



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การจัดการผังรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา” เป็นการศึกษาการจัดการผังรายการกับวัตถุประสงค์ที่แต่ละสถานีตั้งไว้ ไปจนถึงปัจจัยที่มีผลต่อการจัดผังของแต่ละสถานีที่เลือกศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งข้อสันนิษฐานไว้ 2 ประเด็นหลักๆ ดังนี้

1. การจัดการผังรายการของแต่ละสถานี มีการจัดผังเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งดั้งเดิม คือ สถานีวิทยุ ม.ก. จัดผังรายการโดยมีสัดส่วนมุ่งเน้นการให้ความรู้ทางการเกษตรเป็นหลัก ส่วนสถานีวิทยุ ม.ธ. จัดผังรายการโดยมีสัดส่วนมุ่งเน้นเพื่อเอื้อต่อการฝึกปฏิบัติด้านวิทยุกระจายเสียงของนักศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิทยุโทรทัศน์เป็นหลัก รวมทั้งต้องมีการปรับเปลี่ยนผังเพื่อตอบสนองต่อบทบาทการเป็นสถานีวิทยุเพื่อบริการสาธารณะ ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ด้วย
2. วัตถุประสงค์หลักที่แต่ละสถานีได้ตั้งไว้ แหล่งที่มารายการ ความต้องการของผู้ฟัง แรงผลักดันทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีการส่งกระจายเสียง บุคลากร รวมทั้งกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวกับการกระจายเสียง เป็นปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการจัดผังรายการวิทยุสถาบัน

ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์การวิจัยเรื่องนี้ โดยแบ่งเป็นกลุ่มตามข้อสันนิษฐานการวิจัย

ข้อสันนิษฐานที่ 1 การจัดการผังรายการของแต่ละสถานี มีการจัดผังเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งดั้งเดิม คือ สถานีวิทยุ ม.ก. จัดผังรายการโดยมีสัดส่วนมุ่งเน้นการให้ความรู้ทางการเกษตรเป็นหลัก ส่วนสถานีวิทยุ ม.ธ. จัดผังรายการโดยมีสัดส่วนมุ่งเน้นเพื่อเอื้อต่อการฝึกปฏิบัติด้านวิทยุกระจายเสียงของนักศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิทยุโทรทัศน์เป็นหลัก รวมทั้งต้องมีการปรับเปลี่ยนผังเพื่อตอบสนองต่อบทบาทการเป็นสถานีวิทยุเพื่อบริการสาธารณะ ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ด้วย

ตามข้อสันนิษฐานที่ 1 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง การบริหารองค์กร เพื่อให้เข้าใจถึง วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสถานี ซึ่งมีผลต่อการวางโครงสร้างการบริหารและหลักในการดำเนินงาน รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาการจัดการผังทั้งกระบวนการ ตั้งแต่แรกเริ่ม จนออกมาเป็นผังรายการ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดเรื่องเรื่องสัญญา (Promise) และสิ่งที่ปฏิบัติ (Performance) มาเป็นหลักในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการตั้งวัตถุประสงค์ของแต่ละสถานี ซึ่งเปรียบเสมือนสัญญาที่ผูกพัน และการจัดผังรายการออกอากาศ ซึ่งก็คือการดำเนินบทบาทให้วัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ออกมาเป็นรูปธรรม

แนวคิดการดำเนินการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

สุมณ อยุสิน (2530: 102) ได้กล่าวถึงแนวคิดการดำเนินการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงว่าหมายถึง การนำทรัพยากรต่างๆมาผสมประสานกันเพื่อให้การจัดรายการมีประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ทรัพยากรที่นำมาใช้ในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงได้แก่ บุคคล เงิน วัสดุ และการจัดการ ทรัพยากรที่สำคัญที่สุดคือบุคคล เพราะบุคคลเป็นผู้มีความคิดริเริ่มให้มีรายการขึ้น หลังจากนั้นจึงแสวงหาความร่วมมือจากบุคคลอื่น หาแหล่งเงินทุนและวัสดุต่างๆ รวมทั้งมีการจัดการ หรือการบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบายของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งนั้นๆ ซึ่งการจัดการหรือการบริหารต้องมีการตัดสินใจและการวางแผนในการปฏิบัติงานอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้การจัดรายการบรรลุเป้าหมาย

นอกเหนือจากบุคคล และการจัดการแล้ว เงินทุนก็มีความสำคัญต่อการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง สำหรับสถานีวิทยุเพื่อการค้านั้น เงินทุนในการดำเนินงานจะได้มากจากการขายเวลาให้แก่ผู้โฆษณาสินค้าและบริการ ส่วนสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีไม่การค้า หรือสถานีวิทยุของทางราชการ จะได้รับเงินสนับสนุนจากงบประมาณของหน่วยงาน แต่ในบางครั้ง เงินงบประมาณอาจไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นผลกระทบต่อคุณภาพของรายการด้วย

ดังนั้น การดำเนินการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงของแต่ละสถานี จึงจำเป็นต้องเริ่มต้นด้วยการทำความเข้าใจโครงสร้างของแต่ละองค์กรก่อน ว่าเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงรูปแบบใด มีใครเป็นเจ้าของ ได้รับเงินสนับสนุนจากทางใด และมีการแบ่งตำแหน่งหน้าที่เพื่อบริหารงานอย่างไร เพื่อให้เห็นภาพรวมขององค์กรนั้นๆก่อน และจะนำมาซึ่งความเข้าใจในการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการจัดการผังรายการของแต่ละสถานี

จากการศึกษาเรื่องโครงสร้างและระบบบทบาทของสถานีวิทยุสถาบัน ของวิสาข์ รอดคำดี (2541) พบว่า สถานีวิทยุสถาบัน มีโครงสร้าง และการดำเนินงานใน 2 รูปแบบ ต่อไปนี้ คือ

1. สถานีวิทยุสถาบันการศึกษา ที่ดำเนินการในลักษณะหน่วยงานของทางราชการ สังกัดมหาวิทยาลัย ดำเนินงานโดยบุคลากรของสถานี รายได้มาจากงบประมาณแผ่นดิน เช่น สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2. สถานีวิทยุสถาบันการศึกษา ที่ไม่ได้ดำเนินการในลักษณะหน่วยงานราชการ มี 2 ประเภท

2.1 สถานีวิทยุสถาบันการศึกษา ที่สังกัดมหาวิทยาลัย อยู่ในรูปขององค์กร / หน่วยงานวิสาหกิจ ดำเนินงานโดยบุคลากรประจำสถานี เช่น สถานีวิทยุ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.2 สถานีวิทยุสถาบันการศึกษา ที่สังกัดมหาวิทยาลัย แต่เปิดให้เอกชนเข้ามาเช่าสัมปทานดำเนินการทั้งหมดหรือบางส่วน หรือดำเนินการโดยบุคลากรภายนอกทั้งหมดก็ได้

หากพิจารณาตามหลักบริหารวิทยุกระจายเสียง จะพบว่ามี การแบ่งระดับสถานีวิทยุกระจายเสียงออกเป็น 3 ขนาด คือสถานีวิทยุกระจายเสียงขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก หรือสถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น โดยเกณฑ์การแบ่งเป็นสถานีวิทยุขนาดต่างๆ พิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งสถานี กำลังส่ง รัศมีการกระจายเสียง และการบริหารงาน

