

บทที่ 1

บทนำ

การศึกษาเรื่อง “การจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการกำหนดทิศทางของสถานีวิทยุกระจายเสียงเกี่ยวกับปรัชญา พันธกิจ วิสัยทัศน์ นโยบาย และเป้าหมายเชิงธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ศึกษากลยุทธ์ ยุทธวิธีการจัดการธุรกิจ เกี่ยวกับคน เทคโนโลยี รายการและ การตลาด และศึกษาปัจจัยความสำเร็จ ปัญหา และแนวทางการจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นบทนำ ประกอบด้วย ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด สมมติฐานการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิทยุกระจายเสียง เป็นระบบการสื่อสารมวลชนชนิดสำคัญแห่งยุค เนื่องจากเป็นสื่อของการสื่อสารมวลชนที่อยู่ใกล้ชิดผู้รับสาร และมีประสิทธิภาพในการส่งข่าวสาร จากแหล่งเดียวไปสู่ผู้รับสารเป็นจำนวนมากในคราวเดียวกัน ทำให้ค่าใช้จ่ายในการรับข่าวสาร โดยเฉลี่ยแต่ละคนมีราคาถูกมากกว่าสื่อชนิดอื่น เป็นระบบของการส่งข่าวสาร ทั้งเพื่อการบันเทิง การศึกษา ข่าวสารทั่วไป โฆษณา สินค้า และโฆษณาชวนเชื่อสู่มวลชนอย่างกว้างขวางตลอดมา

ด้วยลักษณะอันสามารถดึงดูดความสนใจจากมวลชน เพราะผู้รับข่าวสารสามารถรับฟังเสียง และสะดวกต่อการเปิดรับข่าวสาร จึงถือว่าวิทยุกระจายเสียงเป็นรูปแบบของสื่อไฟฟ้าที่สำคัญอย่างยิ่ง ทั้งในอดีตและปัจจุบัน

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่มีหน้าที่สำคัญในการให้ความรู้ควบคู่กับความบันเทิง โดยนำเสนอผ่านรูปแบบของรายการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของนิตยสารทางอากาศ รูปแบบข่าว สารคดี และการสนทนา เป็นต้น แต่หน้าที่หลักโดยทั่วไปของวิทยุกระจายเสียงเพื่อรายงานความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม โน้มน้าวชักจูงให้ประชาชนมีทัศนคติและพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ไปยังประชาชนจำนวนมาก (สุรินทร์ แปลงประสพโชค, 2533: 19)

กิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย ถือกำเนิดมาเป็นระยะเวลากว่า 80 ปี แต่ละช่วงเวลาของประวัติศาสตร์มีความเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสถานการณ์การเมือง เศรษฐกิจ และสังคมอย่างน่าสนใจ จากยุคที่วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อใหม่ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 ผ่านยุคชาตินิยม สงคราม และการโฆษณาชวนเชื่อก่อนปี 2500 ยุคการค้าในระบบอุปถัมภ์ โดยเผด็จการทหารก่อนปี พ.ศ.2525 มาจนถึงยุคของการสื่อสารภายใต้ระบบทุนนิยมเสรีในปัจจุบัน

การเข้าถือครองคลื่นความถี่โดยหน่วยงานของรัฐเพิ่มขึ้นรวดเร็วที่สุดใน ระหว่างปี พ.ศ. 2525-2535 จากจำนวน 177 สถานีเป็น 488 สถานี จนถึงปัจจุบันมีสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งสิ้น 524 สถานี อยู่ภายใต้การถือครองโดยกองทัพบกและหน่วยงานในสังกัดกระทรวงกลาโหมรวม 212 สถานี กรมประชาสัมพันธ์ 147 สถานี บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จำนวน 63 สถานี สำนักงานตำรวจแห่งชาติจำนวน 44 สถานี และสถานีวิทยุที่ขึ้นอยู่กัหน่วยงานราชการ มหาวิทยาลัย และรัฐสภา อีกจำนวนหนึ่ง

แต่ทั้งนี้ยังไม่มีแหล่งข้อมูลใดที่ทำการศึกษารวมของการบริหารจัดการในองค์การ สื่อวิทยุกระจายเสียงที่ถือครองคลื่นความถี่โดยหน่วยงานของรัฐ สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ได้สัมปทานหรือเช่าเวลาร่วมผลิตรายการของภาคเอกชน ตลอดถึงสถานีวิทยุกระจายเสียงของสถาบันการศึกษาและสถานีวิทยุชุมชน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ระบบวิทยุโทรทัศน์ไทยโครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ, 2544)

