

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิเคราะห์การศึกษารูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ” ครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์งานขององค์กรใหญ่อย่างละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการจัดรายการวิทยุในบริษัท ดังกล่าว โดยเปรียบเทียบกับทฤษฎีและเสริมด้วยการสัมภาษณ์ เพื่อทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการจัดรายการวิทยุของสถานีวิทยุอื่น ๆ ต่อไป

ฉะนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้วิจัยจะใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยข้อมูลจากรูปแบบรายการวิทยุของสไมล์เรดิโอ ที่ได้นำออกอากาศ (Content Analysis) ซึ่งจะเป็นการวิจัยจากเอกสารเป็นหลัก (Documentary Research) และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ แล้วนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) นำไปสู่การอธิบายปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษา มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

#### แหล่งข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

#### 1. ข้อมูลประเภทเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่

1.1 บทความเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการของรายการ บทความ บทสัมภาษณ์ หนังสือ เอกสาร ผังการดำเนินรายการ รวมถึงสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข้องกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง “สไมล์เรดิโอ” โดยศึกษาค้นคว้าจากห้องสมุดหรือบุคคล ที่ได้มีการรวบรวมไว้

1.2 กฎหมาย พระราชบัญญัติ และระเบียบต่าง ๆ ของ กบว. ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงทุกสถานีต้องปฏิบัติตาม .

2. ข้อมูลประเภทรายการวิทยุ (Content Analysis) คือ รายการ “สไมล์เรดิโอ” ที่ผลิตโดย บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด มีทั้งหมด 5 สถานี

2.1 รายการสไมล์เรดิโอ 1 ที่ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ณ สถานีวิทยุกระจายเสียง พล.1 เอฟ.เอ็ม. 98.0 เม็กกะเฮิร์ต ซึ่งเป็นสถานีแม่ข่ายและส่งกระจายเสียงไปยังสถานีเครือข่ายต่างจังหวัด อีกจำนวน 1 สถานีคือ สถานีวิทยุกระจายเสียง ทอ. เอฟ.เอ็ม. 102.5 เม็กกะเฮิร์ต จังหวัดเชียงใหม่

2.2 รายการสไมล์เรดิโอ 2 ที่ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ตั้งแต่วันจันทร์ถึง วันอาทิตย์ ณ สถานีวิทยุกระจายเสียง จเรสื่อสาร เอฟ.เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต

2.3 รายการสไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค ที่ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ณ สถานีวิทยุกระจายเสียง 919 กรป.กลาง เอฟ.เอ็ม. 99.5 เม็กกะเฮิร์ต ซึ่งเป็นสถานีแม่ข่าย และส่งกระจายเสียงไปยังสถานีเครือข่ายต่างจังหวัด อีกจำนวน 13 สถานีคือ

สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ถ่ายทอดผ่านดาวเทียม ตลอด 24 ชั่วโมง มีดังนี้

- สถานีวิทยุกระจายเสียง 914 กรป.กลาง เอฟ.เอ็ม. 100.25  
เม็กกะเฮิร์ต จังหวัดเชียงราย
- สถานีวิทยุกระจายเสียง 909 กรป.กลาง เอฟ.เอ็ม. 94.75  
เม็กกะเฮิร์ต จังหวัดสกลนคร

- สถานีวิทยุกระจายเสียง 921 สนศ.กรป.กลาง เอฟ.เอ็ม. 99.0

เมื่อกะเฮิร์ต จังหวัดเพชรบูรณ์

- สถานีวิทยุกระจายเสียง 912 กรป.กลาง เอฟ.เอ็ม. 99.25

เมื่อกะเฮิร์ต จังหวัดนครราชสีมา

สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ถ่ายทอดผ่านดาวเทียม เฉพาะเวลา 09.00-  
12.00 น., 13.00-18.00 น. และ 20.30-23.30 น. มีดังนี้

- สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยนเรศวร มน. เอฟ.เอ็ม. 107.25

เมื่อกะเฮิร์ต จังหวัดพิษณุโลก

- สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ 07 เอฟ.เอ็ม. 98.25

เมื่อกะเฮิร์ต จังหวัดสุราษฎร์ธานี

- สถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพภาคที่ 2 เอฟ.เอ็ม. 88.25

เมื่อกะเฮิร์ต จังหวัดขอนแก่น

- สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดกาญจนบุรี เอฟ.เอ็ม. 94.25

เมื่อกะเฮิร์ต จังหวัดกาญจนบุรี

- สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดเชียงใหม่ เอฟ.เอ็ม. 93.25

เมื่อกะเฮิร์ต จังหวัดเชียงใหม่

- สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดนครศรีธรรมราช เอฟ.เอ็ม. 97.0

เมื่อกะเฮิร์ต จังหวัดนครศรีธรรมราช

- สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดสงขลา เอฟ.เอ็ม. 102.25 เมื่อกะเฮิร์ต