1. สถานีวิทยุกระจายเสียงขนาดใหญ่ หมายถึง สถานีวิทยุ ที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้
 - 1.1 มีกำลังส่งสูง สามารถครอบคลุมพื้นที่ได้เป็นบริเวณกว้าง และมีผู้ฟังจำนวนมาก
 - 1.2 เป็นสถานีวิทยุที่มีหลายคลื่นความถี่ส่งออกอากาศพร้อมกัน มีทั้งระบบเอเอ็ม และระบบ เอฟเอ็ม
 - 1.3 เป็นสถานีวิทยุที่มีชั่วโมงในการกระจายเสียงมาก และมีบริการหลายแบบให้ผู้ฟังเลือกได้
 - 1.4 เป็นสถานีแม่ข่ายที่ทำการกระจายเสียงในระบบเครือข่าย (net work)
2. สถานีวิทยุกระจายเสียงขนาดกลาง เป็นสถานีวิทยุของเมืองใหญ่ หรือของหน่วยงานใหญ่ หรือเป็นสถานีในเครือข่าย มีกำลังส่งสูง สามารถรับฟังได้ไกลพอสมควร อาจมีการกระจายเสียงทั้งระบบเอเอ็ม และเอฟเอ็ม สถานีวิทยุขนาดนี้มีการแบ่งหน่วยงานที่ไม่ซับซ้อนนัก แต่มีบุคลากรหลายฝ่าย และมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะจำนวนมากพอที่จะแบ่งงานกันทำตามความสามารถ
3. สถานีวิทยุกระจายเสียงขนาดเล็ก หรือสถานีวิทยุท้องถิ่น เป็นสถานีที่มีรัศมีการกระจายเสียงเฉพาะในเขตจังหวัด หรือในท้องถิ่นที่ไม่กว้างขวางนัก ส่วนใหญ่จัดตั้งขึ้นเพื่อความจำเป็นเฉพาะกิจบางประการ เช่น ในด้านการทหาร หรือการศาสนา

นอกจากนี้ยังมีเหตุผลเกี่ยวกับสภาพภูมิศาสตร์ เช่น ท้องถิ่นบางแห่งเป็นจุดบอด ไม่สามารถรับคลื่นวิทยุจากที่อื่นได้ บุคลากรในวิทยุกระจายเสียงขนาดเล็กมีจำนวนน้อย แต่ละคนมักทำหลายหน้าที่ การจัดรายการจัดทำในรูปแบบง่ายๆ การแบ่งงานมักไม่มีรูปแบบตายตัว และไม่มีแผนผังการแบ่งงานที่ชัดเจนนัก

จะเห็นได้ว่า การจัดแบ่งหน่วยงานภายในสถานี จะมีจำนวนหน่วยงานมากน้อยขึ้นอยู่กับขนาดของสถานี คือถ้าเป็นสถานีวิทยุขนาดใหญ่ ย่อมมีการจัดแบ่งหน่วยงานที่สลับซับซ้อน ส่วนสถานีวิทยุขนาดเล็กจะมีขนาดที่ไม่ซับซ้อน และบุคลากรในการปฏิบัติงานก็มีจำนวนน้อยกว่า สถานีวิทยุขนาดกลางและขนาดใหญ่ แต่ไม่ว่าจะเป็นวิทยุกระจายเสียงขนาดใดก็ตาม มักมีหน่วยงานภายในที่สำคัญ 3 ฝ่าย คือฝ่ายบริหาร ฝ่ายรายการ และฝ่ายเทคนิค

1. ฝ่ายบริหาร เป็นฝ่ายกำหนดนโยบายของสถานี ทำหน้าที่จัดสรรงบประมาณและควบคุมดูแลการปฏิบัติงานทุกอย่างของสถานีวิทยุ

2. ฝ่ายรายการ มีภารกิจที่สำคัญ คือดำเนินการจัดรายการตามที่ได้รับมอบหมายจากฝ่ายบริหาร ซึ่งได้แก่เจ้าของ และผู้อำนวยการสถานี นอกจากนี้ยังต้องหาเทคนิคและวิธีการต่างๆ เพื่อให้การจัดและการผลิตรายการวิทยุได้รับความนิยมนจากผู้ฟัง

3. ฝ่ายเทคนิค มีหน้าที่ในการบำรุงรักษาเครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องส่ง และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ รวมทั้งการควบคุมเสียงจากห้องส่งและห้องบันทึกเสียง เพื่อให้เสียงที่ออกอากาศมีคุณภาพดี

เมื่อทราบโครงสร้างและหน่วยงานที่สำคัญในสถานีวิทยุแล้ว ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการบริหารองค์กร เข้ามาร่วมศึกษา เพราะการบริหารองค์กร เป็นกลไกสำคัญสำคัญที่ทำให้องค์กรดำเนินไปได้ด้วยดี บรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งองค์กร และจะทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงกระบวนการบริหารองค์กร ซึ่งศิริอร ชันธหัตถ์ (2545 : 47-50) ได้กล่าวไว้ในองค์การและการจัดการว่า Luther Gulick และ Lyanall Urwick ได้เสนอกระบวนการบริหาร ประกอบไปด้วยขั้นตอนสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1. การวางแผน หมายถึงการวางแผนกำหนดเป้าหมายหรือโครงการไว้ล่วงหน้าว่าจะทำอะไร การวางแผนเป็นหลักการสำคัญขั้นพื้นฐานของกระบวนการบริหาร การวางแผนอาจทำเป็นระยะสั้น หรือระยะยาวก็ได้ รูปแบบของแผน ควรประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ นโยบาย แนวปฏิบัติ จะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์มีความสำคัญเป็นลำดับแรกๆของการวางแผน เพราะเป็นเหมือนเข็มทิศที่จะพาองค์กรไปยังทิศทางที่ตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งผู้วิจัยจะได้ศึกษาถึงความเป็นมาในการวางแผน วัตถุประสงค์ของแต่ละสถานีที่เลือกศึกษา

2. การจัดการ หมายถึง การกำหนดระบบการทำงานของหน้าที่ต่างๆ ในองค์กรเพื่อให้เกิดการประสานงานที่ดี เราอาจเห็นการจัดการแบบเป็นรูปธรรมจากแผนภูมิองค์กร ซึ่งจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร และบุคคลภายนอกเข้าใจได้ว่า ใครมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างไร เพื่อจะได้ประสานงานกันต่อไปอย่างราบรื่น

3. การบริหารงานบุคคล หมายถึง การคัดเลือกและสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับสายงานด้านต่างๆ ที่วางไว้

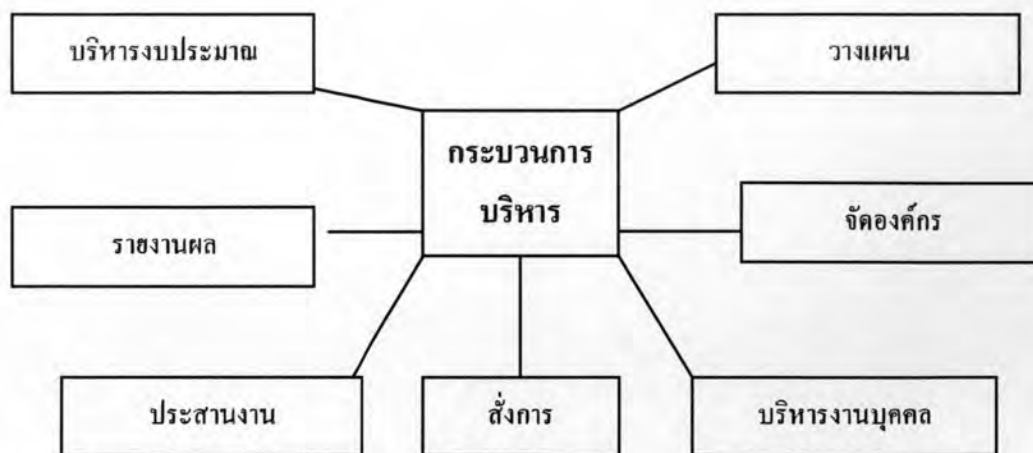
4. การสั่งงาน หมายถึง การตัดสินใจของผู้บังคับบัญชา ในการกำหนดให้ผู้ร่วมงานปฏิบัติหรือดำเนินการใดๆ ตามแผนงานที่วางไว้ เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย หรือแม้แต่การปรับเปลี่ยนคำสั่งเฉพาะหน้า เพื่อพ่วงองค์กรให้ดำเนินต่อไปได้