ในขณะที่สื่อวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานความเข้าใจของคนในสังคมกลับมีพื้นที่น้อยลง เนื่องจากนำไปให้สัมปทานแก่เอกชนเพื่อประกอบกิจการในเชิงพาณิชย์มากขึ้น พันธกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) และสถานีวิทยุกระจายเสียงในสังกัดสถาบันอุดมศึกษาหรือกระทรวงศึกษาธิการ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ การศึกษา และบริการสังคม ถูกแย่งชิงผู้ฟังไปสู่สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ให้ความบันเทิงเป็นหลัก การทำหน้าที่สื่อของรัฐและสื่อทางเลือกให้กับสังคมกลับไม่ได้รับการเหลียวแลจากนโยบายรัฐในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงาน หรือใช้แนวคิดสร้างสรรค์รายการให้มีคุณภาพและตอบสนองกับพฤติกรรมของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ในทางกลับกันสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีพันธกิจเพื่อบริการสาธารณะกลับต้องแสวงหารายได้จากเม็ดเงิน โฆษณา ผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งเป็นการแข่งขันกับสถานีวิทยุที่ประกอบกิจการในเชิงพาณิชย์ที่มีความพร้อม ความคล่องตัวในการบริหารงานมากกว่ากัน

วิทยุกระจายเสียงของไทยเริ่มเปิดประวัติศาสตร์หน้าแรกเมื่อปี พ.ศ. 2470 โดยเริ่มต้นจากการเป็นวิทยุของรัฐที่ส่งกระจายเสียงในพื้นที่แคบ ๆ ก่อน เนื่องจากเทคโนโลยีของเครื่องส่งยังไม่ก้าวหน้า แต่ในระยะต่อมาได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ก้าวหน้าขึ้น จึงมีการดำเนินการในลักษณะของ

วิทยุส่วนกลาง คือพยายามจะส่งกระจายเสียงให้ครอบคลุมพื้นที่ให้กว้างไกลที่สุด แต่ก็ยังมีปัญหาเรื่อง รัศมีการส่งและการรับฟัง จึงได้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุในท้องถิ่นขึ้นในที่ต่าง ๆ แต่ก็ยังคงเป็นการ ถ่ายทอดรายการจากส่วนกลาง พร้อมทั้งเริ่มมีการทำรายการจากท้องถิ่นเข้ามาผสมบ้าง

อีกรูปแบบหนึ่งของ “วิทยุท้องถิ่น” ในระยะเริ่มแรกของไทยคือ “วิทยุประจำถิ่น” (วปถ.) ของกรมการทหารสื่อสารกองทัพบก และ “สถานีวิทยุ ปชส.” (เปลี่ยนเป็น สวท. ในเวลาต่อมา) ของ กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีกำลังส่งคลื่นครอบคลุมเฉพาะภูมิภาค หรือเฉพาะพื้นที่ไม่กี่จังหวัดแต่ทุก สถานีก็ยังมีหน่วยงานราชการเป็นเจ้าของและดำเนินงานโดยเจ้าหน้าที่รัฐถึงแม้จะพยายามให้บริการ ข่าวสารหรือจัดรายการ “เพื่อประชาชนในท้องถิ่น” ก็ตาม แต่ก็ยังไม่ถือว่าเป็นวิทยุชุมชนตามหลัก สากล เนื่องจากกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาและความเป็นเจ้าของยังไม่ได้เกิดจากความคิดริเริ่มและ การบริหารจัดการของประชาชนในชุมชนโดยตรง

จากรูปแบบวิทยุของรัฐที่เรียกได้ว่าเป็น “วิทยุสาธารณะ” ในระยะต่อมาก็ได้เกิดมีวิทยุของ ภาคธุรกิจที่มีเป้าหมายหลักในการดำเนินงานทางวิทยุเพื่อแสวงหากำไรเป็นหลัก เช่น สถานีวิทยุ ขนาดเล็กในท้องถิ่นที่ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งขึ้นหลังปี พ.ศ. 2492 นั้น ส่วนใหญ่มีบริษัทธุรกิจ ด้านบันเทิงหรือโฆษณาเข้ามาดำเนินการกิจการตั้งแต่การลงทุนปลูกสร้างอาคาร จัดหาเครื่องส่ง อุปกรณ์ บำรุงรักษาอุปกรณ์ ขายเวลา หาโฆษณา และจัดทำรายการ หรือซื้อเวลาจากสถานีของรัฐแล้ว มาขายเวลาต่อในลักษณะของโบรกเกอร์คนกลางตามระยะเวลาที่กำหนดเอาไว้

