

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง "กระบวนการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุของ บริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด" จะใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการศึกษาดังนี้

#### 1. แนวคิดเรื่องการจัดรายการวิทยุ

Harold Mendelsolm (1964) กล่าวว่า วิทยุเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนเรา วิทยุปลุกเราให้ตื่นในตอนเช้า ไปทำงานพร้อมกับเรา และนำเสนอเรื่องราวมากมายจนถึงกลางคืน วิทยุทำให้เรามีประเด็นที่จะพูดคุยกับคนอื่น รวมทั้ง ในบางครั้ง เราอาจมีการสื่อสารโต้ตอบกลับไปยังรายการวิทยุต่าง ๆ ได้

ดังนั้น วิทยุจึงเป็นสื่อที่มีความสำคัญ และมีความใกล้ชิดกับผู้ฟังมากจนเรียกได้ว่า เป็นสื่อส่วนบุคคล (Personalized Medium) ดังที่ Mcleish (1978) ได้กล่าวไว้ว่า ความสัมพันธ์ของผู้พูดทางวิทยุกับผู้ฟังนั้น มีความคุ้นเคยยิ่งกว่าเพื่อนเสียอีก

นอกจากนี้ หนังสือ Media Logic ยังได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อวิทยุไว้ด้วยว่า เนื้อหาที่นำเสนอในรายการวิทยุนั้น มีอิทธิพลต่อผู้ฟังมาก กล่าวคือ ผู้ฟังมักให้ความสนใจและเชื่อในสิ่งที่ฟังจากรายการวิทยุ รวมทั้งวิทยุยังเป็นผู้นำทางวัฒนธรรม คือ สามารถทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกได้ว่า ถ้าใครไม่ทำตามสิ่งที่วิทยุบอกกล่าว บุคคลนั้นจะต้องถูกตัดออกจากกลุ่มหรือสังคม

อิทธิพลอีกประการหนึ่งของรายการวิทยุ คือ สามารถช่วยเหลือผู้ฟังที่กำลังมีปัญหาได้ โดยนักจัดรายการวิทยุจะทำหน้าที่เป็นเหมือนเพื่อนของผู้ฟังไม่ว่าจะเป็นคนที่กำลังอกหัก แยกทางกับคนรัก หรือว่าคนที่กำลังตกงาน ดังนั้น รายการวิทยุจึงตระหนักถึงความสำคัญของนักจัดรายการวิทยุ ดังที่ Pette & Andy (1994) ได้กล่าวไว้ในหนังสือ The Radio Handbook ว่า เครื่องมือในการสื่อสารเป็นเพียงช่องทางในการติดต่อระหว่างนักจัดรายการวิทยุกับผู้ฟังเท่านั้น แต่ในเรื่องของความสำเร็จในการสื่อสารนั้น ขึ้นอยู่กับวิธีการของผู้นำเสนอ นั่นคือ การใช้น้ำเสียง ลีลา และเทคนิคต่าง ๆ ของนักจัดรายการวิทยุ

การจัดรายการวิทยุจึงไม่ใช่เพียงการเรียนรู้เรื่องเครื่องไม้เครื่องมือเท่านั้น แต่จะต้องมีการฝึกฝนทักษะในเรื่องของการติดต่อสื่อสารกับผู้ฟัง นักจัดรายการวิทยุจึงจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ฟัง ก่อให้เกิดบุคลิกและทัศนคติที่ดี

นอกจากนี้ Mcleish (1978) ยังกล่าวว่า นักจัดรายการวิทยุต้องเป็นเหมือนเพื่อนที่ให้ความช่วยเหลือผู้ฟังได้ และมีความน่าเชื่อถือด้วย แต่นักจัดรายการวิทยุไม่ควรแสดงตนว่ามีความรู้มากกว่า หรือวางอำนาจเหนือผู้ฟัง ลักษณะความสัมพันธ์ของนักจัดรายการวิทยุกับผู้ฟังจึงเป็นไปในแนวนอน ไม่มีใครอยู่สูงหรือต่ำกว่ากัน

ในเรื่องบทบาทหน้าที่ของนักจัดรายการวิทยุดังที่กล่าวมานั้น Michael C. Keith (1987) ได้กล่าวไว้ในหนังสือ Radio Programming ในส่วนของบุคลิกของรายการวิทยุ (The Radio Personality) ว่านักจัดรายการวิทยุในปัจจุบัน มีหน้าที่ 2 ประการที่สำคัญคือ

1. นักจัดรายการวิทยุต้องพูดคุยกับผู้ฟังอย่างเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังมีความรู้สึกเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม
2. นักจัดรายการวิทยุต้องสร้างความเพลิดเพลินใจ ด้วยการนำเสนอรูปแบบรายการที่ทำให้ความบันเทิง