5. การประสานงาน หมายถึง การประสานงานระหว่างตำแหน่งที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

6. การรายงานผล หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติงาน ว่าการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายนั้นบรรลุเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ มากน้อยเพียงใด เพื่อประเมินผลงานขององค์กร และเป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงพัฒนาองค์กรต่อไป

7. การบริหารงบประมาณ หมายถึง การวางแผนบริหารงบประมาณที่ได้รับ หรือผลกำไรในแต่ละปี เพื่อใช้จ่าย หรือจัดซื้อจัดจ้าง ดำเนินกิจการต่างๆ ให้องค์กรดำเนินลุล่วงต่อไปได้

สามารถแสดงกระบวนการบริหารองค์กรตามแนวคิดของ Luther Gulick และ Lyanall Urwick ทั้ง 7 ขั้นตอนสำคัญ ออกมาเป็นแผนภูมิ 2.1 ดังต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 2.1 กระบวนการบริหารองค์กร 7 ขั้นตอน ตามแนวคิดของ Luther Gulick และ Lyanall Urwick

ในด้านการบริหารงานบุคคลนั้น จะเห็นได้ว่า ในการจัดการผังรายการ หน่วยงานที่มีส่วนสำคัญยิ่งคือ ฝ่ายรายการ ซึ่งจะมีจำนวนมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับขนาดของสถานี เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการ ได้แก่บุคคล และมีหน้าที่ความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1. หัวหน้าฝ่ายรายการ (Programme director) ต้องทำงานอย่างใกล้ชิดกับเจ้าของและผู้อำนวยการสถานี โดยรับนโยบายด้านรายการมาปฏิบัติ มักมีหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินงานทุกอย่างของฝ่ายรายการ ควบคุมการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการทั้งหมด บริหารงานตามนโยบายที่เจ้าของสถานีและผู้อำนวยการสถานีวิเทศกำหนดไว้ รับผิดชอบตารางการออกอากาศประจำวัน และประสานงานกับฝ่ายผลิตรายการและฝ่ายเทคนิค เพื่อให้รายการวิเทศที่วางแผนไว้แล้วบรรลุวัตถุประสงค์

2. ผู้จัดการรายการ (Prigrammer) มักมีหน้าที่หลักอยู่ 2 ประการ ประการที่หนึ่งคือ ตัดสินใจและวางแผนจัดรายการ กำหนดวัตถุประสงค์ของรายการ กำหนดประเด็นของเนื้อหา รูปแบบรายการ และการตั้งชื่อรายการให้น่าสนใจ หน้าที่ประการที่สองคือ ประสานงาน เพื่อการจัดรายการบรรลุตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของสถานี

3. เจ้าหน้าที่ผังรายการ (Traffic director) มักมีหน้าที่ เป็นผู้เตรียมจัดตารางการกระจายเสียง โดยระบุช่วงเวลาว่า จะมีรายการใดในเวลาใด ความยาวเท่าไร หากเป็นสถานีวิเทศเพื่อการค้า จะต้องกำหนดว่าในช่วงเวลาใดจะมีการโฆษณา

4. เจ้าหน้าที่เอกสารและธุรการ มักทำหน้าที่รวบรวมและจัดประเภทเอกสาร และในบางครั้งอาจต้องทำหน้าที่วิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ฟังและข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งประเมินผลรายการสำหรับให้ผู้จัดการนำไปใช้ประโยชน์จัดรายการวิเทศกระจายเสียงต่อไป

สำหรับหน้าที่หลักของฝ่ายขายของสถานีวิทยุกระจายเสียง โดยทั่วไปจะทำหน้าที่หลักอยู่ 2 ประการ คือ งานจัดรายการ และงานวางผังรายการ หรือบรรจูดารงการกระจายเสียง

1. งานจัดรายการ เป็นหน้าที่ของผู้จัดรายการ ผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง ต้องทำการตัดสินใจว่าจะทำรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทใด จึงจะมีคนฟัง และเป็นทีพอใจของผู้อุปถัมภ์รายการ งานจัดรายการจะสิ้นสุดลงที่การวางแผนปฏิบัติงานเพื่อเป็นแนวทางแก่ฝ่ายผลิตรายการ นำไปเขียนบทและผลิตรายการต่อไป งานจัดรายการ จะมีขั้นตอน ดังนี้

1.1 ขั้นตัดสินใจ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจจัดรายการ ผู้จัดรายการต้องมีข้อมูล เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ฟัง เช่น ต้องการทราบว่าผู้ฟังที่ฟังสถานีวิทยุของตนมีจำนวนเท่าใด มีพฤติกรรม การฟังอย่างไร มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างไร สภาพการตลาดและการโฆษณาใน ขณะนั้นเป็นอย่างไร สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งอื่นๆมีการจัดรายการกันอย่างไร ฯลฯ

ภายหลังจากที่ได้ข้อมูลต่างๆมาแล้ว ฝ่ายรายการควรมีการตั้งคณะกรรมการขึ้นมา พิจารณาข้อมูล เช่น ผู้อำนวยการสถานี หัวหน้าฝ่ายรายการ ผู้จัดรายการ หัวหน้าส่วนผลิตรายการ หัวหน้าฝ่ายเทคนิค เป็นต้น มาร่วมกันพิจารณาตัดสินใจจากข้อมูลผู้ฟัง หรือข้อมูลการตลาดที่ ได้รับมา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายนอก และยังต้องพิจารณาปัจจัยภายในคือบุคลากร ระบบการ กระจายเสียง และเครื่องมือในการผลิตรายการว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ เมื่อตัดสินใจจัดรายการ ใดรายการหนึ่งไปแล้วจะคุ้มค่า ตรงกับวัตถุประสงค์ และตอบสนองความต้องการของผู้ฟังหรือไม่ เมื่อพิจารณาเห็นว่าทำได้จึงตัดสินใจและวางแผนจัดรายการในขั้นต่อไป

1.2 ขั้นวางแผนการจัดรายการ เมื่อตัดสินใจจัดรายการวิทยุรายการใดรายการ หนึ่งเรียบร้อยแล้ว จะเป็นขั้นตอนในการวางแผน ได้แก่การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของ รายการ กำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และกำหนดแนวทางในการผลิตรายการ

2. งานวางผังรายการ หรืองานบรรจูดารงการกระจายเสียง เป็นงานที่ฝ่ายรายการต้องทำ ก่อนจัดรายการแต่ละประเภท เป็นการวางแผนให้เห็นภาพของรายการกระจายเสียงรวมๆ ว่าในแต่ละ วัน แต่ละสัปดาห์ แต่ละเดือน จะมีรายการประเภทใดออกอากาศบ้าง ควรจะอยู่ในเวลาใดจึง จะเหมาะสม และควรมีสัดส่วนรายการเท่าใดจึงจะเหมาะสม ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และ นโยบายของสถานี ถ้าเป็นสถานีเพื่อการค้า รายการประเภทบันเทิงจะมีสัดส่วนมากกว่ารายการ ประเภทข่าวสารความรู้ แต่ถ้าเป็นสถานีวิทยุที่ไม่ใช่การค้า เช่น สถานีวิทยุสถาบัน จะมีรายการ ประเภทข่าวสารมากกว่ารายการบันเทิง การวางผังรายการเป็นงานที่ต้องนำข้อมูลเกี่ยวกับผู้ฟังใน ด้านพฤติกรรมมารับสาร และกิจกรรมของผู้ฟังวันหนึ่งๆมาพิจารณาร่วมด้วย