จากรูปแบบวิทยุของรัฐและวิทยุธุรกิจทั้งสองแบบที่กล่าวมา ในปี พ.ศ.2534 คนใน กรุงเทพฯ ก็เริ่มได้รู้จักกับโฉมหน้าใหม่ของวิทยุอีกแบบหนึ่ง ซึ่งคล้ายคลึงคล้าคลาว่าจะ เป็น “วิทยุ ชุมชน” รูปแบบหนึ่ง คือสถานีวิทยุ จส.100 และสถานีวิทยุ สวพ.91 (ปี พ.ศ. 2537) ทั้ง 2 สถานีนี้จะจัด รายการโดยมีประชาชนผู้ใช้รถใช้ถนนเป็นผู้รายงานสถานการณ์การจราจรให้ทราบ ซึ่งเท่ากับว่า ประชาชนได้ร่วมคิด ร่วมจัด ร่วมเป็นสมาชิกอย่างเป็นทางการ ถือว่าได้เข้าถึงสื่อและมีส่วนร่วมในการ จัดรายการด้วย อย่างไรก็ตาม กลุ่มคนที่เข้าถึงสื่อนั้นก็เพียงคนกลุ่มหนึ่ง และในการคัดเลือกเนื้อหา รายการ และกลั่นกรองออกอากาศ ยังเป็นอำนาจของผู้จัดรายการ และพนักงานของบริษัท หรือ เจ้าหน้าที่สถานี ส่วนเจ้าของสถานีนั้นก็ยังเป็นกองทัพบกและกรมตำรวจ มิใช่ชุมชน

ปัจจุบัน วิทยุชุมชนที่ขึ้นทะเบียนกับคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ได้รับสิทธิทดลองออกอากาศกว่า 6,625 แห่งทั่วประเทศ และอีกกว่า 1,000 แห่งไม่ได้อยู่ใน กระบวนการออกใบอนุญาต ในช่วงสถานการณ์การชุมนุมทางการเมืองมีสถานีวิทยุชุมชนที่ถูกปิด ภายใต้อำนาจตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.2548 (พรก.ฉุกเฉินฯ) จำนวน 26 แห่ง ในพื้นที่ 9 จังหวัด โดยยุติการออกอากาศจำนวน 6 แห่ง

เส้นทางการกระจายเสียงในประเทศไทย มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานหลายด้านที่น่าสนใจศึกษา เช่น แนวทางการบริหารจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงของผู้บริหารองค์กรแต่ละประเภท โครงสร้างและหน้าที่ของแต่ละองค์กร ยุทธศาสตร์การแข่งขัน การจัดการทางการสื่อสารภายในองค์กร การกำหนดเนื้อหาสื่อ เป้าหมายขององค์กร และอนาคตสื่อวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีการสำรวจความคิดเห็นบุคลากรในองค์กรสื่อวิทยุกระจายเสียงต่อแนวทางการบริหารงานขององค์กร นโยบาย ทิศทางและเป้าหมายของสถานีวิทยุกระจายเสียงแต่ละประเภทเป็นเช่นไรในสภาวะความผันผวนทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

