



การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

นางนิสลา ไทยกกล้า

รายงานวิชาการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การพัฒนานักบริหารระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 13
สถาบันพระปกเกล้า

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า



การปรับตัวของสถานีวิทย์กระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

โดย

นางนิสลา ไทยกกล้า

รหัสประจำตัว 64-13-51

สถาบันพระปกเกล้า

รายงานวิชาการส่วนบุคคล เรื่อง การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา
ในยุคดิจิทัล

อาจารย์ที่ปรึกษา :



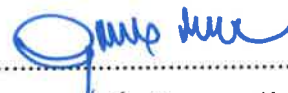
(อาจารย์วิทวัส ชัยภาคภูมิ)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม :



(อาจารย์กู่เกียรติ ภูมิรัตน์)

อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง
สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 13



(ศาสตราจารย์วุฒิสาร ตันไชย)
เลขาธิการสถาบันพระปกเกล้า

บทคัดย่อ

ชื่อผู้จัดทำ	:	นางนิสลา ไทยกล้า นักศึกษาศาสนาชั้นพระปกเกล้า หลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 13
ชื่อหัวข้อเอกสาร	:	การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	อาจารย์วิทวัส ชัยภาคภูมิ
อาจารย์ที่ปรึกษา (ร่วม)	:	อาจารย์กัญเกียรติ ภูมิรัตน์

การศึกษาเรื่อง “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ตลอดจนการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล และทำการศึกษาข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ซึ่งดำเนินการศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างหรือการสัมภาษณ์แบบชี้แนะ (Guided Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด เกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ผลการศึกษาพบว่า ด้านศึกษาสภาพการณ์หรือนโยบายการดำเนินงานปัจจุบันของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา พบว่า ปัจจุบันได้มีการปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการทำงาน ทั้งด้านการผลิต การนำเสนอ ผู้จัดรายการ รวมถึงทำการศึกษาวิจัยเพื่อให้สนองต่อการเปลี่ยนแปลง โดยสถานีฯ พัฒนาการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ซึ่งนำเสนอบริการในแต่ละแพลตฟอร์ม ทั้ง Facebook, Youtube, Instagram, Twitter รวมถึงผลิตและนำเสนอรายการวิทยุเผยแพร่ทาง Podcast และนำเสนอผ่านทาง Tiktok ภายใต้ชื่อ TPchannel โดยปัจจุบันสถานีฯ นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ มีการผลิตรายการวิทยุผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ในหลากหลายแพลตฟอร์มมากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล สถานีฯ วางแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการในการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ โดยนำเสนอรายการและข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการ มุ่งเน้นขับเคลื่อนการผลิตและนำเสนอรายการออกอากาศทางสื่อวิทยุกระจายเสียงคู่ขนานไปกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ให้ครอบคลุม

ผลการศึกษาด้านข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล พบว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรกำหนดแนวทางหรือรูปแบบการปรับตัว คือ ปรับปรุงการทำงาน

ภายในองค์กร โดยเน้นการปรับปรุงการทำงานและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ปรับโครงสร้าง การดำเนินงาน ด้านอัตรากำลังและบุคลากรขององค์กร เนื่องจากเทคโนโลยีก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ ในการติดต่อสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทำให้มีการพัฒนาและกระจายตัวของภูมิปัญญา ซึ่งต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์

รวมถึงพัฒนาระบบสารสนเทศเกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลหรือความรู้ขององค์กร โดยสถานีฯ จำเป็นต้องพัฒนาระบบองค์ความรู้ (Knowledge Based Systems: KBS) เพื่อจัดเก็บ องค์ความรู้ของสถานีฯ สามารถใช้เป็นฐานในการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมใหม่ได้

โดยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรให้ความสำคัญต่อการดำเนินกิจการด้านสื่อวิทยุ กระจายเสียงประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐ โดยพัฒนาการดำเนินงานองค์กร การบริหารจัดการ การพัฒนารูปแบบรายการ การพัฒนาบุคลากร และมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาและ ผลักดันให้สถานีฯ เปลี่ยนแปลงสู่ระบบดิจิทัลในอนาคต

1.2 สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรวางแผนการปรับกลยุทธ์ด้านผู้ผลิตและดำเนิน รายการ การนำเสนอเนื้อหารายการ รวมถึงการใช้เครื่องมือการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบ เพื่อเข้าถึงผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายและผู้ฟังกลุ่มใหม่ โดยการเพิ่มเนื้อหาสาระผ่านการตลาดเชิงเนื้อหา (Value-added Content)

1.3 สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรวางแผนกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เพื่อสร้างเนื้อหาในทุกรูปแบบที่ให้คุณค่ากับผู้ฟัง โดยวางแผนรายการให้มีความแตกต่าง และมีจุดเด่นของตนเอง ตลอดจนวางแผนการใช้ Multi-Platform การเชื่อมโยง Platform และการสร้าง Content รูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.1 สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรพัฒนาช่องทางการสื่อสาร มีการส่งเสริมการ เข้าถึงและการขยายฐานผู้ฟังในช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อปรับทิศทางการดำเนินงานของสถานีฯ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ฟัง โดยควรให้มีบริการ OTT เพื่อรองรับการรับฟังบนเครื่องมือสื่อสาร ที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ผู้ฟังสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ทุกเวลา การบริหารจัดการเนื้อหาและ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารร่วมกันในทุกช่องทางของสถานีฯ โดยเฉพาะในประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ หรือการเกาะติดสถานการณ์สำคัญ

2.2 สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเรียนรู้ การใช้งานสื่อดิจิทัลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน เพื่อประโยชน์ต่อการขับเคลื่อน

องค์กรในฐานะสถานีวิทยุประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐ และพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมุ่งเน้นพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรให้มี Multi-Skill สามารถทำงานได้หลากหลาย ในลักษณะของ One-Man

2.3 สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล อาทิ สถานีวิทยุประเภทบริการธุรกิจและประเภทบริการชุมชน เพื่อเป็นการศึกษาข้อมูลที่หลากหลายตามประเภทของวิทยุกระจายเสียงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่สถานีวิทยุกระจายเสียงกำลังประสบอยู่ เพื่อให้ผลการศึกษามีข้อมูลรอบด้านขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าเอกสารวิชาการส่วนบุคคล เรื่อง การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียง
รัฐสภาในยุคดิจิทัล สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคำแนะนำที่ดียิ่งจาก
อาจารย์วิวัฒน์ ชัยภาคภูมิ และอาจารย์กัญเกียรติ ภูมิรัตน์ ที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะในการศึกษาค้นคว้า
ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อย่างละเอียด ทำให้การจัดทำเอกสารวิชาการส่วนบุคคล
ฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์ รวมถึงบุคลากรของสถาบันพระปกเกล้าทุกท่านที่สละเวลาให้คำแนะนำและ
คำปรึกษา อันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำเอกสารวิชาการให้มีความถูกต้อง ครบถ้วนและสมบูรณ์
ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สถาบัน
พระปกเกล้า และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องในการอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลา
การอบรมหลักสูตรในครั้งนี้

นางนิสลา ไทยกล้า

นักศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง

สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่น 13

สถาบันพระปกเกล้า

พฤษภาคม 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	4
1.3 ประเด็นการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	5
1.5 วิธีดำเนินการศึกษา	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวของสื่อ	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์	9
2.3 ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด	13
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับ Lifestyle Media	13
2.5 แนวคิดทรัพยากรในการบริหารงาน (4M)	14
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	18
3.1 วิธีการศึกษา	18
3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	19
3.3 ประชากรในการศึกษา	19
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	20
3.5 ระยะเวลาในการทำการศึกษา	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	23
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	24
บทที่ 4 ผลการศึกษา	25
4.1 ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร)	25
4.1.1 สภาพการณ์ปัจจุบันและนโยบายการดำเนินงานของสถานีวิทยุ กระจายเสียงรัฐสภา	25
4.1.2 การเปลี่ยนแปลงของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในปัจจุบันและอนาคต	26
4.1.3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล	27
4.2 ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา (ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา, ผู้บังคับบัญชากลุ่มงานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง และผู้บังคับบัญชา กลุ่มงานเทคนิค)	28
4.2.1 นโยบายการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา	28
4.2.2 การเปลี่ยนแปลงของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในปัจจุบันและอนาคต	29
4.2.3 ทิศทางการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล	30
4.3 นักประชาสัมพันธ์ (ปฏิบัติงานด้านประเมินผล)	31
4.3.1 การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล	31
4.3.2 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล	32
4.4 ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา	33
4.4.1 การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล	33
4.4.2 ช่องทางการรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา	33
4.4.3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา	34
4.5 วิทยากรประจำรายการและแขกรับเชิญ	34
4.5.1 ทิศทางการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล	34
4.5.2 รูปแบบการดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5.3 ช่องทางในการสื่อสาร	35
4.5.4 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา	35
4.6 ผู้ผลิตและดำเนินรายการ	35
4.6.1 การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ด้านผู้ผลิต และดำเนินรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านรูปแบบรายการ ด้านกลยุทธ์ ทางการตลาด ด้านเทคโนโลยี	35
4.6.2 การพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียง รัฐสภาในยุคดิจิทัล	36
4.6.3 รูปแบบและลักษณะที่เหมาะสมในการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การ ปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล	36
4.7 ช่างเทคนิคและเจ้าหน้าที่สื่อใหม่	37
4.7.1 การพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียง รัฐสภาในยุคดิจิทัล	37
4.7.2 รูปแบบและลักษณะที่เหมาะสมในการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การ ปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล	37
4.7.3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุค ดิจิทัล	37
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	39
5.1 สรุปผล	39
5.2 ข้อเสนอแนะ	44
5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	44
5.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ	45
บรรณานุกรม	46
ภาคผนวก	
- แบบสัมภาษณ์	49
ประวัติผู้ศึกษา	61

สารบัญญภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 การคำนวณสัดส่วนจากจำนวนผู้รับฟังสื่อทางเสียง	2
แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการศึกษา	17

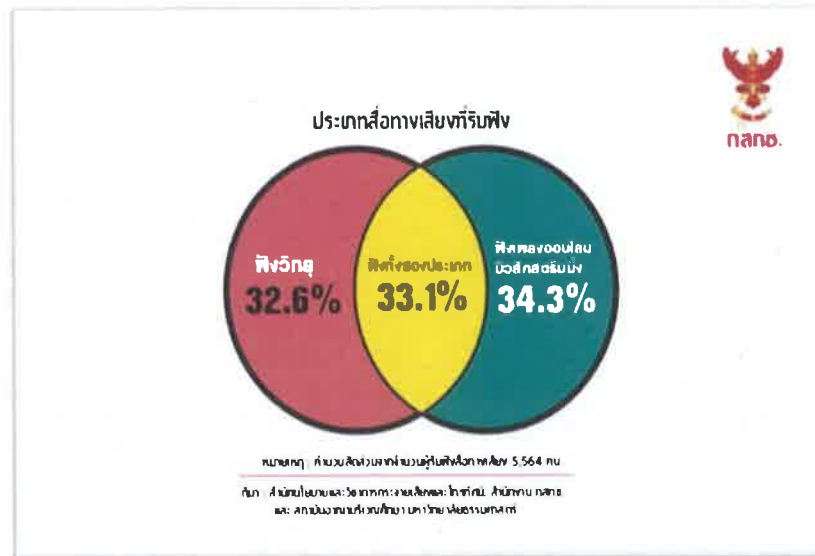
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ชีวิตของมนุษย์ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการใช้ชีวิตประจำวันอยู่เสมอ ซึ่งอุปกรณ์เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันของเราในปัจจุบันล้วนได้รับการพัฒนามาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีจนนำมาผลิตเป็นสิ่งของเครื่องใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับมนุษย์มากมาย และเราได้ใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันจนเกิดความเคยชิน รวมไปถึงรูปแบบการรับสื่อของผู้คนก็มีการเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากเกิดช่องทางที่หลากหลาย ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวก และสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตมากขึ้น

ปัจจุบันช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนมีหลากหลายทางเลือก แต่จากผลสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับฟังสื่อทางเสียงของคนไทย ปี 2562 สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พบว่า จากการสำรวจพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่าง 10,000 คนทั่วประเทศพบว่า มีผู้รับฟังสื่อทางเสียงที่รวมถึงการรับฟังรายการวิทยุ การฟังเพลงออนไลน์ และมิวสิคสตรีมมิ่ง (Music Streaming) จำนวนร้อยละ 55.6 หรือ 5,564 คน ในขณะที่ ร้อยละ 44.4 ไม่มีการรับฟังสื่อทางเสียง และในจำนวนกลุ่มผู้รับฟังสื่อทางเสียงทั้งหมด 5,564 คนทั่วประเทศนั้น ได้แบ่งประเภทของกลุ่มที่รับฟังสื่อทางเสียงออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กลุ่มที่รับฟังวิทยุอย่างเดียวมีจำนวน 1,815 คน หรือร้อยละ 32.6 กลุ่มที่ฟังเพลงออนไลน์ หรือ มิวสิคสตรีมมิ่งอย่างเดียว จำนวน 1,909 คน หรือร้อยละ 34.3 และกลุ่มที่ฟังทั้งสองประเภท จำนวน 1,840 คน หรือ ร้อยละ 33.1 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนยังนิยมรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อทางเสียงโดยเฉพาะสื่อวิทยุ (สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช.และ สถาบันอาณานิเทศศึกษา มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, 2562, ออนไลน์) ดังรายละเอียดแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 การคำนวณสัดส่วนจากจำนวนผู้รับฟังสื่อทางเสียง

ที่มา : สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช และสถาบันอาณานิคมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2562, ออนไลน์.

จะเห็นได้ว่าจากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับฟังสื่อทางเสียงของคนไทย ข้างต้น ทำให้เห็นว่าแม้สังคมปัจจุบันจะเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลให้สื่อทางเลือกรับฟังมีมากขึ้น เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่แตกต่างของประชาชน แต่กลับพบว่าความนิยมในสื่อวิทยุของประชาชนยังถือว่าเป็นสื่อหลักของสังคมประเภทหนึ่งอย่างเห็นได้ชัด

และในปี 2563 ได้นำพาความท้าทายครั้งสำคัญมาสู่ประเทศไทย จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้การดำเนินชีวิตไม่เป็นไปตามแบบแผนปกติ ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในแง่ของพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อเพิ่มขึ้น ดังที่นิลเส็น กล่าวว่า ผลการศึกษาล่าสุดถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อในไทยที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมสื่อ และเม็ดเงินโฆษณาตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบัน พบว่า การบริโภคสื่อของผู้บริโภคชาวไทยเพิ่มขึ้นในปี 2563 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงแรกของการระบาดของโควิด-19 สื่อที่มีการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือทีวีดิจิทัลและวิทยุ จากรายงานของนิลเส็น ได้เปิดเผยว่า ร้อยละ 99 ของผู้บริโภคชาวไทยดูทีวีใน 7 วันที่ผ่านมา และเวลาวางส่วนใหญ่ถูกใช้ไปกับการดูทีวี โดยใช้เวลาเฉลี่ย 4 ชั่วโมง 9 นาที/วัน ซึ่งยังสูงกว่าค่าเฉลี่ยของปีก่อนหน้าอีกด้วย และการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างมากจากร้อยละ 70 ในปี 2562 เป็นร้อยละ 75 ในปี 2563 โดยผู้บริโภคชาวไทยใช้เวลากับสื่อดิจิทัลมากขึ้นโดยเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 34 นาทีต่อวัน สำหรับการฟังวิทยุ พบว่า ในปี 2563 ผู้บริโภคใช้เวลาในการฟังวิทยุประมาณ 2 ชั่วโมง/วัน ในขณะที่จำนวนผู้ฟังวิทยุในประเทศไทย มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 12

ในปี 2563 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เป็นยอดผู้ฟังสะสมเกือบ 11.2 ล้านคน และจำนวนผู้ฟังในกลุ่มผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เป็น 7.3 ล้านของยอดผู้ฟังสะสม ดังนั้น วิทยุจึงถือเป็นอีกช่องทางสื่อหลักที่ควรค่าแก่การให้ความสนใจ โดยเฉพาะแนวโน้มของผู้ฟังในกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่การลือคดาวนในเดือนเมษายน 2563 เป็นต้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ฟังหลักซึ่งมีอายุ 35 ปีขึ้นไป เราได้เห็นถึงการฟื้นตัวของผู้บริโภครายใหม่ที่หันมาใช้วิทยุ เพื่อรับข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันและการฟังเพลงในช่วงเวลากลางวัน ซึ่งผู้ฟังใช้เวลา 1 ชั่วโมง 52 นาที/วันในการฟังวิทยุ

ในช่วงเวลาแห่งความไม่แน่นอนและพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ผู้บริโภครายใหม่หันมาใช้วิทยุเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เป็นสื่อที่มีบทบาทในการเชื่อมโยงกลุ่มสังคมและความบันเทิงเข้าด้วยกัน ซึ่งนี่เส้นคาดว่ายังคงเห็นโอกาสเหล่านี้ในปี 2564 ขณะที่การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคชาวไทยกับสื่อดิจิทัลมีอัตราสูงเป็นประวัติการณ์ในปี 2563 กล่าวคือ การบริโภควิดีโอดิจิทัลเพิ่มขึ้นอย่างมากโดยเฉพาะ 3 ไตรมาสแรกของปี 2563 โดยที่ผู้บริโภคใช้เวลาเพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่าในแต่ละวันกับอุปกรณ์หลัก 3 ประเภท ได้แก่ สมาร์ทโฟน, เดสก์ท็อป/แล็ปท็อป และแท็บเล็ต เป็นต้น