จึงกล่าวได้ว่า นักจัดรายการวิทยุ เป็นบุคคลที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อรายการวิทยุ ที่สามารถโน้มน้าว หรือจูงใจให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกต่าง ๆ ตามได้ การคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุ จึงเป็นสิ่งที่ควรจะต้องพิถีพิถัน กลั่นกรองผู้ที่จะมาทำหน้าที่นี้เป็นอย่างดี กระบวนการ และเกณฑ์ในการคัดเลือกคุณสมบัติของผู้ที่จะมาเป็นนักจัดรายการวิทยุที่ บริษัทเอ-โทมี่ มีเดีย หนึ่งในผู้นำด้านการผลิตรายการวิทยุ ใช้ในการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุ จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และสามารถนำมาสรุปเป็นทฤษฎีในการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุต่อไปได้

## 2. แนวคิดเรื่องการจัดคนเข้าทำงาน

กระบวนการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุ เป็นกระบวนการจัดคนเข้าทำงานรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจะมีกระบวนการและรายละเอียดอย่างไรบ้างนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละบริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุที่จะกำหนดไว้

นโยบายในการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุ จะถูกกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัท หรือผู้จัดการระดับสูงขององค์กร อย่างไรก็ตาม หน้าที่ในการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุไม่ใช่ความรับผิดชอบของฝ่ายบริหาร ฝ่ายผลิตรายการ หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น แต่แท้จริงแล้วมาจากปัจจัยในหลายด้านด้วยกัน

กระบวนการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุ จึงสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดคนเข้าทำงาน ซึ่งถือว่ามีผลสำคัญที่สุดประการหนึ่ง โดยองค์กรส่วนใหญ่จะยึดหลักคือ

(ธงชัย สันติวงศ์, 2539)

- 1. การวางแผน (Manpower planning)
- 2. การเสาะหา (Recruitment)
- 3. การคัดเลือก (Selection)
- 4. การฝึกฝนและพัฒนา (Training and development)

การวางแผน (Manpower planning) ผู้บริหารจะต้องทำการวางแผนและคาดการณ์ว่าในอนาคตองค์กรจะมีความต้องการตัวบุคคลที่จะเข้ามารับหน้าที่ในตำแหน่งต่าง ๆ เป็นจำนวนมากน้อยเพียงใด และผู้บริหารจะต้องทราบด้วยว่า ตัวบุคคลเหล่านี้จะต้องมีคุณสมบัติอย่างไรด้วยการที่จะให้ทราบจำนวน และคุณสมบัติของบุคคลได้นั้น ผู้บริหารจะต้องทำการวิเคราะห์งาน (Job analysis) ต่าง ๆ โดยละเอียด

หน้าที่สำคัญประการแรกก่อนการคัดเลือก หรือกำหนดตัวนักจัดรายการวิทยุ คือ การศึกษาว่าในรายการวิทยุแต่ละรายการนั้น มีรูปแบบ และแนวคิดหลัก (Concept) อย่างไร และต้องการนักจัดรายการวิทยุที่มีคุณสมบัติอย่างไร ในขณะที่เดียวกันก็ต้องวางแผนล่วงหน้าว่า ผู้ที่จะมาทำหน้าที่จัดรายการวิทยุตามคุณสมบัติที่ตั้งไว้ นั้น จะสอดคล้องกับแต่ละรายการดังกล่าวนี้ และเป็นที่ยอมรับของผู้ฟัง

ความจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนกำหนดจำนวน และคุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุ เนื่องมาจาก รายการวิทยุแบบ Format Station ของ บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จะมีการออกอากาศตลอดทั้งวัน ซึ่งจะต้องมีการแบ่งหน้าที่ของนักจัดรายการเป็นช่วง ๆ เพื่อให้แต่ละคนได้มีเวลาพักผ่อน และทำให้ผู้ฟังได้รับความหลากหลายแตกต่างกันไปจากนักจัดรายการวิทยุแต่ละคน การวางแผน

แผน จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ทราบว่า รายการแต่ละรายการต้องการนักจัดรายการวิทยุจำนวนเท่าไร และคุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุในแต่ละช่วงเวลาควรจะเป็นอย่างไร เพื่อทำการคัดเลือกบุคคลมาทำหน้าที่ได้ตรงตามเป้าหมาย