อีกด้านหนึ่ง อุตสาหกรรมโฆษณาถือเป็นธุรกิจที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี เพราะในสถานการณ์ที่เศรษฐกิจรุ่งเรือง ธุรกิจโฆษณาก็จะมีการขยายตัวอย่างมาก แต่เมื่อเศรษฐกิจซบเซา ธุรกิจโฆษณาก็จะได้รับผลกระทบค่อนข้างสูง เพราะผู้ประกอบการต่างหันมาใช้กลยุทธ์ประหยัดค่าใช้จ่ายด้วยการปรับลดงบประมาณลงและเลือกสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2552 อุตสาหกรรมโฆษณามีมูลค่าตลาด 27,395 ล้านบาท หรือมีการหดตัวลงร้อยละ 3.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน อันมีสาเหตุมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ปัญหาทางการเมืองที่วุ่นวาย ตลอดจนราคาน้ำมันที่แพงขึ้น ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าในปี 2552 มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมโฆษณามีมูลค่าประมาณ 86,200 ล้านบาท หรือมีการหดตัวลงร้อยละ 4.1 ซึ่งนับเป็นการชะลอตัวลงต่อเนื่องจากปี 2551 โดยเป็นการหดตัวของสื่อหลักร้อยละ 5.4 แม้ว่าสื่อสมัยใหม่จะมีการขยายตัวได้ถึงร้อยละ 14 แต่ด้วยมูลค่าของสื่อสมัยใหม่ที่คิดเป็นเพียงร้อยละ 8.2 ของเม็ดเงินโฆษณาโดยรวมทั้งหมด สำหรับสื่อวิทยุ รายการวิทยุที่เป็นสถานีข่าวและกีฬาได้รับผลกระทบไม่มากนัก เนื่องจากมีกลุ่มผู้ฟังกลุ่มเดิมที่ยังติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง ขณะที่รายการวิทยุที่เป็นรายการเพลงมีจำนวนผู้ฟังลดลง เนื่องจากผู้ฟังมีทางเลือกในการฟังเพลงในสื่ออื่นๆ มากขึ้น เช่น ฟังเพลงในคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ เครื่องเล่นเพลงดิจิทัล เป็นต้น ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ในปี 2552 งบโฆษณาผ่านสื่อวิทยุจะมีมูลค่าประมาณ 5,900 ล้านบาท หรือหดตัวร้อยละ 14.9 จากปี 2551 จึงทำให้ไม่สามารถผลักดันให้ยอดค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อโดยรวมมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นได้ (www.positioningmag.com)

สถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีสถานีวิทยุกระแสหลัก จำนวน 5 สถานี ได้แก่ สถานีวิทยุ อสมท คลื่นความถี่ 102 MHz สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) คลื่นความถี่ 95.5 MHz และ 89.75 MHz สถานีวิทยุกองทัพภาคที่ 4 คลื่นความถี่ 92.25 MHz สถานีวิทยุทหารอากาศ 07 คลื่นความถี่ 98.25 MHz และสถานีวิทยุพิทักษ์สันติราษฎร์ คลื่นความถี่ 99.0 MHz

นอกจากนี้ยังมีสถานีวิทยุชุมชนทั้งจังหวัดสุราษฎร์ธานีอีกจำนวน 50 สถานี (ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2554) สถานีวิทยุกระจายเสียงที่เพิ่มขึ้นมากได้นำปัญหาและ

อุปสรรคหลายประการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านรายการ เทคนิค ด้านการตลาด การบริหารจัดการภายในองค์กรทั้งคน เทคโนโลยี งบประมาณ

ดังนั้น การบริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงในยุคปัจจุบัน จึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ กำหนด เป้าหมายเชิงธุรกิจ สร้างจุดแข็ง กำจัดจุดอ่อน หาแนวทางในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการจัดการ ธุรกิจ อันจะนำไปสู่ปัจจัยความสำเร็จ และให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันอย่างสูงในธุรกิจ วิทยุกระจายเสียงของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ทั้งนี้ ความสำคัญดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นปัจจัยกระตุ้นให้ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาการจัดการ ธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อที่จะได้นำผลที่ได้จากการศึกษามาเป็น ข้อมูลและแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัด สุราษฎร์ธานีต่อไป ด้วยความมุ่งหวังที่จะเห็นการจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัด สุราษฎร์ธานีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

