

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง "คิวเพลง" เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) ด้วยการศึกษจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) การแลกเปลี่ยนทัศนะกับผู้เกี่ยวข้องในวงการเพลง และประสบการณ์จากการปฏิบัติงานของผู้วิจัยเกี่ยวกับการจัดรายการเพลง และการเป็นผู้ประกาศทางสถานีวิทยุองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 จนถึงปัจจุบัน

ข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ ได้มาจากแหล่งข้อมูล 3 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลเอกสาร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ เอกสารอันดับแรก และ เอกสารอันดับรอง

1.1 เอกสารอันดับแรก (Primary Source) ได้แก่ เอกสารซึ่งตีพิมพ์เผยแพร่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเพลง ซึ่งแยกเป็น

1.1.1 เอกสารของทางราชการ ได้แก่ ระเบียบ คำสั่ง รายงาน แผนผัง การออกอากาศ และบันทึกข้อความต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเพลง เช่น ระเบียบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ว่าด้วยการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

1.1.2 เอกสารของบุคคล โดยรวบรวมเอกสารจากบุคคลและนิติบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพลง เช่น ข่าวของค่ายเพลงต่าง ๆ คิวเพลงที่ผู้จัดรายการเพลงรับมา สัญญาหรือรายงานต่าง ๆ เกี่ยวกับการวางคิวเพลงทางวิทยุ

1.2 เอกสารอันดับรอง (Secondary Source) ได้แก่ บทความ บทวิจารณ์ ต่าง ๆ ที่ผู้เขียนมิได้เป็นบุคคลในวงการธุรกิจเพลง แต่เขียนขึ้นจากความสนใจ การบอกเล่า หรือประสบการณ์ที่พบมา เช่น วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับเพลง บทวิจารณ์ทางหนังสือพิมพ์ ข้อเขียนทางหนังสือพิมพ์นิตยสารและวารสารต่าง ๆ

## 2. ข้อมูลจากบุคคล

เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนทัศนะ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ระหว่างผู้วิจัยกับบุคคลที่อยู่ในวงการหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจเพลง ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคลจากกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 บริษัทผู้ผลิตและสร้างสรรค์ผลงานเพลง หรือค่ายเพลง
- 2.2 บริษัทเจ้าของรายการเพลง
- 2.3 ผู้จัดการรายการเพลง
- 2.4 เจ้าหน้าที่สถานีวิทยุ

### 2.1 บริษัทผู้ผลิตและสร้างสรรค์ผลงานเพลงหรือค่ายเพลง

เลือกศึกษาข้อมูลจากค่ายเพลงขนาดใหญ่ที่มีผลงานออกสู่ท้องตลาดจำนวนมาก เพื่อจะได้ทราบถึงกระบวนการตลอดจนการส่งเสริมการจำหน่ายเพลงที่เป็นระบบ ด้วยการสัมภาษณ์บุคคลผู้เกี่ยวข้องจากค่ายเพลงต่าง ๆ จำนวน 5 ค่าย ดังนี้

- บริษัท แกรมมี่เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด สัมภาษณ์ นายนิติพงษ์

ท่อนาค ผู้อำนวยการผลิตเพลงหรือโปรดิวเซอร์ (Producer) และนางสาวรัตนสุดา ไทยสยาม  
ผู้วางแผนสื่อต่าง ๆ (Media Planner) ของบริษัทฯ

- บริษัท อาร์เอสโปรโมชั่นกรุ๊ป จำกัด สัมภาษณ์ นางสาววิเนส

เอี่ยมทรัพย์ หัวหน้าแผนกสื่อโฆษณา

- บริษัท นิทัศน์โปรโมชั่น จำกัด สัมภาษณ์ นางสาวสิรพร ขำตันวงศ์

ผู้วางแผนสื่อโฆษณาทางวิทยุ

- บริษัท คีตาเอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด สัมภาษณ์ นางสาวมลฤดี