จังหวัดสงขลา

- สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดภูเก็ต เอฟ.เอ็ม. 90.5 เมื่อกะเฮิร์ต

จังหวัดภูเก็ต

- สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดตรัง เอฟ.เอ็ม. 91.25 เมื่อกะเฮิร์ต

จังหวัดตรัง

2.4 รายการสไมล์เรดิโอ 4 ที่ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ณ สถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชน เอฟ.เอ็ม. 107.0 เม็กกะเฮิร์ต

2.5 รายการสไมล์เรดิโอ 5 ที่ออกอากาศ 18 ชั่วโมง ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ณ สถานีวิทยุกระจายเสียง ทอ. เอฟ.เอ็ม. 102.5 เม็กกะเฮิร์ต

3. ข้อมูลประเภทบุคคล คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุกระจายเสียง กลุ่มผู้ผลิตรายการ และกลุ่มผู้อุปถัมภ์รายการ ได้แก่

### 3.1 กลุ่มผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุกระจายเสียง

3.1.1 ที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด

ที่ปรึกษาบริษัท ประกิต แอนด์ เอฟซีบี จำกัด

ดร.จ่านง รังสิกุล

3.1.2 หัวหน้าแผนกกระจายเสียงสถานีวิทยุ

จเรสื่อสาร เอฟ.เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต

พันโท ชิชณุ โสพจน์

3.1.3 ผู้ผลิตเพลงและศิลปิน ค่ายเพลงร้องเสียงลำไย

อดีตผู้ผลิตรายการวิทยุของบริษัท สยาม เรดิโอ จำกัด

อดีตผู้ผลิตรายการวิทยุของบริษัท ยูแอนด์ไอ คอปอร์เรชั่น จำกัด

สุทธิพงศ์ ทัดพิทักษ์กุล

3.1.4 ผู้อำนวยการฝ่ายบริการงานลูกค้า (Account Director)

บริษัท ฟาร์อีสต์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด

นฤมล แก้วทิพย์รัตน์

### 3.2 กลุ่มผู้ผลิตรายการ บริษัท มีเดียพลัส จำกัด

#### 3.2.1 รองกรรมการผู้จัดการ (Managing Director)

หม่อมราชวงศ์ รุจิยามา อภากร

#### 3.2.2 ผู้จัดการทั่วไป (General Manager)

ศรัณย์ จันทพลาบูรณ์

#### 3.2.3 ผู้ผลิตรายการ (Producer)

จักรกฤษ ศิลปชัย สไมล์เรดิโอ 1

หม่อมราชวงศ์ รุจิยามา อภากร สไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค

อัญชลี ไพรีรัก สไมล์เรดิโอ 5

#### 3.2.4 ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการ (Co-Producer)

นนทนี คงนิยม สไมล์เรดิโอ 1

จุไรรัตน์ มานะวงศ์ สไมล์เรดิโอ 2

วัฒนชัย กุลวัฒนวรพงศ์ สไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค

ลัดดาวรรณ อวพิทยา สไมล์เรดิโอ 4

#### 3.2.5 นักจัดรายการ (Disc Jockey)

จักรกฤษ ศิลปชัย สไมล์เรดิโอ 1

นนทนี คงนิยม สไมล์เรดิโอ 1

กัมปนาท มานิตเจริญ สไมล์เรดิโอ 1

เทวัญ วนะภูติ สไมล์ เรดิโอ 2

ภุมรา แก้วศรี สไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค

ชเนตร แสงโชติกุล สไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค

อัญชลี ไพรีรัก สไมล์เรดิโอ 5

ช่อผกา วิริยานนท์ สไมล์เรดิโอ 5

#### 3.2.6 เลขานุการรองกรรมการผู้จัดการ (Executive Secretary)

### ภุมรา แก้วศรี

#### 3.2.7 ฝ่ายสร้างสรรค์รายการ (Executive Planner)

กอบเกียรติ พรภาคาเดช

#### 3.2.8 ฝ่ายเตรียมข้อมูล (Program Staff)

กัมปนาท มานิตเจริญ

#### 3.2.9 ฝ่ายประสานงาน (Program-Co)

วรรณนา มีธง

#### 3.2.10 ฝ่ายहाลูกค้า (Account Executive)

ภคกุล พงษฤทธิโกศ

#### 3.2.11 ฝ่ายการตลาด (Marketing : Activity)

ปิยวรรณ แสงทอง

### 3.3 กลุ่มผู้อุปถัมภ์รายการ

#### 3.3.1 ฝ่ายहाลูกค้า (Account Director)

รัชสลุย โอสถานนท์

บริษัท สปา แอ็ดเวอร์ไทซิง

#### 3.3.2 ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์

(Advertising & Promotion Manager)

ยรรยง อัครจินดานนท์

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเป็นเพียงผู้มีหน้าที่ผลิตรายการวิทยุ โดยอยู่ในฐานะรับจ้างผลิตรายการ สารคดีและผลิตสปอตโฆษณาวิทยุให้กับบริษัทต่าง ๆ ในเครือของบริษัท พี.เค. จำกัด ซึ่ง