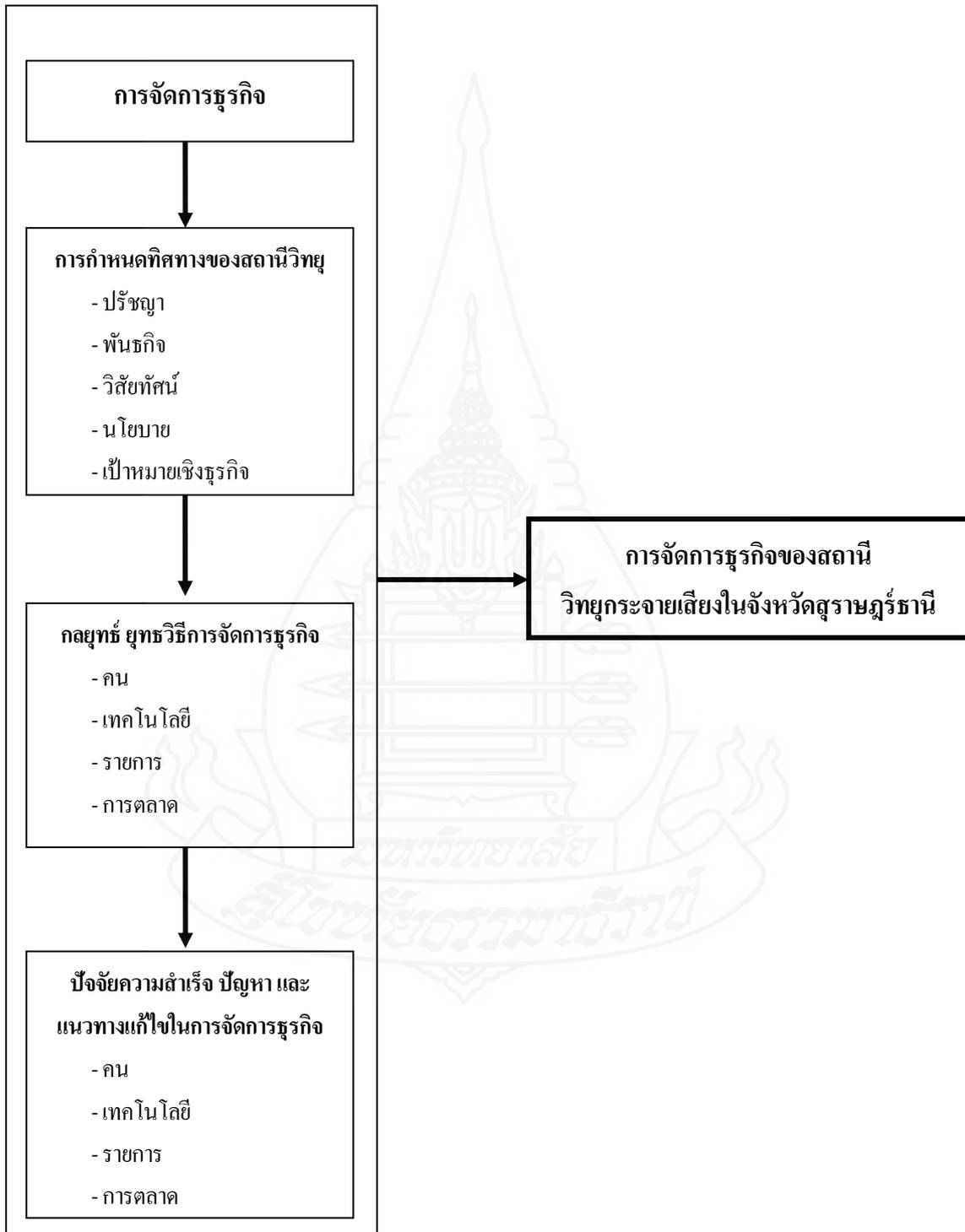
2.1 เพื่อศึกษากำหนดทิศทางของสถานีวิทยุกระจายเสียงเกี่ยวกับปรัชญา พันธกิจ วิสัยทัศน์ นโยบาย และเป้าหมายเชิงธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.2 เพื่อศึกษากลยุทธ์ ยุทธวิธีการจัดการธุรกิจเกี่ยวกับคน เทคโนโลยี รายการ และการตลาดของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จ ปัญหา และแนวทางแก้ไขในการจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. คำถามนำการวิจัย

4.1 การกำหนดทิศทางของสถานีวิทยุกระจายเสียงเกี่ยวกับปรัชญา พันธกิจ วิสัยทัศน์ นโยบาย และเป้าหมายเชิงธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นอย่างไร

4.2 กลยุทธ์ ยุทธวิธีการจัดการธุรกิจเกี่ยวกับคน เทคโนโลยี รายการ และการตลาดของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นอย่างไร

4.3 ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหา และแนวทางแก้ไขในการจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นอย่างไร

5. ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

5.1.1 ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการธุรกิจสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเกี่ยวกับปรัชญา พันธกิจ วิสัยทัศน์ นโยบาย และเป้าหมายเชิงธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

5.1.2 ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานการจัดการธุรกิจสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเกี่ยวกับคน เทคโนโลยี รายการ และการตลาดของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

5.1.3 ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการจัดการสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

5.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Performant)