หลังจากที่เข้าใจโครงสร้างสถานี และหน้าที่ปฏิบัติของหน่วยงานที่สำคัญ คือ ฝ่ายรายการ แล้ว การจัดการผังรายการ มีกระบวนการต่อมาที่สำคัญคือ การวางแผนจัดผังรายการ

วิทยุกระจายเสียง ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก เพราะการวางแผน ทำให้ผู้บริหารสถานีสื่อสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าในอนาคต โดยใช้ข้อมูลในอดีตที่ได้ศึกษามาแล้ว เพื่อให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของวงการวิทยุกระจายเสียง และทันต่อสภาพการณ์แวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปทุกขณะ นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ มีแนวทางในการดำเนินงาน เพราะงานสถานีวิทยุ เป็นงานที่ต้องประสานงานเกี่ยวข้องหลายฝ่าย การมีแผนปฏิบัติที่แน่นอนจะช่วยทำให้ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับหรือทุกฝ่ายปฏิบัติงานไปในแนวทางเดียวกัน บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งทำให้สถานีมีความก้าวหน้า

หากจำแนกแผนตามระยะเวลา จะสามารถแบ่งแผนได้เป็น 2 ประเภท คือแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว

1. แผนระยะสั้น เป็นแผนซึ่งกำหนดกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติอย่างจำเพาะเจาะจง และมักมีกำหนดระยะเวลาปฏิบัติตามแผนไม่เกิน 1 ปี ผู้รับผิดชอบแผนระยะสั้นมักเป็นผู้บริหารระดับกลาง และระดับล่าง

2. แผนระยะยาว เป็นแผนที่กำหนดไว้อย่างกว้างๆ ไม่ระบุรายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ แผนระยะยาวมีความยืดหยุ่นมากกว่าแผนระยะสั้น ผู้รับผิดชอบมักเป็นผู้บริหารระดับสูง

สำหรับการวางแผนจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง จะมีทั้งแผนระยะสั้น และแผนระยะยาว กล่าวคือ มักนำเอาวัตถุประสงค์และเป้าหมายมากำหนดเป็นแนวนโยบายแผนระยะยาว และนำเหตุการณ์สภาพแวดล้อมในปัจจุบันมากำหนดเป็นแผนระยะสั้น เพื่อให้สถานีมีความทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ แต่ทั้งสองแผนต้องมีความสอดคล้องกัน

หากจำแนกแผนตามระดับการบริหารในองค์กร จะสามารถแบ่งแผนได้เป็น 2 ประเภท เช่นกัน คือแผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการ

1. แผนยุทธศาสตร์ เป็นแผนที่มีขอบเขตกว้างๆ เกี่ยวข้องกับการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย และมีระยะเวลาการดำเนินการที่ยาวนาน ซึ่งแผนจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น มักกำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์ก่อน แล้วนำมากำหนดกิจกรรมเพื่อให้เป็นแผนปฏิบัติการ

2. แผนปฏิบัติการ เป็นแผนซึ่งกำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่ต้องปฏิบัติให้ได้ตามแผนยุทธศาสตร์ กล่าวคือ แผนยุทธศาสตร์ กำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย ส่วนแผนปฏิบัติการ กำหนดกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

หลังจากมีการกำหนดแผนการจัดผังรายการแล้ว จะต้องมีการบรรจุรายการ เพื่อให้ ออกมาเป็นผังรายการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งการบรรจุรายการ จะต้องมีการประชุมกันระหว่างผู้บริหาร และฝ่ายรายการ เพื่อพิจารณาเลือกรายการ แล้วนำรายการนั้นๆ มาบรรจุในตารางตามวันเวลาต่างๆที่เหมาะสม ซึ่งแต่ละสถานีจะมีเกณฑ์ในการเลือกรายการ และบรรจุรายการเป็นลักษณะเฉพาะ ตามเงื่อนไขของสถานีนั้นๆ สำหรับการบรรจุรายการนี้วิภา อุดมพันธ์ (2546: 17)

ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของระบบกระจายเสียงที่พึงประสงค์ของรายการ (Programs) ในหนังสือโลกของการกระจายเสียง จากจุดเริ่มต้นสู่ ยุคโลกาภิวัตน์ว่า รายการที่ผลิตควรมีมากพอที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง ที่มีเพศและวัยแตกต่างกัน มีรสนิยมความสนใจที่แตกต่างกัน สถานีควรจัดส่วนผสมที่เหมาะสม ระหว่างรายการประเภทที่ให้ความบันเทิง ให้ความรู้ ข่าวสาร และสร้างแรงบันดาลใจ ทางด้านเนื้อหาควรเป็นส่วนผสมที่เหมาะสม ซึ่งสนองสิ่งที่ประชาชนต้องการ (what people want) ได้แก่ เนื้อหารายการเบาๆ แต่ต้องไม่ลืมรายการที่ประชาชนควรต้องฟัง (what people need) ด้วย ซึ่งการกำหนดแนวทางการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง แบ่งได้ 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

แนวทางด้านผังรายการ เป็นการกำหนดแนวทางเบื้องต้นว่า จะให้ผู้ฟังได้อะไรจากการฟัง ในช่วงเวลาใด บ่อยแค่ไหน จึงจะบรรลุวัตถุประสงค์ของสถานี ทั้งนี้เพราะแผนผังรายการเป็นเหมือนกรอบที่แสดงว่า สถานีใดมีนโยบายในการจัดรายการอย่างไร เช่น สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จัดผังรายการส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการเกษตร ซึ่งแสดงว่านโยบายของสถานีเน้นเรื่องการให้ความรู้แก่ประชาชนและผู้สนใจในด้านเกษตร ซึ่งผู้บริหารด้านการจัดรายการ ต้องมีบทบาทในการกำหนดแนวทางการจัดรายการ ทั้งนี้อาจอาศัยผลสำรวจผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายว่าโดยเฉลี่ยพร้อมที่จะรับฟังรายการแบบใด ในช่วงใดบ้าง มาเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณากำหนดผังรายการ

แนวทางด้านเนื้อหาสาระ เนื้อหาของรายการต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับแผนผังรายการ นโยบาย วัตถุประสงค์ของสถานี และความต้องการของผู้ฟัง บางสถานีมีนโยบายการกระจายเสียงทั่วไป (Open Broadcasting) เพื่อผู้ฟังทั่วไป สาระของรายการแต่ละรายการที่กำหนดไว้แล้วในผังรายการ ก็จะเป็นเรื่องที่ทำให้ประโยชน์ทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นสุขภาพอนามัย การเกษตร การเมือง การปกครอง วิทยาศาสตร์ สังคม ฯลฯ รวมไปถึงการบริการสาธารณะ นอกจากนี้อาจจะมีเนื้อหาสาระเน้นไปที่กลุ่มเฉพาะเจาะจงด้วยก็ได้ เช่น รายการด้านเกษตร ของกลุ่มผู้ฟังสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตร รายการสำหรับกลุ่มผู้ฟังที่ชื่นชอบเพลงเก่า ของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดังนั้นจะทำให้ผู้ฟังสามารถเลือกฟังรายการที่มีเนื้อหาสาระเป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการได้อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้จึงต้องมีการกำหนดแนวทางด้านเนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับแผนผังรายการหลักของสถานีที่กำหนดไว้ก่อนแล้ว

แนวทางด้านวิธีการเสนอรายการ การนำเสนอเนื้อหาสาระออกอากาศนั้น เป้าหมายสำคัญคือ กลุ่มผู้ฟัง ซึ่งย่อมแตกต่างกัน ทั้งพื้นความรู้ วัย อาชีพ ทักษะคิด จึงจำเป็นต้องมีเทคนิคในการดึงดูดผู้ฟัง ทำรายการให้มีความหลากหลายเพื่อไม่ให้เกิดความเบื่อหน่าย และให้ผู้ฟังมีอารมณ์ร่วมไปกับสาระและวิธีเสนอให้มากที่สุด