เป็นบริษัทร่วมลงทุนกับบริษัท มีเดียพลัส แต่ผู้วิจัยมิได้เป็นพนักงานของบริษัท พี.เค. แต่อย่างใด ฉะนั้น ผู้วิจัยจึงต้องเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ โดยการวิจัยครั้งนี้ จะใช้วิธีรวบรวมข้อมูลจาก

### 1. ประเภทเอกสาร ได้แก่

- ที่มาของรายการ วิวัฒนาการ และส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรายการ ซึ่งค้นคว้าจากหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์คือ เดอะเนชั่น, คู่แข่งธุรกิจ, ประชาชาติธุรกิจ, และผู้จัดการ

- บทความ บทสัมภาษณ์ และประวัติของรายการวิทยุของเครือข่ายสไมล์เรดิโอ โดยค้นคว้าจาก หนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ผู้จัดการ, วัฏจักรและข่าวสด รวมทั้งนิตยสารรายปักษ์ ได้แก่ แพรว, ซีวีตชีวา, ผู้จัดการรายสัปดาห์, Boss และ It Management และยังมีเอกสารภายในของ บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด

- กฎหมาย พระราชบัญญัติ และระเบียบต่าง ๆ ของ กบว. ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงทุกสถานีต้องปฏิบัติตาม โดยค้นคว้าจากเอกสารเผยแพร่ของกรมประชาสัมพันธ์

### 2. ประเภทรายการวิทยุ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการบันทึกเทปรายการวิทยุของเครือข่ายสไมล์เรดิโอ ทั้ง 5 สถานี ลงในเทปคาสเซ็ท ขณะออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง และนำมาศึกษารูปแบบของรายการ เพื่อศึกษารูปแบบการจัดรายการ

### 3. ประเภทบุคคล คือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เป็นการซักถามเฉพาะเจาะจงในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกละเอียดถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างแน่นอน

(Unstructured Interview) เป็นวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีคำถามคำตอบที่เขียนไว้ตายตัว เป็นการซักถามไปตามเนื้อเรื่องและผู้สัมภาษณ์วางแผนไว้ล่วงหน้าว่าจะถามเรื่องอะไร ถ้าสิ่งที่ต้องการทราบยังไม่ชัดเจน ก็จะตั้งคำถามต่อไป เพื่อให้ได้เนื้อหาที่ชัดเจนขึ้น โดยสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุกระจายเสียงสไมล์เรดิโอ รวมทั้งหมด 23 ราย โดยใช้วิธีแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 องค์กรประกอบย่อยตามข้อมูลที่ต้องการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุกระจายเสียง, กลุ่มผู้ผลิตรายการ (บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด) และกลุ่มผู้อุปถัมภ์รายการ ได้แก่

3.1 กลุ่มผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุกระจายเสียง เริ่มด้วยการติดต่อสัมภาษณ์กับ ดร.จ่านง รังสิกุล ซึ่งถือว่าเป็นผู้บุกเบิกการจัดรายการวิทยุแบบฟอร์แมท สเตชัน (Format Station) ในขณะที่ไปสัมภาษณ์นั้น ดร.จ่านง เป็นที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ซึ่งผู้วิจัยเคยทำงานอยู่ที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด สำนักงานใหญ่ จึงคุ้นเคยกับการติดต่อกับพนักงานในธนาคาร เพราะฉะนั้น การนัดสัมภาษณ์กับอาจารย์จ่านง จึงราบรื่นไม่มีปัญหาใด ๆ รวมทั้งตัวอาจารย์จ่านงเอง ก็ยินดีที่จะให้สัมภาษณ์ โดยตอบคำถามได้เป็นอย่างดี สำหรับแนวคำถามที่เตรียมไว้ก็มีดังนี้ คือ รูปแบบรายการวิทยุในยุคอดีตเป็นอย่างไร ได้นำแนวคิด Format Station มาจากไหน มีความคิดเห็นอย่างไรกับรูปแบบการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบัน (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2537)

จากนั้น ได้ติดต่อสัมภาษณ์ผู้บริหารเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือข่ายสไมล์เรดิโอ แต่ก็ติดขัดกับปัญหาที่ว่า ผู้บริหารของแต่ละสถานีไม่ยินดีที่จะให้สัมภาษณ์ จึงได้ติดต่อผ่าน พันโทหญิงวโรชา สุทธิรักษ์ ซึ่งเป็นนายสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบเอ.เอ็ม. กรมรักษาดินแดน โดยมีความคุ้นเคยกับผู้วิจัยเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นเพื่อนร่วมชั้นเรียนเดียวกัน และเป็นผู้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญเหล่านั้นเป็นอย่างดี พันโทหญิงวโรชา ได้กรุณานัดหมาย พันโท ชิชณุ โสพจน์ หัวหน้าแผนก