ในขณะที่ช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ประชากรโดยร้อยละ 32 ผู้บริโภคใช้อุปกรณ์เพื่อเข้าถึงข่าวสารออนไลน์หรือดูรายการทีวี และ Streaming Content มากขึ้น นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการบริโภคสื่อดิจิทัล คือ การที่โควิด-19 ส่งผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับกลุ่มประชากรรายได้ต่ำถึงปานกลางและผู้สูงอายุให้ใช้เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นเพื่อการเชื่อมต่อกับบุคคลในครอบครัวและรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโควิด-19 อีกทั้งกลุ่มประชากรในชนบทมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน (รัฐชิตา ศรีรวีโล, 2564, ออนไลน์)

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดกระแสการสิ้นสุดของยุคเทคโนโลยีการสื่อสารแบบดั้งเดิมที่ข้ามข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ โดยสื่อแรกที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ต่างทยอยปิดตัวลงไปอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความกังวลสำหรับคนทำสื่อวิทยุกระจายเสียงที่เกรงว่าอาจหมดความสำคัญและเลือนหายไปตามกาลเวลาเช่นกัน แต่ถึงกระนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจวิทยุกระจายเสียงต่างทำความเข้าใจและปรับตัวให้เท่าทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป สถานีวิทยุหลายแห่งได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบและสร้างสรรค์เนื้อหารายการของสถานีให้มีความแปลกใหม่ มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น (พัชรพร ตีวงษ์, 2557, บทคัดย่อ) ซึ่งนอกจากจะมีการปรับรูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอต่าง ๆ แล้ว ยังคงต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อความอยู่รอดท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงของสื่อในศตวรรษที่ 21

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา เป็นช่องทางการสื่อสารหลักสื่อหนึ่งในการสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างภาครัฐกับประชาชน ดำเนินงานภายใต้การบริหารงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ตามภารกิจด้านการสื่อสารและเผยแพร่

ความรู้ความเข้าใจด้านการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย และสร้างความเข้าใจระหว่างรัฐสภากับประชาชน ภายใต้ยุทธศาสตร์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติที่สนับสนุนความเป็นประชาธิปไตย และพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ด้วยกลยุทธ์พัฒนาการผลิตรายการและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นิติบัญญัติที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามวิถีประชาธิปไตย โดยมีเป้าหมายให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารและสาระความรู้ด้านนิติบัญญัติอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ทั้งนี้ มีการดำเนินงานสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

ดังนั้น สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาไม่ได้เป็นเพียงการให้บริการแบบเดิมดั่งเช่นในอดีตที่ผ่านมาที่เรียกกันว่า On Air บนหน้าปัดวิทยุเท่านั้น แต่ต้องมีการประยุกต์สื่อรูปแบบใหม่ในการนำเสนอให้มากขึ้น โดยควบคู่ไปกับรูปแบบเดิม โดยมีทั้งภาพและเสียงผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่บนช่องทางออนไลน์ เพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิผลสูงสุด

ผู้ศึกษาได้เล็งเห็นถึงแนวทางและโอกาสในการพัฒนาเรื่องดังกล่าวข้างต้น จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ทั้งนี้ เพื่อมุ่งหาแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงการนำเสนอของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาเพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล และปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของสื่อสารมวลชนที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา
- 1.2.2 เพื่อศึกษาการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล
- 1.2.3 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

1.3 ประเด็นการศึกษา

- 1.3.1 ปัจจุบันสภาพการณ์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาเป็นอย่างไร
- 1.3.2 สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภามีการปรับตัวในยุคดิจิทัลอย่างไร และด้านไหนบ้าง
- 1.3.3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลเป็นอย่างไรบ้าง

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษา เรื่อง “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล” การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษากำหนดขอบเขตการศึกษา/การดำเนินงาน ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาถึงสภาพการณ์ปัจจุบันของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา รวมถึงการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล และมีข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลต่อไป

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา/ดำเนินงาน คือ ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา นักประชาสัมพันธ์ ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา แขกรับเชิญ วิทยากรประจำรายการ ผู้ผลิตและดำเนินรายการ ช่างเทคนิค เจ้าหน้าที่สื่อใหม่

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้ศึกษาใช้เวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2564

1.5 วิธีดำเนินการศึกษา

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และรวบรวมข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) และสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างหรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัย (Methodology) ที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้างหรือมีการนำคำสำคัญ (Keywords) มาใช้ประกอบในการชี้นำคำสัมภาษณ์ ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.5.1 ศึกษาวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) ทำการเก็บข้อมูลเอกสาร (Documentary) อาทิ แผนปฏิบัติราชการของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รายงานผลการปฏิบัติงาน การผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา รายงานผลการประเมินของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา เอกสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ทำการศึกษา อาทิ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อมุ่งทำการศึกษาถึงสภาพการณ์ปัจจุบันของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

1.5.2 ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ประกอบด้วย ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา นักประชาสัมพันธ์ ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา แขกรับเชิญ วิทยากรประจำรายการ ผู้ผลิตและดำเนินรายการ ช่างเทคนิค เจ้าหน้าที่สื่อใหม่ ทั้งนี้ เพื่อมุ่งทำการศึกษารับตัวและข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงสภาพการณ์ปัจจุบันของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ทั้งนี้ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล

1.6.2 ทำให้ทราบถึงการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลใน 5 ด้านหลัก คือ ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านรูปแบบรายการ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและการคงอยู่อย่างทันสมัยของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในศตวรรษที่ 21

1.6.3 ทำให้ทราบถึงข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ในยุคดิจิทัล ทั้งนี้ เพื่อนำมาสู่การกำหนดทิศทาง นโยบายและกระบวนการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวของสื่อ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์
- 2.3 ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับ Lifestyle Media
- 2.5 แนวคิดทรัพยากรในการบริหารงาน (4M)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวของสื่อ

2.1.1 การปรับตัวของสื่อ

กุลวัฒน์ ทศพะรินทร์ และ จิรภัทร กิตติวรากุล (2560 อ้างถึงใน ภัทรดนัย ไตรวัฒนาศิริ, 2561, หน้า 11 - 13) ได้กล่าวเกี่ยวกับการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยไว้ว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงของไทยต้องเจอกับการเปลี่ยนแปลงด้านการกำกับดูแล ทำให้สื่อวิทยุกระจายเสียงต้องพยายามปรับตัวรวมถึงการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับนโยบายของประเทศ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสู่การกระจายเสียงในระบบวิทยุดิจิทัล เมื่อสื่อดิจิทัลอย่างอินเทอร์เน็ตเข้ามาทำให้สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์หรือแม้กระทั่งสื่อสิ่งพิมพ์ กลายเป็นได้รับความสนใจลดน้อยลง ดังนั้นสื่อวิทยุกระจายเสียงจึงจำเป็นต้องปรับตัวและหลอมรวมเข้ากับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อให้สื่อวิทยุกระจายเสียงปรับตัวเข้ากับยุคดิจิทัลและสามารถอยู่รอดต่อไปได้

2.1.2 การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence)

ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้รับสาร มีการเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะการเข้าถึงสื่อใหม่ (New Media) ช่องทางการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับสารสามารถสื่อสารโดยข้ามข้อจำกัดด้านเวลาและพื้นที่ โดยการพัฒนาของเทคโนโลยีนี้ทำให้เกิดการหลอมรวมสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

พฤติกรรมของผู้รับสารในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากการที่ใช้สื่อดั้งเดิม อย่างเช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น เปลี่ยนมาใช้สื่อแบบสมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์มากขึ้น ทำให้เกิดการผสมผสานสื่อโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง เครือข่ายคอมพิวเตอร์และสื่อโทรศัพท์

ร่วมกัน ทำให้ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความต้องการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น (ชาม เชื้อสถาปนาศิริ, 2557 อ้างถึงใน ภัทรดนัย ไตรวัฒนาศิริ, 2561, หน้า 12)

โคลโก และ รีด (Kolko & Reid, 1998 อ้างใน ภัททิยา โภคาพานิชย์, 2559, หน้า 31) ได้กล่าวถึงการหลอมรวมสื่อไว้ว่า การผสมผสานของเทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารโทรคมนาคม ทำให้เกิดสื่อรูปแบบใหม่ที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์และสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้สามารถกำหนดรูปแบบการใช้งานได้ด้วยตนเอง ทำให้เกิดเสรีในสื่อสารอย่างไร้พรมแดน ทำให้คนทั่วโลกสามารถติดต่อกันได้ รู้สึกใกล้ชิดกันมากขึ้น

2.1.3 ลักษณะของการหลอมรวมสื่อ

พนิดา สายประดิษฐ์ (2549 อ้างถึงใน ภัทรดนัย ไตรวัฒนาศิริ, 2561, หน้า 12) กล่าวว่า การหลอมรวมของสื่อต่าง ๆ นั้น เกิดจากแรงขับเคลื่อนของเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สามารถรับส่งสัญญาณบนเครือข่ายเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเกิดขึ้นได้ 4 ระดับ คือ การหลอมรวมบริการ (Convergence of Services) การหลอมรวมของอุปกรณ์ลูกข่าย (Convergence of Terminals) การหลอมรวมของช่องทางการสื่อสารข้อมูล (Convergence of Transmission Channels) การหลอมรวมของผู้ให้บริการที่สร้างเครือข่ายและการควบรวมกิจการ (Convergence of Providers)

การหลอมรวมด้านการบริการสารสนเทศเพื่อความบันเทิง ยังสามารถแบ่งออกตามลักษณะเครือข่ายได้ 3 เครือข่าย ดังนี้

(1) เครือข่ายวิทยุและโทรทัศน์ เป็นการบริการด้านความบันเทิง โดยใช้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้บริการในรูปแบบการรับในขณะออกอากาศสด เช่น การรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต การฟังรายการวิทยุผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจมีอุปสรรคในการรับชมได้จากสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ไม่เสถียร

(2) เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นบริการที่มีความหลากหลาย อย่างเช่น การรับส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ การศึกษาทางไกล เป็นต้น

(3) เครือข่ายโทรคมนาคม เป็นบริการที่มีความหลากหลาย โดยเกิดจากการเชื่อมโยงสายเคเบิล ดาวเทียม และโทรศัพท์ไร้สาย อย่างเช่น การโทรศัพท์ผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2.1.4 บริการหลอมรวมสื่อในประเทศไทย

พนิดา สายประดิษฐ์ (2549 อ้างถึงใน ภัทรดนัย ไตรวัฒนาศิริ, 2561, หน้า 12 - 13) พบว่า ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติได้ทำการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่มีต่อบริการต่าง ๆ ที่เป็นการหลอมรวมสื่อ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการใช้บริการฟังเพลงออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เพราะการฟังเพลงออนไลน์ไม่จำเป็นต้องใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตในการรับบริการมากนัก รวมถึงบริการฟังเพลงออนไลน์ มีให้เลือกรับบริการจำนวนมากตามเว็บไซต์บนโลกออนไลน์

โดยปัจจัยที่ทำให้เกิดการใช้งานบริการหลอมรวมสื่อในประเทศไทย แบ่งออกได้เป็น 3 ปัจจัย ดังนี้

(1) ความสะดวกและรวดเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ต เพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน รวมถึงบริการอื่น ๆ โดยไม่มีการจำกัดเวลาและสถานที่

(2) ราคาในการให้บริการ ซึ่งในปัจจุบันเกิดการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการจำนวนมาก เพราะต่างให้ความสนใจในบริการหลอมรวมสื่อมากขึ้น

(3) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีการสนับสนุนนโยบายให้กับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยให้สามารถเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ ทำให้บริการหลอมรวมสื่อในประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างมาก

จากการศึกษาแนวคิดตั้งที่กล่าวมาข้างต้น สื่อวิทยุกระจายเสียงต้องเจอกับการเปลี่ยนแปลง ทำให้สื่อวิทยุกระจายเสียงต้องพยายามปรับตัว รวมถึงการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในปัจจุบัน ซึ่งในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากการใช้สื่อดั้งเดิม อย่างเช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น เปลี่ยนมาใช้รูปแบบสมาร์ตโฟน หรือสื่อที่มีการนำเทคโนโลยีในสมัยใหม่มาปรับใช้เพิ่มมากขึ้น เพื่อความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การสร้างปฏิสัมพันธ์ การแสดงความคิดเห็น จะเห็นได้ว่า สื่อวิทยุกระจายเสียง จะต้องมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ พร้อมกับการปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้รับสารในปัจจุบัน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

2.2.1 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในที่นี้คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสารที่เล่าเรื่องราวประสบการณ์ต่าง ๆ ผ่านเนื้อหา บทความ รูปภาพ หรือวิดีโอ ที่ผู้ใช้สร้างขึ้นหรือพบจากสื่ออื่น แล้วนำมาแบ่งปันกับผู้อื่นที่อยู่บนเครือข่ายของตนเอง นอกจากนี้ ยังสามารถตอบโต้กันได้อีกด้วย โดยผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ให้บริการอยู่บนโลกออนไลน์ (ภัทรดนัย ไตรวัฒนาศิริ, 2561, หน้า 13)

ปีเตอร์ รักษธรรม (2558 อ้างถึงใน ภัทรดนัย ไตรวัฒนาศิริ, 2561, หน้า 13) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลได้อย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจ นอกจากข้อความปกติแล้ว ยังมีรูปภาพ วิดีโอ และไฟล์อื่น ๆ ที่สามารถแนบขึ้นไปบนสื่อสังคมออนไลน์ได้ เพื่อแบ่งปันให้คนอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาที่ช่วยในการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่ใช้งานอีกด้วย

2.2.2 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ปีเตอร์ รัชธรรม (2558 อ้างถึงใน ภัทรดนัย ไตรวัฒนาศิริ, 2561, หน้า 11 - 14) ได้แบ่งสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ตามลักษณะและวัตถุประสงค์การใช้งาน ที่ได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบันออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

(1) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) เป็นเครือข่ายที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง โดยผู้ใช้งานสามารถแบ่งปัน ข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ รวมถึงการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ได้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน ได้แก่ เฟซบุ๊ก อิน스타그램 และทวิตเตอร์ เป็นต้น

(2) การแบ่งปันสื่อโสตทัศน (Visual Media Sharing) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้การสื่อสารไปที่ผู้ติดตามโดยใช้วิดีโอ รูปภาพ เป็นต้น ซึ่งใช้เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ ทำให้มีความแตกต่างจากสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่น ยกตัวอย่างเช่น การแชร์วิดีโอผ่านเว็บไซต์ยูทูป หรือการแชร์รูปภาพบนแอปพลิเคชันอิน스타그램

(3) บล็อกและไมโครบล็อก (Blog and Micro-Blogging) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานโดยการเขียนบทความ หรือเนื้อหาที่เป็นสาระความรู้ให้กับผู้ติดตามหรือผู้ที่มีความสนใจ เช่น เวิร์ดเพรส และบล็อกเกอร์ เป็นต้น ส่วนไมโครบล็อก เป็นลักษณะบล็อกที่จะจำกัดตัวอักษรแต่ละครั้งในการโพสต์ใช้ในการสร้างจุดสนใจและทำการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย โดยการใช้เครื่องหมายแฮชแท็ก "#" โดยการใช้งานลักษณะนี้ได้รับความนิยมสูงสุดในเว็บไซต์ทวิตเตอร์

(4) พื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ถูกจัดการพื้นที่ให้กับผู้ใช้ที่ตั้งหัวข้อประเด็นที่ตนเองสนใจขึ้น ซึ่งเรื่องที่สนใจอาจจะเป็นเรื่องการเมือง กีฬา ความบันเทิง และอื่น ๆ โดยเป็นพื้นที่ที่เปิดให้กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน เข้ามาตอบโต้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยสื่อสังคมออนไลน์รูปแบบนี้ก็ยังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น pantip.com เป็นต้น

(5) การวิจารณ์และการจัดลำดับ (Reviews and Ratings) สื่อสังคมออนไลน์ลักษณะนี้ปัจจุบันนิยมเรียกว่า รีวิวและเรตติ้ง ซึ่งเป็นการวิจารณ์ จัดลำดับ และให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยเป็นหนึ่งในช่องทางในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคก่อนจะตัดสินใจซื้อ ซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่เลือกซื้ออีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น Wongnai เว็บไซต์รีวิวร้านอาหารทั่วประเทศไทย

(6) เครือข่ายออนไลน์เพื่อการประกอบอาชีพ (Professional Networking) นับเป็นเครือข่ายออนไลน์เฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจในการมองหาอาชีพ โดยใช้ในการเผยแพร่ประวัติส่วนตัว และประสบการณ์การทำงาน เพื่อเป็นประโยชน์ในการถูกรับเลือกเข้างาน เช่น จ๊อบส์ดีบี (JobsDB) ลิงก์อิน (Linkedin) เป็นต้น

2.2.3 เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊ก คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ และเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในการใช้งาน โดยเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ และมีผู้ใช้ให้ความไว้วางใจในการใช้งาน เพราะเป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลที่เป็ความจริง ซึ่งผู้ใช้สามารถแบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ หรือข้อความ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดหรือบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ที่ได้พบเจอในชีวิตประจำวัน และยังเป็น เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ง่ายต่อการใช้งาน สามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารกับครอบครัว เพื่อน คนรัก หรือคนอื่น ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว (ภัทรดนัย ไตรวัฒนาศิริ, 2561, หน้า 15)

การใช้งานเฟซบุ๊กสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบหลัก ๆ คือ

(1) การใช้งานแบบส่วนตัว เช่น โพสต์ข้อความ อัปเดตสถานะ แชร์รูปภาพ หรือวิดีโอ เป็นต้น