โดยสรุปคือ ในการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง จะมีการวางแผนไว้ก่อนว่าในปีหนึ่งๆ จะมีรายการประเภทใดบ้าง มีรูปแบบอย่างไร และออกอากาศในช่วงใด ดังนั้นผู้จัดควรจะพิจารณาถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ลักษณะเนื้อหารายการ และรูปแบบการจัดรายการ ทั้งนี้เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนแต่ละปี ให้สามารถจัดรายการได้ถูกใจผู้ฟังและมีประโยชน์ต่อผู้ฟังมากที่สุด

รูปแบบการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง

การจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียงของแต่ละสถานี จำเป็นต้องคำนึงถึงรสนิยมของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และขอบเขตความสามารถของสถานีในการผลิตรายการ โดยต้องนำมาผสมผสานให้เหมาะสมกับนโยบายและวัตถุประสงค์ของสถานี กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ของสถานีและหน่วยงานที่ควบคุมดูแลสื่อ

โดยปกติแล้ว การจัดการผังรายการ จะเริ่มจากการกำหนดแนวนโยบาย และวัตถุประสงค์ในการจัดผังรายการของสถานีให้ชัดเจน แล้วจึงกำหนดประเภทรายการ เวลาในการออกอากาศ และบุคลากรผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ โดยมีการแบ่งสัดส่วนประเภทต่างๆ ของรายการไว้ตามนโยบายในสถานี ซึ่งผู้จัดผังต้องมองการณ์ไกลคาดการณ์ล่วงหน้าได้อย่างดี

นภาพรณี อัจฉริยะกุล (2530: 243-244) อธิบายว่า สำหรับการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียงโดยทั่วไป สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1. จัดตามช่วงเวลา (Block Program)

เป็นรูปแบบการจัดผังรายการ โดยใช้หลักการแบ่งช่วงเวลาในสถานีเป็นช่วงเวลาต่างๆ ตามเวลาที่เหมาะสม โดยมักพิจารณาจากผู้ฟังและเรื่องของเวลาควบคู่กันไปเสมอ เช่น การจัดผังรายการประจำช่วงเช้า การจัดผังรายการประจำช่วงบ่าย ถ้าจะจัดรายการเพื่อกลุ่มเกษตรกร เวลาไพรม์ไทม์ที่จัดรายการออกอากาศควรเป็นตอนเช้าตรู่ 05.00 น. – 07.00 น. เพราะเกษตรกรตื่นเช้ามีเวลาฟังรายการตอนเช้าได้ แต่ถ้าจะจัดรายการสำหรับกลุ่มผู้ฟังแม่บ้าน เวลาที่เหมาะสมควรเป็นช่วงสายเรื่อยไปจนถึงบ่าย แต่ไม่เหมาะที่จะจัดตอนเช้าตรู่หรือค่ำ เนื่องจากเวลานั้นแม่บ้านมีภารกิจต้องทำมาก ซึ่งแต่ละรายการในสถานี จะต้องมีความเป็นเอกภาพหรือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังนั้นในการจัดแบ่งรายการจึงใช้หลักการแบ่งช่วงเวลา ตามพฤติกรรมมารับฟังวิทยุของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

โดยทั่วไปแล้ว สถานีวิทยุกระจายเสียงจะแบ่งเวลาออกอากาศไว้เป็น 3 ภาค คือ

1. รายการภาคเช้า (Morning Program) ช่วงเวลา 05.00 น.- 12.00 น.

2. รายการภาคบ่าย (Afternoon Program) ช่วงเวลา 12.00-18.00 น.
3. รายการภาคค่ำ (Evening Program) เริ่มตั้งแต่เวลา 18.00 น. จนปิดสถานี

รายการภาคเช้า

ตั้งแต่เปิดสถานีช่วงแรกประมาณ 05.00 น. จนถึง 09.00 น. รายการส่วนใหญ่จะจัดไว้สำหรับผู้ฟังที่มีฐานะปานกลางหรือค่อนข้างต่ำ ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น ผู้ฟังส่วนใหญ่กำลังมีกิจกรรมในบ้าน เช่น หัวหน้าครอบครัวเตรียมจะออกไปทำงาน ลูกกำลังจะไปโรงเรียน แม่บ้านกำลังเตรียมอาหารเช้า โอกาสที่จะฟังรายการวิทยุอย่างตั้งใจจึงค่อนข้างน้อย ดังนั้น รายการวิทยุในช่วงเช้าควรเป็นรายการที่จับใจ มีชีวิตชีวา และเร้าใจ ทั้งในรูปแบบลักษณะของรายการ วิธีนำเสนอ และรวมทั้งผู้ดำเนินรายการเองด้วย ถ้ามีประกาศก็ควรสั้น กระชับ ดนตรีหรือเพลงที่เลือกมาสำหรับช่วงนี้ ควรเป็นเพลงจังหวะคึกคัก ไม่ยืดเยื้อ หากจัดรายการข่าว ก็ต้องเป็นข่าวทั่วไป อยากรู้ที่เรียกว่า ข่าวชาวบ้าน และไม่ยาวเกินไป

ช่วงที่สองคือ ตั้งแต่เวลา 09.00 น. – 12.00 น. ผู้ฟังรายการวิทยุส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน ซึ่งมักฟังในขณะที่ทำกิจกรรมในบ้าน เช่น บัด กวาด เช็ด ถูบ้านรายการที่เหมาะสมกับกลุ่มแม่บ้านในเวลานี้ เป็นเรื่องของการแนะนำการจับจ่ายซื้อของ หรือการทำอาหาร รูปแบบรายการควรเป็นสารคดีสั้นๆสำหรับผู้หญิง รายการประเภทพูดคุย หรือสนทนาในเรื่องต่างๆที่ผู้หญิงสนใจ เช่น แฟชั่น การตกแต่งบ้าน รวมทั้งโฆษณาสินค้าต่างๆ และจะต้องเสนอรายการเช่นนี้ติดต่อกันไปค่อนข้างยาว ไม่ควรจัดรายการประเภทอื่นมาคั่น เช่น ละคร เพราะจะทำให้ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายในช่วงนี้เกิดความรู้สึกว่าถูกตัดความต้องการออกไป

รายการภาคบ่าย

รายการภาคบ่ายไม่ควรจัดให้มีการโฆษณาสินค้ามาก ควรจะเป็นข่าว หรือรายการเกี่ยวกับศาสนา ผู้ฟังที่เป็นเกษตรกรในชนบท อาจจะอยาการู้ลักษณะดินฟ้าอากาศ ข่าวการตลาด สภาพพืชผล และเรื่องเกี่ยวกับเกษตรกร ช่วงระหว่าง 12.00 น. – 15.00 น. ผู้ฟังส่วนมากค่อนข้างจะมีกิจกรรมที่ไม่รีบร้อน สามารถจะฟังรายการวิทยุได้อย่างตั้งอกตั้งใจ ด้วยเหตุนี้ รายการในช่วงนี้จึงน่าจะเป็นรายการประเภทพูดคุยยาวๆ รายการให้ความรู้ รายการด้านกฎหมาย ด้านสุขภาพ อนามัย หรือความเคลื่อนไหววงการต่างๆ ซึ่งเป็นที่สนใจของคน อย่างไรก็ตาม การบรรจุรายการลงในช่วงแรกของภาคบ่ายนี้ ไม่ควรเสนอรายการประเภทที่มีเสียงเดียวตลอด ต้องจัดประเภทดนตรี ละคร การสนทนา การอภิปราย หรือคำปราศรัยให้เหมาะสม ในแต่ละชั่วโมงให้หลากหลายด้วย

ช่วงหลังของภาคบ่าย รายการที่บรรจุไว้จะต้องตั้งให้เด็กๆหันมาฟังด้วย โดยไม่ควรให้มีโฆษณามาก นอกจากนี้นักเรียนและคนทำงานที่กำลังทยอยกลับบ้านในช่วงเย็น พร้อมจะฟังรายการช่วงถัดไป ดังนั้นอาจบรรจุรายการกีฬาไว้ด้วยก็ได้

รายการภาคค่ำ

รายการภาคค่ำจะเริ่มตั้งแต่เวลา 18.00 น. เป็นต้นไป ส่วนมากแล้วรายการในช่วงนี้ จะเป็นรายการท้องถิ่น และประเภทข่าวเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้นอาจมีการสรุปข่าวกีฬา และดนตรีเบาๆ เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศตอนค่ำ นอกจากนี้แล้ว รายการที่ควรบรรจุควรเป็นรายการสำหรับทุกคนในครอบครัว ซึ่งกลับบ้านพร้อมหน้าพร้อมตา และเตรียมรับประทานอาหารเย็น เป็นรายการที่ค่อนข้างไปทางบันเทิงไม่หนักสมอง และยิ่งใกล้ปิดสถานีควรจัดรายการเพลงเบาๆ สลับการพูดคุยบ้าง

2. จัดรูปแบบเดียวกันทั้งสถานี (Format Station)

เป็นรูปแบบการจัดผังรายการ โดยใช้รูปแบบเดียวกัน เพื่อเป็นหลักยึด เป็นแกนไว้ให้รายการดำเนินไปอย่างมีแบบแผนมีจุดรวม ฟังแล้วไม่กระจัดกระจาย โดยมีลักษณะที่บ่งบอกได้ว่าเป็นรายการหนึ่งรายการเดียวกันตลอดทั้งสถานี เช่น เป็นสถานีเพลง สถานีข่าว เป็นต้น

การทำให้ผู้ฟังรายการติดตามรายการของสถานีตลอดวัน เพื่อให้ผู้อุปถัมภ์รายการมาลงโฆษณาในสถานี ทางสถานีจำเป็นต้องมีการจัดรายการที่ต่อเนื่องน่าสนใจ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายนั้นไว้ตลอดเวลา โดยเฉพาะสถานีที่จำเป็นต้องหารายได้เลี้ยงตนเอง ต้องหาวิธีจัดรายการที่จะเรียกร้องให้ผู้ฟังติดตามรายการของสถานีมากที่สุด เพราะหมายถึง ผู้อุปถัมภ์รายการจะได้นำสินค้ามาโฆษณาทางสถานี เป็นการหารายได้ให้แก่สถานี ดังนั้น หากดึงผู้ฟังให้หมุนมาตรงอยู่กับสถานีมากเท่าไร ก็จะทำให้สถานีประสบความสำเร็จได้มากเช่นกัน การจัดรายการแบบ Format Station ทุกรายการของสถานีจะมีความต่อเนื่องกันตลอดทั้งวัน โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเดียวที่ผู้จัดรายการต้องการ

แนวคิดเรื่องสัญญา (Promise) และสิ่งที่ปฏิบัติ (Performance)

แนวคิดเรื่องสัญญา (Promise) และสิ่งที่ปฏิบัติ (Performance) นี้ มาจากการวิจัยของ Elihu Katz, George Wedell, Michael Pilsworth และ Dov Shinar (1977) ที่ศึกษาบทบาทการทำงานของสื่อมวลชนในประเทศที่กำลังพัฒนา และได้แสดงผลการศึกษาไว้ในหนังสือ "Broadcasting in the Third World, Promise and Performance"

พรพชา รอดอาตม์ (2544) ได้กล่าวไว้ในการศึกษาเรื่อง การให้บริการสาธารณะเพื่อกิจกรรมทางศาสนาของสถานีวิทยุเอเอ็ม 999 กิโลเฮิรตซ์ และเอเอ็ม 1422 กิโลเฮิรตซ์ เกี่ยวกับคำว่า สัญญา ตามความหมายของ Katz คือวัตถุประสงค์ นโยบาย โครงสร้าง แผนงานและเป้าหมายการทำงานของสถาบันสื่อมวลชน ซึ่งในช่วงเวลาที่ Katz ทำการวิจัยนั้น สัญญาเหล่านี้ สื่อมวลชนไม่ได้เป็นผู้กำหนดขึ้นมาเอง แต่เป็นรัฐ ผู้นำทางการเมือง ทหาร หรือผู้มีอำนาจในขณะนั้นเป็นผู้กำหนด ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันนี้ มีการพยายามปฏิรูปเพื่อให้อิสระเสรีแก่สื่อ และเอื้อผลประโยชน์การใช้สื่อให้แก่ประชาชนมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่มีการกำหนดให้จัดสรรคลื่นกระจายเสียงให้แก่ประชาชน และกำหนดให้มีสื่อประเภทบริการสาธารณะ แต่ทั้งนี้ ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ก็ยังมีการกำหนดกรอบกว้างๆ ของการแบ่งสื่อแต่ละประเภท โดยสถานีวิทยุสถาบันนั้น จัดอยู่ในกิจการบริการสาธารณะประเภทที่ 1 จะออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่นๆ สุขภาพ อนามัย กีฬาฯ หรือการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน ตามมาตราที่ 1 หมวดที่ 10 เรื่องใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์โดยใช้คลื่นความถี่

แนวความคิดเรื่องสัญญานี้ ผู้วิจัยนำมาเป็นฐานการทำความเข้าใจถึงการตั้งวัตถุประสงค์ของสถานีวิทยุสถาบันในประเทศไทย ที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละสถานีไม่เหมือนกัน เช่น สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตร เน้นบทบาทด้านการให้ความรู้ด้านการเกษตร แก่เกษตรกรและผู้สนใจ ในขณะที่สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เน้นบทบาทการเป็นแหล่งฝึกปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชนให้กับนักศึกษา แต่ทั้งนี้สถานีวิทยุสถาบันแต่ละแห่งก็ต้องดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์ของการเป็นสื่อเพื่อบริการสาธารณะด้วย ดังนั้น ไม่ว่าจะป็นรายการเพื่อเกษตร หรือรายการฝึกหัดของนักศึกษา ก็ล้วนแต่ต้องมีเนื้อหาส่งเสริมความรู้ เอื้อต่อความคาดหวังของประชาชนที่เป็นผู้รับบริการ

ส่วนสิ่งที่ปฏิบัติ (Performance) คือการปฏิบัติงานและการทำงานของสื่อมวลชน รวมไปถึงเนื้อหาสารที่สื่อมวลชนผลิตและเผยแพร่ไปยังประชาชน จากการศึกษาของ Katz พบว่า ในประเทศที่กำลังพัฒนามีการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตของประชากรในประเทศ เพราะหากไม่สอดคล้องแล้ว จะทำให้การทำงานและการเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนต้องล้มเหลวเพราะประชาชนไม่ให้ความร่วมมือ เช่นเดียวกับการแสดงออกซึ่งบทบาทของสถานีวิทยุสถาบัน ถ้าหากไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ก็อาจไม่ประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าไว้

แนวคิดเรื่องสัญญา (Promise) และสิ่งที่ปฏิบัติ (Performance) นี้ จะเป็นกรอบให้ผู้วิจัยวิเคราะห์บทบาทการแสดงออกซึ่งวัตถุประสงค์ผ่านการจัดการผังรายการ

ข้อสันนิษฐานที่ 2 วัตถุประสงค์หลักที่แต่ละสถานีได้ตั้งไว้ แหล่งที่มาของรายการ ความต้องการของผู้ฟัง แรงผลักดันทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีการส่งกระจายเสียง บุคลากร รวมทั้งกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวกับการกระจายเสียง เป็นปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการจัดผังรายการวิทยุสถาบัน

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะการจัดการผังรายการของแต่ละสถานีแล้ว จะนำผลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการจัดผังรายการ โดยอิงกรอบแนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ว่ามีอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยสำคัญ

แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง

การจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง จะมีปัจจัยต่างๆเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น นโยบายและวัตถุประสงค์หลักของสถานี ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายของสถานี ผู้สนับสนุนรายการ เป็นต้น โดยจะมีคณะกรรมการบริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดผังรายการและการผลิตรายการ ร่วมกันวางแผนจัดผัง โดยต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆเข้ามาเป็นส่วนตัดสินใจที่สำคัญ

จารุลินทร์ มุสิกะพงษ์ (2530: 337-340) ได้อธิบายไว้ในการบริหารงานวิทยุกระจายเสียง ด้านการจัดรายการ ว่าในการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญต่างๆ 5 ประการ แล้วจึงนำมาพิจารณากำหนดการจัดผังรายการออกอากาศ ดังนี้

นโยบายจากผู้บริหาร หรือวัตถุประสงค์ของสถานี โดยทั่วไปแล้วสถานีส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์คล้ายกัน คือ เพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิง จะแตกต่างกันตรงสัดส่วน บางสถานีเน้นให้ข่าวสารมากกว่าความรู้ความบันเทิง หรือบางสถานีเน้นให้ความบันเทิงเป็นสำคัญ

หากสถานีใดมีกลุ่มผู้ฟังไม่เฉพาะเจาะจง หมายความว่า ได้มีการจัดรายการสำหรับทุกกลุ่ม จะเป็นนักศึกษา เกษตรกร วัยรุ่น หรือสตรีก็สามารถฟังรายการได้ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม และกลุ่มเป้าหมายมีโอกาสรับฟังได้ ทั้งนี้ ผู้จัดจะต้องกำหนดเวลาออกอากาศให้แน่นอนด้วย

ลักษณะของสถานี และสภาพแวดล้อม ในการจัดรายการ ควรคำนึงว่าสถานีนั้นเป็นระบบ AM หรือ FM ครอบคลุมเขตบริการกว้างขวางเพียงใด สถานีตั้งอยู่ในบริเวณสภาพชุมชนใด เพื่อจะได้จัดรายการให้เหมาะสม สถานีที่ส่งกระจายเสียงด้วยระบบ FM จะเหมาะเสนอรายการเพลงและดนตรีเป็นส่วนใหญ่ ส่วนระบบ AM จะเหมาะสำหรับรายการสนทนา รายการข่าว รายการศึกษา

ผลการสำรวจผู้ฟัง นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่ง เพื่อให้ทราบความต้องการของผู้ฟังและสภาพทั่วไป เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพิจารณาแนวทางในการจัดรายการต่อไป การสำรวจผู้ฟังนี้ควรทำเป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาปรับปรุงการจัดรายการได้อย่างเหมาะสมและทันสมัยอยู่เสมอ

กำลังคนหรือบุคลากรของสถานี เป็นอีกปัจจัยสำคัญ ยกตัวอย่างในกรณีที่ผู้จัดรายการได้วางแผนและบรรจุรายการออกอากาศที่ต้องการความพิถีพิถัน แต่บุคลากรไม่พอ อาจทำให้รายการที่จัดวางไว้ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์

งบประมาณ มีความสำคัญไม่น้อยกว่าข้ออื่น เพราะคุณภาพของรายการผูกพันอยู่กับงบประมาณ นับตั้งแต่การหาอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ ตลอดจนการจ้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ

นอกจากนี้ ริราวดี ธนะรังษฤษฎ์ (2547: 20-21) ได้อ้างถึงการศึกษาของมิเชล ฟิชเชอร์ (Michael Fisher) เจ เดวิด เลวิส (J. David Levis) และ พอล เอช เวอร์ทส์ (Paul H. Verts) เรื่องการจัดรายการโทรทัศน์ ซึ่งได้นำมาประยุกต์ใช้กับการตัดสินใจจัดรายการวิทยุกระจายเสียง เพราะถือว่าเป็นสื่อมวลชนประเภทเดียวกัน มีปัจจัยบางอย่างที่สามารถนำมาพิจารณาร่วมกันได้ พบว่ามีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจัดรายการตามลำดับ ดังนี้

1. ปฏิกริยาสะท้อนกลับโดยตรงจากผู้ฟัง (Direct Feedback) หมายถึง การที่ผู้ฟังโทรศัพท์หรือเขียนจดหมายขอให้สถานีหรือผู้จัดรายการ จัดรายการที่ตนชอบ นอกจากนี้ ยังต้องมีการสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยตรงอีกด้วย เช่น แบบสอบถาม เป็นต้น
2. ระเบียบข้อบังคับ การจัดรายการวิทยุต้องเป็นไปตามข้อบังคับของกฎหมาย ดังนั้น ผู้จัดรายการจึงต้องศึกษาระเบียบข้อบังคับต่างๆ รวมทั้งนโยบายของสถานีให้ดีก่อนการตัดสินใจ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งในหมวดที่ 2 เรื่องรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ได้กำหนดการจัดสัดส่วนรายการไว้ในมาตรา 33 ดังนี้

มาตรา 33 ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่แต่ละประเภท ต้องจัดรายการให้มีสัดส่วนรายการ ดังต่อไปนี้

1. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสาร หรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70

2. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน ต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสาร หรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70

3. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ ต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสาร หรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25

มาตรา 34 ผู้รับใบอนุญาตจะต้องจัดทำผังรายการให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาต ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดสำหรับใบอนุญาตแต่ละประเภท

3. ผลการวิจัย ผู้จัดรายการต้องศึกษาผลงานวิจัยอย่างมีระบบจากบริษัทวิจัย หรือจากสำนักงานจัดและผลิตรายการภายนอก ที่มีการให้ลำดับว่ารายการไหนได้รับความนิยมสูงจากผู้ชมจำนวนมาก
4. ความคิดเห็นจากบุคคลอื่น เช่น ความคิดเห็นของเพื่อน คนในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และการวิพากษ์วิจารณ์จากสื่อมวลชน

5. ความคิดเห็นส่วนตัว หมายถึง ความคิดเห็นและการตัดสินใจของผู้จัดรายการเอง รวมทั้งการใช้สามัญสำนึก สัญชาตญาณ การมีความรู้รอบตัวเกี่ยวกับชุมชนโดยอาศัยประสบการณ์ และข้อเสนอแนะจากผู้บริหาร
6. แหล่งที่มาของรายการ ผู้จัดรายการต้องศึกษาว่ารายการที่จะมาป้อนสถานีนั้น จะได้มาจากที่ใดบ้าง ซึ่งการที่จะได้รายการมาจากแหล่งใดนั้น ขึ้นอยู่กับนโยบายและความพร้อมของสถานี ตามปกติรายการวิทยุกระจายเสียงจะมีแหล่งที่มาอยู่ 3 ทางคือ
 - 6.1 จากการที่บริษัทผู้จัดและผลิตรายการภายนอกซื้อเวลาของทางสถานี เพื่อจัดและผลิตรายการจากห้องผลิตรายการของตนเอง และนำรายการที่สำเร็จแล้วป้อนสถานี
 - 6.2 จากสถานีเครือข่าย หมายถึง มีการถ่ายทอดรายการ หรือแลกเปลี่ยนรายการจากทางสถานีที่เป็นเครือข่ายเดียวกัน
 - 6.3 จากการผลิตรายการของสถานีเอง
7. ปัจจัยทางสังคม เช่น การศึกษาว่าระบบสังคมเป็นอย่างไร เช่น เป็นระบบสังคมนิยมหรือเสรีนิยม และในระบบสังคมนั้น มีการควบคุมสื่อมวลชนอย่างไรบ้าง สถาบันวิชาชีพมีการกำหนดจรรยาบรรณของวิชาชีพอย่างไรบ้าง
8. ปัจจัยด้านการตลาด หมายถึง การศึกษาการจัดการรายการของสถานีอื่นๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น และตัดสินใจว่าจะแข่งขันกันจัดรายการได้อย่างไร จะมีผู้โฆษณาอย่างน้อยเพียงไร และขายเวลาได้อย่างไร ซึ่งการโฆษณานี้เป็นปัจจัยสำคัญมากสำหรับสถานีวิทยุเพื่อการค้า เพราะเป็นรายได้หลักของสถานี
9. งบประมาณ การจัดการรายการต้องมีงบประมาณดำเนินการ การที่จะตัดสินใจว่าจัดรายการในรูปแบบใด ประเภทใด ต้องพิจารณาจากงบประมาณที่มีอยู่ว่าเอื้ออำนวยเพียงใด และจัดหาแหล่งงบประมาณสนับสนุนจากแหล่งใดบ้าง
10. ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ คุณภาพด้านเทคนิคของสถานี มีการจัดตารางการกระจายเสียง แนวโน้มของผู้ฟังรายการ รวมทั้งคุณภาพของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการกระจายเสียงด้วย

จากปัจจัย 10 ประการข้างต้น อาจแบ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลเป็น 2 ปัจจัยใหญ่ๆ คือ

1. ปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายและระเบียบข้อบังคับของสถานี ผู้จัดรายการและบุคลากรของสถานี วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ แหล่งที่มาของรายการ งบประมาณ คุณภาพของเครื่องมือในการผลิตรายการ และประสิทธิภาพของเครื่องส่ง
2. ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ผู้ฟัง กฎหมายและระเบียบข้อบังคับของรัฐบาล สื่ออื่นๆ ระบบสังคม การตลาด และสภาพเศรษฐกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการวางแผนผังรายการของสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการวางแผนผังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า การวางแผนผังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการ ทั้งภายนอกและภายใน คือ 1. ปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นโยบายของวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คุณภาพของบุคลากร ระบบการส่งกระจายเสียง และแหล่งที่มารายการ 2. ปัจจัยภายนอก ได้แก่ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง สภาพเศรษฐกิจ และกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกดังกล่าว ต่างเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการวางแผนผังรายการที่ออกอากาศทางสถานีฯ ด้วยกันทั้งสิ้น แต่จากการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ นโยบายของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พันโทหญิงวโรชา สุทธิรักษ์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดผังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงกรมการรักษาดินแดน กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ พ.ศ. 2530-2535 ในช่วงเวลาที่บริษัทเอกชนเช่าซื้อเวลาออกอากาศ โดยศึกษาว่าอะไรเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดแผนผังรายการกระจายเสียงของสถานี ผลการวิจัยสามารถแบ่งปัจจัยได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ สรุปได้ดังนี้ 1. ปัจจัยคงที่ ได้แก่ ระบบการกระจายเสียง เวลาที่ออกอากาศ กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และผู้จัดรายการ 2. ปัจจัยดำเนินการ ได้แก่ นโยบายของสถานี ผู้บริหารสถานีและระบบอุปถัมภ์เกื้อกูล ปัจจัยทางด้านธุรกิจและการโฆษณา กฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง การวิจัยและประเมินผล

แต่โดยสรุปแล้ว ปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญจะเป็นปัจจัยดำเนินการมากกว่าปัจจัยคงที่ ได้แก่ ปัจจัยผู้บริหารสถานี นโยบายของสถานี และปัจจัยด้านธุรกิจและการโฆษณา ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 เป็น

ตัวแปรสำคัญต่อการจัดผังรายการของสถานี ที่มีเอกชนซื้อเวลาออกอากาศเป็นผู้จัดทำ โดย นายสถานีเป็นผู้ดำเนินการปรับให้เข้ากับระเบียบกองทัพบกที่วางไว้ แม้ว่าความเป็นจริงแล้ว จะไม่เป็นไปตามสัดส่วนตามที่ระเบียบกำหนดไว้ก็ตาม และเนื่องจากมีปัจจัยด้านธุรกิจและโฆษณาที่มีอิทธิพลเหนือกว่า จึงทำให้ปัจจัยเกี่ยวกับช่วงเวลาที่เหมาะสมถูกมองข้ามไป

โดยสรุปแล้ว ผู้วิจัยได้นำแนวคิดต่างๆมาอ้างอิง เพื่อตอบข้อสันนิษฐานการวิจัย 2 ประการ คือประการแรก การจัดการผังรายการของแต่ละสถานี มีการจัดผังเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งดั้งเดิม คือ สถานีวิทยุ ม.ก. จัดผังรายการโดยมีสัดส่วนมุ่งเน้นการให้ความรู้ทางการเกษตรเป็นหลัก ส่วนสถานีวิทยุ ม.ธ. จัดผังรายการโดยมีสัดส่วนมุ่งเน้นเพื่อเอื้อต่อการฝึกปฏิบัติด้านวิทยุกระจายเสียงของนักศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิทยุโทรทัศน์เป็นหลัก รวมทั้งต้องมีการปรับเปลี่ยนผังเพื่อตอบสนองต่อบทบาทการเป็นสถานีวิทยุเพื่อบริการสาธารณะ ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ด้วย ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการจัดผังรายการ และการบริหารองค์กร เพื่อเป็นฐานให้ผู้วิจัยเข้าใจโครงสร้างของแต่ละองค์กรก่อน ว่าเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงรูปแบบใด มีใครเป็นเจ้าของ ได้รับเงินสนับสนุนจากทางใด และมีการแบ่งตำแหน่งหน้าที่เพื่อบริหารงานอย่างไร มีที่มาในการตั้งวัตถุประสงค์คืออะไร นำมาซึ่งความเข้าใจในการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการจัดการผังรายการของแต่ละสถานี เป็นแนวทางให้ผู้วิจัยใช้เลือกใช้ข้อมูลเอกสาร เช่น ประวัติสถานี หนังสือครบรอบของสถานี หรือกฎระเบียบของสถานี ฯลฯ เป็นเอกสารหลัก และเลือก Key Informants คือผู้อำนวยการสถานี หรือหัวหน้าสถานี และหัวหน้าฝ่ายรายการของแต่ละสถานีเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยนำไปใช้ในการสร้างคำถาม ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งหากไม่ได้ศึกษาแนวคิดเหล่านี้มาก่อน อาจทำให้พลาดบางประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผังรายการ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องสัญญา (Promise) และสิ่งที่ต้องปฏิบัติ (Performance) มาเป็นกรอบเพื่อใช้ในการอภิปราย ถึงการจัดการผังรายการของแต่ละสถานี และผลที่เกิดขึ้น

คำถามประการต่อมา คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการผังรายการ โดยผู้วิจัยตั้งข้อสันนิษฐานไว้ว่า วัตถุประสงค์หลักที่แต่ละสถานีได้ตั้งไว้ ความต้องการของผู้ฟัง แรงผลักดันทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีการส่งกระจายเสียง บุคลากร รวมทั้งกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวกับการกระจายเสียง เป็นปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการจัดการผังรายการวิทยุสถานี โดยผู้วิจัยได้รวบรวมปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการจัดการผังรายการวิทยุกระจายเสียง และได้้นำปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการรายการโทรทัศน์มาศึกษาด้วย เพื่อขยายแนวคิดให้กว้างขวางขึ้น