5.2.1 ประชากรสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสถานีวิทยุกระจายเสียงหลักจำนวน 5 สถานี คือ สถานีวิทยุ อสมท คลื่นความถี่ 102 MHz สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) คลื่นความถี่ 95.5 MHz และ 89.75 MHz สถานีวิทยุกองทัพภาคที่ 4 คลื่นความถี่ 92.25 MHz สถานีวิทยุทหารอากาศ 07 คลื่นความถี่ 98.25 MHz สถานีวิทยุพิทักษ์สันติราษฎร์ คลื่นความถี่ 99.0 MHz และสถานีวิทยุชุมชนทั้งจังหวัดสุราษฎร์ธานีรวม 50 สถานี

5.2.2 กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่ได้จากวิทยุกระจายเสียงหลักและวิทยุชุมชน คือ ผู้บริหารของสถานี จำนวนรวม 5 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารของสถานีวิทยุ อสมท FM 102 MHz จำนวน 1 คน ผู้บริหารของสถานีวิทยุ สวท. FM 95.5 MHz จำนวน 1 คน

ผู้บริหารของสถานีวิทยุ KISS FM 101 MHz จำนวน 1 คน ผู้บริหารของสถานีวิทยุ SMOOTH FM 97.5 MHz จำนวน 1 คน และผู้บริหารของสถานีวิทยุ FM BOX 88.5 MHz จำนวน 1 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่และช่วงเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีเท่านั้น ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม 2555 ถึงเดือนมกราคม 2556

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 การจัดการธุรกิจ หมายถึง แนวทางในการวางโครงสร้างเกี่ยวกับคน เทคโนโลยี การตลาด รวมทั้งการกำหนดนโยบาย ปรัชญา พันธกิจ วิสัยทัศน์ เป้าหมายเชิงธุรกิจ และแนวทางการแก้ไขปัญหาที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

6.2 การจัดการองค์การ หมายถึง การจัดการโครงสร้างการทำงาน การจัดสรรทรัพยากรบุคคล และการจัดสรรทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียง

6.3 สถานีวิทยุในจังหวัดสุราษฎร์ธานี หมายถึง สถานีวิทยุกระจายเสียงที่เป็นการค้า มีผลประกอบการดี และเป็นที่ยอมรับจากตลาดผู้บริโภค ซึ่งก็คือ ผู้ฟังรายการวิทยุ และตลาดโฆษณา

6.4 ปรัชญา หมายถึง หลักคิดในการบริหารงานของผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

6.5 พันธกิจ หมายถึง การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับผู้ปฏิบัติงานภายใต้การกำกับควบคุมดูแลของผู้บริหาร เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร

6.6 วิสัยทัศน์ หมายถึง สิ่งที่ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงต้องการให้เกิดขึ้นจริงในอนาคต

6.7 นโยบาย หมายถึง แนวทางการทำงาน ทิศทางในการบริหารงานของผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้เกิดเป้าหมายในการปฏิบัติงาน

6.8 โครงสร้างองค์กร หมายถึง การจัดการระบบโครงสร้างการปฏิบัติงานระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงาน เพื่อการจัดการและบริหารงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดให้องค์กรประสบความสำเร็จ มีรูปแบบของการจัดแบ่งกลุ่มงานอย่างเป็นระบบ และมีการกำหนดการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของงานนั้นเข้าด้วยกัน

6.9 วิทยุกระจายเสียง หมายถึง สื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อในรูปแบบของเสียงไปยังผู้ฟังที่เป็นผู้รับสาร

6.10 ธุรกิจวิทยุกระจายเสียง หมายถึงการดำเนินธุรกิจโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เพื่อสื่อสารและถ่ายทอดข่าวสารผ่านสื่อในรูปแบบของเสียงไปยังผู้ฟัง

6.11 วิทยุชุมชน หมายถึง สถานีวิทยุขนาดเล็ก บริหารจัดการโดยคนในชุมชนทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสาร เรื่องราวชีวิตของคนในชุมชน มีเครื่องส่งกระจายเสียงขนาด 20-30 วัตต์ รัศมีการกระจายเสียง 10-15 กิโลเมตร ในที่นี้หมายถึงสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 3 สถานี คือ สถานีวิทยุ KISS FM 101 MHz สถานีวิทยุ SMOOTH FM 97.5 MHz และสถานีวิทยุ FM BOX 101 MHz