กระจายเสียงสถานีวิทยุเรื่อสาร เอฟ.เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต ผู้วิจัยจึงได้ติดต่อ สัมภาษณ์ได้ เพราะผู้ให้สัมภาษณ์ยินดีให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี แต่ก็มีอุปสรรคบาง ประการ เช่น ไม่สามารถบันทึกเทปได้ ต้องใช้วิธีจดและจำ เพื่อเป็นนำไปขยายความเอง ส่วนเอกสารทางราชการอื่น ๆ ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่สามารถนำออกมาให้ผู้วิจัยได้ เนื่องจากต้องทำการขออนุญาตจาก ผู้บัญชาการทหารบก (ผบทบ.) เสียก่อน ซึ่งผู้วิจัยเกรงว่า อาจจะต้องใช้เวลานาน และอาจจะไม่ได้รับการอนุญาต จึงได้ติดต่อกับพันโทหญิงวโรชา เพื่อขอข้อมูลเหล่านั้น ซึ่งก็ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยคำถามที่ได้เตรียมไป สำหรับสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับนายสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้น มีดังนี้ นโยบายการ กำหนดรูปแบบของสถานีวิทยุกระจายเสียงมีอะไรบ้าง ได้มีการกำหนดหรือไม่ว่า รูปแบบ รายการที่เอกชนจะดำเนินการจัดรายการนั้น ต้องเป็นอย่างไร ขั้นตอนการเสนอรูปแบบ รายการของเอกชน ต่อเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียงเป็นอย่างไร (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2538)

สำหรับคุณสุทธิพงษ์ ทัดพิทักษ์กุล ผู้ผลิตเพลงและศิลปิน ของค่ายเพลงร้อง เสียงลำไย ผู้วิจัยใช้วิธีการติดต่อผ่านคุณพงศ์อมร สุขสมจิตร ซึ่งมีความคุ้นเคยกับผู้วิจัย เป็นอย่างดี แนวคำถามที่ถามคุณสุทธิพงษ์ คือ การแบ่งประเภทของรายการเพลงในต่าง ประเทศเป็นอย่างไร และในประเทศไทยเป็นอย่างไร เพราะคุณสุทธิพงษ์เคยใช้ชีวิตใน การศึกษาต่อที่ประเทศสหรัฐอเมริกามากกว่า 13 ปี นอกจากนั้น ยังดูแลรายการ Smooth One O Five เอฟ. เอ็ม. 105.5 เม็กกะเฮิร์ต ของบริษัท ยู แอนด์ ไอ คอปอร์เรชั่น จำกัด และ รายการ Radio 2 Love เอฟ. เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต ของบริษัท สยามเรดิโอ จำกัด มาระยะหนึ่งด้วย ซึ่งคุณสุทธิพงษ์ ทัดพิทักษ์กุล ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามเป็น อย่างดี (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2539)

และคุณนฤมล แก้วทิพย์รัตน์ ผู้อำนวยการฝ่ายบริการงานลูกค้า (Account Director) บริษัท ฟาร์อีสต์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด ผู้วิจัยสามารถติดต่อได้โดยง่าย เพราะมี

ความคุ้นเคยกับผู้วิจัยเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นเพื่อนร่วมชั้นเรียนเดียวกัน แนวคำถามที่ถามคุณณณมล คือ เพราะเหตุใด ปัจจุบันนี้บริษัทโฆษณา ถึงได้ใช้สื่อโฆษณาวิทยุกระจายเสียงมาเป็นสื่อหลัก แทนที่จะเป็นสื่อเสริมเหมือนเช่นในอดีต มีปัจจัยใดมาเป็นตัวสนับสนุนบ้าง ซึ่งคุณณณมลให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2539)

3.2 กลุ่มผู้ผลิตรายการ ถึงแม้ผู้วิจัยทำงานทางด้านผลิตรายการวิทยุก็จริง แต่มิได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด โดยตรง จึงประสบปัญหาและอุปสรรคนานัปการในการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญเหล่านั้น ดังนั้น ในเบื้องต้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการติดต่อผ่านนักจัดรายการวิทยุของสไมล์เรดิโอ คือคุณช่อผกา วิริยานนท์ ซึ่งมีความคุ้นเคยกับผู้วิจัยเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นเพื่อนร่วมชั้นเรียนเดียวกัน และเป็นผู้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญเหล่านั้นเป็นอย่างดี คุณช่อผกา ได้กรุณานัดหมายคุณณณมรา แก้วศรี ซึ่งเป็นนักจัดรายการและเป็นเลขานุการของหม่อม ราชวงศ์ รุจิยาภา อากาศกร รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด เพื่อให้ผู้วิจัยโทรศัพท์ไปแนะนำตนเอง และนัดหมายเวลากับผู้ให้ข้อมูลสำคัญคน อื่น ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยได้ไปพบและแนะนำให้รู้จักกับบุคคลเหล่านั้น เพื่อสร้างสัมพันธ์และเก็บรวบรวมข้อมูลตามต้องการ โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองและบันทึกเทปไว้เป็นหลักฐาน เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ด้วยวิธีดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสามารถเข้าถึงผู้ผลิตรายการที่ บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด ชั้น 18 อาคารมอณาเรย์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ซึ่งเป็นทั้งสำนักงานและสถานีออกอากาศในอาคารเดียวกัน (โดยแบ่งพื้นที่เป็น 2 ปีก คือ ฝ่ายรายการ และฝ่ายการตลาด) เมื่อผู้วิจัยได้รู้จัก และคุ้นเคยกับคุณณณมรา แก้วศรี ในระดับหนึ่งแล้ว คุณณณมรายังได้กรุณาแนะนำให้ผู้วิจัยได้รู้จักกับ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนอื่น ๆ ต่อไป ในลักษณะที่เรียกว่า “สโนว์บอล” (Snow Ball)