(2) การใช้งานแบบกลุ่ม เป็นการตั้งกลุ่มเฉพาะเพื่อพูดคุยหรือแลกเปลี่ยน ไม่ว่าจะเป็ข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ ซึ่งผู้ใช้ในกลุ่มนั้น ๆ จะมีความสนใจในด้านเดียวกัน

(3) การใช้งานแบบเพจ เป็นการเปิดชุมชนเพื่อให้คนที่มีความสนใจในด้านเดียวกัน โดยมีผู้นำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ คือ ผู้ดูแลเพจ เพื่อให้ผู้ติดตามร่วมมีปฏิสัมพันธ์กับเพจ หรือแบรนด์นั้น ๆ

ปัจจุบันเฟซบุ๊กยังมีการพัฒนาเพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำหรับธุรกิจต่าง ๆ ที่อยากจะทำ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล โดยมีระบบที่ช่วยในการโฆษณาทั้งสินค้า กิจกรรม เว็บไซต์ เป็นต้น โดยมีชื่อเรียกว่า การโฆษณาบนเฟซบุ๊ก (Facebook Ads) และด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้ปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตมีความเร็วสูงมากขึ้น เฟซบุ๊กจึงมีเครื่องมือใหม่ที่สามารถถ่ายทอดสดได้ หรือที่เรียกว่า เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ช่วยทำให้เพจขององค์กร และแบรนด์ต่าง ๆ สามารถส่งต่อเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสารได้ ผ่านรูปแบบการถ่ายทอดสดที่ช่วยเพิ่มให้การสื่อสารการตลาดนั้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยข้อดีของการถ่ายทอดสด คือ จะทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะต้องการ นำเสนอสินค้าใหม่ก็สามารถถ่ายทอดสดได้ทันที ซึ่งจะเพิ่มมิติในการสื่อสารให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น คือ รายการโทรทัศน์และรายการวิทยุ จะหันมาใช้งานเครื่องมือการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชมให้มากยิ่งขึ้น และยังช่วยทำให้ผู้ชมสามารถตอบโต้หรือมีส่วนกับรายการได้อีกด้วย (ภัทรดนัย ไตรวัฒนาศิริ, 2561, หน้า 15 - 16)

2.2.4 สื่อออนไลน์ยูทูบ

ยูทูบ คือ เว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการแบ่งปันวิดีโอทางสื่อสังคมออนไลน์ และสามารถเชื่อมโยงผู้คนจากทั่วโลกเข้าด้วยกัน โดยมีความพิเศษสำหรับผู้ใช้ทั่วไปที่สร้างเนื้อหาของตนเองและผู้ใช้ที่เป็น องค์กร ในการแบ่งปันวิดีโอเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้ใช้คนอื่น ๆ บนเว็บไซต์ยูทูบ ซึ่งยูทูบถือเป็นหนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลอย่างมากที่ธุรกิจหรือแบรนด์ต่าง ๆ จะใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้บริโภคได้ (Lee, Chun & Carolyn, 2010 อ้างใน ดารานิตย์ คงเทียม, 2557, หน้า 37)

ยูทูป เป็นสื่อที่ใช้ในการสื่อสารผ่านรูปวิดีโอ ซึ่งปัจจัยในการตัดสินใจในการแชร์วิดีโอไปยังสื่อออนไลน์ของตนเอง คือ หลังจากที่รับชมวิดีโอจบผู้ใช้จะต้องมีความรู้สึกดี หรือประทับใจ ทำให้เกิดการตัดสินใจแชร์คลิปนั้น ๆ แต่ถ้าหากหลังจากที่ผู้ใช้รับชมวิดีโอจบแล้วไม่รู้สึกประทับใจ ซึ่งอาจเกิดจากเนื้อหาที่มีความอ่อนไหว อย่างเช่น เรื่องเพศ เรื่องการเมือง เป็นต้น มักจะไม่เกิดการแชร์ต่อ นอกจากนี้วีดีโอบนยูทูปยังประสบความสำเร็จจากการที่วีดีโอบนยูทูปถูกแชร์ต่อไปบนสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยทำให้มีผู้รับชมวิดีโอมากขึ้น ถ้าหากบนวิดีโอที่ถูกแชร์บนเฟซบุ๊กถูกแสดงความคิดเห็นมาก ก็จะทำให้วีดีโอชิ้นนั้นได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น (Hagerty. 2008 อ้างถึงใน ดารานิตย์ คงเทียม, 2557, หน้า 37)

วิน รัตนธีรารธร (2553 อ้างถึงใน ภัทรดนัย ไตรวัฒนาศิริ, 2561, หน้า 16) กล่าวว่า ปัจจัยของผู้ใช้ยูทูปส่วนใหญ่ในประเทศไทยที่มีผลต่อการส่งต่อวิดีโอ คือ เนื้อหาในวิดีโอจะต้องมีความเหมาะสมในการส่งต่อ รวมถึงการเป็นผู้นำทางความคิดหรือจะมีภาพลักษณ์อย่างไรหากส่งต่อวิดีโอ นั้น ๆ แต่ไม่ได้คำนึงถึงขั้นจะต้องมีภาพลักษณ์ในแง่บวก แต่คำนึงถึงความเหมาะสมเป็นหลัก โดยส่วนมากจะหลีกเลี่ยงการส่งต่อวิดีโอที่มีความเสี่ยงจะทำให้ภาพลักษณ์ของตนเองเป็นไปในทางลบ การถ่ายทอดสด (Live Streaming) หรือที่เรียกว่า ยูทูปไลฟ์เป็นเครื่องมือที่ทรงประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจจากผู้ชมและยังสามารถเพิ่มเวลาในการรับชมให้กับช่องของผู้ถ่ายทอดสด โดยการถ่ายทอดสดบน YouTube สามารถแบ่งออกได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

(1) สตรีมมิง (Stream Now) เป็นวิธีการถ่ายทอดสดโดยการเริ่มส่งเนื้อได้ทันที ซึ่งในขณะที่ถ่ายทอดสดผู้ถ่ายทอดจะสามารถตอบโต้กับผู้ชมได้อีกด้วย

(2) กิจกรรม (Event) เป็นเครื่องมือในการควบคุมการถ่ายทอดสดได้ดียิ่งขึ้น เพราะสามารถตั้งเวลาในการเริ่มต้นถ่ายทอดสดได้และสิ้นสุดการถ่ายทอดสดได้ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างการถ่ายทอดสดหลาย ๆ กิจกรรม พร้อม ๆ กันได้

(3) อุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile) เป็นอีกหนึ่งวิธีในการถ่ายทอดสดได้ง่าย ๆ ผ่านแอปพลิเคชันของยูทูปบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น สมาร์ทโฟน เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ข้างต้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและได้รับความไว้วางใจจากผู้ชม มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลได้อย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจ และยังเป็นสื่อที่สามารถติดต่อสื่อสารได้ในลักษณะสื่อสาร 2 ทาง และยังสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง และในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ยังสามารถเชื่อมโยงผู้คนจากทั่วโลกเข้าด้วยกัน และสื่อสังคมออนไลน์ถูกจัดการพื้นที่ให้กับผู้ใช้ที่ตั้งหัวข้อประเด็นที่ตนเองสนใจ โดยเป็นพื้นที่ที่เปิดกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันเข้ามาตอบโต้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน

2.3 ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

สำหรับทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism Theory) ที่ McLuhan (สุนิสา เมืองแก้ว และ ชีรภัทร วรรณฤมล, 2562, หน้า 32) นำเสนอนั้น เกิดขึ้นจากความสนใจในด้านที่เกี่ยวกับการพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีผลต่อมนุษย์ในสังคม ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดนี้มองว่าสิ่งใดหรือปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งอาจเป็นสาเหตุในการที่จะกำหนดผลต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ในด้านใดด้านหนึ่งได้ ทฤษฎีนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปในการปรับตัวของสื่อตามรูปแบบของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย โดยปราศจากเงื่อนไขในเรื่องของเวลาและสถานที่ อีกทั้งยังมีอิทธิพลต่อมนุษย์และที่สำคัญยังช่วยสร้างความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน

จากการศึกษาแนวคิดดังกล่าวมาข้างต้น การพัฒนาการของเทคโนโลยีเกิดขึ้นจากการสื่อสารที่มีผลต่อมนุษย์ในสังคม ปรากฏการณ์ใด การเปลี่ยนแปลงใดที่เกิดขึ้น อาจเป็นสาเหตุในการที่จะกำหนดผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือปรับตัว ดังเช่น การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงตามรูปแบบของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังสื่อวิทยุกระจายเสียง และเป็นสื่อวิทยุกระจายเสียงอีกทางเลือกหนึ่งให้กับกลุ่มผู้นิยมใช้เทคโนโลยีเพื่อความสะดวกสบายในการเข้าถึงสื่อ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับ Lifestyle Media

ลักษณะของ Lifestyle Media (The Rise of Lifestyle Media, 2006 อ้างถึงใน สุนิสา เมืองแก้ว และ ชีรภัทร วรรณฤมล, 2562, หน้า 33) จะทำให้ผู้รับสารหรือผู้บริโภคมีประสิทธิภาพในการผลิต ตลอดจนการใช้เวลาว่างและสังคม อันหมายถึงรูปแบบการใช้สื่อยุคใหม่ในปัจจุบัน ซึ่งโดยหลักการ ก็คือ จะปราศจากข้อจำกัดทั้งปวงทั้งการเข้าถึง (Untethered) การมีส่วนร่วม (Participatory) การมีพลวัต (Dynamic) รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูล (Hyperlinked) ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้สารหรือผู้บริโภค อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารมวลชน (Mass Media) หรือการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม (Segmented Media) นั้น ยังไม่ได้ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารโดยตรง หากแต่ Lifestyle Media สามารถตอบสนองได้เกือบทั้งหมด เนื่องจาก Lifestyle Media เป็นประสบการณ์ของผู้รับสารแบบคนจำนวนมากที่ส่งไปหาคนจำนวนมาก หรือ Many-to-Many สามารถส่งไปได้ในทุกแห่ง (Any Place) ทุกเวลา (Any Time) และทุกอุปกรณ์ (Any Device) โดยสามารถอธิบายเปรียบเทียบผู้บริโภคในแต่ละรูปแบบของการสื่อสาร คือ การสื่อสารมวลชน การสื่อสารเฉพาะกลุ่ม และการสื่อสารแบบ Lifestyle Media ทั้งนี้ การนำสื่อใหม่มาใช้ผสมผสานกับสื่อดั้งเดิม ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากขึ้น เป็นการก้าวข้ามข้อจำกัดด้านต่าง ๆ ทั้งเวลาและสถานที่ โดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีคุณสมบัติเพียงการกระจายเสียงอย่างเดียวจะได้เพิ่มมิติทางการสื่อสารด้านอื่น ๆ ทำให้การสื่อสารมีความทันสมัยและสามารถสื่อสาร

โต้ตอบกันได้แบบสด (Real Time) ซึ่งการนำรูปแบบการใช้ชีวิตและประสบการณ์ในการใช้สื่อของบุคคลมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการสื่อสารตามองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารแบบใหม่ ได้แก่ ช่องทางใหม่ การปฏิสัมพันธ์เนื้อหาแบบใหม่ เนื้อหาใหม่ และการค้นหาข้อมูลแบบใหม่

จากการศึกษาแนวคิดดังที่กล่าวมาข้างต้น การนำสื่อใหม่มาใช้ผสมผสานกับสื่อดั้งเดิม โดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีคุณสมบัติเพียงการกระจายเสียงอย่างเดียว จะได้มีการเพิ่มมิติการสื่อสารในด้านอื่น ๆ โดยนำความทันสมัยของเทคโนโลยีมาใช้ในการเป็นช่องทางใหม่ การสร้างสรรค์เนื้อหา หรือ Content ใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร และเป็นการก้าวข้ามข้อจำกัดด้านต่าง ๆ ที่สื่อวิทยุกระจายเสียงมี

2.5 แนวคิดทรัพยากรในการบริหารงาน (4M)

ดอกจันท์ คำมีรัตน์, บุญทัน ดอกโรสง, และ อิมรอน มะลูลีม. (2552 อ้างถึงใน กลุ่มตรวจราชการและติดตามประเมินผล สำนักงานศึกษาธิการภาค 17 สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2563, หน้า 7 - 11) กล่าวว่า ทรัพยากรในการบริหาร (Resources) ได้แก่ วัตถุและเครื่องใช้เพื่อประกอบการดำเนินงาน รวมไปถึงความสามารถในการจัดการ ซึ่งทรัพยากรในการบริหารสามารถแบ่งแยกได้เป็น 4 ประเภท หรือเรียกย่อ ๆ ว่า 4M คือ

2.5.1 บุคลากร (Man)

มีการกำหนดนโยบายการบริหารงานให้พนักงานแต่ละคนต้องผ่านกระบวนการการฝึกฝนทักษะความสามารถก่อนเข้างาน จึงมอบหมายงานที่มีลักษณะเหมาะสมกับทักษะที่มีให้แต่ละคนเป็นไปตามแนวคิดของ Max Weber (1864-1920) ทฤษฎีการจัดการตามระบบราชการ (Bureaucratic Management) ที่องค์การควรจะถูกบริหารบนพื้นฐานของเหตุผล และไม่เป็นส่วนตัว โดยการแบ่งงานกันทำเฉพาะด้าน มีการส่งเสริมพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานให้เกิดความเชี่ยวชาญอยู่ตลอดเวลา สร้างคนให้มีประสิทธิภาพมีความพร้อมต่อการทำงานและการเรียนรู้งานใหม่ ๆ เพื่อให้ชิ้นงานที่ผลิตออกมามีคุณภาพ เป็นการบริหารคนให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งการบริหารคนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารและเรียกได้ว่าเป็นองค์ประกอบของการบริหาร ที่ผู้บริหารแต่ละคนนำไปใช้ในกระบวนการทำงาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2.5.2 งบประมาณ (Money)

มีการกำหนดแนวทางการบริหารการใช้จ่ายเงินหรือต้นทุนการผลิตอย่างประหยัดและคุ้มค่าให้ได้ผลลัพธ์มากกว่าต้นทุนที่กำหนดไว้ ซึ่งการบริหารการเงินเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารจัดการตามแนวคิดของ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2548 อ้างถึงใน กลุ่มตรวจราชการและติดตามประเมินผล สำนักงานศึกษาธิการภาค 17 สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2563, หน้า 9)

การควบคุมการผลิตงานที่มีผลงานที่ไม่มีคุณภาพให้น้อยที่สุด ซึ่งมาจากเทคนิค เครื่องมือเครื่องใช้และพนักงานผลิตที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรง เป็นหลักของการบริหารในด้านการควบคุมของเฮนรี ฟาโยล (Henry Fayol) และพัฒนาสิ่งเหล่านี้ที่อยู่ตลอดเวลา การใช้เครื่องมืออย่างระมัดระวังและช่วยกันดูแลรักษา เพื่อให้ต้นทุนการผลิตที่มีในกระบวนการต่าง ๆ เป็นไปอย่างประหยัดคุ้มค่า ทำให้องค์กรมีเงินไปพัฒนา ด้านอื่น ๆ หรือการจัดสวัสดิการอื่นเพิ่มเติมให้พนักงานได้ต่อไป กล่าวคือ การบริหารการเงินเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้โดยคำนึงถึง 1) ลักษณะการดำเนินงานขององค์กร 2) ลักษณะธุรกิจ ในอนาคต 3) สภาพแวดล้อม 4) การจัดสรรทรัพยากร 5) การปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์

นอกจากนั้นการบริหารการเงินอย่างประหยัดและคุ้มค่านั้นมีความสอดคล้องกับการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจที่ต้องการเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) ในเชิงการแข่งขัน เป็นการกำหนดกลยุทธ์ที่ครอบคลุมวิธีการในการแข่งขันแก่ผู้เกี่ยวข้องในหน่วยงาน (Function) ต่าง ๆ มุ่งเน้นให้แผนงานตามหน้าที่ พัฒนากลยุทธ์ขึ้นมาโดยอยู่ภายใต้กรอบของกลยุทธ์ เช่น แผนการผลิต แผนการตลาด แผนการดำเนินงานทั่วไป แผนการด้านทรัพยากรบุคคล แผนการเงิน เป็นต้น

2.5.3 วัสดุอุปกรณ์ (Material)

โดยการกำหนดแนวทางการใช้งาน เครื่องมือเครื่องใช้ที่เป็นส่วนสำคัญของการผลิต ออกมาให้มีคุณภาพ และผลิตได้ในระยะเวลาที่กำหนด ดังนั้นจึงกำหนดให้พนักงานทุกคน ต้องมีความรู้ความสามารถในการใช้งานเครื่องมือต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยมีการฝึกฝนและทำความเข้าใจ รวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ที่จะเป็นการดูแลรักษาและป้องกันอันตรายหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ระหว่างปฏิบัติงานได้

2.5.4 การจัดการ (Management)

มีการกำหนดกลยุทธ์การบริหารงานที่คำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยทำการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานอยู่ตลอดเวลา เพื่อหากกลยุทธ์ในการหลีกเลี่ยงและปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นกลยุทธ์การบริหารที่มีความครอบคลุม การจัดการ 4M โดยใช้หลักการควบคุมเป็นส่วนสำคัญของการบริหารจึงจะทำให้เกิดประสิทธิภาพ ในการบริหารจัดการ โดยที่ต้องควบคุมปริมาณงาน ควบคุมคุณภาพของงาน ควบคุมเวลาการทำงาน ของพนักงาน และควบคุมค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร และต้องสร้างจิตสำนึกรักองค์กรให้เกิดขึ้นกับพนักงานทุกคน รวมทั้งผู้บริหารด้วยกันด้วย ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นเพื่อพัฒนาองค์กรให้มุ่งไปสู่ความเป็นเลิศในด้านการจัดการภายใน ได้แก่ การรักษามาตรฐานการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การสร้างความเชื่อมั่น ในความปลอดภัยในการผลิตให้กับพนักงานและการบริการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อมไปพร้อมกันด้วย