อภิชาติวรพงษ์ ผู้จัดการศิลป์

- บริษัท ชัวร์ ออดิโอ จำกัด สัมภาษณ์ นายพิศาล พาณิชยารมณ

ผู้จัดการทั่วไป

## 2.2 บริษัทเจ้าของรายการเพลง

เลือกศึกษาข้อมูลจากบริษัทเจ้าของรายการเพลง ที่มีรายการเพลงออกอากาศทางสถานีวิทยุต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- บริษัท แมกซ์โบร จำกัด เจ้าของรายการ "มีนัดกับเพลง" และรายการ "ตลาดนัดเพลงดัง" ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค รวมประมาณ 100 สถานี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ถึง พ.ศ. 2535 โดยสัมภาษณ์ นางสาวพวงพร บุญรัตน์ศิริ ตำแหน่งผู้วางแผนสื่อโฆษณา (Media Planner) ของบริษัท รับผิดชอบในการรับคิวเพลงจากค่ายเพลง และนำมาวางทางรายการวิทยุของบริษัทฯ
- บริษัท ฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้เช่าเวลาออกอากาศทางสถานีวิทยุทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคหลายสถานี และเป็นเจ้าของรายการเพลงทางวิทยุหลายรายการ อาทิ ดนตรีในดวงใจ นีโอบีเอ็ม เป็นต้น เลือกสัมภาษณ์ นายเรืองยศ เตชะจงจินตนา ผู้จัดการฝ่ายรายการ และนางสาววโรชา ธนากลาง นักจัดรายการวิทยุของบริษัท
- บริษัท เอไอเอ็มมีเดีย จำกัด ผู้เช่าเวลาออกอากาศและเจ้าของรายการเพลงทางสถานีวิทยุทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคหลายสถานี หลายรายการ อาทิ รายการร่วมไม้ร่วมทาง เรดิโอบรอด เป็นต้น โดยสัมภาษณ์ นายสุชาติ ถนอมเล็ก

## 2.3 ผู้จัดรายการเพลง หรือดีเจ

เลือกศึกษาข้อมูลด้านการส่งเสริมการจำหน่ายเพลงทางสถานีวิทยุจากผู้จัดรายการเพลงหรือดีเจ จำนวน 5 คน ดังนี้

- นางสาวสุนันทา อุดมศรี เคยดำรงตำแหน่งนักจัดรายการวิทยุของสถานีวิทยุองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) และเป็นผู้จัดรายการเพลงให้กับหลาย ๆ บริษัท เช่น บริษัทวายสตูดิโอโปรดักชั่น จำกัด บริษัทนิธิตัน โบรมิชั่น จำกัด บริษัททีวี่อาร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด บริษัท นิคกี้ สตูดิโอ โปรดักชั่น จำกัด ใช้ชื่อจริง-นามสกุลจริง ในการจัดรายการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 เป็นต้นมา

- นางสาวพวงพร นันทกิจ ปัจจุบันเป็นผู้จัดรายการเพลงสังกัดบริษัท อาร์เอสโปรโมชั่น จำกัด เคยเป็นดีเจให้กับบริษัทเจ้าของรายการเพลงหลายบริษัท อาทิ บริษัทสมอนด์ จำกัด บริษัท รีล โปรโมชั่น จำกัด บริษัทโปรแกรมมิ่งเนทเวอร์ค จำกัด มีประสบการณ์ในการจัดรายการที่เป็นที่นิยมหลายรายการ เช่น ผิวปากตามเพลง จามจุรี เป็นต้น ใช้ชื่อในการจัดรายการว่า "ด้อย-พวงพร"

- นายฉัตรชัย ขำขาว ปัจจุบันเป็นผู้ประกาศและจัดรายการของสถานีวิทยุยานเกราะ โดยเข้าเวลาจัดที่รายการเพลงออกอากาศเอง ชื่อรายการ "เปิดแผ่นเพลงดัง" ทางสถานีวิทยุยานเกราะ เอฟเอ็ม 89.0 เมกกะเฮิร์ตซ์ เวลา 10.00 - 11.00 น. ใช้ชื่อในการจัดรายการว่า "อรรถชัย"