สำหรับการรวบรวมข้อมูลหลักที่ได้จากการสัมภาษณ์ “ผู้ให้ข้อมูลหลัก” ในบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดทำ ผู้คิด ผู้ผลิต ผู้มีหน้าที่ในการตัดสินใจในกระบวนการผลิตรายการวิทยุรูปแบบต่าง ๆ ของสไมล์เรดิโอ โดยสามารถแบ่งลักษณะผู้ผลิตรายการตามตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ โดยสัมภาษณ์ทั้งหมด 14 ราย ในรายละเอียดดังนี้

(1) หม่อมราชวงศ์ รุจิยาภา อภากร รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (Managing Director) และผู้ผลิตรายการ สไมล์เรดิโอ 3 (Producer) เป็น “ผู้ให้ข้อมูลหลัก” ในฐานะผู้บริหารฝ่ายโปรดักชัน โปรโมชันและโปรแกรม ที่มีอำนาจสูงสุดในการกำหนดแนวทางด้านการผลิตรายการ มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการผลิตคอนเสิร์ต การผลิตรายการวิทยุตามเวลา และรูปแบบของรายการ โดยรับผิดชอบการผลิตรายการวิทยุทั้ง 5 สถานี ของสไมล์เรดิโอ

ในตำแหน่งรองกรรมการผู้จัดการของ มรว. รุจิยาภา จึงสามารถที่จะให้ข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบของการจัดรายการวิทยุของเครือข่ายสไมล์เรดิโอ สามารถบอกได้ว่า ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มีความสำคัญมากหรือน้อยแตกต่างกันอย่างไร และขณะเดียวกันรูปแบบการจัดรายการวิทยุในอนาคตนั้น จะมีการพัฒนาไปมากกว่าในปัจจุบันนี้ ในด้านใดบ้างอย่างไร โดยจะมีแรงผลักดันจากสภาพใดบ้าง ที่จะเข้ามาร่วมมีบทบาทมากขึ้นกว่าเดิม โดยมีแนวคำถาม ดังนี้

รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงเครือข่ายสไมล์เรดิโอ ทั้ง 5 สถานี มีปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนในการออกแบบรูปแบบรายการ ออกแบบผู้ฟังรายการ และปัจจัยใดสำคัญที่สุด เพราะอะไรถึงได้เป็นปัจจัยดังกล่าว โดยคำนึงถึงอะไรบ้าง (โดยละเอียด)

คุณมีความคิดเห็นอย่างไรกับ รูปแบบการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบัน คุณคิดว่า รูปแบบการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบัน จะดำเนินไปในรูปแบบใดบ้าง (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2536)

(2) ศรัณย์ จันทรพลาบูรณ์ ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยตำแหน่งนี้ มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการควบคุมดูแลงานด้านการตลาด การขายโฆษณา การหาสปอนเซอร์ต่าง ๆ อาทิเช่น การหาสปอนเซอร์ในรายการวิทยุ ด้วยวิธีการขายโฆษณา เป็นต้น

เนื่องจากวงการวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบัน เป็นธุรกิจที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนสูงมาก และยุคนี้เป็นยุคที่การตลาดได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายหลาย ๆ อย่าง รวมทั้ง รูปแบบการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง ดังนั้น ในการกำหนดรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงของสไมล์เรดิโอ ผู้จัดการทั่วไป จึงมีหน้าที่ในการควบคุมดูแลงานด้านการตลาดของบริษัทฯ ซึ่งเป็นตำแหน่งที่มีความสำคัญสูง โดยกำหนดแนวคำถามทำนองเดียวกันกับรองกรรมการผู้จัดการบริษัทฯ ที่จะให้ข้อมูลเน้นหนักไปในเนื้อหาเกี่ยวกับการตลาด (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2536)