จากการศึกษาแนวคิดดังกล่าวมาข้างต้น การนำเอาทรัพยากร อันได้แก่ คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ และการจัดการ มาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ ที่กำหนดไว้ โดยใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการนำทรัพยากรที่มีอยู่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ ผ่านกระบวนการการบริหารเพื่อให้เกิดการปรับตัวหรือเกิดการเปลี่ยนแปลง ดังเช่น การปรับของสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยต้องมีการบริหารจัดการทั้งคน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

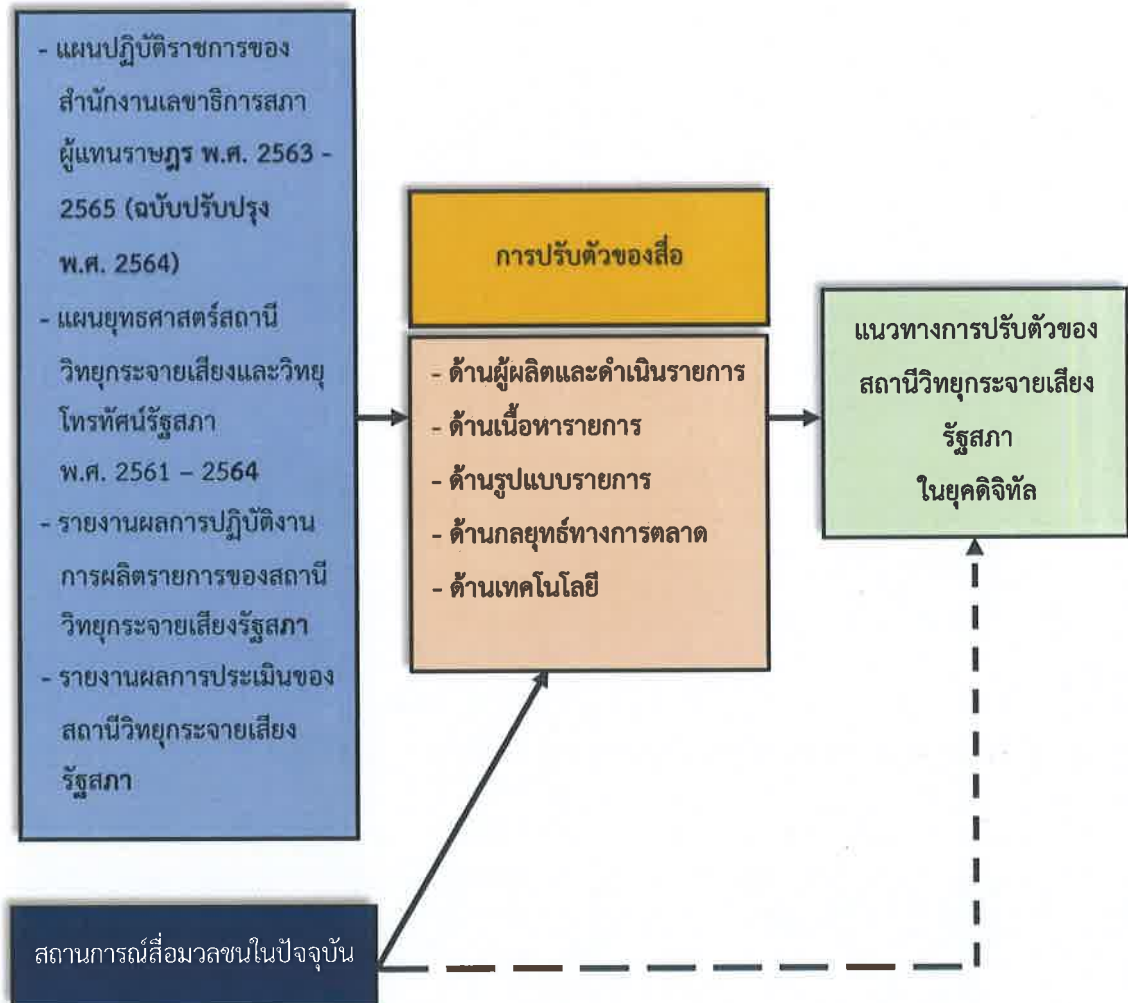
พัชรพร ติวงษ์ (2559) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในวิทยุกระจายเสียง ยุคดิจิทัล พบว่า เมื่อเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าเข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุ ทำให้ปัจจุบันผู้ฟังสามารถรับฟังรายการวิทยุได้หลายช่องทาง เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อีกทั้งรูปแบบของวิทยุดิจิทัลกำลังจะเข้ามาสร้างปรากฏการณ์ให้ธุรกิจวิทยุกระจายเสียงเกิดการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น จากผลของการเพิ่มช่องความถี่มากกว่า 1,000 สถานีทั่วประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงจึงต้องวางกลยุทธ์การตลาดและสร้างสรรค์รายการวิทยุให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ฟังในยุคดิจิทัล ด้วยการเลือกสรรกลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสาน โดยการใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อ เพื่อบูรณาการสื่อต่าง ๆ ให้เชื่อมโยงกับเนื้อหาที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของผู้ฟังในยุคดิจิทัลและเกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารมากที่สุด

สุนิสา เมืองแก้ว และ ชีรภัทร์ วรรณฤมล (2562) ศึกษาเรื่อง การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียง ในยุคหลอมรวมสื่อ พบว่า สื่อวิทยุกระจายเสียง ไม่ว่าจะเป็นสถานีวิทยุบริการสาธารณะของภาครัฐ และสถานีวิทยุบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชน ต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้องค์กรดำรงอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ดังจะเห็นได้ว่าวิทยุกระจายเสียงมิได้เป็นเพียงการให้บริการผ่านคลื่นวิทยุดังเช่นในอดีตที่ผ่านมาแต่มีการปรับตัวเพื่อประยุกต์ใช้สื่อใหม่ ในการนำเสนอมากขึ้น จากวิทยุที่กระจายเสียงผ่านคลื่นในช่องทางออนแอร์ (On Air) ไปสู่การกระจายเสียงและภาพผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่ในช่องทางออนไลน์ (On Line) ควบคู่กันไปในลักษณะการหลอมรวมสื่อ ซึ่งถือเป็นทางเลือกเพื่อการอยู่รอดของสื่อวิทยุในยุคปัจจุบัน ซึ่งการหลอมรวมสื่อนี้เป็นการผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารทุกอย่างทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ การผสมผสานระหว่างสื่อดิจิทัลด้วยกัน รวมถึงการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มพลังของการสื่อสารให้มีประสิทธิผลสูงสุด ทำให้เส้นแบ่งระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้พังทลายลง โดยที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างสามารถควบคุมและเปลี่ยนบทบาทกันได้ตลอดเวลา

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้ศึกษาและนำมากำหนดแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ที่จะได้วิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้ทำการพัฒนากลอบการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังปรากฏในแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม Participatory Action Research : PAR) เป็นหลัก ซึ่งทำการศึกษารวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) เพื่อศึกษาถึงการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 วิธีการศึกษา

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างหรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัย (Methodology) ที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้างหรือมีการนำคำสำคัญ (Keywords) มาใช้ประกอบในการขึ้นนำคำสัมภาษณ์ ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1.1 ศึกษาวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) ทำการเก็บข้อมูลเอกสาร (Documentary) อาทิ แผนปฏิบัติราชการของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564) แผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 - 2564 รายงานผลการปฏิบัติงานการผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา รายงานผลการประเมินของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา เอกสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ทำการศึกษา อาทิ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อมุ่งทำการศึกษาถึงสภาพการณ์ปัจจุบันของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

3.1.2 ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ประกอบด้วย ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา นักประชาสัมพันธ์ ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา แขกรับเชิญวิทยากรประจำรายการ ผู้ผลิตและดำเนินรายการ ช่างเทคนิค เจ้าหน้าที่สื่อใหม่ ทั้งนี้ เพื่อมุ่งทำการศึกษาการปรับตัวและข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

3.2.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งผลต่อการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล โดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา ตลอดจนผลงานวิจัยประเภทต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือข้อมูลที่ได้จากเว็บไซต์ต่าง ๆ

3.2.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided Interview) ในการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถาม สำหรับนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์เจาะลึกกับประชากรที่ใช้ในการศึกษา/ดำเนินงาน คือ ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา นักประชาสัมพันธ์ ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา แกรับเชิญ วิทยากรประจำรายการ ผู้ผลิตและดำเนินรายการ ช่างเทคนิค เจ้าหน้าที่สื่อใหม่

3.3 ประชากรในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้น ผู้ศึกษายึดหลักการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ที่มีลักษณะตรงกับขอบเขตการวิจัย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 16 คน ประกอบด้วย

3.3.1 ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (กำกับดูแล)

3.3.2 ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

- ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

- ผู้บังคับบัญชาจากกลุ่มงานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

- ผู้บังคับบัญชาจากกลุ่มงานเทคนิค

3.3.3 นักประชาสัมพันธ์

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ (ด้านการประเมินผล)

3.3.4 ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา (ช่องทางต่าง ๆ)

3.3.5 แกรับเชิญ

แกรับเชิญที่มาจากอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

3.3.6 วิทยากรประจำรายการ

วิทยากรประจำรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

3.3.7 ผู้ผลิตและดำเนินรายการ

ผู้ผลิตและดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

3.3.8 ช่างเทคนิค

ช่างเทคนิคปฏิบัติหน้าที่การควบคุมการออกอากาศของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

3.3.9 เจ้าหน้าที่สื่อใหม่

เจ้าหน้าที่สื่อใหม่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ คือ การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

3.4.1 การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแนวทางหนึ่ง โดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา ตลอดจนผลงานวิจัยประเภทต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้จากเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการสร้างพื้นฐานองค์ความรู้อย่างบูรณาการในทางวิชาการ อันเป็นแนวทางประการสำคัญในการนำไปสู่การสร้างเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลทางวิชาการที่มีประสิทธิภาพต่อไป

3.4.2 แบบสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์แบบชี้แนะ (Guided Interview) ในการกำหนดโครงสร้างของคำถาม สำหรับนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา” ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้ 1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ 2) ด้านเนื้อหารายการ 3) ด้านรูปแบบรายการ 4) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และ 5) ด้านเทคโนโลยี ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

- รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (กำกับดูแล)

กลุ่มที่ 2 ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

- ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

- ผู้บังคับบัญชาในกลุ่มงานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

- ผู้บังคับบัญชาในกลุ่มงานเทคนิค

ในกลุ่มที่ 1 และ 2 ผู้ศึกษาสัมภาษณ์ถึงโอกาสในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ซึ่งผู้ศึกษาใช้กรอบประเด็นการสัมภาษณ์ในการศึกษา ดังนี้

(1) นโยบายการดำเนินงาน/ลักษณะการดำเนินงานในการขับเคลื่อนสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในปัจจุบัน ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้ 1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ 2) ด้านเนื้อหารายการ 3) ด้านรูปแบบรายการ 4) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และ 5) ด้านเทคโนโลยี

(2) การเปลี่ยนแปลงของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในปัจจุบันและอนาคตเป็นอย่างไร

(3) การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้ 1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ 2) ด้านเนื้อหารายการ 3) ด้านรูปแบบรายการ 4) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และ 5) ด้านเทคโนโลยี ควรเป็นไปในทิศทางใด อย่างไร

กลุ่มที่ 3 นักประชาสัมพันธ์

- นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ (ด้านการประเมินผล)

ในกลุ่มที่ 3 ผู้ศึกษาสัมภาษณ์ในฐานะเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการประเมินผล เพราะจะมีการประเมินการรับฟังของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา และจะทราบถึงผลการประเมินในแต่ละด้าน ความต้องการของผู้รับฟังซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ซึ่งผู้ศึกษาใช้กรอบประเด็นการสัมภาษณ์ในการศึกษา ดังนี้

(1) การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้ 1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ 2) ด้านเนื้อหารายการ 3) ด้านรูปแบบรายการ 4) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และ 5) ด้านเทคโนโลยี ควรเป็นไปในทิศทางใด อย่างไร

(2) ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลมีอะไรบ้าง

กลุ่มที่ 4 ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

- ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา (ช่องทางต่าง ๆ)

ผู้ศึกษาทำการสัมภาษณ์ถึงการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ซึ่งผู้ศึกษาใช้กรอบประเด็นการสัมภาษณ์ในการศึกษา ดังนี้

(1) การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลมีผลต่อการรับฟังหรือไม่ อย่างไร

(2) ช่องทางในการรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ควรเป็นช่องทางใดบ้าง

(3) ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภายุคปัจจุบันควรเป็นอย่างไร

กลุ่มที่ 5 แกรับเชิญ

- แกรับเชิญที่มาออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

ผู้ศึกษาทำการสัมภาษณ์ถึงการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ซึ่งผู้ศึกษาใช้กรอบประเด็นการสัมภาษณ์ในการศึกษา ดังนี้

(1) รูปแบบการดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลควรเป็น
อย่างไร

(2) ช่องทางในการสื่อสารเหมาะสมหรือไม่ ควรมีการปรับตัวอย่างไรบ้าง

(3) ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภายุคปัจจุบันควรเป็น
อย่างไร

กลุ่มที่ 6 วิทยากรประจำรายการ

- วิทยากรประจำรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

ผู้ศึกษาทำการสัมภาษณ์ถึงการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล
ซึ่งผู้ศึกษาใช้กรอบประเด็นการสัมภาษณ์ในการศึกษา ดังนี้

(1) การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้

1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ 2) ด้านเนื้อหารายการ 3) ด้านรูปแบบรายการ 4) ด้านกลยุทธ์
ทางการตลาด และ 5) ด้านเทคโนโลยี ควรเป็นไปในทิศทางใด อย่างไร

(2) ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภายุคปัจจุบันควรเป็น
อย่างไร

กลุ่มที่ 7 ผู้ผลิตและดำเนินรายการ

- ผู้ผลิตและดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

ในการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 7 ผู้ศึกษาสัมภาษณ์ในฐานะเป็น
ผู้ปฏิบัติงานจริงและนำเสนอข้อมูลข่าวสารแก่สาธารณชนอยู่เสมอ ซึ่งผู้ศึกษาใช้กรอบประเด็น
การสัมภาษณ์ในการศึกษา ดังนี้

(1) การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้

1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ 2) ด้านเนื้อหารายการ 3) ด้านรูปแบบรายการ 4) ด้านกลยุทธ์
ทางการตลาด และ 5) ด้านเทคโนโลยี ควรเป็นไปในทิศทางใด อย่างไร

(2) โอกาสการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา
ในยุคดิจิทัลมีมากน้อยเพียงใด

(3) รูปแบบ และลักษณะที่เหมาะสมในการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของ
สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลควรเป็นอย่างไร

(4) ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลมีอะไรบ้าง

กลุ่มที่ 8 ช่างเทคนิค

- ช่างเทคนิคปฏิบัติหน้าที่การควบคุมการออกอากาศของสถานีวิทยุ
กระจายเสียงรัฐสภา

กลุ่มที่ 9 เจ้าหน้าที่สื่อใหม่

- เจ้าหน้าที่สื่อใหม่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

ในการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 8 และ 9 ผู้ศึกษาสัมภาษณ์ในฐานะเป็นผู้ปฏิบัติงานจริงด้านเทคโนโลยีหรือช่องทางในการเผยแพร่และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารแก่สาธารณชน มุ่งทำการศึกษาถึงการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล โดยผู้ศึกษามีกรอบประเด็นคำถามทั้งหมด 3 ด้าน ดังนี้

(1) โอกาสการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลมีมากน้อยเพียงใด

(2) รูปแบบและลักษณะที่เหมาะสมในการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลควรเป็นอย่างไร

(3) ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลมีอะไรบ้าง

โดยในการสัมภาษณ์นี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคำถามที่เป็นคำถามปลายเปิดซึ่งมีความยืดหยุ่นสูงเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถพูดคุยเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ การพูดคุยตั้งอยู่บนฐานของความเต็มใจที่จะตอบคำถามของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีการจดบันทึกในประเด็นสำคัญ ๆ และผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์หลังเก็บข้อมูลในพื้นที่ที่ศึกษาทันที

3.5 ระยะเวลาในการทำการศึกษา

ผู้ศึกษาใช้เวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2564 โดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสาร และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) กับประชากรที่ใช้ในการศึกษา

3.6 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้ศึกษาขอรับคำปรึกษา และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากอาจารย์ที่ปรึกษา ให้พิจารณาถึงความเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์ พร้อมปรับปรุงแก้ไขให้แบบสัมภาษณ์มีความชัดเจนและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาก่อนนำไปสัมภาษณ์กับประชากรในการศึกษา

3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

3.7.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางเอกสาร เป็นวิธีการศึกษาค้นคว้าเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไป โดยการรวบรวมเอกสารซึ่งเป็นข้อมูลที่มีการบันทึกไว้แล้วโดยผู้อื่น ดังนี้ 1) หนังสือทั่วไป ได้แก่ ตำรา คู่มือ เอกสารประกอบการบรรยาย รวมถึงเอกสารทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ เป็นต้น

2) งานวิจัย การค้นคว้าอิสระ วิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ เป็นงานที่ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าในเรื่องนั้น ๆ อย่างละเอียด 3) เอกสารทางราชการ เป็นเอกสารที่ส่วนราชการจัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงาน เช่น แผนปฏิบัติราชการของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รายงานผลการปฏิบัติงานการผลิต รายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา รายงานผลการประเมินของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา และ 4) ข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้จากเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการสร้างพื้นฐานองค์ความรู้อย่างบูรณาการในทางวิชาการ เป็นต้น

