	11.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.0	29.6	51.9	3.7	14.8
อาชีพอิสระ	4.2	50.0	41.7	4.2	0.0
รับจ้าง	3.8	38.5	46.2	0.0	11.5
นักเรียน/นักศึกษา	3.6	60.7	32.1	0.0	3.6
ค้าขาย	0.0	44.4	55.6	0.0	0.0
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.7	50.0	37.8	2.4	6.1
แม่บ้าน	0.0	42.9	57.1	0.0	0.0
เกษตรกร	20.0	50.0	20.0	0.0	10.0
ว่างงาน	16.7	50.0	16.7	0.0	16.7
ครูสอนศาสนา	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
อื่นๆ	6.7	20.0	60.0	0.0	13.3

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 19 พบว่า ค่าร้อยละมากอันดับแรกคือ 60.7 หมายความว่า นักเรียนหรือนักศึกษามีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ 50.0 หมายความว่า อาชีพอิสระ ลูกจ้างบริษัทเอกชน และคนว่างงาน มีความพึงพอใจในการฟังรายการมากเป็นอันดับรอง

จากตาราง เกษตรกรมีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มากที่สุด จำนวนพอสมควร และมากกว่าอาชีพอื่น เพราะเกษตรกรเป็นอาชีพที่มีเวลาเปิดวิทยุฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มาก

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้หลักต่อเดือนกับความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" (ทั้งเนื้อหา รูปแบบ)

รายได้	ความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์"				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
น้อยกว่า 5,000 บาท	8.3	52.1	31.3	2.1	6.3
5,000-20,000 บาท	2.5	43.3	42.4	3.9	7.9
20,000-50,000 บาท	3.0	40.3	41.8	3.0	11.9
50,000 บาทขึ้นไป	0.0	57.1	42.9	0.0	0.0

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 20 พบว่า ค่าร้อยละมากสุดคือ 57.1 หมายความว่า ผู้มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ 52.1 หมายความว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับรอง

จากตาราง ผู้มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มากที่สุดมีจำนวนพอสมควร และมากกว่าผู้มีรายได้ระดับอื่น เพราะส่วนใหญ่ผู้มีรายได้ระดับนี้จะเป็นเกษตรกรซึ่งมีความพึงพอใจในการฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การนำไปใช้ประโยชน์

ตารางที่ 21 การนำไปใช้ประโยชน์

ข้อความ	การนำไปใช้ประโยชน์					
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	รวม
นำความรู้จากรายการไปใช้ประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ เช่น สอนหนังสือ ช่างซ่อม ฯลฯ	4.6	15.7	32.0	22.8	24.9	100.0
นำความรู้จากรายการไปใช้แก้ปัญหาเครื่องเสียงของตนเอง	10.5	28.6	31.1	14.2	15.7	100.0
นำข้อมูลจากรายการเพื่อนำเครื่องเสียงไปซ่อมยังร้านหรือแหล่งที่รับซ่อมได้สะดวก	7.4	29.8	28.9	14.8	19.1	100.0
นำความรู้จากรายการไปใช้ในการทำธุรกิจเครื่องเสียง	2.5	9.5	16.0	22.5	49.5	100.0
นำความรู้จากรายการไปใช้กับเครื่องเสียงรถยนต์เปิดฟังเพลงเพื่อสร้างความเพลิดเพลิน	23.4	31.4	23.1	6.8	15.4	100.0
นำความรู้จากรายการไปใช้ในการวางแผนจัดซื้อเครื่องเสียงประกอบรถยนต์ เช่น มีงบประมาณอยู่เท่านี้ ต้องการใช้ประโยชน์เท่านี้ จะซื้อเครื่องเสียงยี่ห้ออะไรได้ จะซื้อได้ที่ไหน เป็นต้น	24.0	34.5	19.1	8.3	14.2	100.0
นำความรู้จากรายการไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกหาซื้อเครื่องเสียงประกอบรถยนต์ เพราะได้ฟังยี่ห้อ คุณภาพ และราคาของเครื่องเสียงแต่ละชนิดจากรายการ	22.2	39.4	17.2	6.2	15.1	100.0
นำความรู้จากรายการไปใช้โดยชักนำหรือโน้มน้าวเพื่อให้ผู้อื่นตื่นตัวและเอาใจใส่ในการแสวงหาความรู้เรื่องเครื่องเสียงประกอบรถยนต์มากขึ้น	12.6	24.0	32.9	13.2	17.2	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการนำไปใช้ โดยนำความรู้จากรายการไปใช้ประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ เช่น สอนหนังสือ ช่างซ่อม ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ

32.0 น้อย คิดเป็นร้อยละ 22.8 น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.9 และนำไปใช้ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.6 มาก คิดเป็นร้อยละ 15.7 แสดงว่าอยู่ในระดับต่ำมาก เพราะอยู่ที่ 2.1 คือ ผู้ฟังไม่ใช้ประโยชน์ด้านนี้

กลุ่มตัวอย่างมีการนำไปใช้โดยนำความรู้จากรายการไปใช้แก้ปัญหาเครื่องเสียงของตนเอง ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.1 มาก คิดเป็นร้อยละ 28.6 แสดงว่าอยู่ในระดับสูง เพราะอยู่ที่ 4

กลุ่มตัวอย่างมีการนำไปใช้โดยนำข้อมูลจากรายการเพื่อนำเครื่องเสียงไปซ่อมยังร้านหรือแหล่งที่รับซ่อมได้สะดวกระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 29.8 ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.9 แสดงว่าอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เพราะอยู่ที่ 4

กลุ่มตัวอย่างมีการนำไปใช้โดยนำความรู้จากรายการไปใช้ในการทำธุรกิจเครื่องเสียงระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.5 น้อย คิดเป็นร้อยละ 22.5 และนำไปใช้ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.5 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5 แสดงว่าอยู่ในระดับต่ำมาก เพราะอยู่ที่ 2

กลุ่มตัวอย่างมีการนำไปใช้โดยนำความรู้จากรายการไปใช้กับเครื่องเสียงรถยนต์เปิดฟังเพลงเพื่อสร้างความเพลิดเพลินระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 31.4 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.4 แสดงว่าอยู่ในระดับสูงมาก เพราะอยู่ที่ 4, 5

กลุ่มตัวอย่างที่มีการนำไปใช้โดยนำความรู้จากรายการไปใช้ในการวางแผนจัดซื้อเครื่องเสียงระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 34.5 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.0 และนำไปใช้ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.2 น้อย คิดเป็นร้อยละ 8.3 แสดงว่าอยู่ในระดับสูงมาก เพราะอยู่ที่ 4, 5

กลุ่มตัวอย่างมีการนำความรู้จากรายการไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกหาซื้อเครื่องเสียงประกอบรถยนต์ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 39.4 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.2 แสดงว่าอยู่ในระดับสูงมาก เพราะอยู่ที่ 4, 5

กลุ่มตัวอย่างมีการนำความรู้จากรายการไปใช้โดยชักนำหรือโน้มน้าวเพื่อให้ผู้อื่นตื่นตัวหาความรู้เครื่องเสียงรถยนต์ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 32.9 มาก คิดเป็นร้อยละ 24.0 แสดงว่าอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เพราะอยู่ที่ 4

ข้อสังเกต มีการนำความรู้จากรายการไปใช้ในการวางแผนจัดซื้อเครื่องเสียงประกอบรถยนต์มากเป็นอันดับ 1 นำความรู้จากรายการไปใช้กับเครื่องเสียงรถยนต์เปิดฟังเพลงเพื่อสร้างความเพลิดเพลินมากเป็นอันดับสอง และนำความรู้จากรายการไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกหาซื้อเครื่องเสียงประกอบรถยนต์เพราะได้ฟังยี่ห้อ คุณภาพ และราคา มากเป็นอันดับสาม

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบค่าร้อยละของการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ของสถานีวิทยุ สวพ.91 จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพหลัก	การนำไปใช้ประโยชน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ข้าราชการ	4.5	24.7	32.6	23.6	14.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.7	29.6	33.3	11.1	22.2
อาชีพอิสระ	4.2	20.8	54.2	16.7	4.2
รับจ้าง	7.7	38.5	34.6	0.0	19.2
นักเรียน/นักศึกษา	0.0	35.7	46.4	10.7	7.1
ค้าขาย	0.0	44.4	55.6	0.0	0.0
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.7	39.0	42.7	6.1	8.5
แม่บ้าน	0.0	28.6	57.1	14.3	0.0
เกษตรกร	10.0	30.0	50.0	0.0	10.0
ว่างงาน	16.7	66.7	0.0	0.0	16.7
ครูสอนศาสนา	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
อื่นๆ	0.0	26.7	20.0	40.0	13.3

จากตารางที่ 22 ค่าร้อยละมากสุดคือ 66.7 หมายความว่า คนว่างงานนำไปใช้ประโยชน์มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ 57.1 หมายความว่า แม่บ้านนำไปใช้ประโยชน์ปานกลาง