(3) จักรกฤษ ศิลปชัย ผู้ผลิตรายการสไมล์เรดิโอ 1 (Producer) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งตำแหน่งในผู้ผลิตรายการ (Producer) ถือเป็นพนักงานระดับสูงตำแหน่งหนึ่ง ที่มีทำหน้าที่ในการกำกับการผลิตรายการ เป็นผู้รับผิดชอบในการดูแลนโยบายจากผู้บริหาร มากระจายให้กับผู้มีหน้าที่รับผิดชอบอื่น ๆ เป็นผู้ควบคุมการทำงานของผู้นำนโยบาย ในคลื่นที่ตนเองรับผิดชอบอยู่ นอกจากนั้น คุณจักรกฤษ ยังได้ทำหน้าที่นักจัดรายการ (Disc Jockey) ของรายการสไมล์เรดิโอ 1 อีกด้วย ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์ทั้งในฐานะผู้ผลิตรายการและนักจัดรายการ

ดังนั้น จึงถือได้ว่าผู้ผลิตรายการนี้ จะให้ข้อมูลในแง่ของหน้าที่ในการผลิตรายการอย่างละเอียดว่า รูปแบบใดที่ตนเองรับผิดชอบอยู่และรูปแบบนั้น สามารถนำเสนอผู้ฟัง แล้วอยู่ในความสนใจมากที่สุด และมีสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงบ้าง โดยอิงแนวคำถามเดียวกับของรองกรรมการผู้จัดการและเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่องที่น่าเสนอในรายการ คือ

ในฐานะที่คุณเป็นผู้ผลิตรายการ โดยประสานระหว่างผู้บริหารระดับสูง ของบริษัท ฯ กับพนักงานระดับอื่น ๆ โดยนำรูปแบบการจัดรายการ โดยย่อที่ได้รับมอบหมายมา และนำมาขยายความให้เป็นรูปแบบของรายการสไมล์เรดิโอทำอย่างไร และปัจจัยใดที่มีส่วนกำหนดรูปแบบรายการเหล่านี้บ้าง (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2537)

(4) อัญชลี ไพรีรัก ผู้ผลิตรายการสไมล์เรดิโอ 5 (Producer) และนักจัดรายการ สไมล์เรดิโอ 5 (Disc Jockey) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยจะอิงแนวคำถามเดียวกับคำถามของผู้ผลิตรายการคนอื่น ๆ (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2537)

(5) นนทนีย์ คงนิยม ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการสไมล์เรดิโอ 1 (Co-Producer) และนักจัดรายการสไมล์เรดิโอ 1 (Disc Jockey) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นพนักงานระดับที่ต้องมีความใกล้ชิดกับพนักงานในตำแหน่งอื่น ๆ ให้มากที่สุด ในฐานะผู้ประสานงานระหว่างผู้ผลิตรายการ (Producer) และระดับที่ต่ำลงมา (นักจัดรายการ, ฝ่ายสร้างสรรค์รายการ, ฝ่ายเตรียมข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน และฝ่ายหาลูกค้า)

ดังนั้น จึงถือได้ว่า ตำแหน่งนี้ มีทำหน้าที่ประสานงานทั่วไประหว่างสถานีกับบริษัทฯ และเป็นผู้ช่วยผู้ควบคุมรายการ, ดูแลโปรแกรม (Programme) รายการวิทยุ, ทำอันดับเพลงยอดนิยม, ติดตามเรื่องราวรายการต่าง ๆ, ช่วยประสานงานในการประชุมดีเจ., เป็นผู้รับงานเมื่อมีองค์กรอื่น ๆ เข้ามาติดต่อเกี่ยวกับรายการวิทยุที่ตนเองรับผิดชอบ โดยอิงคำถามเดียวกับของผู้ผลิตรายการ และเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับรายการ คือ

ในการประสานงานระหว่างพนักงานคนอื่น ๆ มีการมอบหมายงาน และต้องคำนึงถึงปัจจัยใดบ้าง ในการกระบวนการคิดรูปรายการส่วนต่าง ๆ ของสถานี (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2537)

(6) จุไรรัตน์ มานะวงศ์ ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการ (Co-Producer) สไมล์เรดิโอ 2 เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยอิงแนวคำถามเดียวกับคำถามของผู้ช่วยผู้ผลิตรายการคนอื่น ๆ (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2537)

(7) วัฒนชัย กุลวัฒนพรพงศ์ ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการ (Co-Producer) สไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยอิงแนวคำถามเดียวกับคำถามของผู้ช่วยผู้ผลิตรายการคนอื่น ๆ (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2537)

(8) ลัดดาวรรณ อาวพิทยา ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการ (Co-Producer) สไมล์เรดิโอ 4 เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยอิงแนวคำถามเดียวกับคำถามของผู้ช่วยผู้ผลิตรายการคนอื่น ๆ (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2537)

(9) กัมปนาท มานิตเจริญ นักจัดรายการสไมล์เรดิโอ 1 (Disc Jockey) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ตำแหน่งนี้ เป็นผู้ดำเนินรายการในแต่ละคลื่น โดยดำเนินการให้ตรงกับรูปแบบรายการที่วางไว้ นอกจากนั้น ยังทำหน้าที่เป็นฝ่ายเตรียมข้อมูล (Program Staff) ตำแหน่งนี้ มีหน้าที่ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการทำงานของฝ่ายอื่น ๆ ถือเป็นแหล่งข้อมูลหรือห้องสมุดของบริษัทฯ โดยอิงคำถามเดียวกับผู้ผลิตรายการ และเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการออกแบบรูปแบบรายการ (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2537)