3.7.2 วิธีการรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided Interview) ในการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถาม สำหรับนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบไปด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา” ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้ 1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ 2) ด้านเนื้อหารายการ 3) ด้านรูปแบบรายการ 4) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและ 5) ด้านเทคโนโลยี

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการดำเนินการครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะเชิงพรรณนา (Description) โดยพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ด้วยข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ทั้งข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ซึ่งทำการนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เรื่อง “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล”

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล” ดำเนินการศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถาม ที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างหรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided Interview) เป็นการศึกษาแบบปลายเปิด เกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ตลอดจนการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล และทำการศึกษาข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

ผลการศึกษา

4.1 ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร)

4.1.1 สภาพการณ์ปัจจุบันและนโยบายการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ดำเนินงานภายใต้นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขเพื่อสนับสนุนภารกิจงานนิติบัญญัติ โดยการดำเนินงานปัจจุบันได้มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี และพฤติกรรมความต้องการบริโภคสื่อของผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันสื่อวิทยุทุกสื่อได้มีการปรับตัวเช่นเดียวกัน ทั้งส่วนของผู้ประกอบการวิทยุและในส่วนของสถานีหลักต่าง ๆ ก็มีการปรับตัวมากขึ้น ซึ่งสามารถพิสูจน์ได้ว่า วิทยุไม่ได้ตายไปจากสื่อ เพียงแต่จะเป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่ง เพื่อเป็นตัวเลือกให้ผู้บริโภค

ปัจจุบันเทคโนโลยีปรับเปลี่ยน ในส่วนของวิทยุรัฐสภามีการปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการทำงาน ทั้งด้านการผลิต การนำเสนอ ผู้จัดรายการ มากขึ้น ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของวิทยุที่กระจายเสียงผ่านคลื่นวิทยุที่เรียกว่า On Air และถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่และสื่อใหม่ในช่องทาง On Line ซึ่งจากการศึกษาวิจัยเพื่อให้สนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลง สถานีฯ พัฒนาการเผยแพร่ผ่านช่องทางนิวมีเดีย ซึ่งนำเสนอบริการในแต่ละแพลตฟอร์มทั้ง Facebook, Youtube, Instagram, Twitter รวมถึงผลิตและนำเสนอรายการวิทยุเผยแพร่ทาง Podcast

และล่าสุดพร้อมนำเสนอผ่านทาง Tiktok ภายใต้ชื่อ TPchannel ซึ่งสถานีฯ ปรับตัวการทำงาน เช่นเดียวกับสถานีวิทยุอื่นของหน่วยงานราชการ อาทิ กรมประชาสัมพันธ์ กองทัพบก โดยจะเห็นว่า สถานีวิทยุแห่งประเทศไทยของกรมประชาสัมพันธ์จะมีการปรับตัวคล้ายกับสถานีวิทยุกระจายเสียง รัฐสภา กล่าวคือ พยายามนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ มีการผลิตรายการวิทยุออกทางอินเทอร์เน็ต มากยิ่งขึ้น แทนที่จะเผยแพร่อยู่แพลตฟอร์มเดิม ๆ คลื่นวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์มีการกระจาย ไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ด้านผู้จัดรายการ พยายามนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นองค์ประกอบ แต่สำหรับ ผังรายการยังไม่มีปรับเปลี่ยน

การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา จำเป็นต้องมาพิจารณาในเรื่องของ Positioning ของสถานีฯ ซึ่ง Positioning ของสถานีฯ คือ การเป็นสื่อของฝ่ายนิติบัญญัติ กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ฟังอายุ 50 ปี ขึ้นไป ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงที่ได้มาจากการสำรวจการรับฟัง รายการของสถานีฯ ซึ่งคือ Positioning ของสถานีฯ อย่างชัดเจน ซึ่งการปรับตัวเพื่อรองรับเทคโนโลยี มีการเปลี่ยนแปลง คลื่นวิทยุของสถานีฯ ยังคงเท่าเดิม เพราะเนื่องจากว่าคลื่นวิทยุประสบกับอุปสรรค เรื่องกฎหมายการขยายคลื่นความถี่จาก กสทช. การขยายการคลื่นความถี่ที่รับฟังโดยเครื่องรับวิทยุ จึงยังคงเท่าเดิม คาดว่าพื้นที่รับฟังไม่เกิน 25% ของประเทศ

4.1.2 การเปลี่ยนแปลงของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในปัจจุบันและอนาคต

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี จะเป็นในส่วนของการผลิตรายการวิทยุออนไลน์ โดยสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา มีการปรับตัวภายใต้โครงสร้างอัตรากำลังเดิมที่ไม่มีการปรับเปลี่ยน ซึ่งตามสภาวะการณ์ปัจจุบัน สถานีฯ ควรจะมีบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องของเทคโนโลยี เข้ามาช่วยสนับสนุนการทำงาน โดยในส่วนของสถานีฯ มีการปรับโดยอาศัยตัวเอง เป็นลักษณะ การบริหารภายในสถานีฯ มากกว่า สถานีฯ เริ่มต้นการดำเนินงานเปิดช่องทางด้าน New Media โดยมีการเกลี่ยบุคลากรที่มีความรอบรู้ทางด้านการผลิต Content และทีมงาน Back Office ที่มีความรู้และชำนาญด้านไอที โดยเกลี่ยบุคลากรจากงานเทคนิคมาช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน ดังนั้นการบริหารภายในจำเป็นต้องเพิ่มบุคลากรเพื่อให้ไปสอดรับการปรับตัวของทั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ รัฐสภา และสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

การดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีการปรับเปลี่ยน โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาในกระบวนการทำงานมากขึ้น แต่อาจยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ด้านผังรายการ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญและเป็นตัวกำหนด สถานีฯ มีการผลิตและนำเสนอรายการ 70 เปอร์เซนต์ ส่วนภารกิจหลักด้านการถ่ายทอดการประชุมสภา 30 เปอร์เซนต์ของผังรายการ นอกจากนั้นรายการ ที่จะตอบสนองความต้องการได้ก็นำมาเผยแพร่ทางแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วย ดังนั้นสถานีฯ จะต้องมีการปรับเพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของประชาชน อาทิ ความทันสมัยของเนื้อหา เนื้อหาในเชิงลึก เนื้อหาที่ใกล้ตัวคนฟัง เป็นสิ่งที่จำเป็นในการจัดทำรายการ ด้านการจัดผังรายการควรมาทำการวิเคราะห์ ระดมสมองทั้งผู้บริหารและบุคลากรของสถานีฯ

4.1.3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

(1) การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีบทบาทที่สำคัญต่อวิถีชีวิตและสังคมของมนุษย์ เทคโนโลยีได้สร้างการเปลี่ยนแปลงและสร้างโอกาสให้แก่องค์กร อาทิ ปรับโครงสร้างการดำเนินงานด้านอัตรากำลังและบุคลากรขององค์กร เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เป็นต้น เนื่องจากเทคโนโลยีก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ในการติดต่อสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทำให้มีการพัฒนาและกระจายตัวของภูมิปัญญา ซึ่งต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ สถานีฯ จำเป็นต้องตื่นตัวที่จะนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้งานมากขึ้น เพื่อที่จะทำให้องค์กรติดตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีได้ทัน และสามารถนำเทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ

(2) บุคลากรควรทำความเข้าใจต่อบทบาทของเทคโนโลยีที่มีต่อการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้กับงานที่กำลังทำอยู่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพในการให้บริการ อาทิ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาช่วยในการสร้างเครือข่ายผู้ฟัง เพื่อเป็นการรักษาผู้ฟังและสร้างความจงรักภักดีของผู้ฟังให้มีต่อรายการและบริการของสถานีฯ เป็นต้น

(3) วางแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อให้การดำเนินการสร้างหรือพัฒนาระบบสารสนเทศเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรภายใต้งบประมาณและระยะเวลาที่กำหนดไว้ การวางแผนถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะระบบสารสนเทศจะประกอบด้วยระบบย่อยอื่น ๆ ซึ่งจะต้องสัมพันธ์กันและใช้เวลาในการพัฒนาให้สมบูรณ์ และจำเป็นจะต้องมีการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Infrastructure) ที่จำเป็น อาทิ คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ระบบเครือข่าย ให้มีพร้อมรองรับการใช้งาน

(4) พัฒนาระบบสารสนเทศเกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลหรือความรู้ขององค์กร นักวิเคราะห์ระบบและผู้ใช้จะศึกษาหรือพิจารณาถึงข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ ที่องค์กรต้องการและใช้ในการดำเนินงานอยู่เป็นประจำ เพื่อที่จะทำการรวบรวมและจัดระเบียบในการเก็บไว้ในระบบสารสนเทศ และเมื่อมีความต้องการข้อมูลก็สามารถเรียกออกมาใช้ได้ทันที โดยการพัฒนาระบบต้องให้ความสำคัญกับภาพรวมและความสอดคล้องในการใช้งานสารสนเทศของสถานีฯ เป็นสำคัญ โดยสถานีฯ จำเป็นต้องพัฒนาระบบองค์ความรู้ (Knowledge Based Systems: KBS) เพื่อจัดเก็บองค์ความรู้ของสถานีฯ สามารถใช้เป็นฐานในการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้

(5) พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้มีความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี โดยอาจจะต้องมีการจัดการฝึกอบรมการใช้ระบบสารสนเทศหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้กับบุคลากรของสถานีฯ เพื่อให้สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรได้อย่างคุ้มค่าและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน

4.2 ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา (ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา, ผู้บังคับบัญชาในกลุ่มงานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง และผู้บังคับบัญชากลุ่มงานเทคนิค)

4.2.1 นโยบายการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ

ยุคดิจิทัล ความหมายก็คือว่า นอกจากการ On Air แบบดั้งเดิม ก็จะมีแพลตฟอร์มใหม่ ๆ ที่มาเติมเต็มสื่อวิทยุในปัจจุบัน เป็นกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา นอกจากการ On Air แล้ว ในปี 2545 ทางสถานีฯ มีเว็บไซต์ โดยมีการนำเสียงออกอากาศแบบคู่ขนานกัน แต่หลังจากนั้น การจัดรายการวิทยุที่ผู้จัดรายการเองจำเป็นต้องปรับตัว เพราะว่าเทรนด์ของคนที่จะติดตามสื่อ ย่อมอยากเห็นอะไรมากกว่าการฟัง ในเมื่อรูปแบบหรือเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการผลิตรายการ ดังนั้น ผู้ผลิตและดำเนินรายการในฐานะเป็นบุคคลที่นำเสนอสารไปยังผู้รับสาร จึงต้องทำรายการมากกว่าการเป็นรายการที่ออกอากาศแค่เสียง ผู้จัดรายการต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา ตั้งแต่การเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เราจะต้องสามารถเป็นผู้ที่นำเสนอได้ทั้งเสียง ซึ่งต้องคงไว้ในเรื่องของอธิบายความเป็นมาของเรื่องราวที่จะบอกเล่าได้ทั้งหมดและก็ในเรื่องของการเห็นภาพ อาทิ หากพูดถึงเรื่องของโควิด ก็นำเสนอรูปภาพที่สื่อสารได้ ซึ่งจะสื่อได้ง่ายกว่าการเล่าให้ได้ยินแต่เสียงหรือแม้แต่รูปลักษณ์ของผู้จัดรายการเอง ก็จะต้องปรับให้พร้อมกับการจัดรายการ เพื่อเป็น Radio On Internet หรือปัจจุบันผ่านแพลตฟอร์มอื่น ๆ อาทิ Facebook, Youtube หรือการ Live ผ่านช่องทางอื่น ๆ ฯลฯ ทั้งนี้ เราต้องสามารถนำเทคโนโลยีที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า

ด้านเนื้อหารายการ

เนื้อหาสาระต้องมีความทันสมัยมากขึ้น สื่อสารเนื้อหาที่ใกล้ชิดกับคนฟัง เนื้อหารายการต้องมีความทันสมัย สามารถเป็นแหล่งอ้างอิงข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ อาทิ ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสถานีฯ มุ่งมั่นและพร้อมที่จะพัฒนาสร้างสรรค์เนื้อหารายการให้รายการมีความแปลกใหม่ ทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟังเป้าหมาย โดยมีแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหารายการ คือ รายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ควรเป็นรายการที่มีความแปลกใหม่แตกต่างจากรายการอื่นที่มีเนื้อหารายการประเภทเดียวกัน เป็นรายการที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ ตลอดจนเป็นรายการที่สื่อสารไปยังผู้ฟังทุกเพศทุกวัยให้เข้าใจได้ง่าย และเป็นรายการที่มีคุณค่าหรือมีประโยชน์ต่อสังคม

ด้านรูปแบบรายการ

ดำเนินการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาซึ่งรูปแบบรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการให้น่าฟัง

มากยิ่งขึ้น มีการสร้าง Unity บนหน้าปัดวิทยุที่จะ On Air แบบดั้งเดิม และผ่านช่องทาง On Line ไปพร้อม ๆ กัน โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง สามารถตรึงคนฟังให้อยู่กับเราได้นาน ๆ อันนี้คือความท้าทาย สำหรับการผลิตรายการวิทยุในยุคดิจิทัล

ด้านเทคโนโลยี

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภามีการเตรียมพร้อมสำหรับอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนการผลิต รายการ เพื่อ On Air แบบดั้งเดิม และออกอากาศผ่านแพลตฟอร์มอื่น ๆ ของสถานีฯ โดยผู้ปฏิบัติงาน จะต้องมีการศึกษา ค้นคว้า ลองหาสิ่งใหม่ ๆ เพื่อนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้และมีการนำเสนอต่อ ผู้บริหารในการได้มาซึ่งประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นในการพัฒนางาน

ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด

จุดเด่นของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาที่ไม่ต้องแข่งกับสถานีใดเลย คือ การถ่ายทอด การประชุมสภา ซึ่งเป็น Content หลักของสถานีฯ และเป็นจุดขายของเรา ดังนั้นสถานีฯ จึงมีการวาง กลยุทธ์ทางการตลาด โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อพิจารณาหาโอกาสและอุปสรรค ตลอดจน วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของสถานีฯ เพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนที่ต้องปรับปรุง ซึ่งทั้งหมดนี้เป็น ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานและอนาคตของสถานีฯ นอกจากนี้จะเป็นการวางแผนการผลิตและ ดำเนินรายการ เริ่มจากศึกษากลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ทั้งด้านประชากรศาสตร์และด้านพฤติกรรมในการรับฟัง รายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจ ในการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย โดยสิ่งที่ จะต้องนำมาประกอบการพิจารณา คือ สภาพการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงอื่น ๆ โดยศึกษาจากอัตราส่วนความนิยมของรายการ

4.2.2 การเปลี่ยนแปลงของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในปัจจุบันและอนาคต

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาวางแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการในการเพิ่มช่อง ทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ โดยนำเสนอรายการและข่าวสารผ่านช่องทางสื่อใหม่ของสถานีฯ รวมถึงการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตรายการ โดยในปี 2564 ที่ผ่านมา สถานีฯ มุ่งเน้นขับเคลื่อนการผลิตและนำเสนอรายการออกอากาศทางสื่อวิทยุกระจายเสียง คู่ขนานไปกับช่องทางสื่อใหม่ให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับพฤติกรรมติดตามข้อมูลข่าวสารของ ประชาชน โดยเฉพาะข่าวสารด้านนิติบัญญัติและการทำงานของสมาชิกรัฐสภา ข่าวสารการเมืองที่ ประชาชนให้ความสนใจ โดยกำหนดแนวทาง ดังนี้

- (1) พัฒนาช่องทางการรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา
- (2) เพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชน ผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัล

และสื่อใหม่

(3) นำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการ

จากแนวทางการพัฒนาคุณภาพการผลิตรายการและบริการข้อมูลข่าวสารของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ใน 3 แนวทางดังกล่าวข้างต้น ในปี 2564 สถานีฯ วางแผนดำเนินการพัฒนาช่องทางการรับฟังรายการ โดยการผลิตรายการวิทยุรูปแบบพอดคาสท์ (Podcast) ซึ่งเป็นการรับฟังแบบ Audio on Demand เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ฟัง ที่เน้นความสะดวกในการเข้าถึง การเลือกช่วงเวลา และผู้ฟังสามารถเลือกเนื้อหาได้ตามความสนใจ โดยมีการผลิตเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่ทันสมัย แตกต่างจากการผลิตรายการวิทยุที่ออกอากาศทางสื่อหลักทั่วไป รวมถึงการพัฒนาช่องทางในรูปแบบของ OTT Platform โดยอาจเริ่มต้นจากการทำ Archive คลังรายการของสถานีฯ โดยจัดแบ่งกลุ่มตามประเภทรายการ และการต่อยอดช่องทางการกระจายเนื้อหาไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ

4.2.3 ทิศทางการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

ทิศทางการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ในด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านรูปแบบรายการ กลยุทธ์ทางการตลาด และเทคโนโลยี ในภาพรวมนั้น เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารได้มีความก้าวหน้าและพัฒนาแบบก้าวกระโดดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลโดยตรงกับสื่อวิทยุกระจายเสียงในแง่ของคุณลักษณะสื่อวิทยุกระจายเสียง ซึ่งปัจจุบันด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสามารถแพร่กระจายเสียงและยังสามารถมองเห็นภาพการจัดรายการของผู้จัดรายการบนหน้าเว็บไซต์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหาและรูปแบบรายการ ซึ่งผู้ผลิตรายการจึงต้องวางแผนและจัดการกับเนื้อหารายการที่มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยสามารถใช้ประโยชน์จากการเห็นภาพของการจัดรายการมาสร้างเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับผู้ฟัง ทั้งในรายการแบบ Real Time และกิจกรรมอื่น ๆ นอกสถานีฯ ให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือว่าการแข่งขันเพื่อเป็นผู้นำในการครองใจผู้ฟังเป้าหมายให้มากที่สุด นอกจากนั้นในโลกยุคดิจิทัลที่ทำให้ผู้ฟังสามารถเข้าถึงเนื้อหาของรายการวิทยุได้มากขึ้น กล่าวคือ ปัจจุบันผู้ฟังสามารถฟังวิทยุออนไลน์ได้ตลอดเวลาผ่านสมาร์ทโฟน (Smart Phone) อีกทั้งในอนาคตอันใกล้รูปแบบของวิทยุดิจิทัลกำลังจะเกิดขึ้น

