

บทที่ 1



บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เริ่มแรกของการมีกิจการวิทยุกระจายเสียงเกิดขึ้นในประเทศไทย รูปแบบการจัดผังรายการวิทยุในขณะนั้น ยังไม่ได้มีการจัดผังรายการที่แน่นอน แต่เป็นไปในลักษณะที่ว่า เป็นการวางแผนแบบตามสะดวก โดยไม่ได้คำนึงถึงหลักการในการจัดผังรายการ อย่างไรก็ตาม ลักษณะของรายการที่ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ ได้มีการทดลองกระจายเสียงออกอากาศบ้างแล้ว

ดร. จำนง รังสิกุล ได้เล่าให้ฟังในหนังสือพิมพ์ สตรีสาร ปี 25 ฉบับที่ 9 วันที่ 11 มิถุนายน 2515 ว่า

“ก่อนหน้าที่ตัวผมเองจะเริ่มจับงานวิทยุ (เป็นอดีตแรกในชั้นแรก) ผมได้พบว่า อาจารย์ดุษฎีและอาจารย์เจริญพันธ์ ได้ริเริ่มจัดรายการนำสมัยอยู่แล้ว โดยออกทาง 1 ป.ณ. อย่างน้อยก็สามรายการคือ

1. รายการประเภทละครวิทยุสมัยใหม่ ที่ท่านเรียกว่า นาฏกรรมวิทยุ ซึ่งคงแปลมาจากคำว่า Radio Drama
2. รายการอภิปรายทางวิทยุ แบบ Panel Discussion ของอเมริกัน
3. รายการบรรยายประกอบเพลง คลาสสิกตะวันตก”

อาจารย์ตุ้ยและอาจารย์เจริญพันธ์ ที่ ดร.จ่านง รั้งสิกุล เล่าให้ฟัง ก็คือ ศาสตราจารย์ ดร. มล. ต้อย ชุมสาย และคุณเจริญพันธ์ ชุมสาย ณ อยุธยา ซึ่งเป็นผู้บุกเบิก รายการวิทยุกระจายเสียงภาคทดลอง ที่ชื่อว่า 1 ป.ณ. ของกรมไปรษณีย์โทรเลข

เมื่อดร. จ่านง รั้งสิกุล ได้เริ่มต้นดำเนินรายการวิทยุที่ “สถานีวิทยุ ททท.” เป็นของบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด (ต่อมา บริษัท ไทยโทรทัศน์ ได้ยุบมาอยู่ในความควบคุมขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย มีชื่อย่อว่า อ.ส.ม.ท.) ได้พยายามพัฒนาวิธีการจัดผังรายการให้มีรูปแบบการจัดรายการอย่างชัดเจน ดร.จ่านง รั้งสิกุล ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“แต่เดิมรูปแบบการจัดรายการวิทยุแนวนี้ ได้เคยนำมาทดลองใช้แล้ว แต่เนื่องจากสภาพเทคโนโลยี สภาพการตลาด หรือแม้กระทั่งผู้ฟังเอง ก็ยังไม่คุ้นเคยกับวัฒนธรรมเช่นนี้ รูปแบบรายการแบบนี้ จึงไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร” (สัมภาษณ์ : 24 เมษายน 2537)

อย่างไรก็ตาม ดร.จ่านง รั้งสิกุล ได้นำรูปแบบของการจัดรายการในต่างประเทศ มาปรับปรุงให้เหมาะสมกับผู้ฟังในประเทศ ทั้งนี้ได้พยายามที่จะรักษาศิลปวัฒนธรรมของไทยไว้ เช่น มีรายการอภิปรายข้ามแดนคือ จัดรายการอภิปรายระหว่างสถานีวิทยุ 1 ป.ณ. และ ททท. มีรูปแบบรายการนิตยสาร และสารคดีจากของจริง (actuality feature) มีการจัดรายการโดยแบ่งเป็นภาคต่าง ๆ เช่น ททท. ภาคละคร เพลง และภาคปกติ ซึ่งเสนอข่าวสารความรู้และความบันเทิงโดยทั่วไป (นภาพรณ อัจฉริยะกุล 2532 : 12-13)

การจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง จึงเริ่มมีการจัดสัดส่วนของรายการลงในช่วงเวลาต่าง ๆ กันให้เหมาะสมกับผู้ฟังจะสามารถรับฟังได้ ทั้งความรู้ บันเทิง และการ