- นายธเนศ แสงโชติกุล ปัจจุบันเป็นผู้จัดรายการสังกัดบริษัทมีเดีย พลัส จำกัด ผู้จัดรายการ "สไมด์ เรดิโอ" มีประสบการณ์ในการจัดรายการเพลงให้กับบริษัทต่าง ๆ เช่น บริษัทสมอนด์ จำกัด บริษัทอาร์เอสโปรโมชั่น จำกัด บริษัทวายสตูดิโอ จำกัด โดยใช้ชื่อจริง-นามสกุลจริงในการจัดรายการ

#### 2.4 เจ้าหน้าที่สถานีวิทยุ

เลือกศึกษาข้อมูลจากเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุซึ่งมีประสบการณ์ในการจัดรายการเพลง และทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการออกอากาศของสถานีวิทยุ ดังนี้

- นายสมชาย โสมนรินทร์ ตำแหน่งช่างควบคุมเสียงสถานี วิทยุ อ.ส.ม.ท. มีประสบการณ์ในการจัดรายการวิทยุ การจัดทำเพลงโดยสร้างนักร้องหลาย ๆ คน ให้กับวงการ เช่น เอกพจน์ วงศ์นาค, สายนที ธนาภรณ์ เป็นต้น จึงมีประสบการณ์ในด้านการส่งเสริมการจำหน่ายเพลง เป็นอย่างยิ่ง

- นายธวัช รัตตะชัย ตำแหน่งช่างควบคุมเสียง สถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. มีประสบการณ์จัดรายการวิทยุ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2533 โดยเป็นผู้จัดรายการให้กับบริษัทต่าง ๆ อาทิ บริษัท รีลโปรโมชั่น จำกัด บริษัท โปรแกรมมิ่งเนทเวอร์ค จำกัด ซึ่งยังกระทำอยู่จนถึงปัจจุบัน โดยใช้ชื่อจริงในการจัดรายการ

- นางสาวกิ่งแก้ว เกตรา ตำแหน่งผู้ประกาศ ของสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. มีประสบการณ์ในการจัดรายการวิทยุและการเป็นผู้ประกาศ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 เป็นต้นมา โดยจัดทำรายการให้กับหลาย ๆ บริษัท ทั้งรายการเพลง และรายการสารคดี เช่น บริษัท โปรแอต จำกัด, บริษัท โปรแกรมมิ่งเนทเวอร์ค จำกัด, บริษัท พรณวัฒน์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ใช้ชื่อจริงในการจัดรายการ

### 3. การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม

โดยการรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากการสังเกตในการปฏิบัติหน้าที่จริงในฐานะผู้จัดรายการเพลงทางวิทยุกระจายเสียงของตัวผู้วิจัยเองและผู้ร่วมงาน ผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ เกี่ยวกับ

- การปฏิบัติงานประจำวันของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การออกอากาศของสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. ทั้งฝ่ายรายการ ฝ่ายออกอากาศ ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ ควบคุมเสียง ผู้ประกาศ นักจัดรายการ/ดีเจ บริษัทเจ้าของรายการ และค่ายเพลงต่าง ๆ

- การจัดสรรเวลาและคิวโฆษณาของนักจัดรายการ ตลอดทั้งเนื้อหาต่าง ๆ ที่นำเสนอในรายการ โดยการสังเกตอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงที่ปฏิบัติงาน เนื่องจากจะต้องทำ หน้าที่ที่ควบคุมการออกอากาศไปในตัวด้วย และในบางครั้งก็ทำหน้าที่เป็นผู้เปิดสเปคโฆษณาหรือ คิวเพลงให้กับผู้จัดรายการอีกต่อหนึ่งด้วย ในกรณีที่ผู้จัดรายการเข้ามาไม่ทัน

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลเอกสาร ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เพลงไทยสากลจากหน่วยงานต่าง ๆ ในรูปของระเบียบคำสั่งของคณะกรรมการบริหารวิทยุ กระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ข้อกำหนด ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับรายการ เพลงของสถานีวิทยุ ขาว, บทความ, สารคดี, บทสัมภาษณ์ ซึ่งตีพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการ ส่งเสริมการจำหน่ายในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ สติกเกอร์ ปกเทป เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้รวบรวมเอกสารซึ่งค่ายเพลงใช้สื่อสารกับผู้จัดรายการเพลงหรือบริษัท เจ้าของรายการเพลง เช่น เอกสารการวางคิวเพลง