การเสาะหา (Recruitment) ภายหลังจากที่ได้มีการวางแผนกำลังคนแล้ว ภาระหน้าที่ประการต่อมาคือ การที่จะต้องพยายามเสาะหาให้ได้มาซึ่งจำนวนและคุณสมบัติที่ตรงตามความต้องการ จากการวางแผนกำลังคนที่กล่าวมาแล้ว ตามปกติการเสาะหาพนักงานที่มีความสามารถสูง (high-talent personnel) เพื่อให้มาดำรงตำแหน่งทางการบริหารต่าง ๆ นั้น มักจะเป็นเรื่องที่ทำได้ยากและมีปัญหาเสมอ กล่าวคือ การเสาะหาตัวบุคคลดังกล่าว มักจะหาได้ยากเพราะด้วยเหตุที่มีจำนวนค่อนข้างจำกัด และขณะเดียวกันการคัดเลือกให้ได้คนดี ตามคุณสมบัติที่ต้องการก็ต้องอาศัยวิธีการเลือกชั้นสูงอีกด้วย

กล่าวคือ หลังจากที่ได้มีการวางแผนแล้ว หน้าที่ต่อมาคือการพิจารณาสรรหาให้ได้นักจัดรายการวิทยุ หรือบุคคลที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ ซึ่งมักจะเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เนื่องจาก ผู้ที่จะมีคุณสมบัติครบถ้วนในการเป็นนักจัดรายการวิทยุนั้นไม่สามารถตัดสินได้จากการมองเห็น หรือดูจากเพียงแคใบโบสสมัครได้ ความสามารถในการจัดรายการวิทยุ เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้และฝึกฝน ไม่มีใครที่สามารถทำได้ดีโดยไม่เคยทำมาก่อน การเสาะหา บุคคลมาคัดเลือกเพื่อเป็นนักจัดรายการวิทยุ นั้นจึงต้องอาศัยรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่มีความสนใจในอาชีพนักจัดรายการวิทยุ เช่น การจัดอบรมเกี่ยวกับการจัดรายการวิทยุ แล้วสังเกตบุคลิกลักษณะ คุณสมบัติ และความสามารถ ของผู้เข้าร่วมอบรมแต่ละคน หรือ การประกาศรับสมัครทางรายการวิทยุ แล้วให้ผู้ฟังส่งเทปตัวอย่างการจัดรายการวิทยุของตนเองมาให้ฟัง เพื่อทำการพิจารณาคัดเลือกต่อไป

การคัดเลือก (Selection) ปัญหาการสรรหาให้ได้ผู้ที่มีคุณสมบัติดีพร้อมนั้น จะอยู่ที่การที่จะต้องสามารถทำการคัดเลือกได้ถูกต้อง การที่จะให้แน่ใจได้ว่า การคัดเลือกที่กระทำได้อย่างถูกต้องแล้วนั้น มักจะเป็นไปได้ยาก เพราะเทคนิคและวิธีการคัดเลือกจะไม่สามารถให้ประกันได้ ยกเว้นแต่จะได้ปรากฏผลออกมาเองในภายหลัง แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีข้อจำกัดดังกล่าว การคัดเลือกก็ยังเป็นสิ่งที่จะต้องทำ ธุรกิจส่วนใหญ่มักจะพยายามคัดเลือกให้ได้ผู้สมัครสอบไปในทางที่สามารถพัฒนา และก้าวหน้าเป็นผู้บริหารที่ดีได้

สำหรับขั้นตอนการคัดเลือกนี้เป็นขั้นตอนที่จำเป็นและมีความสำคัญซึ่งผู้ที่ทำการคัดเลือก อาจจะมีการตั้งเกณฑ์ต่าง ๆ เอาไว้ หรือมีการใช้เทคนิคและวิธีการคัดเลือกต่าง ๆ เป็นเครื่องตัดสินใจ อาจไม่สามารถทำให้เกิดความมั่นใจได้อย่างสมบูรณ์ แต่อย่างน้อยการคัดเลือก ก็เป็นเครื่องมือที่จะช่วยวัดบางสิ่งบางอย่างได้ ซึ่งวิธีการที่ใช้โดยทั่ว ๆ ไป ก็คือ การใช้วิธีสัมภาษณ์พูดคุย ประวัติส่วนตัว, แนวคิด, ทักษะ, ความมุ่งมั่นตั้งใจจริง, การพูดจา, น้ำเสียง, ความรู้รอบตัว, ความสามารถพิเศษอื่น ๆ เพื่อประกอบการพิจารณาว่า บุคคลนั้น มีคุณสมบัติเหมาะสม หรือเพียงพอในการที่จะมาฝึกฝน และพัฒนาจนเป็นนักจัดรายการวิทยุที่ดีได้หรือไม่