จากตาราง คนว่างงานนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดจำนวนพอสมควร มากกว่าอาชีพหลักอื่น เพราะคนว่างงานมีเวลาฟังรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" มาก จึงนำเอาความรู้จากการฟังรายการไปใช้มาก

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบค่าร้อยละของการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ของสถานีวิทยุ สวพ.91 ในด้านวางแผนจัดซื้อเครื่องเสียงรถยนต์ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบ

อาชีพหลัก	การวางจัดซื้อเครื่องเสียงรถยนต์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ข้าราชการ	18.0	31.5	16.9	14.6	19.1
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7.4	48.1	18.5	3.7	22.2
อาชีพอิสระ	25.0	45.8	20.8	4.2	4.2
รับจ้าง	26.9	34.6	15.4	3.8	19.2
นักเรียน/นักศึกษา	32.1	17.9	28.6	14.3	7.1
ค้าขาย	33.3	44.4	22.2	0.0	0.0
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	32.9	35.4	17.1	3.7	11.0
แม่บ้าน	28.6	14.3	42.9	14.3	0.0
เกษตรกร	30.0	50.0	10.0	0.0	10.0
ว่างงาน	50.0	16.7	16.7	0.0	16.7
ครูสอนศาสนา	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
อื่น ๆ	0.0	33.3	20.0	20.0	26.7

จากตารางที่ 23 พบว่า ค่าร้อยละมากสุด คือ 50.0 หมายความว่า คนว่างงานใช้วางแผนจัดซื้อเครื่องเสียงมากสุด ครูสอนศาสนาและเกษตรกรใช้วางแผนจัดซื้อเครื่องเสียงมาก ค่าร้อยละระดับรองคือ 48.1 หมายความว่า พนักงานรัฐวิสาหกิจใช้วางแผนจัดซื้อเครื่องเสียงรถยนต์มากเป็นระดับรอง ค่าร้อยละน้อยสุดคือ 3.7 หมายความว่า พนักงานรัฐวิสาหกิจใช้วางแผนจัดซื้อเครื่องเสียงรถยนต์น้อยเป็นลำดับสุดท้าย

จากตาราง คนว่างงานครึ่งหนึ่งนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนจัดซื้อเครื่องเสียงติดรถยนต์มากที่สุด เพราะคนว่างงานมีเวลาในการฟังรายการมาก

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบค่าร้อยละของการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรายการ "ไฮไฟประดับยนต์" ของสถานีวิทยุ สวพ.91 ในด้านใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกหาเลือกซื้อเครื่องเสียงประกอบรถยนต์ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบ

อาชีพหลัก	ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกหาเครื่องเสียงรถยนต์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ข้าราชการ	18.0	32.6	16.9	10.1	22.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.7	44.4	25.9	3.7	22.5
อาชีพอิสระ	25.0	45.8	25.0	0.0	4.2
รับจ้าง	23.1	46.2	11.5	0.0	19.2
นักเรียน/นักศึกษา	25.0	42.9	10.7	14.3	7.1
ค้าขาย	33.3	44.4	22.2	0.0	0.0
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	29.3	41.5	13.4	4.9	11.0
แม่บ้าน	28.6	28.6	28.6	14.3	0.0
เกษตรกร	40.0	40.0	10.0	0.0	10.0
ว่างงาน	33.3	33.3	16.7	0.0	16.7
ครูสอนศาสนา	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
อื่น ๆ	6.7	26.7	33.3	6.7	26.7

จากตารางที่ 24 พบว่า ค่าร้อยละมากสุด คือ 100.0 หมายความว่า ครูสอนศาสนาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกหาเครื่องเสียงรถยต์มาก ค่าร้อยละระดับรองคือ 45.8 หมายความว่า ผู้มีอาชีพรับจ้างใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกหาเครื่องเสียงรถยนต์มากเป็นระดับรอง ค่าร้อยละน้อยสุดคือ 3.7 หมายความว่า พนักงานรัฐวิสาหกิจใช้ประกอบในการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกหาเครื่องเสียงรถยนต์มากสุดเป็นระดับน้อยสุด คือ น้อยที่สุดนั่นเอง

จากตาราง เกษตรกรมากพอสมควรนำไปใช้ประโยชน์ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกหาเครื่องเสียงรถยนต์มากที่สุด เพราะว่าเกษตรกรจะฟังตั้งแต่ต้นจนจบ รู้เนื้อหาสาระเป็นอย่างดี จึงนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกหาเครื่องเสียงรถยนต์