(10) ภูมรา แก้วศรี นักจัดรายการสไมล์เรดิโอ 1 (Disc Jockey) และ เลขานุการรองกรรมการผู้จัดการ (Executive Secretary) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยจะอิง

แนวคำถามเดียวกับคำถามของนักจัดรายการคนอื่น ๆ ซึ่งจะให้ข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นต่อไปนี้

ความเป็นมาของบริษัท, ลำดับขั้นตอนการทำงานของบริษัท, การมอบหมายงานของพนักงานในแต่ละระดับ, กระบวนการทำงานของพนักงาน และสิ่งอื่นที่นอกเหนือไปจากการทำงานปก (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2537)

(11) เทวัญ วนะภุติ นักจัดรายการสไมล์ เรดิโอ 2 (Disc Jockey) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยจะอิงแนวคำถามเดียวกับคำถามของนักจัดรายการคนอื่น ๆ และเพิ่มเติมเกี่ยวกับประวัติการจัดรายการในสมัยอดีตว่า มีความเป็นมาและลักษณะการจัดรายการเป็นอย่างไร (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2539)

(12) ธเนตร แสงโชติกุล นักจัดรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค (Disc Jockey) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยจะอิงแนวคำถามเดียวกับคำถามของนักจัดรายการคนอื่น ๆ (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2539)

(13) ช่อผกา วิริยานนท์ นักจัดรายการสไมล์เรดิโอ 5 (Disc Jockey) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยจะอิงแนวคำถามเดียวกับคำถามของนักจัดรายการคนอื่น ๆ (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2536)

(14) กอบเกียรติ พรภาคเดช ฝ่ายสร้างสรรค์รายการ (Executive Planner) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นพนักงานระดับที่ต้องประสานงานกับพนักงานในตำแหน่งอื่น ๆ โดยประสานทุกอย่างให้ออกมาลงตัวมากที่สุด ในฐานะผู้สร้างสรรค์กิจกรรมที่เกิดขึ้นในรายการ โดยนำความคิดของผู้ผลิตรายการมาผนวกกับฝ่ายहाลูกค้า ให้ออกมามีผลทางการตลาดให้มากที่สุดตำแหน่งนี้ หรือจะเรียกอีกชื่อว่า “ครีเอทีฟ” ซึ่งหมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่คิดและสร้างสรรค์กิจกรรมในรายการให้มีสีสัน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ

ใจ น่าติดตาม โดยอิงแนวคำถามเดียวกับผู้ผลิตรายการและเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์รายการ คือ

ในฐานะที่คุณเป็นผู้สร้างสรรค์กิจกรรมในรายการ ได้มีการคำนึงถึงสิ่งใดบ้าง ในการออกแบบรายการเหล่านั้น อย่างไร สิ่งใดที่สำคัญที่สุด ในการสร้างสรรค์รายการให้ มีรูปแบบน่าสนใจและน่าติดตาม (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2537)

(15) วรณา มีรง ผู้ประสานงานฝ่ายรายการ (Program-Co) เป็นผู้ให้ ข้อมูลหลักที่ใกล้ชิดกับนักจัดรายการมากที่สุด ตำแหน่งนี้ จะทำหน้าที่ประจำสถานีวิทยุ และดูแลรายการให้ดำเนินไปอย่างเรียบร้อย เช่น เปิดสปอตต่าง ๆ, รับโทรศัพท์จากผู้ฟัง ทางบ้าน, กลับกรองดูแลความเหมาะสมของผู้ฟังรายการที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการ, ทำหน้าที่ควบคุมรายการ, เปิดแผ่นเสียงในเวลาที่นักจัดรายการยังไม่มา และเป็นเสมือนตัวแทนของนักจัดรายการ โดยอิงแนวคำถามเดียวกับของนักจัดรายการ ในขณะเดียวกันก็จะให้ข้อเสนอแนะในเรื่องทั่ว ๆ ไป คือ

การจัดรายการแทนนักจัดรายการ ต้องคำนึงถึงอะไรบ้าง การกรั่นกรองผู้ฟัง รายการ ต้องคำนึงถึงอะไรบ้าง (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2537)

(16) ภคกุล พงษ์ฤทธิโกศ ฝ่ายหาลูกค้า (Account Executive) เป็นผู้ให้ ข้อมูลหลักที่จะให้ข้อมูลเน้นหนักในแง่ของลูกค้า และรายการจะต้องนำเสนอสิ่งใดตามที่ ลูกค้าต้องการ ตำแหน่งนี้ ทำหน้าที่ติดต่อลูกค้า, ขายโฆษณา, ขายกิจกรรมในรายการ, หาสปอนเซอร์ต่าง ๆ และยังคงวางแผนผ่านสื่อให้กับลูกค้า ที่ต้องการใช้บริการลง โฆษณาของสถานีวิทยุสไมล์เรดิโอ โดยคำถามจะเน้นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ที่ลูกค้าจะ ออกแบบรูปแบบรายการเองได้หรือไม่ (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2537)



