

กลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก
STRATEGIC MANAGEMENT OF RADIO BROADCASTING MEDIA
IN THE EASTERN REGION OF THAILAND

จุฑามาศ อินทร์จันทร์¹ จำเริญ คังคะศรี² ภุริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา³ และ นิสากร ยินดีจันทร์⁴

Jutamas Inchan, Chamroen Khangkhasri, Phuriphat Kaewtatanawantana

and Nisakorn Yindeechan

Article History

Received: 22-03-2025; Revised: 17-08-2025; Accepted: 24-08-2025

<https://doi.org/10.14456/jsmt.2025.12>

บทคัดย่อ

บทนำ: การแข่งขันของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกรุนแรงเนื่องจากมีสถานีจำนวนมากแย่งชิงงบประมาณที่จำกัด ผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์บริหารและการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน และรักษฐานผู้ฟัง **วัตถุประสงค์การวิจัย:** 1) ศึกษาปัญหาและแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการองค์กรสื่อวิทยุกระจายเสียง 3) พัฒนารูปแบบกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียง **ระเบียบวิธีวิจัย:** ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้ฟังจำนวน 392 คน วิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, Chi-square, One-way ANOVA และวิธีเชฟเฟ่ ส่วนวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและระดมสมองจากผู้บริหารและนักวิชาการใน 4 จังหวัดภาคตะวันออก จำนวน 30 คน **ผลการวิจัย:** 1) จำนวนผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงลดลง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุปรับตัวไม่ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว 2) เทคโนโลยีการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วทำให้ผู้ฟังปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปใช้สื่อออนไลน์แทน 3) กลยุทธ์การจัดการควรมุ่งพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีให้บุคลากรและผลิตเนื้อหาทันสมัยสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ฟัง ผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางพัฒนาการจัดการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของผู้ฟัง ช่วยให้วิทยุกระจายเสียงมีส่วนแบ่งการตลาดและรายได้เพิ่มขึ้น รวมถึงประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ **สรุป:** ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกต้องปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัลเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Doctoral, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

E-mail: tomvdpromotion@gmail.com *Corresponding Author

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Asst. Prof. Ph.D., Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

³⁻⁴อาจารย์ ดร.คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer Dr., Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

โดยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาปรับใช้และพัฒนาเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังปัจจุบัน สถานีวิทยุจะสามารถรักษาความสำคัญในภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปแม้จะเผชิญกับความท้าทายจากแพลตฟอร์มออนไลน์

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ; รูปแบบกลยุทธ์; วิทยุกระจายเสียง; ภาคตะวันออก

ABSTRACT

Introduction: Competition among radio broadcasting media in the Eastern region is intense due to numerous stations competing for limited advertising budgets. Operators need to adjust management and marketing strategies to increase competitive efficiency and maintain their listener base. **Research Objectives:** 1) To study problems and strategic management approaches of radio broadcasting media in the Eastern region; 2) To analyze factors affecting the management of radio broadcasting media organizations; 3) To develop strategic management models for radio broadcasting media in the Eastern region. **Methodology:** A mixed-methods approach was employed. Quantitative research collected data from 392 operators, executives, and listeners of radio broadcasting in the Eastern region. The data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, t-test, Chi-square, One-way ANOVA, and Scheffe's method. Qualitative research utilized in-depth interviews and brainstorming sessions with 30 radio broadcasting executives and academics from four Eastern provinces. **Results:** 1) The number of radio broadcasting listeners has decreased, and most operators are elderly who cannot adapt to rapidly changing communication technologies; 2) Convenient and rapid communication technologies have caused listeners to shift their behavior toward consuming online media instead; 3) Strategic management should focus on developing technological skills for personnel and producing modern content that aligns with the online media consumption behavior of contemporary listeners. This research provides guidelines for developing radio programming that corresponds to the media consumption behaviors and online media usage of listeners, helping radio broadcasting to increase market share and revenue, as well as achieve success in business operations. **Conclusion:** The findings suggest that radio broadcasting in the Eastern region must undergo digital transformation to remain competitive. By adopting technological innovations and adapting content to match current audience preferences, radio stations can maintain relevance in the evolving media landscape despite the challenges posed by online platforms.

Keywords: Management; Strategic Model; Radio Broadcasting; Eastern Region

1. บทนำ

จากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการจัดการวิทยุกระจายเสียงแล้ว จึงทำให้รูปแบบของการจัดการบริหารงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงจะต้องปรับตัว นำเอาเทคโนโลยีทางการสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ด้วยจุดแข็งของสื่อวิทยุที่สื่ออื่นไม่มีคือความผูกพัน มีความสัมพันธ์ระหว่างคนฟังกับดีเจผู้ดำเนินรายการ ทำให้สื่อวิทยุกระจายเสียงไม่ตายจากสังคม เพียงแต่เปลี่ยนจากการฟังผ่านเครื่องรับวิทยุเพียงอย่างเดียว มาฟังผ่านช่องทางอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นมือถือ คอมพิวเตอร์ กลายเป็นข้อดีที่ทำให้วิทยุไม่ได้ตายไป แต่ทำให้วิทยุฟังได้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีช่องทางให้ผู้ฟังสามารถโต้ตอบกลับผู้จัดรายการได้อย่างสะดวกมากด้วยเช่นกัน

สื่อวิทยุกระจายเสียงมีการนำเอาเทคโนโลยีทางการสื่อสารต่าง ๆ มาช่วยจัดการกลยุทธ์การบริหาร ผู้ประกอบการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงจึงต้องวางกลยุทธ์การตลาดและสร้างสรรค์รายการวิทยุให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ฟังในยุคดิจิทัล ด้วยการคัดเลือกสรรกลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสานโดยการใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อ เพื่อบูรณาการสื่อต่าง ๆ ให้เชื่อมโยงกับเนื้อหาที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตผู้ฟังในยุคดิจิทัลและเกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารมากที่สุด (Deewong, 2016) โดยสามารถใช้ประโยชน์จากการเห็นภาพของการจัดรายการมาสร้างเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับผู้ฟัง ทั้งในรายการแบบ Real Time และกิจกรรมนอกสถานีต่างๆ ก็มีเพิ่มมากขึ้น เพื่อแข่งขันเป็นผู้นำในการครองใจผู้ฟังเป้าหมายให้มากที่สุด

ช่วงผ่านมาที่ผู้ประกอบการธุรกิจคลื่นวิทยุนี้ มีแนวโน้มของรายได้และกำไรที่ลดลง ขาดทุนต่อเนื่องเพราะมีปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงหลายประการ โดยมีปัจจัยสำคัญ 3 ประการคือ การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ เข้ามามีบทบาททางการสื่อสารทำให้ไม่จำเป็นที่จะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์กลายเป็นสื่อเก่า (Shaw, 2017) และปัจจัยด้านการกำกับดูแล ซึ่ง กสทช. ที่กำหนดให้มีการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภายใน 4 ปี ตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) สุดท้ายคือวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลให้มูลค่าโฆษณาโดยรวมของอุตสาหกรรมวิทยุกระจายเสียงลดลง และยังส่งผลกระทบต่ออีกส่วนของการบริหารจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ต้องนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชนเข้ามาใช้ในการจัดการ เนื่องจากต้องมีการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้เป็นผลให้สื่อวิทยุกระจายเสียงประสบกับปัญหาการขาดทุนอย่างต่อเนื่อง

การที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้มีการจัดสรรคลื่นความถี่ ให้ผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงยื่นประมูลคลื่นความถี่ในการออกอากาศ โดยมีผู้ได้รับผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง และผู้ทดลองออกอากาศวิทยุกระจายเสียง รวมกันกว่า 4,308 สถานีทั่วประเทศ ทำให้เกิดการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงเนื่องจากมีสถานีวิทยุกระจายเสียงเป็นจำนวนมาก และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแย่งชิงบิโชนะนาสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีอยู่อย่างจำกัด ผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงจึงต้องการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารจัดการสถานี และกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันทางธุรกิจเชิงรุก รวมทั้งเร่งสร้างและรักษฐานผู้ฟังของแต่ละสถานีให้มากยิ่งขึ้น (Annual Report MCOT, 2022)

2. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวิทยุกระจายเสียง พระราชบัญญัติการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แบ่งประเภทของใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์โดยใช้คลื่นความถี่ไว้ดังนี้ (Broadcasting and Television Business Act B.E. 2008)

1. กิจการบริการสาธารณะ 1) สาธารณะประเภทที่ 1 มีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษา ศาสนา ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี วิทยาศาสตร์ 2) สาธารณะประเภทที่ 2 มีวัตถุประสงค์ เพื่อความมั่นคงของรัฐหรือความปลอดภัยสาธารณะ 3) สาธารณะประเภท