การฝึกฝนและพัฒนา (Training and development) เมื่อทำการคัดเลือกตัวบุคคลที่มีความเหมาะสมจนสามารถไปทำงานแล้วระยะเวลาหนึ่ง สภาพแวดล้อมหรือความก้าวหน้าทางวิทยาการที่เปลี่ยนแปลงไป อาจจะทำให้คนทำงานตามไม่ทันความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องพยายามรักษาคุณสมบัติของคนงานให้มีคุณภาพสูงอยู่เสมอ ผู้บริหารจะต้องร่วมมือกับฝ่ายบริหารบุคคล ค้นหาว่าคนงานหย่อนหรือตามไม่ทันในเรื่องอะไรบ้าง จากนั้นก็ต้องจัดเตรียมการอบรมให้ตามทันเหตุการณ์ดังกล่าว หรือรวมตลอดทั้งการจัดพัฒนาตัวคนให้มีคุณภาพสูงขึ้นไปอีกด้วย

ในที่นี้ หลังจากที่มีการคัดเลือก พิจารณาผู้สมัครที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการจัดรายการวิทยุมาก่อน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และคุ้นเคยกับการจัดรายการวิทยุ ซึ่งต้องอาศัย ความชำนาญเป็นอย่างมาก กระบวนการที่จำเป็นและมีความสำคัญ เพื่อช่วยทำให้เกิดการเรียนรู้ก่อนที่จะไปปฏิบัติงานจริงคือ การฝึกฝน และพัฒนา โดยเป็นการฝึกจัดรายการบันทึกลงในเทปตัวอย่าง เพื่อรับคำวิจารณ์ไปปรับปรุงแก้ไขในจุดที่บกพร่อง ซึ่งจะเป็นระยะเวลาพอสมควรต่อเนื่องกันเป็นประจำ โดยแต่ละคนอาจจะใช้เวลาในการฝึกฝน และพัฒนา มากน้อยแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับความสามารถ และความพยายาม ซึ่งบางคนอาจจะมีความพยายามแต่ก็ยังไม่ได้ก็อาจจะไม่ผ่านขั้นตอนการคัดเลือกนี้ไปได้

ดังนั้น ในกระบวนการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุ ผู้ที่ทำการคัดเลือกจะต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ และมุมมองในการตัดสินใจที่แม่นยำ ในการวิเคราะห์ พิจารณาหาเหตุผล ดูความสามารถ และความเหมาะสมเพื่อทำการคัดเลือกผู้ที่จะมาทำหน้าที่เป็นนักจัดรายการวิทยุที่ดีได้

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาด (Marketing Management)

ในรายการวิทยุหนึ่งๆ นักจัดรายการวิทยุ ก็เป็นเหมือนผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายการวิทยุที่บริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุ จะต้องวางแผน และดำเนินงานด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ เป็นที่ต้องการของตลาด และได้รับความนิยมจากผู้บริโภค นั่นคือ จะทำการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุอย่างไร ให้เป็นที่ต้องการของผู้ฟัง นอกจากแนวคิดในเรื่องการจัดรายการวิทยุ และ แนวคิดเรื่องการจัดคนเข้าทำงานแล้ว แนวคิดทางการตลาด ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ทำการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุ คำนึงถึง เพื่อสามารถ คัดเลือกนักจัดรายการวิทยุที่เหมาะสมกับรายการ มีคุณสมบัติครบถ้วนแล้ว นักจัดรายการวิทยุที่คัดเลือกมานั้น ก็ยังขายได้ ซึ่งอาศัยแนวคิดในการตลาดมาอธิบาย

ในกระบวนการบริหารการตลาดนั้น นักการตลาดจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงองค์ประกอบสำคัญของการวางแผนการตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้นคือ สามารถขายสินค้าและบริการได้ ซึ่งองค์ประกอบพื้นฐานตามที่นักการตลาดได้ยึดถือเป็นแม่แบบมาโดยตลอดนั้น เป็นแนวคิดของ E. Jerome McCarthy, ปรมาจารย์ทางวิชาการตลาดแห่งมหาวิทยาลัยมิชิแกน ได้แบ่งส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไว้เป็น 4 ส่วน คือ

- Product (ผลิตภัณฑ์) คือ สินค้าหรือบริการที่บริษัทต้องการเสนอขายแก่ผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย คุณภาพของสินค้า, การออกแบบ, คุณสมบัติที่สำคัญ, ตราสินค้า, ขนาด, บรรจุภัณฑ์, บริการหลังการขาย, การรับประกันสินค้าหรือรับคืนสินค้า เป็นต้น
- Price (ราคา) คือ จำนวนเงินที่ลูกค้าจะต้องจ่ายให้เพื่อแลกกับสินค้าหรือบริการ ราคาที่ตั้งไว้ นี้จะต้องให้มีความเหมาะสมและคุ้มค่าเพียงพอสำหรับผู้ซื้อ มิฉะนั้นลูกค้าอาจจะหันไปหาสินค้าหรือบริการจากคู่แข่งได้ องค์ประกอบในเรื่องของราคาที่มีการนำมาพิจารณากันนั้น ยังรวมไปถึงเรื่องของการตั้งราคาขายปลีก, ราคาขายส่ง, ส่วนลดพิเศษ, การให้สินเชื่อ และระยะเวลาในการชำระเงิน เป็นต้น
- Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย) คือ สถานที่หรือช่องทางต่างๆ ที่บริษัทฯ ใช้สำหรับเสนอสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งหมายรวมไปถึงขั้นตอนต่างๆ นับตั้งแต่การสั่งซื้อรวมไปถึงช่วงระยะทางระหว่างผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภคปลายทาง เช่น ช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ, เครือข่ายการขาย, ท่าเล-สถานที่, คลังสินค้า และระบบขนส่งสินค้า เป็นต้น

- Promotion (การส่งเสริมการขาย) คือ กิจกรรมทุกรูปแบบที่บริษัทฯ ดำเนิน เพื่อสื่อสาร หรือ ส่งเสริมการขายสินค้าแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการส่งเสริมการขายยังสามารถแบ่งออกได้ เป็นกิจกรรมการสื่อสารอีก 4 รูปแบบ ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) รายการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และพนักงานขาย (Salesforce) นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการขายตรง (Direct Marketing) การให้รางวัลแก่พนักงานขาย การฝึกอบรมและค่าจ้าง เป็นต้น

ทั้งนี้ การบริหารการตลาดที่ดีจะต้องทำให้ส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ส่วนดังกล่าว มีความสอดคล้องกันกับความคาดหวังหรือความต้องการของลูกค้าด้วย กล่าวคือ สินค้าจะต้องเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ราคาขายจะต้องเป็นระดับราคาที่ลูกค้าพึงพอใจที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า สถานที่วางจำหน่ายสินค้าจะต้องอยู่ในทำเลที่ลูกค้าสะดวก ขณะเดียวกันผู้บริโภคจะต้องได้รับการสื่อสารถึงข้อดีหรือความคุ้มค่าของสินค้านั้นด้วย (Kotler, Ang, Leong, and Tan, 1996 p.114-117)

<u>4Ps</u>	<u>4Cs</u>
Product	Customer needs and wants
Price	Cost to the customer
Place	Convenience
Promotion	Communication

จากแนวคิดดังกล่าว อาจอธิบายได้ว่า ผู้ทำการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุในเครือของบริษัทเอ-โทมี่ มีเดีย จำกัด นั้นอาศัยแนวคิดหลาย ๆ ส่วนมาเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุ โดยใช้แนวคิดในเรื่องการจัดรายการวิทยุ มาเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบของรายการวิทยุ ใช้แนวคิดในเรื่องการจัดคนเข้าทำงาน มาเป็นเกณฑ์ในการวัด และคัดเลือกคุณสมบัติของผู้ที่จะมาเป็นนักจัดรายการวิทยุอาชีพ และแนวคิดในเรื่องการตลาด มาเป็นข้อมูลในการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุให้ตรงตามความต้องการของผู้ฟัง

4. งานวิจัยเรื่อง“กระบวนการและปัจจัยในการคัดเลือกนักแสดงในละครโทรทัศน์ไทย”

ปาริฉัตร เศวตเศรนี (2541) ศึกษาบุคคลที่ทำหน้าที่ในการคัดเลือกนักแสดงละครโทรทัศน์ และเข้าใจถึงกระบวนการและปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกนักแสดงละครโทรทัศน์ โดยใช้วิธีรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก ในกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ในการคัดเลือกนักแสดงละครโทรทัศน์ กลุ่มดารานักแสดง กลุ่มตัวแทนบริษัทโฆษณา กลุ่มผู้ชม และกลุ่มสื่อมวลชนนักวิจารณ์ โดยพบว่า กระบวนการและขั้นตอนในการคัดเลือกนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยสามารถแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน จากการใช้แนวคิดการจัดคนเข้าทำงานเป็นกรอบในการอธิบาย ได้แก่ การวางแผน กำหนดบทบาทนักแสดง การพิจารณาสรรหานักแสดง การคัดเลือกนักแสดง และการฝึกฝนพัฒนานักแสดง และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการคัดเลือกนักแสดงละครโทรทัศน์ แบ่งได้เป็น 9 ปัจจัย ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการคัดเลือกนักแสดง ตัวแทนบริษัทโฆษณา ผู้ชม ปัญหาและเงื่อนไขที่เกิดขึ้นจากนักแสดง ความชำนาญและความสามารถของนักแสดง ระบบอุปถัมภ์กับการคัดเลือกนักแสดง เวลาออกอากาศ เวลาการทำงาน และสภาพการแข่งขัน

จากแนวคิดและงานวิจัยดังกล่าว สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นกรอบในการศึกษา และนำมาสู่ข้อสันนิษฐานงานวิจัยเรื่อง "กระบวนการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุของ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด" ในครั้งนี้ได้ กล่าวคือ จากแนวคิดเรื่องการจัดคนเข้าทำงาน ซึ่งมีการแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน คือ การวางแผน การสรรหา การคัดเลือก และการฝึกฝนพัฒนา สามารถนำมาเป็นกรอบในการอธิบายกระบวนการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุได้เช่นกัน เนื่องจากเป็นการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานในรูปของบริษัท นอกจากนี้ การศึกษาถึงปัจจัยเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีผลต่อกระบวนการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุ จะสามารถอธิบายให้เห็นถึงกระบวนการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

##### 5. งานวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด"

ฤทัย กำแพง (2539) ศึกษาถึงปัจจัยที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ ในสังกัดบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด โดยวิเคราะห์จากรายการวิทยุทั้ง 4 รายการ ได้แก่ รายการ GREEN WAVE ,รายการ HOT WAVE, รายการ RADIO VOTE SATELLITE และรายการ RADIO NO PROBLEM และศึกษานักจัดรายการวิทยุในสังกัดบริษัทนี้ ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ที่สำคัญมีอยู่ 4 ประการ คือ ประการแรก ปัจจัยด้านคุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุ อันประกอบไปด้วย ความรู้และประสบการณ์ในวิชา

ชีพ ความสามารถในการจัดรายการ และอุปนิสัยส่วนตัวของนักจัดรายการวิทยุ ประการที่สอง ปัจจัยด้านผู้บริหารและทีมผู้ผลิตรายการ ที่ทำงานร่วมกับนักจัดรายการวิทยุ ประการที่สาม ลักษณะรายการเพลงทางวิทยุ ที่มีความน่าสนใจ และประการสุดท้าย การทำโปรโมชันให้กับนักจัดรายการวิทยุ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ มีการเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน และร่วมกันผลักดันให้นักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมี่ มีเดีย จำกัด กลายเป็นนักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน

จากการวิจัยนี้ สามารถนำเอาข้อมูลบางส่วนมาอธิบาย กระบวนการในการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุ ของ บริษัท เอ-โทมี่ มีเดีย ได้ และสามารถศึกษาวิเคราะห์ถึงรูปแบบของรายการวิทยุแต่ละรายการ ในสังกัด บริษัท เอ-โทมี่ มีเดีย เพื่อพิจารณาถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อกระบวนการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุ ของ บริษัท เอ-โทมี่ มีเดีย ต่อไป

#### 6. งานวิจัยเรื่อง“พฤติกรรมการฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร”

จอร์เน แกลโกศล (2536) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร” โดยการสำรวจทัศนคติ และพฤติกรรมการฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร จำนวน 600 คน ที่อาศัยในกลุ่มชุมชนต่าง ๆ ของเมือง เมื่อปลายปี 2537 พบว่า มีผู้ที่ฟังวิทยุเป็นประจำทุกวันมากถึง 45 % ผู้ที่ฟังเกือบทุกวันมีประมาณ 27 % ผู้ที่ฟังเพียงบางครั้งบางคราวมีประมาณ 21 % และผู้ที่ฟังเฉพาะวันหยุดมีเพียง 4 % นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสรุปได้ว่า รายการวิทยุที่ผู้ฟังชอบมากที่สุด คือ รายการเพลงไทยสากล รองลงมาคือรายการข่าว และรายการเพลงลูกทุ่ง ตามลำดับ

การวิจัยครั้งนี้ ยังมีการสำรวจถึงคุณสมบัติของดีเจ ที่ผู้ฟังต้องการ ผลปรากฏว่า คุณสมบัติที่สำคัญมากที่สุด คือ เปิดเพลงมากหน่อย พูดจามีสาระ คุยสนุก ให้ข่าวสารสาระ พูดน้อยหน่อย และให้ความรู้ คุณสมบัติที่ต้องการมารองลงมา คือ เปิดเพลงไทยสากล คุยเก่ง พูดตลกมีอารมณ์ขัน พูดสนุกสนานบันเทิง พูดน้อยเปิดเพลงมาก และพูดดี นอกจากนี้ยังมีการสำรวจถึงคุณสมบัติของดีเจที่ผู้ฟังไม่ต้องการ ได้แก่ พูดมาก พูดไร้สาระ พูดแทรกเพลง มีเล่นเกมในรายการ มีโฆษณามาก พูดจาชี้เล่นเกินไป พูดปนหัวเราะ และ พูดเพ้อเจ้อ,พูดโอเวอร์,พูดด้นโง่เงา,จัดรายการซีเรียส ตามลำดับ ซึ่งการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร” นี้ มีบทวิเคราะห์ไว้ว่า การพัฒนารายการวิทยุเพื่อให้ก้าวไปข้างหน้า จะต้องปรับปรุงในรายละเอียดให้

สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟัง รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพของดีใจ และขจัดสิ่งที่ไม่ต้องการออกไปให้หมดด้วย

จากการศึกษางานวิจัยนี้ จะสามารถใช้แนวคิดดังกล่าว อธิบายถึงปัจจัย และกระบวนการในการเข้าสู่อาชีพนักจัดรายการวิทยุ ของ บริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ว่าผู้ทำการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุนั้น ใช้ สิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟัง เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกคุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุ หรือไม่ และให้ความสำคัญในการขจัดสิ่งที่ไม่ต้องการออกไป มากน้อยอย่างไร

## 7. งานวิจัยเรื่อง“การตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนิสิตปีสุดท้าย ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย”

อุณารัตน์ ธรรมมิโกมินทร์ (2513) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนิสิตปีสุดท้าย ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” โดยใช้แนวพิจารณาโดยทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกอาชีพ พบว่า ข้อพิจารณาในเกี่ยวกับการเลือกประกอบอาชีพใดอาชีพหนึ่ง จะมีเหตุผล และปัจจัยในการตัดสินใจคือ

### 1. การที่ได้มีโอกาสได้ใช้ความรู้ความสามารถของตนเต็มที่

เนื่องจากการที่ทุกคนจะทำงานได้ดีมีโอกาสก้าวหน้า สิ่งสำคัญที่สุดประการหนึ่งก็คือ การที่บุคคลนั้นได้ใช้วิชาความรู้ที่ได้ศึกษามาอย่างเต็มที่ ยกตัวอย่างเช่น บุคคลที่มีความถนัดในด้านช่างเครื่องยนต์ หรือได้รับการศึกษามาทางด้านเครื่องยนต์ ก็ย่อมมีความประสงค์จะทำงานที่ใช้ความรู้ทางด้านช่างเครื่องยนต์ เพราะถือว่าเป็นงานที่ตนถนัดที่สุด ไม่จำเป็นต้องเสียเวลามาฝึกฝนใหม่ หรือศึกษาใหม่ การที่ได้ใช้ความรู้ที่ได้เรียนมาทำให้ผู้นั้นมีความมั่นใจในตัวเอง (self – confidence) อันเป็นผลทำให้การปฏิบัติงานของเขาย่อมถูกต้องได้ผลดี อีกประการหนึ่งการมีโอกาสได้ใช้วิชาความรู้ที่ได้เรียนมา ย่อมมีโอกาสที่ผู้นั้นจะได้ศึกษาหาความรู้หรือความชำนาญเพิ่มเติมในด้านนั้น ๆ ซึ่งย่อมมีผลให้เขาได้รับการเลื่อนชั้น เลื่อนตำแหน่ง หรือมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย ด้วยเหตุนี้จึงอาจกล่าวได้ว่า โอกาสที่จะได้ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ เป็นปัจจัยอันหนึ่งซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกอาชีพของบุคคลอยู่มาก

## 2. การเป็นที่ยอมรับเป็นที่เชื่อถือของสังคม

บุคคลส่วนมากจะนิยมเลือกอาชีพที่สังคมยกย่องว่า มีเกียรติภูมิ มีหน้ามีตา เป็นที่เชื่อถือของสังคม เช่นการรับราชการเป็นต้น ทั้งนี้ตามเหตุผลหลักพื้นฐานทางจิตวิทยาในข้อที่ว่า ทุกคนต้องการความยอมรับนับถือจากคนอื่น หรือจากสังคม เพราะฉะนั้นในการเลือกอาชีพของบุคคลก็มีแนวโน้มไปตามหลักดังกล่าวแล้ว คืออาชีพใดเป็นที่ยอมรับ เป็นที่เชื่อถือของสังคมก็จะมีผู้นิยมมาก ดังที่ Robert Blanner กล่าวไว้ว่า งานที่มีเกียรติภูมิสูงหรือเป็นที่ยอมรับ หรือเป็นที่เชื่อถือของสังคม จะมีผู้ชอบทำมาก แต่งานที่ทำให้คนมีสถานภาพต่ำ จะมีแนวโน้มในทางที่ไม่มีค่า และไม่มีใครนิยมหรือชอบงานนั้น

## 3. ความมั่นคงในหน้าที่การงาน

ความมั่นคงเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของชีวิต ตามหลักจิตวิทยา มนุษย์ทุกคนแสวงหาและต้องการความมั่นคง ทั้งนี้เพื่อความสุขสบายของชีวิต การดำเนินชีวิตหรือการประกอบอาชีพที่มีความมั่นคง เช่น มีรายได้แน่นอน มีหลักประกันสามารถพึ่งพิงได้ตลอดชีวิต ก็ย่อมจะมีผู้มุ่งหวังมากเป็นธรรมดา ด้วยเหตุนี้ จึงน่าจะถือได้ว่า ความมั่นคงเป็นปัจจัยอันสำคัญในการเลือกอาชีพซึ่งทุกคนจะต้องคำนึงถึง

## 4. รายได้

รายได้เป็นผลตอบแทนโดยตรงในการประกอบอาชีพ เนื่องจากการประกอบอาชีพของคนทุกคนย่อมประสงค์จะให้ได้รับรายได้สูง ทั้งนี้ เพื่อจะสามารถสนองความต้องการได้มาก ด้วยเหตุนี้ รายได้จึงมีส่วนสัมพันธ์โดยตรงกับการเลือกอาชีพของบุคคล อาชีพใดที่มีรายได้ดี โดยทั่วไปแล้ว ย่อมจะมีผู้เลือกมาก (หากมีโอกาสที่จะเลือกเท่า ๆ กัน) รายได้ในที่นี้รวมทั้งรายได้ที่เป็นเงิน เช่น เงินเดือน หรือค่าจ้าง หรือรายได้อื่น ๆ ด้วย ในบางกรณีหมายถึงรวมถึงประโยชน์เกื้อกูลอื่น ๆ ซึ่งได้จากการทำงานนั้น ๆ เช่น การรับราชการจะได้รับบำเหน็จบำนาญ ได้ค่าเบี่ยเลี้ยง ค่าที่พักอาศัย ค่ารักษาพยาบาล ค่าเล่าเรียนบุตร เป็นต้น

## 5. ความก้าวหน้า

ความก้าวหน้าเป็นสิ่งปรารถนาของทุกคน ทั้งนี้เพราะความก้าวหน้าหมายถึงการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีของบุคคล ในการประกอบอาชีพก็เช่นเดียวกัน อาชีพใดที่มีความก้าวหน้ามาก เช่น มีโอกาสไปศึกษาต่อ มีโอกาสได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง มีโอกาสได้รายได้ดี ยิ่ง ๆ ขึ้นไป ก็ย่อมเป็นที่ประสงค์ของทุกคน เพราะฉะนั้น อาจกล่าวได้ว่า ความก้าวหน้าเป็นองค์ประกอบอันสำคัญอันหนึ่งในการตัดสินใจในการเลือกอาชีพ

จากเหตุผล และปัจจัยในการเลือกประกอบอาชีพของแต่ละบุคคลนั้น ย่อมจะมีส่วนที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันไป ตามความสำคัญของเหตุผล และปัจจัยในแต่ละข้อ และจากงานวิจัยนี้ ทำให้เราสามารถตั้งประเด็นศึกษาต่อไปได้ว่า เหตุผลหลัก ที่ทำให้บุคคลส่วนใหญ่สนใจเข้ามาประกอบอาชีพนักจัดรายการวิทยุ นั้น มีแนวโน้ม แรงจูงใจมาจากข้อใดมากที่สุด

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยนำมาเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ น่าจะสามารถใช้เป็นกรอบในการอธิบาย และหาคำตอบ จากข้อสันนิษฐานได้ว่า กระบวนการประกอบอาชีพนักจัดรายการวิทยุของ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย น่าจะเป็นไปตามแนวคิดเรื่องการจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) โดยมีขั้นตอนของการวางแผน (Planning) , การเสาะหา (Recruitment) , การคัดเลือก (Selection) และการฝึกฝนพัฒนา (Training and Development) ตามที่ทฤษฎีได้มีการอธิบายไว้

ส่วนแนวคิดในเรื่องการจัดรายการวิทยุ , แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาด , งานวิจัยเรื่อง "กระบวนการและปัจจัยในการคัดเลือกนักแสดงในละครโทรทัศน์ไทย" , งานวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด" , งานวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร" , งานวิจัยเรื่อง "การตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนิสิตปีสุดท้าย ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย" ที่นำมาใช้อ้างอิงประกอบในการศึกษาวิจัย ครั้งนี้น่าจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายถึง ข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับเงื่อนไขที่มีผลเกี่ยวข้องทำให้การประกอบอาชีพนักจัดรายการวิทยุแต่ละคน มีความแตกต่างกันไป รวมทั้งสามารถใช้ข้อมูลบางส่วนในการอ้างอิงข้อมูล เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้ มีความชัดเจนยิ่งขึ้น