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ได้มีการรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเพลงไทยสากล เช่น กลุ่มผู้ผลิตผลงานเพลงหรือค่ายเพลง กลุ่มผู้ส่งเสริมการขาย ซึ่งได้แก่บริษัทเจ้าของรายการเพลง และ/หรือดีเจ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการออกอากาศของรายการเพลง เช่น ช่างควบคุมเสียง ผู้ประกาศ เก็บรวบรวมโดยการบันทึกเทปและการจดบันทึกเป็นรายลักษณะอักษรของผู้วิจัย

3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากประสบการณ์และการปฏิบัติงานของผู้วิจัย ในฐานะผู้ประกาศและผู้จัดรายการเพลงทางสถานีวิทยุ ตั้งแต่ปีพ.ศ.2524 จนถึงปัจจุบัน เริ่มจากการจัดรายการเพลงทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM.93.5 เมกะเฮิรตซ์ช่วงปี พ.ศ.2524 ถึง 2525 ในลักษณะรายการเพลงหลายรายการ เช่น "รุ่งอรุณที่รัก" "ซอง ออฟ เดอะ ไนท์" "เพลงยามค่ำ" และ "เพื่อนฉัน" ต่อมาช่วงปี พ.ศ.2525 ถึง ปัจจุบัน ปฏิบัติงานในตำแหน่งผู้ประกาศพิเศษของสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. ซึ่งนอกจากจะทำหน้าที่ในการประกาศและอ่านข่าวแล้ว ยังทำหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุมการออกอากาศจดบันทึกสิ่งต่าง ๆ ที่ออกอากาศไปในแต่ละวัน ทำให้ได้ใกล้ชิดและประสานงานกับผู้จัดรายการโดยตรง นอกจากนี้ผู้วิจัยเป็นดีเจอิสระรับจ้างจัดรายการเพลงทางวิทยุให้กับบริษัทต่าง ๆ เช่น บริษัทแมกซีโปร จำกัด ระหว่าง พ.ศ.2532 ถึง 2533 และบริษัทริลโปรโมชัน จำกัด ระหว่างปี พ.ศ.2533 - 2534 บริษัทดังกล่าวนี้ดำเนินการลักษณะรับคิวเพลงจากค่ายเพลงเพื่อนำมาเปิดในรายการ ทำให้ผู้วิจัยมีประสบการณ์และคุ้นเคยกับระบบคิวเพลงมากขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นเอกสาร ในส่วนของระเบียบคำสั่งของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น กบว. สถานีวิทยุ ได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างดี ในกลุ่มของดีเจก็ให้ความร่วมมือมอบเอกสารเกี่ยวกับการวางคิวเพลงของค่ายเพลงต่าง ๆ และให้ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มที่ ในขณะที่กลุ่มค่ายเพลงและบริษัทเจ้าของรายการเพลง มักไม่ให้ข้อมูลที่ เป็นเอกสารแต่จะให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ และให้จดบันทึกตามเป็นส่วนใหญ่ สำหรับข้อมูลที่ เป็นตัวเลข เช่น ยอดการจำหน่าย งบประมาณในการโปรโมท มักไม่ได้รับการเปิดเผย หรือเปิดเผยในลักษณะการประมาณการเท่านั้น ทำให้ตัวเลขในส่วนนี้ไม่ชัดเจนเท่าที่ควรจะเป็น

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยในฐานะผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับ "คิวเพลง" ตลอดจนการโปรโมทเพลงในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางรายการวิทยุ ได้ทำการแยกแยะข้อมูลตามประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องการศึกษา โดยข้อมูลที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน หรือเรื่องเดียวกันจะรวบรวมไว้ด้วยกัน และแยกพิจารณา ดังนี้