ที่ 3 มีวัตถุประสงค์ เพื่อการส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน รัฐสภากับประชาชนสนับสนุนการปกครองระบบประชาธิปไตย กลุ่มคนพิการ คนด้อยโอกาส หรือข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น

2. กิจกรรมบริการชุมชน วัตถุประสงค์เช่นเดียวกับการประกอบกิจการบริการสาธารณะ แต่ต้องเป็นประโยชน์ตามความต้องการชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ

3. กิจกรรมทางธุรกิจ 1) ธุรกิจระดับชาติ สำหรับกิจการพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทุกภาคของประเทศ 2) ธุรกิจระดับภูมิภาค สำหรับกิจการที่ให้บริการในกลุ่มจังหวัด 3) ธุรกิจระดับท้องถิ่น สำหรับกิจการที่มีพื้นที่ให้บริการในจังหวัดโดยลักษณะของวิทยุกระจายเสียงพิจารณาในประเด็นต่าง ๆ คือ 1) รูปแบบ วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อเสียงที่นำเสนอคำพูด (spoken) และเสียงเพลง (song) ในลักษณะรายการต่าง ๆ ซึ่งได้รับการวางแผน กำหนดวิธีการนำเสนอ ด้วยรูปแบบรายการ (format) แบบต่าง ๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ 2) เนื้อหา วิทยุกระจายเสียงนำเสนอเนื้อหาหลายประเภทได้แก่ ข่าว ความรู้ ความบันเทิง การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ โดย (Sukphan, 1979) กำหนดคุณลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียง มีดังนี้สามารถเข้าถึงเป้าหมาย ได้กว้าง ผู้ฟังมีความสุขเพลิดเพลินเหมือนมีส่วนร่วมด้วยกับรายการ ราคาถูกกว่าโทรทัศน์มาก เลือกรับฟังได้มากกว่าสถานีโทรทัศน์ ผู้ฟังรู้สึกคล้ายกับผู้ประกาศวิทยุมาเยือนพูดคุยตรงหน้า มีความรวดเร็วในการเสนอข่าว ผู้ฟังมีความรู้สึกรู้ว่าได้ฟังเรื่องเดียวกันพร้อมๆ กันซึ่งจะทำให้เกิดเพิ่มพูนความเชื่อมั่นในข่าวสารและคำแนะนำทางวิทยุขึ้น ไม่ต้องการด้านเทคนิคมากเท่ากับโทรทัศน์ ผู้ฟังรับฟังได้ตลอดเวลา

Kaewthep (2002) ได้เสนอแนวทางการบริหารจัดการวิทยุกระจายเสียงจะต้องครอบคลุมในประเด็นต่างๆ คือ 1) การบริหารจัดการตัวบุคคล 2) การบริหารจัดการการผลิตรายการ 3) การบริหารจัดการอุปกรณ์สิ่งของ 4) การบริหารจัดการงบประมาณ (Dennis McQuail, 1987) กล่าวว่าโครงสร้างองค์กรนั้น โครงสร้างมีผลกระทบโดยตรงต่อการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งก็จะมีผลต่องานที่ออกมาเช่นเดียวกัน เราจะต้องไม่พิจารณาเพียงแค่องค์กรสื่อเท่านั้นแต่จะต้องมองไปที่ความสัมพันธ์ขององค์กรสื่อกับองค์กรอื่น ๆ ในสังคมด้วย โดยภายในตัวองค์กรสื่อจะต้องประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ การจัดการองค์กร (management) ด้านเทคนิค (technical) ความเป็นมืออาชีพ (media professional) ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นการวางแผนการดำเนินงานขององค์กรที่จะก้าวเดินไปในอนาคต การกำหนดทิศทาง และขอบเขต เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปโดยมีจุดมุ่งหมายให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร องค์ประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์ ต้องประกอบด้วย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ กระบวนการที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ และการประเมินผลการดำเนินงานการที่จะออกมาเป็นกลยุทธ์ได้นั้น จำเป็นต้องมีความเข้าใจในบริบทต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งการที่จะรู้บริบทต่าง ๆ ได้นั้น ก็มาจากการทำ SWOT Analysis ที่เป็นปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อดูสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์ SWOT เป็นการเปรียบเทียบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อช่วยผู้บริหารในการกำหนดกลยุทธ์ เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร หรือ หมายถึง วิธีการซึ่งช่วยผู้บริหารในการกำหนดจุดแข็งขององค์กร

3. ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยในระยะที่ 1 และ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นรวมทั้งการประเมินปัญหาในการจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียง อาศัยข้อมูลใน 2 ลักษณะคือ ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงประจักษ์ แยกการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยเทคนิคในการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) เป็นผู้ประกอบกิจการด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีสถานวิทยุกระจายเสียงตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยคัดเลือก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 20 คน จากจำนวนผู้ประกอบกิจการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออกจำนวนทั้งสิ้น 255 สถานี เป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ เป็นผู้ประกอบกิจการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่ภาคตะวันออกมีประสบการณ์ และทำงานด้านการบริหารจัดการด้านสื่อสารวิทยุกระจายเสียงหรือการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงมาแล้วไม่น้อยกว่า 10 ปี ประเด็นที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การสนทนากลุ่ม (Focus group) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนาของผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก เปิดเวทีให้ผู้ประกอบกิจการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก และโครงสร้างการจัดการรวมทั้งการเสนอแนวทางการจัดการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงร่วมกัน ใช้หลักในการวิเคราะห์ SWOT จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส ปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการกลยุทธ์ของสื่อสารวิทยุกระจายเสียง

โดยมีขอบเขตเนื้อหาที่ทำการศึกษาดังนี้ ได้แก่ ปัญหาทางกลยุทธ์การบริหารจัดการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงโครงสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการของสื่อสารวิทยุกระจายเสียง เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การบริหารจัดการสื่อ และการสื่อสารการตลาดของสื่อสารวิทยุกระจายเสียง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้กลยุทธ์การวิเคราะห์ SWOT ในการวิเคราะห์ปัญหาทางกลยุทธ์การจัดการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก ตามขอบเขตเนื้อหาที่กำหนดไว้ โดยใช้การวิเคราะห์ มีกระบวนการ 4 ขั้นตอน ดังนี้ การตีความข้อมูล (Interpretation) การเปรียบเทียบข้อมูล (Content Comparison) การสร้างข้อสรุป (Generalization) การสังเคราะห์ข้อมูล (Data Synthesis)

ช่วงที่ 2 เป็นการศึกษาถึงสภาพปัญหาทางกลยุทธ์การจัดการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านบุคลากร งบประมาณ การผลิตรายการ เนื้อหา รูปแบบรายการ และเทคโนโลยี รวมไปถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ (Evidence) สืบหาข้อมูลโดยอาศัยข้อมูลจากโครงสร้างการจัดการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก รูปแบบวิธีการในการจัดการสถานีวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก รวมทั้งการศึกษาข้อมูลจากผลงานการวิจัยและสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยระยะที่ 2 เป็นการสร้างและพัฒนาแบบกลยุทธ์การจัดการสื่อสารวิทยุ โดยอาศัยข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่ม (Focus group) ของกลุ่มผู้ประกอบกิจการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกและข้อมูลเชิงประจักษ์ (Evidence) ที่ศึกษาค้นคว้า นำมารวบรวม วิเคราะห์ กำหนดประเด็นและสร้างรูปแบบขึ้นเพื่อเก็บข้อมูล ให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์ด้านกลยุทธ์การจัดการวิทยุกระจายเสียง จำนวน 10 ท่าน แสดงความคิดเห็น แก่ไข้นำไปปรับปรุงรูปแบบกลยุทธ์การบริหารสื่อสารวิทยุกระจายเสียง โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่นำใช้เป็นผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการด้านวิทยุกระจายเสียงหรือทางด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 10 คน มีประสบการณ์ทางด้านวิทยุกระจายเสียงหรือทางด้านนิเทศศาสตร์มาแล้วไม่น้อยกว่า 10 ปีขึ้นไป

การวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยระยะที่ 3 เพื่อประเมินรูปแบบของกลยุทธ์การจัดการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกที่สร้างขึ้นมา หลังจากที่ได้ผู้วิจัยวิเคราะห์ถ่วงน้ำหนักการวิจัยระยะที่ 1 และ 2 จึงได้นำเอาโมเดลรูปแบบที่ค้นพบดังกล่าวมาดำเนินการทดลองใช้รูปแบบของกลยุทธ์การจัดการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในการบริหารจัดการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก และมีการสำรวจและประเมินประสิทธิภาพ การนำเอารูปแบบกลยุทธ์การจัดการดังกล่าวไปปรับใช้ ประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการด้านวิทยุกระจายเสียง เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในองค์กร รวมทั้งความพึงพอใจของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อกลยุทธ์การบริหารจัดการสื่อสารวิทยุกระจายเสียง โดยเลือกผู้ประกอบกิจการสื่อสารวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด จำนวน 4 สถานีวิทยุกระจายเสียง โดยให้สถานีวิทยุกระจายเสียงดังกล่าวมีเงื่อนไขตามที่ผู้วิจัยได้ค้นพบจากโมเดลรูปแบบกลยุทธ์การจัดการดังกล่าวประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ แยกออกเป็น 2 ส่วนคือ ผู้ประกอบกิจการสื่อสารวิทยุกระจายเสียง และผู้ปฏิบัติงานในองค์กรสื่อสารวิทยุกระจายเสียง ที่นำรูปแบบกลยุทธ์การจัดการดังกล่าวไปทดลองใช้ กลุ่มผู้ฟังรายการจากสื่อสารวิทยุกระจายเสียงนำรูปแบบกลยุทธ์การจัดการดังกล่าวไปทดลองใช้

การสุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยแยกออกเป็น 2 ส่วน 1) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการสื่อวิทยุกระจายเสียง และผู้ปฏิบัติงานในองค์กรสื่อวิทยุกระจายเสียง ที่นำรูปแบบกลยุทธ์การจัดการดังกล่าวไปทดลองใช้ เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) 2) กลุ่มผู้ฟังรายการจากสื่อวิทยุกระจายเสียงนำรูปแบบกลยุทธ์การจัดการดังกล่าวไปทดลองใช้ ตามพื้นที่การออกอากาศรอบ ๆ สถานีวิทยุกระจายเสียง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ที่ประชากรมีจำนวนไม่แน่นอน ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร จึงใช้สูตรคำนวณดังนี้ (Srisahad, 1992)

ผู้วิจัยกำหนดให้สัดส่วนประชากรเท่ากับ 0.45 ต้องการระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% กลุ่มตัวอย่างผู้ฟังรายการจากสื่อวิทยุกระจายเสียง จำนวน 380 คน โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ตั้งของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident Sampling) โดยผู้วิจัยได้ออกแจกแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่ด้วยตนเองและเก็บแบบสำรวจเลยในทันที

ขอบเขตการวิจัย

1) ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มตั้งแต่การเตรียมข้อมูล จัดลำดับข้อมูล การสัมภาษณ์ การแจกแบบสอบถาม และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูล ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2565 – พฤศจิกายน 2567

2) ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการวิจัยประกอบกิจการด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีสถานีวิทยุกระจายเสียงตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การวิจัยเชิงคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสนทนากับและการวิเคราะห์ SWOT และเป็นแบบสำรวจข้อมูลเชิงประจักษ์และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก

2) การวิจัยเชิงปริมาณแบบประเมินรูปแบบของกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกที่สร้างขึ้นมาจากที่ผู้วิจัยวิเคราะห์กลั่นกรองจากการวิจัยระยะที่ 1 และ 2 จึงได้นำเอาโมเดลรูปแบบที่ค้นพบดังกล่าวมาดำเนินการทดลองใช้รูปแบบของกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในการบริหารจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก และมีการสำรวจและประเมินประสิทธิภาพ การนำเอารูปแบบกลยุทธ์การจัดการดังกล่าวไปปรับใช้ ประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการด้านวิทยุกระจายเสียง เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในองค์กร รวมทั้งความพึงพอใจของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อกลยุทธ์การบริหารจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียง

การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บข้อมูลสนทนากับและการวิเคราะห์ SWOT และเป็นแบบสำรวจข้อมูลเชิงประจักษ์และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญและทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลที่ได้ จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อจำแนกตีความข้อมูล (Interpretation) การสังเคราะห์ข้อมูล (Data Synthesis) และสรุปตามวัตถุประสงค์และนำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม สำรวจและประเมินประสิทธิภาพ การนำเอารูปแบบกลยุทธ์การจัดการดังกล่าวไปปรับใช้ ประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการด้านวิทยุกระจายเสียง เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในองค์กร รวมทั้งความพึงพอใจของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อกลยุทธ์การบริหารจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงสถิติที่ใช้ในการศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาที่พบในการจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียง จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยพบว่า ปัญหาของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนพฤติกรรมการรับสื่อของผู้บริโภค ทำให้มีช่องทางในการติดตามข่าวสารและความบันเทิงที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของสื่อวิทยุกระจายเสียงลดลงอย่างมากรายได้จากสื่อวิทยุกระจายเสียงจึงลดน้อยลง และอีกปัญหาเรื่องบุคลากรของสื่อวิทยุกระจายเสียงที่โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีอายุมาก ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรสื่อวิทยุกระจายเสียงมาอย่างยาวนานกล่าวได้ว่าเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงอย่างมา แต่ก็ยังมีปัญหาที่สำคัญคือการปรับตัวให้ก้าวทันกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้การดำเนินงานในยุคปัจจุบันไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

2. รูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผู้วิจัยสร้างจากการศึกษาวิจัยนั้น พบว่ารูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ความสำคัญกับองค์ประกอบใหญ่ ๆ 4 องค์ประกอบ (ดังที่ได้แสดงในวงล้อกลยุทธ์การบริหารจัดการของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

2.1 การบริหารจัดการบุคลากร ซึ่งบุคลากรขององค์กรด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงนั้นเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และมีความสามารถในด้านสื่อวิทยุกระจายเสียง มีความรักและชอบในงานทางด้านสื่อวิทยุกระจายเสียง อีกทั้งยังมีช่างเทคนิคและห้องปฏิบัติการที่ใช้ในการแก้ไขปัญห และบุคลากรหนึ่งคนมีความสามารถที่จะปฏิบัติหน้าที่ในสถานี่ได้หลายรูปแบบ แต่ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้ององค์กรจะต้องมีการส่งเสริมทักษะความรู้ใหม่ ๆ ให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ และเปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์กรเสนอความคิดเห็นในการปฏิบัติงานอยู่เสมอเพื่อนำเอาข้อคิดเห็นต่าง ๆ มาปรับปรุงการดำเนินงานให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 การบริหารจัดการงบประมาณ ซึ่งประกอบด้วยส่วนของการจัดหารายได้เพิ่มเติมจากช่องทางอื่น ๆ และการบริหารจัดการรายจ่ายให้เกิดความสมดุล โดยการใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการจัดการองค์กรช่วยลดรายจ่ายบางส่วน ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมระบบการออกอากาศระยะไกล ช่วยลดต้นทุนในการเดินทางและรายจ่ายด้านบุคลากรบางส่วนได้ การสตรีมมิงวิทยุออนไลน์ผ่านเครือข่ายออนไลน์ช่วยเพิ่มรายได้และความน่าเชื่อถือจากผู้ลงโฆษณาส่งผลต่อรายรับขององค์กร

2.3 การบริหารจัดการรูปแบบและเนื้อหาการรายการ ซึ่งประกอบด้วยการผลิตเนื้อหาการรายการที่มีความเหมาะสมกับยุคสมัย ถูกต้องตามระเบียบ กฎหมาย ในการออกอากาศ ไม่กระทบหรือก่อผลเสียต่อสังคมทำให้การดำเนินการออกอากาศเป็นไปอย่างราบรื่นไม่ก่อให้เกิดปัญหา และการจัดการเนื้อหาการรายการที่มีความหลากหลาย เหมาะสมกับทุกช่วงวัยจะช่วยดึงดูดกลุ่มผู้ฟังได้อย่างมาก รวมไปถึงการทำให้รูปแบบรายการมีความน่าสนใจมีช่องทางในการออกอากาศที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น ทั้งการออกอากาศระบบวิทยุกระจายเสียงภาคพื้นดินในระบบเดิม การออกอากาศผ่านช่องทางวิทยุออนไลน์ การออกอากาศผ่านระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์

2.4 การบริหารจัดการเทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วยระบบเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่นำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการองค์กรและเทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมระบบการสื่อสารทางไกลผ่านระบบออนไลน์ การออกอากาศผ่านเครือข่ายออนไลน์ การเชื่อมโยงสัญญาณระหว่างสถานีวิทยุกระจายเสียง และการบริหารจัดการองค์กรการใช้ระบบออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารในองค์กรและนอกองค์กรทำให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การใช้ระบบจัดทำผังรายการวิทยุออนไลน์ซึ่งทำให้ทั้งผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหาร และผู้ลงโฆษณาสามารถตรวจสอบและตัดสินใจดำเนินงานได้ตลอดเวลา

3. ประเมินรูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผู้ประกอบกิจการด้านวิทยุกระจายเสียง บุคลากร ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ในระดับมาก กลุ่มผู้ฟังมีพฤติกรรมมารับฟังรายการของทางสถานีวิทยุสัมพันธ์จันทบุรี ความถี่ FM 103.75 MHz. อยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มผู้ฟังมีความพึงพอใจองค์ประกอบด้านรายการรวม องค์ประกอบด้านเทคนิคและเทคโนโลยี อยู่ระดับมาก

5. อภิปรายผล

ผู้วิจัยขออภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก จากการวิจัย พบว่า ปัญหาของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเด็นที่สำคัญคือ ปัญหาด้านบุคลากร งบประมาณ เนื้อหาและรูปแบบรายการ และปัญหาด้านเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (Kiewsrikul, 2019) ในเรื่องของการบริหารจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียง ว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงต้องปรับโครงสร้างองค์กร ปรับตำแหน่งงาน ปรับกลุ่มงาน ให้รองรับการผลิตและเผยแพร่บนสื่อใหม่ที่มีหลายช่องทาง โดยโครงสร้างองค์กรต้องมีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างคล่องตัว มีแผนการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลง โดยปรับกระบวนการคิดของบุคลากรทุกคนในองค์กรทุกระดับ ทั้งระดับบริหารและพนักงานให้เข้าใจการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อรองรับการแข่งขันในยุคปัจจุบัน เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานของบุคลากรที่มีอยู่เดิม ให้มีทักษะที่หลากหลาย (Multi skills) มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี การรับคนใหม่เข้ามาปฏิบัติงานต้องมีทักษะหลากหลายสามารถปรับตัวเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และปรับปรุงกฎระเบียบภายในองค์กรให้เอื้อประโยชน์ต่อการแข่งขัน เพราะผู้บริโภคสามารถรับฟังวิทยุกระจายเสียงได้ตลอดเวลา การออกอากาศในระบบเดิม ควบคู่ไปกับการออกอากาศออนไลน์ยังทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Sukhonthajorn & Kaewseenual, 2018) เรื่องแนวโน้มการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียง โดยทำการศึกษาสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมา พบว่า การปรับตัวในยุคหลอมรวมสื่อต้องประกอบด้วย การปรับตัวทางด้านช่องทางการสื่อสาร โครงสร้างองค์กร รูปแบบการทำงาน การนำเสนอเนื้อหา เพื่อขยายช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี ส่งผลให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ของทีมงาน ต้องมีการเรียนรู้เทคโนโลยีการสื่อสารให้ก้าวหน้า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ฟังในปัจจุบัน โดยทีมงานสื่อใหม่มีอิสระในการทำงาน ด้วยการคิดเนื้อหาในการเสนอในสื่อใหม่มากขึ้น มีการปรับตัวด้วยการสร้างรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายมากขึ้น ปรับวิธีการนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับจุดเด่นของแต่ละสื่อ โดยเน้นถึงความรู้สึก “ง่าย” ในเรื่องราวที่นำเสนอส่งผลให้ผู้อ่านมีความสะดวกในการติดต่อกับทีมงานด้วยช่องทางสังคมออนไลน์อีกด้วย การนำเอาเทคโนโลยีมาเสริมสร้างและเพิ่มคุณภาพในการผลิตข่าวสาร การสร้างสรรค์รายการและการเพิ่มช่องทางการออกอากาศแต่ด้านเนื้อหาจะต้องเป็นสื่อหลักสำคัญในการนำเสนอข่าวสารที่เป็นแกนหลัก ที่มีความน่าเชื่อถือ และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการขยายเครือข่ายในชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการสนับสนุนการผลิตเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะโดยแท้จริงในอันที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กรนั่นเอง

สำหรับปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก พบว่า ส่วนใหญ่ประสบกับปัญหาด้านบุคลากรที่ขาดทักษะความรู้ด้านการจัดการเทคโนโลยี การเข้ามาของสื่อออนไลน์ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลง ทำให้รายได้ขององค์กรลดลงส่งผลให้องค์กรไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงข้อจำกัดทางเนื้อหาและรูปแบบรายการที่ขัดต่อกฎระเบียบ ข้อบังคับ ของสำนักงาน กสทช. ส่งผลให้การดำเนินไม่ราบรื่น ซึ่งสามารถแยกปัญหาออกเป็นด้านย่อย ๆ ได้ดังนี้ ปัญหาด้านบุคลากร ด้านงบประมาณด้านเนื้อหาและรูปแบบรายการ ด้านเทคโนโลยี มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา

สร้างและพัฒนาารูปแบบของกลยุทธ์การบริหารจัดการของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงขึ้นมา โดยให้ชื่อว่า “กลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก” ซึ่งเป็นโมเดลที่ได้ผสานแนวคิดโมเดลรูปแบบการบริหารจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงตามแนวคิดของ (Kiewsrikul, 2019) โมเดลรูปแบบการบริหารจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงตามแนวคิดของนักวิชาการจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และแนวคิดรูปแบบการบริหารจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงตามแนวคิดของผู้วิจัย

6. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สำหรับรูปแบบกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผู้วิจัยได้พัฒนาและปรับปรุงขึ้นนั้นได้นำไปทดลองใช้กับสถานีวิทยุกระจายเสียงสัมพันธ์จันทร์ คลื่นความถี่ FM 103.75 MHz. โดยมีการจัดการคือ มีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับผู้บริหาร บุคลากร เจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงานในสถานีวิทยุกระจายเสียง โดยกำหนดหลักสูตรออกเป็น 2 หลักสูตรการประเมินรูปแบบกลยุทธ์การจัดการของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ได้จากการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบกิจการด้านวิทยุกระจายเสียง บุคลากร ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในระดับมาก โดยเพศ และอายุ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการด้านวิทยุกระจายเสียง บุคลากร ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร แต่สถานภาพในองค์กร ระดับการศึกษา และรายได้ ของประกอบกิจการด้านวิทยุกระจายเสียง บุคลากร ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร มีผลต่อความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การทดลองใช้โมเดลกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงดังกล่าวควรมีการนำไปทดลองใช้ในรูปแบบสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีความแตกต่างกัน หลายหลายพื้นที่เพื่อให้ได้ผลการทดลองที่มีความหลากหลายและได้กลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในองค์กรสื่อวิทยุกระจายเสียงต่าง ๆ ที่มีบริบทแตกต่างกัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาต่อยอดในองค์ประกอบอื่นที่เกี่ยวข้องนอกเหนือจากองค์ประกอบที่ผู้วิจัยทำการศึกษาซึ่งจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมองค์ประกอบได้หลากหลายและได้ผลการวิจัยที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาองค์ประกอบทางด้านการตลาดควบคู่ไปด้วยเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความสมบูรณ์แบบครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

REFERENCE

- Broadcasting and Television Business Operations Act B.E. 2551 (2008). (2008). *Royal Thai Government Gazette*, Vol. 125, Part 27A, pp. 1–21.
- Deewong, P. (2016). Marketing communications strategy in radio station in digital era. *Phranakhon Rajabhat Research Journal: Humanities and Social Sciences*, 11(1), 217–228. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/article/view/47235/50077
- Deewong, P. (2019). Adaptation of radio broadcasting in the media convergence era. *Journal of Mass Communication*, 7(1), 25–27.
- Kaewthep, K., et al. (2012). *Ole media–New media: Semiotics, identity, ideology*. Metheevijai-Arviso Project.
- Kieosrikul, R. (2019). *Development of a management model for radio broadcasting*. [Unpublished doctoral dissertation]. Sukhothai Thammathirat Open University.
- MCOT Public Company Limited. (2022). *Annual information form/Annual report 2022*. MCOT Public Company Limited.
- McQuail, D. (1987). *Mass communication theory: An introduction* (2nd ed.). Sage Publications.

- Shaw, K. (2017). Opinion of media professionals towards their roles as social school. *Panyapiwat Journal*, 9(2), 185–196.
- Srisuksaard, B. (1992). *Basic principles of research* (3rd ed.). Suviriyasarn.
- Sukphun, B. (1979). *Radio and television in Thailand: Laws and regulations on radio and television, 1955–1979*. Thammasat University Press.
- Sukhonthajorn, J., & Kaewseenual, L. (2017). The strategic management of the National Broadcasting Services of Thailand in Nakhon Si Thammarat Province in media convergence era. *Journal of Management Sciences Suratthani Rajabhat University*, 5(1), 81–106. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msj/article/view/129924/97596>