ด้วยเหตุผลข้างต้น ทำให้สถานีฯ ต้องเผชิญหน้ากับสถานีอื่น ๆ ที่มีมากขึ้นทั้งในสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อประเภทอื่นด้วยเช่นกัน โดยผู้ผลิตและผู้ดำเนินรายการของสถานีฯ ควรตระหนักและวางแผนการผลิตรายการอย่างรอบคอบ ภายใต้การสร้างสรรค์เนื้อหารายการให้มีความแปลกใหม่แตกต่างจากรายการอื่นที่มีเนื้อหารายการประเภทเดียวกัน มีเนื้อหาที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้ทุกเพศทุกวัยให้เข้าใจได้ง่ายและควบคุมคุณภาพของเนื้อหารายการ โดยต้องสร้างสมดุลระหว่างผลผลิตและจรรยาบรรณของสื่อด้วยการผลิตรายการที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อสังคม เพื่อการพัฒนาขององค์กรและตอบสนองความต้องการของผู้ฟังต่อไปในอนาคต

4.3 นักประชาสัมพันธ์ (ปฏิบัติงานด้านประเมินผล)

4.3.1 การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

ผู้ผลิตและดำเนินรายการ

ปัจจัยหลักที่สำคัญในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงให้ประสบความสำเร็จ คือ การรู้จักพฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง โดยหัวใจสำคัญของการสร้างสรรค์รายการวิทยุให้สอดคล้องกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย คือ การเรียนรู้ผู้ฟังและรู้จักผู้ฟัง ดังนั้น ผู้ผลิตรายการต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้ฟัง โดยการศึกษาหาข้อมูลเพื่อเข้าใจส่วนลึกในจิตใจของผู้ฟัง เช่นเดียวกับมิติของนักการตลาดที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับจิตใจของผู้บริโภค หรือ Consumer Insight โดยผู้ผลิตรายการต้องใช้ความพยายามเพื่อเรียนรู้จิตใจส่วนลึกของผู้ฟังต้องการอะไร และมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจรับฟังรายการของสถานีฯ หรือการแสดงพฤติกรรมมีส่วนร่วมกับทางสถานีฯ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ผลิตและดำเนินรายการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้ฟัง

ด้านเนื้อหารายการ

การออกแบบเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล เนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียง (Content) เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตรายการ (Content is the King) โดยองค์กรสื่อวิทยุกระจายเสียงมีลักษณะเป็นองค์กรที่ต้องนำเสนอรายการด้วยเนื้อหาที่มีเป้าหมายหลัก คือ การทำหน้าที่สร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นผลผลิตมาจากการสร้างสรรค์ ดังนั้น การคิดรูปแบบรายการวิทยุจึงต้องมุ่งสร้างคุณค่าให้กับเนื้อหา โดยปัจจุบันความก้าวหน้าของยุคการสื่อสารในระบบอินเทอร์เน็ตทำให้พฤติกรรมการสื่อสารก้าวเข้าสู่ยุคที่ผู้ใช้งานเป็นผู้ผลิตสาร หรือ User Generate Content กล่าวคือ ปัจจุบันผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับข่าวสารแต่เพียงปลายทาง แต่สามารถเป็นผู้ผลิตข่าวสารได้จากการแสดงความคิดเห็นตอบกลับ (Comment) สามารถเผยแพร่คลิปวิดีโอ หรือแชร์ภาพถ่าย (Share) โพสต์แสดงความคิดเห็นทางการเมือง (Post)

ด้านรูปแบบรายการ

การพัฒนาหรือออกแบบรายการวิทยุกระจายเสียง ควรสร้างบนพื้นฐานประสบการณ์และความต้องการของผู้ฟัง โดยนำเสนอรูปแบบรายการที่สามารถเชื่อมโยงบูรณาการช่องทางต่าง ๆ ในการเผยแพร่รายการวิทยุไว้อย่างสอดคล้องกันบนเนื้อหาของแก่นสารเดียวกันอย่างเหมาะสม หรือเรียกว่า การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) กล่าวคือ เป็นการนำเสนอเรื่องโดยใช้เทคนิคผ่านรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ซึ่งควรคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อและพฤติกรรมของผู้ฟัง

ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรมีการวางแผนด้านการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน หรือ Integrate Marketing Communications (IMC) เพื่อนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดต่าง ๆ มาใช้ร่วมกันในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่รายการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสื่อสารไปสู่ผู้ฟังเป้าหมาย ด้วยเนื้อหาที่มีลักษณะของการจูงใจ รวมทั้งเนื้อหาของสารนั้นมีลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยเป้าหมายของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานต้องการผสมผสานอย่างครบวงจรในปัจจัยต่าง ๆ โดยทุกเครื่องมือต้องมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน มีความคงเส้นคงวา มีลีลา รูปแบบ ที่เป็นเอกลักษณ์เดียวกัน มีความต่อเนื่อง ทำให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน

ด้านเทคโนโลยี

การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีได้มีบทบาทที่สำคัญต่อวิถีชีวิตและสังคมของมนุษย์ เทคโนโลยีสารสนเทศได้สร้างการเปลี่ยนแปลงและสร้างโอกาสให้แก่องค์กร อาทิ ปรับโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและบริการ เป็นต้น เนื่องจากเทคโนโลยีก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ในการติดต่อสื่อสาร และการพัฒนาประสิทธิภาพงาน ซึ่งต้องอาศัยบุคคลที่มีความรู้และความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ ปัจจุบันองค์กรสื่อในประเทศไทยได้มีการตื่นตัวที่จะนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้งานมากขึ้น เพื่อที่จะทำให้ติดตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีได้ทัน และสามารถใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ โดยสถานีฯ ควรทำความเข้าใจต่อบทบาทของเทคโนโลยีที่มีต่อการสนับสนุนงานของสถานีฯ เพื่อให้สามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้กับงานที่กำลังดำเนินการ อาทิ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาช่วยในการสร้างเครือข่ายผู้ฟัง เพื่อเป็นการรักษาผู้ฟังและสร้างความจงรักภักดีของผู้ฟังที่มีต่อรายการของสถานีฯ

4.3.2 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาวางแผนพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้การดำเนินการสร้างหรือพัฒนาระบบสารสนเทศเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ภายใต้งบประมาณและระยะเวลาที่กำหนดไว้การวางแผนถือเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะระบบสารสนเทศจะประกอบด้วยระบบย่อยอื่น ๆ อีกมาก ซึ่งจะต้องสัมพันธ์กันและใช้เวลาในการพัฒนาให้สมบูรณ์ และจำเป็นจะต้องมีการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Infrastructure) ที่จำเป็น อาทิ เครื่องคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ระบบเครือข่าย ให้มีพร้อมรองรับการใช้งาน

พร้อมกันนี้ ควรพัฒนาระบบสารสนเทศเกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลหรือความรู้ขององค์กร ผู้รับผิดชอบด้านวิเคราะห์ระบบและผู้ใช้จะต้องศึกษาหรือพิจารณาถึงข้อมูลและข่าวสารที่สถานีฯ ต้องการ และใช้ในการดำเนินงานอยู่เป็นประจำ เพื่อที่จะทำการรวบรวมและจัดระเบียบเก็บไว้

ในระบบสารสนเทศ และเมื่อมีความต้องการข้อมูลก็สามารถเรียกออกมาใช้ได้ทันที โดยการพัฒนา ระบบต้องให้ความสำคัญกับภาพรวม และความสอดคล้องในการใช้งานสารสนเทศขององค์กรเป็นสำคัญ โดยสถานีฯ จำเป็นต้องพัฒนาระบบองค์ความรู้ (Knowledge Based Systems: KBS) เพื่อจัดเก็บ องค์ความรู้ขององค์กร สามารถใช้เป็นฐานในการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้

รวมถึงพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความพร้อมรองรับ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี โดยอาจจะต้องมีการจัดการฝึกอบรมการใช้ระบบสารสนเทศหรือ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้กับบุคลากรขององค์กร เพื่อให้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรได้ อย่างคุ้มค่า และเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน

4.4 ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

4.4.1 การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาจำเป็นต้องวางแผน หากกลยุทธ์หรือวิธีการในการดึงกลุ่มผู้ฟัง เป้าหมายให้ยังคงบริโภคเนื้อหารายการของสถานีฯ ไม่ว่าจะผ่านทางช่องทางใดก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึง ก็คือ เนื้อหารายการวิทยุต้องเป็นที่นิยม สามารถดึงดูดกลุ่มผู้ฟังได้ ซึ่งควรนำเสนอเนื้อหารายการที่มีความแตกต่าง มีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นด้านข่าวสารการเมืองและกระบวนการนิติบัญญัติ ซึ่งจะทำให้ กลุ่มผู้ฟังสนใจที่จะติดตามรายการตลอดเวลา และสนใจที่จะค้นหารายการฟังย้อนหลังไม่ว่าจะผ่าน ช่องทางใด โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสารที่มีผลต่อการเพิ่มการรับฟังของผู้บริโภค ด้วยกลยุทธ์ 5 แพลตฟอร์ม ว่าการนำเสนอเนื้อหารายการผ่านหน้าจอดีไซน์เล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ อาทิ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสื่อดิจิทัล โดยสามารถเข้าถึงผู้ฟังในมิติต่าง ๆ ได้ จะทำให้ รายการของสถานีฯ สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้กว้างขวางขึ้น ทุกช่องทาง ทุกเวลา และทำให้ผู้ฟังมีตัวเลือก ที่หลากหลาย โดยมีเนื้อหาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ

4.4.2 ช่องทางการรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

การผลิตรายการวิทยุในปัจจุบัน ผู้ผลิตรายการวิทยุจะต้องสร้างสรรค์เนื้อหารายการที่มี ลักษณะเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มผู้ฟัง และนำเสนอรายการผ่านช่องทางหรือสื่อที่หลากหลาย (One Content Multiscreen Multiplatform) เพื่อให้ผู้ฟังที่มีพฤติกรรมในการรับฟังที่ต่างกัน สามารถเข้าถึง เนื้อหาในช่องทางต่าง ๆ ได้หลายรูปแบบ จะผลิตเนื้อหารายการเพื่อนำเสนอผ่านทางหน้าสื่อวิทยุ อย่างเดียวไม่ได้ ต้องมีการนำเสนอผ่านทางแพลตฟอร์ม (Platform) อื่น ๆ ด้วย ดังนั้น สถานีฯ จำเป็นต้อง ปรับตัวในการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ร่วมกับการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในรูปแบบเดิมเพื่อเพิ่มความนิยม ในการรับฟังรายการของสถานีฯ ด้วย

4.4.3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนได้รับรู้ว่าทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา มีการนำสื่อใหม่มาใช้ในการนำเสนอรายการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสถานีฯ ควรร่วมเป็นพันธมิตรกับ บริการธุรกิจสื่อใหม่ อาทิ Line ประเทศไทย Facebook Thailand ฯลฯ เพื่อเพิ่มช่องทางในการ นำเสนอเนื้อหารายการของทางสถานีฯ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น และประการสำคัญ คือ การสร้างสรรค์รายการที่มีความเป็นเอกลักษณ์ซึ่งแตกต่างจากสถานีวิทยุช่องอื่น ๆ และรายการ ดังกล่าวต้องตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้ฟังในแต่ละกลุ่มด้วย

4.5 วิทยาการประจำรายการและแขกรับเชิญ

4.5.1 ทิศทางการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

โดยรูปแบบการปรับตัวในการเป็นวิทยุกระจายเสียง ควรมีองค์ประกอบของทั้ง 5 ด้าน ทั้งด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ เนื้อหารายการ รูปแบบรายการ กลยุทธ์ทางการตลาดและเทคโนโลยี โดยเฉพาะกระบวนการบริหารจัดการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ซึ่งต้องมีเรื่องของ การวางแผน การจัดองค์การ การเป็นผู้นำ และการควบคุม โดยผู้บริหารสถานีฯ จำเป็นต้องนำแผนยุทธศาสตร์สถานีฯ มาเป็นแกนหลักเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และการวางแผนการดำเนินงาน และด้านปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ การบริหารจัดการสถานีฯ มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ ปัจจัยด้านบุคลากร งบประมาณ อุปกรณ์และการบริหารจัดการ เพราะบุคลากรเป็นหัวใจสำคัญ ในการผลิตรายการ สำหรับปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และปัจจัยด้านองค์กรสื่อวิทยุในลักษณะประเภทบริการเดียวกัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็น ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการสถานีฯ เช่นกัน โดยจำเป็นต้องกำหนด กลยุทธ์เพื่อความเป็นมืออาชีพด้านสื่อสารมวลชนของฝ่ายนิติบัญญัติ

4.5.2 รูปแบบการดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

การผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ด้านวิธีการนำเสนอหรือรูปแบบ การดำเนินรายการควรคำนึงถึงกลุ่มผู้ฟัง วัตถุประสงค์ และเนื้อหารายการ ตลอดจนแหล่งข้อมูล สำหรับค้นคว้าเนื้อหาและข้อเท็จจริง ดังนั้น ควรมีการศึกษาผู้ฟังและประเมินรายการอย่างเป็นระบบ เพื่อความเหมาะสมและนำเสนอรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟัง ซึ่งรูปแบบรายการ ที่ทำให้ผู้ฟังหันมาสนใจและติดตามรายการของสถานีฯ อย่างต่อเนื่อง ควรจะเป็นรายการที่สร้างการมี ส่วนร่วมให้กับผู้ฟังในรูปแบบของการพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่พูดกับผู้ฟัง อย่างตรงไปตรงมา ฟังเข้าใจง่าย รวมถึงรายการรูปแบบการสนทนาต่อประเด็นสาธารณะที่มีประโยชน์ และมีผลกระทบต่อผู้ฟังโดยตรง และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังร่วมแสดงความคิดเห็น และซักถามเพื่อหา ข้อเท็จจริงหรือความรู้ที่สามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิต ทั้งในส่วนของการประกอบอาชีพ หรือเพื่อการศึกษาหาความรู้

4.5.3 ช่องทางในการสื่อสาร

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรมีการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการรับฟังและความต้องการรับฟังของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการสำรวจเพื่อวางแผนพัฒนาช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับตลาดสื่อยุคดิจิทัลในปัจจุบัน อาทิ แอปพลิเคชันพอดคาสท์ รวมถึงการแลกเปลี่ยนเนื้อหา อาทิ การโทรศัพท์ร่วมรายการ การแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางสื่อใหม่ การมีเนื้อหาภาพผ่านการถ่ายทอดสด (Live) และมีทางเลือกในการรับฟังรายการพร้อมการหาข้อมูลแบบใหม่ผสมผสานกัน อาทิ การรับฟังรายการสด หรือการค้นหาข้อมูลเพื่อรับฟังรายการย้อนหลัง

4.5.4 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

สื่อวิทยุกระจายเสียงไม่ว่าจะเป็นสถานีวิทยุบริการสาธารณะของภาครัฐ อย่างเช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา หรือสถานีวิทยุบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชน จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้สถานีฯ มีความเติบโตก้าวหน้าและยืนหยัดอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมการบริโภคของผู้ฟังได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงไม่ได้เป็นเพียงการให้บริการผ่านคลื่นวิทยุดังเช่นในอดีตที่ผ่านมา แต่ต้องมีการปรับตัวเพื่อประยุกต์ใช้สื่อใหม่ในการนำเสนอมากขึ้น จากวิทยุที่กระจายเสียงผ่านคลื่นวิทยุที่เรียกว่า On Air ไปสู่การกระจายเสียงและภาพผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่ในช่องทาง On Line ควบคู่กันไปในลักษณะการหลอมรวมสื่อ ซึ่งถือเป็นทางเลือกเพื่อความคงอยู่ของสื่อวิทยุในยุคปัจจุบัน ทั้งนี้ การหลอมรวมสื่อเป็นการผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารทุกอย่าง ทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ การผสมผสานระหว่างสื่อดิจิทัลด้วยกัน รวมถึงการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มพลังของการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

4.6 ผู้ผลิตและดำเนินรายการ

4.6.1 การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านรูปแบบรายการ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านเทคโนโลยี

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาจำเป็นต้องพยายามหาวิธีการในการดึงดูดกลุ่มผู้ฟังให้ยังคงบริโภคหรือติดตามเนื้อหารายการวิทยุ ไม่ว่าจะผ่านทางช่องทางใดก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือเนื้อหารายการวิทยุ จำเป็นต้องอยู่ในกระแสความสนใจ เป็นประเด็นสาธารณะและได้รับความนิยมสามารถดึงดูดกลุ่มผู้ฟังได้ ซึ่งควรมีความแตกต่าง มีลักษณะเฉพาะที่เด่น ไม่สามารถหาฟังได้จากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มผู้ฟังสนใจที่จะติดตามรายการตลอดเวลาพร้อมกันนี้สถานีฯ ควรกำหนดกลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อที่จะทำให้ผู้ฟังเลือกรับฟังรายการของสถานีฯ ให้มากที่สุด โดยพยายามคิดค้นหาช่องทางในการนำเสนอรายการ ปรับเปลี่ยนรูปแบบเนื้อหาให้เป็น

ที่น่าสนใจ พัฒนารายการให้ตอบโจทย์ตรงความต้องการของผู้ฟัง สำหรับในยุคปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นสื่อออนไลน์ สถานีฯ ดำเนินการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการผ่านทางแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมของผู้ฟัง อาทิ Facebook Live, Youtube, Application และ การ Live รายการสดเป็นการนำเสนอผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์สื่อสารอื่น ซึ่งเป็นการนำเสนอเนื้อหาแบบปัจจุบันทันที ซึ่งระหว่างรายการสดสามารถดูจำนวนผู้ฟังที่รับฟังการรายการสดได้ด้วย ตลอดจนสิ่งสำคัญก็คือ ผู้ผลิตและดำเนินรายการควรเรียนรู้และฝึกฝนทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนงานด้านการผลิตและดำเนินรายการให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับตลาดสื่อวิทยุในปัจจุบัน

4.6.2 การพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบัน ผู้ผลิตและดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาจะต้องสร้างสรรค์เนื้อหารายการที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มผู้บริโภครหรือกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และนำเสนอรายการผ่านช่องทางหรือสื่อที่หลากหลาย (One Content Multiscreen Multiplatform) เพื่อให้ผู้ฟังที่มีพฤติกรรมในการรับฟังที่ต่างกัน สามารถเข้าถึงเนื้อหาในช่องทางต่าง ๆ ได้หลายรูปแบบ มีการผลิตเนื้อหารายการเพื่อนำเสนอผ่านทางหน้าปัดวิทยุอย่างเดียวไม่ได้ ต้องมีการนำเสนอผ่านทางแพลตฟอร์มอื่นด้วย ดังนั้น สถานีฯ จำเป็นต้องมีการวางแผนพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อเข้าสู่การปรับตัวในยุคสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะต้องปรับตัวในการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ ร่วมกับการใช้สื่อกระจายเสียงในรูปแบบเดิม เพื่อเพิ่มความนิยมในการรับฟังรายการของสถานีฯ และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนงานของสถานีฯ พร้อมทั้งขยายตลาดหรือเจาะกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ โดยการผลิตรายการออนไลน์ในรูปแบบพอดคาสท์ที่ผ่านกระบวนการและแนวคิดที่สร้างสรรค์ รวมทั้งมีเนื้อหารายการที่ถูกใจและเป็นที่ยอมรับของผู้ฟัง

4.6.3 รูปแบบและลักษณะที่เหมาะสมในการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรเน้นการปรับตัว โดยเฉพาะด้านการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ประโยชน์หรือสนับสนุนการดำเนินงาน ซึ่งปัจจุบันเป็นยุคของการบริหารงานราชการยุค 4.0 ซึ่งสถานีฯ ต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาเชื่อมโยงข้อมูล มีการบริหารจัดการขององค์กรอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเป็นมืออาชีพในการให้บริการสื่อวิทยุในยุคดิจิทัล ทั้งนี้ สถานีฯ ควรกำหนดแนวทางหรือรูปแบบการปรับตัวใน 2 แนวทาง คือ 1) ปรับปรุงการทำงานภายในองค์กร โดยเน้นการปรับปรุงการทำงาน และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน ซึ่งเป็นการปรับตัวที่เน้นประสิทธิภาพและคุณภาพของงาน ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้กับองค์กรมากขึ้น 2) ปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปหรือโอกาสใหม่ในยุคที่สื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ Digital Transformation จนถึงสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งได้ใช้ช่องทางออนไลน์เป็นหลักในการดำเนินงาน

4.7 ช่างเทคนิคและเจ้าหน้าที่สื่อใหม่

4.7.1 การพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรมีการปรับตัวในยุคดิจิทัลด้วยการพัฒนาช่องทางการสื่อสาร มีการส่งเสริมการเข้าถึงและการขยายฐานผู้ฟังในช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อปรับทิศทางการดำเนินงานของสถานีฯ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ฟัง โดยควรมีการให้บริการ OTT เพื่อรองรับการรับฟังบนเครื่องมือสื่อสารที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ผู้ฟังสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ทุกเวลา การบริหารจัดการเนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารร่วมกันในทุกช่องทางของสถานีฯ โดยเฉพาะในประเด็นที่สังคมให้ความสนใจหรือการเกาะติดสถานการณ์สำคัญ อาทิ การนำเสนอประเด็นการเลือกตั้ง การเกาะติดความคืบหน้าเรื่องสถานการณ์โควิด ปัญหาสุกรราคาแพง ปัญหาพืชผลทางการเกษตร เป็นต้น ซึ่งสถานีฯ ต้องมีการปรับตัวด้านช่องทางการเข้าถึงคอนเทนต์ (Content) ให้เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังที่มีความหลากหลายในยุค Digital Transformation

4.7.2 รูปแบบและลักษณะที่เหมาะสมในการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรมีการปรับตัวเพื่อรองรับของสถานการณ์ Digital Transformation เพื่อสามารถผลิตและเข้าถึงเนื้อหาที่หลากหลายเพิ่มขึ้น คือ การร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เป็นเครือข่ายการผลิตรายการหรือสนับสนุนด้านการผลิตรายการของสถานีฯ เพื่อสร้างความหลากหลายในมิติของกลยุทธ์ด้านเนื้อหาได้ และสร้างความคุ้มค่าที่ผู้ฟังจะได้รับตามแนวทางของสื่อสาธารณะ เพราะเชื่อว่าหากสถานีฯ มีการบริหารจัดการได้ดีก็จะตอบโจทย์ต่อปัจจัยความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสถานีฯ ควรสร้างหรือพัฒนาความหลากหลายเพิ่มขึ้นในเนื้อหาหรือที่เรียกว่า Content Diversification

4.7.3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุค Digital Transformation ซึ่งเรื่องสำคัญที่สุด คือ Performance Base กล่าวคือ ประสิทธิภาพในการปรับตัว โดยควรเน้นหลักที่ประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์กร และรองลงมา คือ ประสิทธิภาพของเทคโนโลยีและการใช้เทคโนโลยีมาทดแทนคน ประสิทธิภาพของบุคลากรสถานีฯ ที่จำเป็นต้องมี คือ Multi-Skill สามารถทำงานได้หลากหลายในลักษณะของ One-Man คือ สามารถทำงานคนเดียวได้ โดยในยุคนี้ต้องการคนที่มีทักษะในการเล่าเรื่อง การตัดต่อ ต้องมีความสามารถในการผลิตงาน ทั้งในรูปแบบ On Air และ On Line รวมถึงสามารถร่วมจัดกิจกรรม On Ground กับเครือข่ายได้ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ฟังที่เปลี่ยนไป

อย่างรวดเร็วจึงต้องมีการปรับตัวตาม รวมถึงความเป็น Digital DNA ก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะผู้รับสารในยุค Digital Transformation และผู้ปฏิบัติงานเป็นคนที่อยู่กับดิจิทัลอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ต้องพัฒนามากไปกว่านี้เมื่ออยู่ในบทบาทของความเป็นสื่อสาธารณะของสถานีฯ คือ ต้องเข้าใจและเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากที่ผู้ศึกษาได้นำเสนอในบทก่อนหน้าแล้วถึงการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ตลอดจนการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล และข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล โดยสรุปผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผล

ผลการศึกษาด้านศึกษาสภาพการณ์หรือนโยบายการดำเนินงานปัจจุบันของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา พบว่า ปัจจุบันได้มีการปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการทำงาน ทั้งด้านการผลิต การนำเสนอ ผู้จัดรายการ มากขึ้น ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของวิทยุที่กระจายเสียงผ่านคลื่นวิทยุที่เรียกว่า On Air และถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่และสื่อใหม่ในช่องทาง On Line ซึ่งจากการศึกษาวิจัยเพื่อให้สนองต่อการเปลี่ยนแปลง สถานีฯ ควรพัฒนาการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ซึ่งนำเสนอบริการในแต่ละแพลตฟอร์มทั้ง Facebook, Youtube, Instagram, Twitter รวมถึงผลิตและนำเสนอรายการวิทยุเผยแพร่ทาง Podcast และนำเสนอผ่านทาง Tiktok ภายใต้ชื่อ TPchannel โดยปัจจุบันสถานีฯ นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ มีการผลิตรายการวิทยุผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ในหลากหลายแพลตฟอร์มมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดการปรับตัวของสื่อประเด็นสื่อวิทยุกระจายเสียงโดยมีการใช้เทคโนโลยีให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในปัจจุบัน ซึ่งในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากการใช้สื่อดั้งเดิม เปลี่ยนมาใช้สื่อแบบสมาร์ทโฟนหรือสื่อที่มีการนำเทคโนโลยีในสมัยใหม่มาปรับใช้เพิ่มมากขึ้น เพื่อความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การสร้างปฏิสัมพันธ์ การแสดงความคิดเห็น จะเห็นได้ว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงจะต้องมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้พร้อมกับการปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้รับสารในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในวิทยุกระจายเสียงยุคดิจิทัล พบว่าเมื่อเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าเข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุ ทำให้ปัจจุบันผู้ฟังสามารถรับฟังรายการวิทยุได้หลายช่องทาง อาทิ คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โดยผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงจึงต้องวางกลยุทธ์การตลาดและสร้างสรรค์รายการวิทยุให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ฟังในยุคดิจิทัลด้วยการเลือกสรรกลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสาน โดยการใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อเพื่อบูรณาการสื่อต่าง ๆ ให้เชื่อมโยงกับเนื้อหาที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของผู้ฟังในยุคดิจิทัล

ผลการศึกษาการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล สถานีฯ วางแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการในการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ โดยนำเสนอรายการและข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการ มุ่งเน้นขับเคลื่อนการผลิตและนำเสนอรายการออกอากาศทางสื่อวิทยุกระจายเสียงคู่ขนานไปกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับพฤติกรรม การติดตามข้อมูลข่าวสารของประชาชน โดยเฉพาะข่าวสารด้านนิติบัญญัติและการทำงานของสมาชิกรัฐสภา ข่าวสารการเมืองที่ประชาชนให้ความสนใจ โดยกำหนดแนวทางพัฒนาช่องทางการรับฟังรายการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและได้รับความไว้วางใจจากผู้ใช้ มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลได้อย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจ และยังเป็นสื่อที่สามารถติดต่อสื่อสารได้ในลักษณะสื่อสารสองทาง และยังสามารถกระจายข้อมูล ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง และในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ยังสามารถเชื่อมโยงผู้คนจากทั่วโลกเข้าด้วยกัน และสอดคล้องกับทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ประเด็นการพัฒนาการของเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือปรับตัว เช่น การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงตามรูปแบบของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังสื่อวิทยุกระจายเสียง และเป็นสื่อวิทยุกระจายเสียงอีกทางเลือกหนึ่งให้กับกลุ่มผู้นิยมใช้เทคโนโลยีเพื่อความสะดวกสบายในการเข้าถึงสื่อ และสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ พบว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐ และสถานีวิทยุบริการธุรกิจของภาคธุรกิจ เอกชน ต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรดำรงอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง ดังกล่าว ดังจะเห็นได้ว่าวิทยุกระจายเสียงมิได้เป็นเพียงการให้บริการผ่านคลื่นวิทยุดังเช่นในอดีตที่ผ่านมาแต่มีการปรับตัวเพื่อประยุกต์ใช้สื่อใหม่ในการนำเสนอมากขึ้น จากวิทยุที่กระจายเสียงผ่านคลื่นในช่องทางออนแอร์ (On Air) ไปสู่การกระจายเสียงและภาพผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่ในช่องทางออนไลน์ (On Line) ควบคู่กันไปในลักษณะการหลอมรวมสื่อ รวมถึงการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มพลังของการสื่อสารให้มีประสิทธิผลสูงสุด ดังการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ใน 5 ด้านหลัก คือ ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านรูปแบบรายการ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและการคงอยู่อย่างทันสมัยของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในศตวรรษที่ 21 โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มของประชากรในการศึกษา ดังนี้

(1) ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา มองว่า

- การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ

ผู้ผลิตและดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์สื่อยุคดิจิทัลในปัจจุบัน เพราะแนวโน้ม (Trend) ของคนที่จะติดตามสื่อย่อมมีความต้องการในการรับฟังที่น่าสนใจ ขว่นฟัง ขว่นติดตาม โดยเฉพาะปัจจุบันมีเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการผลิตรายการ ผู้ผลิตและดำเนินรายการในฐานะเป็นบุคคลที่นำเสนอสารไปยังผู้รับสาร ผู้ผลิตและดำเนินรายการยังต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา ตั้งแต่การเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงพัฒนาและฝึกฝนทักษะหรือวิธีการนำเสนอให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม

ด้านเนื้อหารายการ

เนื้อหาสาระต้องมีการนำเสนอให้มีความทันสมัยมากขึ้น สื่อสารเนื้อหาที่ใกล้ชิดกับคนฟัง เนื้อหารายการต้องมีความทันสมัย สามารถเป็นแหล่งอ้างอิงข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา มุ่งมั่นและพร้อมที่จะพัฒนาสร้างสรรค์เนื้อหารายการให้รายการมีความแปลกใหม่ ทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟังเป้าหมาย โดยมีแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหารายการ คือ รายการของสถานีฯ ควรเป็นรายการที่มีความแปลกใหม่ แตกต่างจากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงอื่น ๆ ที่มีเนื้อหารายการประเภทเดียวกัน และเป็นรายการที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ ตลอดจนเป็นรายการที่สื่อสารไปยังผู้ฟังทุกเพศทุกวัยให้เข้าใจได้ง่ายและเป็นรายการที่มีคุณค่าหรือมีประโยชน์ต่อสังคม

รูปแบบรายการ

ดำเนินการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาซึ่งรูปแบบรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีเข้ามามีใช้ในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการ ให้น่าฟังมากยิ่งขึ้น มีการสร้าง Unity บนหน้าปัดวิทยุที่จะ On Air แบบดั้งเดิม และผ่านช่องทาง On Line ไปพร้อม ๆ กัน โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง สามารถตรึงคนฟังให้อยู่กับเราได้นาน ๆ อันนี้คือความท้าทายสำหรับการผลิตรายการวิทยุในยุคดิจิทัล

เทคโนโลยี

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภามีการเตรียมพร้อมสำหรับอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนการผลิตรายการเพื่อ On Air แบบดั้งเดิม และออกอากาศผ่านแพลตฟอร์มอื่น ๆ ของสถานีฯ โดยผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีการศึกษา ค้นคว้า ลองหาสิ่งใหม่ ๆ เพื่อนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้และมีการนำเสนอต่อผู้บริหารในการได้มาซึ่งประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นในการพัฒนางาน

กลยุทธ์ทางการตลาด

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรวางกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อพิจารณาหาโอกาสและอุปสรรค ตลอดจนวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของสถานีฯ เพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนที่ต้องปรับปรุง ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานและอนาคตของสถานีฯ นอกจากนั้นจะเป็นการวางแผนการผลิตและดำเนินรายการ

- (2) ผู้ปฏิบัติงานด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ ด้านประเมินผล ด้านสื่อใหม่ และด้านเทคนิค
- การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

ผู้ผลิตและดำเนินรายการ

ผู้ผลิตรายการต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้ฟัง โดยการศึกษาหาข้อมูลเพื่อเข้าใจส่วนลึกในจิตใจของผู้ฟัง สร้างสรรค์เนื้อหารายการที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และนำเสนอรายการผ่านช่องทางหรือสื่อที่หลากหลาย (One Content Multiscreen Multiplatform) เพื่อให้ผู้ฟังที่มีพฤติกรรมในการรับฟังที่ต่างกัน สามารถเข้าถึงเนื้อหาในช่องทางต่าง ๆ ได้หลายรูปแบบ ดังนั้น สถานีฯ จำเป็นต้องมีการวางแผนพัฒนาการดำเนินงานเพื่อเข้าสู่การปรับตัวในยุคสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะต้องปรับตัวในการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ร่วมกับการใช้สื่อกระจายเสียงในรูปแบบเดิม เพื่อเพิ่มความนิยมในการรับฟังรายการของสถานีฯ และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนงานของสถานีฯ พร้อมทั้งขยายตลาดหรือเจาะกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ และมีการผลิตรายการออนไลน์ในรูปแบบพอดคาสท์ที่ผ่านกระบวนการแนวคิดที่สร้างสรรค์ และเนื้อหารายการที่ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของผู้ฟัง

ด้านเนื้อหารายการ

การออกแบบเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล ซึ่งเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียง (Content) เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตรายการ (Content is the King) โดยองค์กรสื่อวิทยุกระจายเสียงมีลักษณะเป็นองค์กรที่ต้องนำเสนอรายการด้วยเนื้อหาที่มีเป้าหมายหลัก คือ การทำหน้าที่สร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นผลผลิตมาจากการสร้างสรรค์ ดังนั้น การคิดรูปแบบรายการวิทยุจึงต้องมุ่งสร้างคุณค่าให้กับเนื้อหา โดยปัจจุบันความก้าวหน้าของยุคการสื่อสารในระบบอินเทอร์เน็ตทำให้พฤติกรรมการสื่อสารก้าวเข้าสู่ยุคที่ผู้ใช้งานเป็นผู้ผลิตสาร หรือ User Generate Content

ด้านรูปแบบรายการ

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรนำเสนอรูปแบบรายการที่สามารถเชื่อมโยงบูรณาการช่องทางต่าง ๆ ในการเผยแพร่รายการวิทยุไว้อย่างสอดคล้องกันบนเนื้อหาของแก่นสารเดียวกันอย่างเหมาะสม หรือเรียกว่า การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) กล่าวคือ เป็นการนำเสนอเรื่องโดยใช้เทคนิคผ่านรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ซึ่งควรคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อและพฤติกรรมของผู้ฟัง

ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรวางแผนด้านการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน หรือ Integrate Marketing Communications (IMC) เพื่อนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดต่าง ๆ มาใช้ร่วมกันในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่รายการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสื่อสารไปสู่ผู้ฟังเป้าหมาย ด้วยเนื้อหาที่มีลักษณะของการจูงใจ รวมทั้งเนื้อหาของสารนั้นมีลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

ด้านเทคโนโลยี

สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรให้ความสนใจต่อบทบาทของเทคโนโลยีที่มีต่อการสนับสนุนงานของสถานีฯ เพื่อให้สามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้กับงานที่กำลังดำเนินการ อาทิ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาช่วยในการสร้างเครือข่ายผู้ฟัง เพื่อเป็นการรักษาผู้ฟังและสร้างความจงรักภักดีของผู้ฟังที่มีต่อรายการของสถานีฯ

(3) ผู้ฟังรายการ วิทยากร และแขกรับเชิญของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

- การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

(3.1) การบริหารจัดการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา จำเป็นต้องนำแผนยุทธศาสตร์สถานีฯ มาเป็นแกนหลักเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และการวางแผนการดำเนินงาน และด้านปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ การบริหารจัดการสถานีฯ มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ ปัจจัยด้านบุคลากร งบประมาณ อุปกรณ์และการบริหารจัดการ เพราะบุคลากรเป็นหัวใจสำคัญในการผลิตรายการ สำหรับปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และปัจจัยด้านองค์กรสื่อวิทยุในลักษณะประเภทบริการเดียวกัน

(3.2) ควรศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการรับฟังและความต้องการรับฟังของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการสำรวจเพื่อวางแผนพัฒนาช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับตลาดสื่อยุคดิจิทัลในปัจจุบัน อาทิ แอปพลิเคชัน พอดคาสต์ รวมถึงการแลกเปลี่ยนเนื้อหา อาทิ การโทรศัพท์ร่วมรายการ การแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางสื่อใหม่ การมีเนื้อหาภาพผ่านการถ่ายทอดสด (Live) และมีทางเลือกในการรับฟังรายการพร้อมการหาข้อมูลแบบใหม่ผสมผสานกัน อาทิ การรับฟังรายการสด หรือการค้นหาข้อมูลเพื่อรับฟังรายการย้อนหลัง

(3.3) ควรนำเสนอเนื้อหารายการที่มีความแตกต่าง มีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นด้านข่าวสารการเมืองและกระบวนการนิติบัญญัติ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสารที่มีผลต่อการเพิ่มการรับฟังของผู้บริโภค สร้างสรรค์เนื้อหารายการที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มผู้ฟัง และนำเสนอรายการผ่านช่องทางหรือสื่อที่หลากหลาย (One Content Multiscreen Multiplatform) เพื่อให้ผู้ฟังที่มีพฤติกรรมในการรับฟังที่ต่างกัน สามารถเข้าถึงเนื้อหาในช่องทางต่าง ๆ ได้หลายรูปแบบ

(3.4) ปรับตัวในการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ร่วมกับการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในรูปแบบเดิม เพื่อเพิ่มความนิยมในการรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

ผลการศึกษาด้านข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล พบว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรกำหนดแนวทางหรือรูปแบบการปรับตัว คือ ปรับปรุงการทำงานภายในองค์กร โดยเน้นการปรับปรุงการทำงานและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ปรับโครงสร้างการดำเนินงานด้านอัตรากำลังและบุคลากรขององค์กร เนื่องจากเทคโนโลยีก่อให้เกิดรูปแบบใหม่

ในการติดต่อสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทำให้มีการพัฒนาและกระจายตัวของภูมิปัญญา ซึ่งต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจในการทำงานเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ สอดคล้องกับแนวคิดทรัพยากรในการบริหารงาน ประเด็นการนำเอาทรัพยากรทั้งด้านคน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ มาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ ที่กำหนดไว้ และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลสูงสุด ตลอดจนสอดคล้องกับแนวคิด Lifestyle Media ประเด็นการนำสื่อใหม่มาใช้ผสมผสานกับสื่อดั้งเดิม โดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีคุณสมบัติเพียงการกระจายเสียงอย่างเดียว จะได้มีการเพิ่มมิติการสื่อสารในด้านอื่น ๆ โดยนำความทันสมัยของเทคโนโลยีมาใช้ในการเป็นช่องทางใหม่ การสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร และเป็นการก้าวข้ามข้อจำกัดด้านต่าง ๆ ที่สื่อวิทยุกระจายเสียงมี รวมถึงพัฒนาระบบสารสนเทศเกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลหรือความรู้ขององค์กร โดยสถานีฯ จำเป็นต้องพัฒนาระบบองค์ความรู้ (Knowledge Based Systems: KBS) เพื่อจัดเก็บองค์ความรู้ของสถานีฯ สามารถใช้เป็นฐานในการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมใหม่ได้ สอดคล้องกับแนวคิด Lifestyle Media ประเด็นรูปแบบการใช้สื่อยุคใหม่ในปัจจุบันนั้นปราศจากข้อจำกัดด้านการเข้าถึง การมีส่วนร่วม รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูล ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้สารหรือผู้บริโภค อาจจะกล่าวได้ว่า การสื่อสารมวลชนหรือการสื่อสารเฉพาะกลุ่มนั้น ยังไม่ได้ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารโดยตรง แต่ Lifestyle Media สามารถตอบสนองได้เกือบทั้งหมด เนื่องจาก Lifestyle Media เป็นประสบการณ์ของผู้รับสารที่สามารถส่งไปได้ในทุกแห่งทุกเวลา และทุกอุปกรณ์ ทั้งนี้ การนำสื่อใหม่มาใช้ผสมผสานกับสื่อดั้งเดิม ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

(1) สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรให้ความสำคัญต่อการดำเนินกิจการด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐ โดยพัฒนาการดำเนินกิจการองค์กร การบริหารจัดการ การพัฒนารูปแบบรายการ การพัฒนาบุคลากร และมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาและผลักดันให้สถานีฯ เปลี่ยนแปลงสู่ระบบดิจิทัลในอนาคต

(2) สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรวางแผนการปรับกลยุทธ์ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ การนำเสนอเนื้อหารายการ รวมถึงการใช้เครื่องมือการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบ เพื่อเข้าถึงผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายและผู้ฟังกลุ่มใหม่ โดยการเพิ่มเนื้อหาสาระผ่านการตลาดเชิงเนื้อหา (Value-added Content)

(3) สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรวางแผนกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เพื่อสร้างเนื้อหาในทุกรูปแบบที่ให้คุณค่ากับผู้ฟัง โดยวางแผนรายการให้มีความแตกต่าง และมีจุดเด่นของตนเอง ตลอดจนวางแผนการใช้ Multi-Platform การเชื่อมโยง Platform และการสร้าง Content รูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลาย

5.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

(1) สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรพัฒนาช่องทางการสื่อสาร มีการส่งเสริมการเข้าถึงและการขยายฐานผู้ฟังในช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อปรับทิศทางการดำเนินงานของสถานีฯ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ฟัง โดยควรให้มีบริการ OTT เพื่อรองรับการรับฟังบนเครื่องมือสื่อสารที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ผู้ฟังสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ทุกเวลา การบริหารจัดการเนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารร่วมกันในทุกช่องทางของสถานีฯ โดยเฉพาะในประเด็นที่สังคมให้ความสนใจหรือการเกาะติดสถานการณ์สำคัญ

(2) สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเรียนรู้การใช้งานสื่อดิจิทัลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน เพื่อประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนองค์กรในฐานะสถานีวิทยุประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐ และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมุ่งเน้นพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรให้มี Multi-Skill สามารถทำงานได้หลากหลายในลักษณะของ One-Man

(3) สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล อาทิ สถานีวิทยุประเภทบริการธุรกิจและประเภทบริการชุมชน เพื่อเป็นการศึกษาข้อมูลที่หลากหลายตามประเภทของวิทยุกระจายเสียงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่สถานีวิทยุกระจายเสียงกำลังประสบอยู่ เพื่อให้ผลการศึกษามีข้อมูลรอบด้านขึ้น

บรรณานุกรม

วารสาร

- พัชรพร ตีวงษ์. (2557). การคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล : กรณีศึกษา สถานีวิทยุ SEED 97.5. วารสารนักบริหาร, ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2557, บทคัดย่อ.
- พัชรพร ตีวงษ์. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในวิทยุกระจายเสียงยุคดิจิทัล, วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2559.
- สุนิสา เมืองแก้ว และ อีรภัทร์ วรรณฤมล. (2562). การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ, วารสารการสื่อสารมวลชน, ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2562, หน้า 32 – 33.

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

- ดารานิตย์ คงเทียม. (2557). การแสดงตัวตนของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์บนเว็บไซต์ยูทูปดอทคอม, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. คณะนิเทศศาสตร์.
- ภัทรดนัย ไตรวัฒนาสิริ. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลของคลื่นวิทยุ EFM 94 กรณีศึกษา : รายการพุทธออล์คพุทธโทร, การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด.
- ภัททิยา โภคาพาณิชย์. (2559). กลยุทธ์การปรับตัวของคลื่นวิทยุในยุคสื่อดิจิทัล กรณีศึกษา : คลื่นวิทยุ Cool Fahrenheit 93, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รายงานวิจัย

- กลุ่มงานตรวจราชการและติดตามประเมินผล. (2563). สภาพปัญหา อุปสรรคการปฏิบัติราชการตาม คำรับรองการปฏิบัติราชการ ของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด ในพื้นที่รับผิดชอบ สำนักงานศึกษาธิการภาค 17, สำนักงานศึกษาธิการภาค 17 สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. หน้า 7 – 11.

การสัมภาษณ์

- จตุพล ดวงจิตร. (13 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต โรงเรียนกฎหมายและการเมือง (วิทยาการประจำรายการ). มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชลัยยกร ศิวะเสน. (3 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. ผู้บังคับบัญชาในกลุ่มงานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง. สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- ชัยวัฒน์ ชายเกต. (3 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. ผู้บังคับบัญชาในกลุ่มงานเทคนิค. สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- ชินเกษร พูลทวีธรรม. (14 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. ผู้ฟังรายการ (จากช่องทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ON AIR).
- ณรงค์ฤทธิ์ คิตเห็น. (7 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. พนักงานวิชาการจัดรายการวิทยุ (ผู้ผลิตและดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา). สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- ณัฐพล สงวนทรัพย์. (1 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ (ด้านการประเมินผล). สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- ถาวร จุลตามระ. (14 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. ผู้ฟังรายการ (จากช่องทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ON LINE).
- ทิวินทร์ ไทยกกล้า. (8 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. นายช่างชำนาญงาน (ช่างเทคนิคปฏิบัติหน้าที่การควบคุมการออกอากาศของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา). สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- นภาพิพย์ นูโพนทอง. (9 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ (เจ้าหน้าที่สื่อใหม่) ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา). สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- พัลลภา เขียวแก้ว. (7 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ (ผู้ผลิตและดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา). สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- ยุลัด ดำริห์เลิศ. (7 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ (ผู้ผลิตและดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา). สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

รุ่งโรจน์ สดากร. (8 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. นายช่างชำนาญงาน (ช่างเทคนิคปฏิบัติหน้าที่การควบคุมการออกอากาศของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา). สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

วิชัย ประทับใจ. (15 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. แขกรับเชิญ.

สุพรรณิ ชีวะไทย. (2 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

เสริม ไม่สันทด. (9 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. นายช่างอาวุโส (เจ้าหน้าที่สื่อใหม่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา). สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

โสมอุษา บุรณะเหตุ. (2 ธันวาคม 2564). สัมภาษณ์. รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

รัฐชิตา ศรีวรวิไล. (2564). พฤติกรรมการบริโภคสื่อของชาวไทยปี 2563. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.marketplus.in.th/content/detail.php?id=7641>

สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช. และ สถาบันอาณานิคมศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2562). สํารวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับฟังสื่อทางเสียงของคนไทย ปี 2562. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/621200000009.pdf>

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์

คำถามการศึกษาเชิงคุณภาพสำหรับผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (กำกับดูแล) และผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อศึกษา “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล” โดย นางนิสลา ไทยกกล้า นักศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 13

ส่วนที่ 1 ประวัติ ของผู้ถูกสัมภาษณ์

ชื่อ

เพศ

ตำแหน่ง.....

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

2.1 นโยบายการดำเนินงาน/ลักษณะการดำเนินงานในการขับเคลื่อนสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในปัจจุบัน ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้

(1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(2) ด้านเนื้อหารายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(3) ด้านรูปแบบรายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(4) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

(5) ด้านเทคโนโลยี

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 การเปลี่ยนแปลงของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในปัจจุบันและอนาคตเป็นอย่างไร

(1) ปัจจุบัน

.....

.....

.....

.....

.....

(2) อนาคต

.....

.....

.....

.....

.....

2.3 การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้ ควรเป็นไปในทิศทางใด
อย่างไร

(1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ

.....

.....

.....

(2) ด้านเนื้อหารายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(3) ด้านรูปแบบรายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(4) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

(5) ด้านเทคโนโลยี

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์

คำถามการศึกษาเชิงคุณภาพสำหรับนักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ (ด้านการประเมินผล) เพื่อศึกษา “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล” โดย นางนิสลา ไทยกล้า นักศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 13

ส่วนที่ 1 ประวัติ ของผู้ถูกสัมภาษณ์

ชื่อ

เพศ

ตำแหน่ง

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

1) การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลใน 5 ด้าน ต่อไปนี้ ควรเป็นไปในทิศทางใด
อย่างไร

(1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ

.....
.....
.....
.....
.....

(2) ด้านเนื้อหารายการ

.....
.....
.....
.....
.....

(3) ด้านรูปแบบรายการ

.....
.....
.....
.....
.....

(4) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

(5) ด้านเทคโนโลยี

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์

คำถามการศึกษาเชิงคุณภาพสำหรับผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา (ช่องทางต่าง ๆ) เพื่อศึกษา “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล” โดย นางนิสลา ไทยกกล้า นักศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 13

ส่วนที่ 1 ประวัติ ของผู้ถูกสัมภาษณ์

ชื่อ

เพศ

ตำแหน่ง

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

2.1 การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลมีผลต่อการรับฟังหรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

2.2 ช่องทางในการรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ควรเป็นช่องทางใดบ้าง

.....
.....
.....
.....

2.3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภายุคปัจจุบันควรเป็นอย่างไร

.....
.....
.....
.....

แบบสัมภาษณ์

คำถามการศึกษาเชิงคุณภาพสำหรับแขกรับเชิญที่มาจากภาคทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา เพื่อศึกษา “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล” โดย นางนิสลา ไทยก้าน นักศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 13

ส่วนที่ 1 ประวัติ ของผู้ถูกสัมภาษณ์

ชื่อ

เพศ

ตำแหน่ง.....

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

2.1 รูปแบบการดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลควรเป็นอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

2.2 ช่องทางในการสื่อสารเหมาะสมหรือไม่ ควรมีการปรับตัวอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....

2.3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภายุคปัจจุบันควรเป็นอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

แบบสัมภาษณ์

คำถามการศึกษาเชิงคุณภาพสำหรับวิทยากรประจำรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา เพื่อศึกษา “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล” โดย นางนิสลา ไทยกกล้า นักศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 13

ส่วนที่ 1 ประวัติ ของผู้ถูกสัมภาษณ์

ชื่อ

เพศ

ตำแหน่ง

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

2.1 การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้ ควรเป็นไปในทิศทางใด
อย่างไร

(1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(2) ด้านเนื้อหารายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(3) ด้านรูปแบบรายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(4) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

(5) ด้านเทคโนโลยี

.....

.....

.....

.....

2.2 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทย์กระจายเสียงรัฐสภายุคปัจจุบันควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์

คำถามการศึกษาเชิงคุณภาพสำหรับผู้ผลิตและดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา เพื่อศึกษา “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล” โดย นางนิสลา ไทยกล้า นักศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 13

ส่วนที่ 1 ประวัติ ของผู้ถูกสัมภาษณ์

ชื่อ

เพศ

ตำแหน่ง

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

2.1 การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล ใน 5 ด้าน ต่อไปนี้ ควรเป็นไปในทิศทางใด
อย่างไร

(1) ด้านผู้ผลิตและดำเนินรายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(2) ด้านเนื้อหารายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(3) ด้านรูปแบบรายการ

.....

.....

.....

.....

.....

(4) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

(5) ด้านเทคโนโลยี

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 โอกาสการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล มีอย่างน้อยเพียงใด

.....

.....

.....

.....

.....

2.3 รูปแบบ และลักษณะที่เหมาะสมในการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2.4 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์

คำถามการศึกษาเชิงคุณภาพสำหรับช่างเทคนิคปฏิบัติหน้าที่การควบคุมการออกอากาศของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา และเจ้าหน้าที่สื่อใหม่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อศึกษา “การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล” โดย นางนิสลา ไทยกล้า นักศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 13

ส่วนที่ 1 ประวัติ ของผู้ถูกสัมภาษณ์

ชื่อ

เพศ

ตำแหน่ง.....

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล

2.1 โอกาสการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัล มีอย่างน้อยเพียงใด

.....
.....
.....
.....
.....

2.2 รูปแบบ และลักษณะที่เหมาะสมในการพัฒนา/เปลี่ยนแปลงสู่การปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลควรเป็นอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

2.3 ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในยุคดิจิทัลมีอะไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล	นางนิสลา ไทยกล้า
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ชื่อหน่วยงาน	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
สถานที่ติดต่อ	สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 02-2425900 ต่อ 5571 มือถือ 089-2491332