1. สินค้าของธุรกิจประเภทนี้คือ เพลงไทยสากล มีลักษณะการดำเนินธุรกิจอย่างไร ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทนี้มีใครบ้าง แต่ละฝ่ายอยู่ในฐานะอะไร ทำหน้าที่อย่างไรบ้าง
2. การส่งเสริมการขายเพลงไทยสากล ดำเนินการอย่างไรบ้าง
3. "คิวเพลง" ได้เริ่มเข้ามามีบทบาททางรายการวิทยุตั้งแต่เมื่อใด มีวิธีการดำเนินการอย่างไรบ้าง มีปัญหา อุปสรรค หรือข้อเสนอนะที่นำเสนออย่างไรบ้าง
4. ความสัมพันธ์ระหว่างค่ายเพลงกับบริษัทเจ้าของรายการเพลง หรือผู้จัดรายการเพลง มีลักษณะของการมีอิทธิพลต่อกันหรือไม่

## การนำเสนอข้อมูล

จะนำเสนอข้อมูลที่วิเคราะห์แล้วด้วยการบรรยาย ประกอบด้วยแผนผัง รูปภาพ และตัวอย่างสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการขายสำหรับธุรกิจเทปเพลง อาทิ ข้าว บทความ สปอตโฆษณา เป็นต้น โดยจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

- นำเสนอความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา เนื่องจากการแข่งขันกันผลิตผลงานเพลงออกสู่ท้องตลาดมากมาย ทำให้อุปทาน (Supply) มีมากในขณะที่อุปสงค์ (Demand) ที่เท่าเดิม แต่ละค่ายเพลงจึงต้องพยายามใช้กลยุทธ์ทุกวิธีการเพื่อส่งเสริมการขายเพลงของตนให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความคุ้นเคย เนื่องจากสินค้าประเภทนี้ เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคจะบริโภคก่อนซื้อ การสร้างความคุ้นเคยโดยวิธีวิทยุ เป็นหนทางที่ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก และสร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ด้วยการจ้างให้รายการเพลงทางวิทยุเปิดเพลงของตน อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ตลอดช่วงของการรณรงค์ อันเป็นการยึดเหนี่ยวให้คนเกิดความสนใจและซื้อเทปเพลง

- นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสนอว่าใช้แนวคิดอะไรเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งงานการศึกษาเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดด้านการส่งเสริมการจำหน่ายและแนวความคิดเรื่องการผลิตภัตตาคารมาเป็นกรอบนำการวิจัย

- นำเสนอระเบียบวิธีวิจัยเป็นการนำเสนอถึงวิธีการที่จะทำการศึกษาว่าทำอย่างไรบ้าง

- นำเสนอถึงธุรกิจเพลงไทยสากลและการส่งเสริมการจำหน่ายว่าการดำเนินธุรกิจเพลงไทยสากลมีการดำเนินการอย่างไร ใครเป็นผู้เกี่ยวข้อง อยู่ในฐานะอะไร ทำหน้าที่อย่างไรบ้าง

- นำเสนอถึงความเป็นมาและการดำเนินการเกี่ยวกับ "คิวงเพลง" ทางวิทยุว่ามีความเป็นมาอย่างไร มีการดำเนินการอย่างไร ค่ายเพลงมีอิทธิพลต่อบริษัทเจ้าของรายการเพลงหรือผู้จัดรายการเพลงหรือไม่ อย่างไร

- นำเสนอถึงปัญหาและแนวทางแก้ไข สำหรับการส่งเสริมการจำหน่ายเพลงในลักษณะ 2 "คิวงเพลง"

- นำเสนอการสรุปและข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากบริษัทผู้ผลิตผลงานเพลงหรือค่ายเพลง และบริษัทเจ้าของรายการเพลงนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่ประสงค์ให้บันทึกเทป แต่ยินดีให้สัมภาษณ์โดยการจดบันทึก เนื่องจากเกรงว่าจะเป็นผลเสียทางด้านการค้าในธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การโปรโมทเพลงแต่ละชุด และยอดขายของเพลงแต่ละชุด ข้อมูลที่ได้มาจึงเป็นข้อมูลแบบประมาณการ มิใช่ตัวเลขที่ชัดเจนนัก อย่างไรก็ตาม การเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาโดยทั่ว ๆ ไป นับว่าน่าพึงพอใจ คือ ได้รับความร่วมมือจากผู้ให้ข้อมูลเป็นอย่างดี

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย