ชื่อวิทยานิพนธ์ การจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
ผู้วิจัย นางสาวปุณณภา ศุภตระการสุข **รหัสนักศึกษา** 2511500924 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร. วิทยาธร ท่อแก้ว (2) รองศาสตราจารย์ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน
ปีการศึกษา 2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การกำหนดทิศทางขององค์กรเกี่ยวกับปรัชญา พันธกิจ วิสัยทัศน์ นโยบาย และเป้าหมายเชิงธุรกิจ (2) กลยุทธ์ ยุทธวิธีการจัดการธุรกิจเกี่ยวกับคน เทคโนโลยี รายการ และการตลาด (3) ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหา และแนวทางแก้ไขในการจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารของสถานีวิทยุกระจายเสียงกระแสหลักและวิทยุชุมชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 5 คน โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า (1) ทิศทางขององค์กรมีปรัชญา คือ การจัดการเป็นการคิดสร้างสรรค์ ทำงานแบบมืออาชีพ เป็นองค์กรแห่งการส่งเสริมสังคมอุดมปัญญา กำหนดโดยสถานีวิทยุและหน่วยงานส่วนกลาง มีพันธกิจในการให้ข้อมูลข่าวสาร มีวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี กำหนดวิสัยทัศน์โดยนายสถานี และวิทยุกระแสหลักมีหน่วยงานส่วนกลางเป็นผู้กำหนด มีวิธีขับเคลื่อนวิสัยทัศน์โดยการประชุมและมอบหมายงานให้แต่ละคนทำตามหน้าที่สำหรับสถานีวิทยุชุมชน และขับเคลื่อนตามสายการบังคับบัญชาสอดคล้องนโยบายขององค์กรสำหรับวิทยุกระแสหลัก ส่วนนโยบายการจัดการธุรกิจ คือ การเป็นผู้นำธุรกิจสื่อสารมวลชนครบวงจร เป็นสื่อวิทยุกระจายเสียงแห่งการสร้างสรรค์และพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง และเป็นสื่อที่สร้างผลกำไร สร้างกลุ่มผู้ฟัง และสร้างชื่อเสียง (2) กลยุทธ์การจัดการธุรกิจด้านคน คือ ใช้คนที่มีคุณภาพสูง มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์สูง มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยสนับสนุนการทำงานและการจัดรายการ ส่วนด้านการตลาดต้องพัฒนาเงื่อนไขต่าง ๆในการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความได้เปรียบ แตกต่าง เหนือคู่แข่งขัน มีความยืดหยุ่นสูงในการขายและการให้บริการ โดยมียุทธวิธีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งภายในองค์กร การวิเคราะห์อุปสรรคและโอกาสที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก และกลยุทธ์ที่ผู้บริหารกำหนด ทุกคนในองค์กรรวมพลังกันเพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมาย เพิ่มพูนทักษะประสบการณ์ของทีมงาน มีความสัมพันธ์ภายในเสมือนสมาชิกในครอบครัว สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพิ่มเงื่อนไขการให้บริการในรูปแบบส่วนลด ส่วนแถม และพัฒนารายการให้มีความนิยมสูง (3) ปัจจัยความสำเร็จ คือ บุคลากรที่มีคุณภาพ เทคโนโลยีผลิตและการออกอากาศที่ดี มีเงินลงทุนที่เพียงพอ สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคม บุกเบิกตลาดใหม่ รักษาตลาดเก่า สร้างคนรุ่นใหม่ ๆ ปัญหา คือ กฎหมายและระเบียบที่กำกับในการทำงานไม่ชัดเจนเพราะอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่าน แรงกดดันทางสังคมและลูกค้าที่คาดหวังจากผลงานจากสถานี คลื่นวิทยุชุมชนรบกวนคลื่นสถานีวิทยุหลัก และการบริหารงานและวิธีการดำเนินธุรกิจของสถานีวิทยุไม่ชัดเจนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามผู้บริหารใหม่ แนวทางแก้ไขปัญหา คือ สร้างผลงานของสถานีให้เป็นที่ประจักษ์ ควบคุมการรบกวนของคลื่น สร้างความเป็นทีมมืออาชีพ ปรับทัศนคติให้เป็นบวกทั้งฝ่ายบริหารและพนักงาน ยึดการบริหารงานตามแผนธุรกิจ

คำสำคัญ การจัดการธุรกิจ สถานีวิทยุกระจายเสียง

Thesis title: Business Management of Radio Stations in Surat Thani Province
Researcher: Miss Punnapa Suptrakansuk; **ID:** 2511500924;
Degree: Master of Communication Arts; **Thesis advisors:** (1) Dr. Wittayatorn Torkaew, Associate Professor; (2) Natthawat Suttiyotin, Associate Professor; **Academic year:** 2012

Abstract

The objectives of this research were to study: (1) the organizational steering (setting of philosophy, mission, vision, policies and business goals); (2) the business strategies and tactics for managing people, technology, programs and marketing; and (3) the factors of success, problems and approaches to solving the problems of business management of radio stations in Surat Thani Province.

This was a qualitative research. The 5 key informants, chosen through purposive sampling, were executives of mainstream or community radio stations in Surat Thani Province. Data were collected using an in-depth interview form and analyzed using descriptive analysis.

The results showed that: (1) The organizational philosophy of the radio stations studied was to use creative management, to be professional, and to promote an intellectually rich society. The philosophy was set by the radio stations or a central agency. Their mission was to disseminate news and information. Their vision was to be a leading radio station in Surat Thani. This vision was set by the station master or by a central agency in the case of mainstream radio stations. At community radio stations the vision was driven by holding meetings and assigning work, and at mainstream radio stations the mission was driven by the chain of command in compliance with the organizational policies. Their business management policies were to be full spectrum mass media leaders, to be creative radio stations, to develop unceasingly, to build profits, to build listener groups and to build a reputation. (2) Their personnel management strategy was to hire high-quality personnel with a high level of knowledge, abilities and experience. Their technology management strategy was to have modern technology to support the work and programming. For market management, the stations aimed to develop conditions that would promote sales, create competitive advantage and differentiate the product, while remaining highly flexible in sales and service. They used tactics of analyzing their strengths and weaknesses along with external opportunities and threats. The strategies that the administrators set were to have everyone work together to meet goals, to build the team's skills and experience, to treat each other like family, to build good relationships with clients, to offer new service terms like price reductions or free gifts, and to make the programs more popular. (3) The keys to success were quality personnel, good production and broadcasting technology, sufficient capital, good organizational culture building, social responsibility, penetration of new markets, maintenance of old markets, and building up new generations of people. Problems were the ambiguous state of broadcasting laws that are in the process of changing, pressure from the expectations of customers and society, signal interference, and changes in work methods and management when administrators change. Approaches to solve the problems are to create work that will give the station a good image, to put controls on signal interference, build greater professional teamwork, change the attitudes of both administrators and operations level workers to be more positive, and stick to the business plan.

Keywords: Business management, Radio station