6.12 วิทยุกระแสหลัก หมายถึง สถานีวิทยุที่รัฐเป็นเจ้าของเอกชนรับช่วงสัมปทาน แสงหากำไรเชิงธุรกิจ มีเงินลงทุนสูงประมาณ 10-20 ล้านบาท มีอาคารถาวร มีการผลิตโดยเจ้าหน้าที่ราชการหรือเอกชน เครื่องส่งขนาดใหญ่ กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์ นำเสนอเรื่องใหญ่ ๆ โกลด์ว ชุมชนมีส่วนร่วม เนื่อกำหนดโดยเจ้าของรายการหรือเจ้าของสถานี ผังรายการออกอากาศทั้งวัน มีรัศมีการออกอากาศ 70-80 กิโลเมตร ในที่นี้หมายถึงสถานีวิทยุในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 2 สถานี คือ สถานีวิทยุ อสมท FM 102 MHz และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) FM 97.5 MHz

6.13 การกำหนดทิศทางขององค์กร หมายถึง การมององค์กรไปข้างหน้าว่า ต้องการไปอยู่ ณ จุดใด ซึ่งต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งหลาย ทิศทางขององค์กร กำหนดโดยการระบุถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ นโยบาย ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ทั้งนี้ต้องไม่ขัดต่อจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ที่ได้จากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ทิศทางขององค์กรที่กำหนดขึ้นเป็นสิ่งท้าทายใจ ต้องใช้ความพยายาม เพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์

6.14 เป้าหมายเชิงธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการและเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนกหรือลักษณะงาน

6.15 กลยุทธ์ หมายถึง แนวทางหรือวิธีการทำงานที่แยบยล เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ ไม่เป็นวิธีการทำงานตามปกติ แต่เป็นแนวทางหรือวิธีการที่มีอุปบายและกลวิธีที่แยบยล

6.16 ยุทธวิธี หมายถึง วิธีการอย่างเป็นระบบที่องค์กรใช้ในการดำเนินธุรกิจแบบหลากหลาย การขยายธุรกิจโดยการครอบครององค์กรอื่น การรวมตัวกับบริษัทอื่นหรือการขายตลาด โดยใช้ราคาเป็นเครื่องมือ การรักษาดตลาดเดิม โดยอาศัยคุณภาพและการบริการ และการปรับแนวทางการตลาดแบบตอบสนองผู้บริโภค

6.17 คน หมายถึง ทรัพยากรบุคคลในองค์กรที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้การทำงานในองค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ประกอบด้วยแนวคิด ค่านิยม ทัศนคติ แรงจูงใจ ความรู้ และความสามารถของบุคลากร

6.18 เทคโนโลยี หมายถึง ความสามารถในการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ในกระบวนการผลิต ความสามารถในการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ (นวัตกรรม)

6.19 รายการ หมายถึง ประเภทเนื้อหาสาระ ข่าวสาร บุคคล และข้อความของรายการ เทคนิควิธีการ และลีลาการนำเสนอ ที่ส่งกระจายเสียงผ่านวิทยุกระจายเสียง

6.20 การตลาด หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ในธุรกิจที่ทำให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการนั้น ๆ โดยได้รับความพอใจ ขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

6.21 ปัจจัยความสำเร็จ หมายถึง การกำหนดว่าอะไรคือตัวที่สำคัญที่สุดที่จะนำเราไปสู่เป้าหมายตามวิสัยทัศน์

6.22 ปัญหา หมายถึง สิ่งที่เป็นอุปสรรค ข้อขัดข้องต่างๆ ที่เป็นเหตุให้การปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์

6.23 แนวทางแก้ไข หมายถึง วิธีการแก้ปัญหหรืออุปสรรคข้อขัดข้องต่างๆ ที่มีลำดับชัดเจนและเป็นขั้นเป็นตอน

7. ประโยชน์ที่ได้รับ

7.1 ได้ทราบถึงการกำหนดทิศทางของสถานีวิทยุกระจายเสียงเกี่ยวกับปรัชญา พันธกิจ วิสัยทัศน์ นโยบาย และเป้าหมายเชิงธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

7.2 ได้ทราบถึงกลยุทธ์ ยุทธวิธีการจัดการธุรกิจเกี่ยวกับคน เทคโนโลยี รายการ และการตลาดของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

7.3 ได้ทราบถึงปัจจัยความสำเร็จ ปัญหา และแนวทางแก้ไขในการจัดการธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

7.4 นำผลการศึกษาที่ได้รับไปปรับใช้ในการทำงานธุรกิจวิทยุกระจายเสียง