(17) ปิยวรรณ แสงทอง ฝ่ายตลาด (Marketing : Activity) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่จะเน้นให้ข้อมูลเกี่ยวกับแผนผังของรายการ ตำแหน่งนี้ ทำหน้าที่ดูแลการลงกิจกรรมในรายการของพนักงานหาลูกค้า (Account Executive) สายต่าง ๆ ถ้าพนักงานหาลูกค้าผู้ใดต้องการขายสินค้า เพื่อลงในรายการในช่วงใด จะต้องทำการจองช่วงเวลานั้น ๆ เสียก่อน เพื่อไม่เกิดการซ้ำซ้อนกันของสินค้ารายอื่น โดยคำถามจะเน้นเกี่ยวกับแผนผังรายการที่ลงในรายการ มีรูปแบบรายการอย่างไรบ้าง (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2537)

3.3 ผู้อุปถัมภ์รายการ คือ บริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) หรือเจ้าของสินค้าบริษัท ห้างร้าน สถาบันทางธุรกิจต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุนทางการเงินแก่รายการวิทยุกระจายเสียง สไมล์เรดิโอ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ

1. เลือกผู้อุปถัมภ์รายการ ที่เป็นบริษัทตัวแทนโฆษณา
2. เลือกผู้อุปถัมภ์รายการ ที่เป็นบริษัทโดยตรง ไม่ผ่านบริษัทตัวแทน

โฆษณา

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจะพิจารณาคัดเลือกผู้อุปถัมภ์รายการที่เหมาะสมเพียง 2 รายเท่านั้น นั่นก็คือ

(1) ชัชสววย โอสถานนท์ ฝ่ายหาลูกค้า (Account Director) บริษัท สปาแอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด เป็น “ผู้ให้ข้อมูลหลัก” ในฐานะผู้อุปถัมภ์รายการที่เป็นบริษัทตัวแทนโฆษณา โดยเป็นตัวประสานงานระหว่างลูกค้า และบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด ซึ่งจะให้ข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นต่อไปนี้

ในการติดต่อกับลูกค้าเพื่ออุปถัมภ์รายการของสไมล์เรดิโอ ลูกค้ามีสิทธิ ในการออกแบบรูปแบบรายการหรือไม่ แค่นั้น อย่างไร (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2537)

(2) ยรรยง อัครจินดานนท์ ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising & Promotion Manager) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส เป็นผู้ให้ “ข้อมูลหลัก” ในฐานะผู้อุปถัมภ์รายการที่เป็นบริษัทโดยตรง ไม่ผ่านบริษัทตัวแทน โฆษณา โดยอิงแนวคำถามเดียวกับผู้อุปถัมภ์รายการผู้อื่น ในขณะเดียวกันก็จะให้ข้อเสนอแนะในเรื่องทั่ว ๆ ไป คือ

สภาพการแข่งขันของวงการวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบันเป็นอย่างไร การหา ลูกค้าของ บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด เป็นอย่างไร และกลยุทธ์ในการเลือกลงโฆษณา วิทยุแบบต่าง ๆ เป็นอย่างไร (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2537)

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย สไมล์ เรดิโอนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษารูปแบบทั้งหมดในรอบ 1 เดือน มา วิเคราะห์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดรายการ โดยนำมาเปรียบเทียบกับแนว คิดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### 1. รูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่ายสไมล์เรดิโอ

เป็นการแบ่งแยกรูปแบบของการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย สไมล์เรดิโอ โดยยึดแนวคิดรูปแบบการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง และแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วน ตลาด (Market Segmentation) มาเป็นกรอบในการอธิบาย โดยนำข้อมูลที่เป็นเอกสาร,

ข้อมูลที่เป็นรายการวิทยุและข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกมาใช้ในการวิเคราะห์ร่วมด้วย

## 2. ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย สไมล์ เรดิโอ

เป็นการนำแนวคิดเกี่ยวกับสถาบันขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน มาเป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้ โดยวิเคราะห์ตามแนวคิด เพื่อศึกษาว่า ปัจจัยแต่ละข้อมีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่ายสไมล์เรดิโออย่างไร โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการ รวมทั้งสิ้น 23 คน มาทำการวิเคราะห์

### การนำเสนอข้อมูล

การศึกษารูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ” ผู้วิจัยจะนำเสนอในเชิงพรรณนาความ (Descriptive Presentative) โดยเริ่มจากนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อนำไปอธิบายถึงรูปแบบการจัดรายการ ซึ่งจะเสนอในบทที่ 4 นอกจากนี้ ในบทที่ 5 ผู้วิจัยได้แยกปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุ ออกเป็น 2 ลักษณะคือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร บทสุดท้ายคือ การนำเสนอผลสรุปและข้อเสนอแนะ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอในบทที่ 6