

จุฑามาศ อินทร์จันทร์. (2568). กลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก. ดุษฎีนิพนธ์
ปร.ด. (การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
อาจารย์ที่ปรึกษาฯ ดุษฎีนิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์จำเริญ คังคะศรี, ปร.ด.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ของสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการองค์การสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก 3) เพื่อพัฒนารูปแบบกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการและผู้บริหารสื่อวิทยุกระจายเสียงและผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก จำนวน 392 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติ t-test, Chi-square การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการระดมสมอง (Brainstorming) ผู้บริหารสื่อวิทยุกระจายเสียงและนักวิชาการในจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด จำนวน 30 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) จำนวนผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออกเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารลดลง ผู้ประกอบการและผู้บริหารสื่อวิทยุกระจายเสียงส่วนมากเป็นผู้สูงอายุไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน และผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงใช้กลยุทธ์การจัดการในลักษณะธุรกิจครอบครัวและรวบอำนาจซึ่งไม่เหมาะสมกับการบริหารยุคใหม่ 2) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และความหลากหลายของสื่อใหม่ทำให้เกิดช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปเปิดรับสื่อใหม่ที่เป็นสื่อออนไลน์แทน 3) รูปแบบกลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงในภาคตะวันออก โดยพัฒนามาจากการนำข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณและข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ และนำมาพัฒนาปรับปรุงสร้างเป็น SMMCM โมเดล “กลยุทธ์การจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียงยุคใหม่” เพื่อพัฒนาทักษะการจัดการเชิงกลยุทธ์โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในการผลิตเนื้อหาของรายการให้ทันสมัยที่สอดคล้องพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ : การบริหารจัดการ, รูปแบบกลยุทธ์, วิทยุกระจายเสียง, ภาคตะวันออก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Jutamas Inchan. (2025). **Strategic Management of Radio Broadcasting Media in the Eastern Region of Thailand**. Dissertation Ph.D. (Communication Innovation Management). Chanthaburi: Rambhai Barni Rajabhat University. **Dissertation Advisors:** Assistant Professor Chamroen Kangkasri, Ph.D.

Abstract

The objectives of this research were to: 1) investigate the problems and strategic management approaches of radio broadcasting media in the eastern region of Thailand, 2) analyze the factors influencing the organizational management of these radio broadcasting media, and 3) develop a strategic management model for these radio broadcasting media. The mixed methods research approach was employed in this study, encompassing both quantitative and qualitative research methodologies. The quantitative research component involved a sample of 392 individuals, including radio broadcasting media operators and executives, as well as radio listeners in the eastern region of Thailand. Data analysis employed descriptive statistics, including: frequency distribution, percentages, means, and standard deviations. Inferential statistics, specifically t-tests, Chi-square tests, one-way ANOVA, and Scheffe's post-hoc test, were also utilized. The qualitative research component involved in-depth interviews and brainstorming sessions with 30 radio broadcasting media executives and academics in the provinces of Chonburi, Rayong, Chanthaburi, and Trat.

The research findings indicated that: 1) there's a decline in the number of radio listeners in the Eastern region who tune in for news and information. This can be attributed to the fact that most radio operators and media executives are older individuals who have struggled to adapt to the rapid technological advancements in communication. Furthermore, these radio businesses often employ family-style management strategies with a centralized power structure, which is ill-suited for modern management practices. 2) the advancement of communication technology and the proliferation of new media have led to the emergence of convenient and rapid communication channels. This has significantly shifted audience behavior, with listeners increasingly turning to new online media platforms. 3) based on an analysis and synthesis of both quantitative and qualitative research data, an SMMCn Model – "Strategic Management for Modern Radio Broadcasting" – has been developed. This model aims to enhance strategic management skills by leveraging communication technology to produce contemporary program content that aligns with the current online media consumption habits of radio listeners.

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