โฆษณาสินค้า บางสถานีมีการแบ่งเวลาการออกอากาศเป็นช่วงเวลา เช่น เวลาออกอากาศตอนเช้า บ่ายและภาคค่ำ

รูปแบบการจัดผังรายการ จึงแบ่งไปตามช่วงเวลาต่าง ๆ ที่นักจัดรายการสามารถซื้อหรือเช่าเวลามาได้ ดังคำบอกเล่าของ คุณเทวีญ วนะภูติ นักจัดรายการวิทยุผู้มีประสบการณ์ในการจัดรายการมายาวนาน กว่า 30 ปี ได้กล่าวว่า

“ผมเริ่มจัดรายการเมื่อปีพ.ศ. 2501 จัดที่สถานีวิทยุกระจายเสียงกองพลที่ 1 รักษาพระองค์ ตอนนั้น มีแต่เอ.เอ็ม เอฟ. เอ็ม.ยังไม่มี มีการแบ่งเวลาเป็นรายการสั้น ๆ ครึ่งชั่วโมงบ้าง ชั่วโมงหนึ่งบ้าง มีทั้งเพลงไทย เพลงสากล ของผมจัดเพลงสากล วันละครึ่งชั่วโมง 2 เวลา ที่ดังมาก วันอังคาร ตอน 3 ทุ่มถึง 3 ทุ่มครึ่ง เป็นรายการที่มีข่าวสังคม แฟนเพลงจะเขียนจดหมายเข้ามา บอกว่าเจอคนนั้น ไปกับคนนี้ ผมก็เอามาเล่าออกอากาศ แล้วมีเพลงประกอบ คนชอบกันมาก เวลาขอเพลงก็ขอกันทางจดหมาย ค่าโทรศัพท์สมัยนั้นแพงมาก ไม่ใช่โทรศัพท์เหมือนเดี๋ยวนี้ ทางสถานีไม่ค่อยอยากให้ใช้ด้วย รายการที่ดัง ๆ ก็มีรายการคุยเรื่องกล้วยไม้ ของอาจารย์ระพี สาคริก วิธีเช่าเวลา สถานีจะขายเวลาเอง ก็ขายให้บริษัท ห้างร้าน พอสิ้นเดือนก็เก็บเงินที่ เก็บเงินไม่ได้ ก็ไม่ให้จัด มีการโกงกัน ไม่จ่ายเงินก็มี”  
(สัมภาษณ์ : 15 พฤษภาคม 2539)

ในการดำเนินธุรกิจวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย สิ่งสำคัญที่สุด ก็คือ การลงทุนและผลตอบแทนที่จะได้รับ ซึ่งเป็นปรัชญาเบื้องต้นของการดำเนินธุรกิจ ด้วยเหตุนี้เอง ผู้ดำเนินรายการส่วนใหญ่ จึงมุ่งนำเสนอรายการที่มีต้นทุนน้อย จัดทำได้ง่าย มีผลตอบแทนสูง และมีกลุ่มเป้าหมายกว้างขวาง ซึ่งก็คือ รายการเพลงนั่นเอง

การหารายได้ในรายการเพลง เกิดขึ้นชัดเจนเมื่อปี พ.ศ. 2520 ค่ายเพลงหรือผู้ผลิตเพลงเป็นฝ่ายวิ่งหาผู้จัดรายการ แล้วให้ผลตอบแทนในการเปิดเพลง แต่ต่อมา

เมื่อจำนวนค่ายเพลงมีมากขึ้น สถานีวิทยุเพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเกี่ยวกับการจัดรายการเพลงสูงขึ้น เนื่องจากค่าเช่าเวลาสถานีวิทยุปรับสูงขึ้น พร้อม ๆ กับค่าใช้จ่ายในการจ้างนักจัดรายการแพงขึ้น สปอนเซอร์ที่จะให้โฆษณาหายากขึ้น บริษัทเจ้าของรายการเพลงหรือผู้จัดรายการเพลง จึงต้องเป็นฝ่ายวิ่งเข้าหาค่ายเพลง เพื่อให้อุปถัมภ์รายการด้วยการลงสปอตโฆษณา ซึ่งก็คือ สปอตโฆษณาเพลง และในลักษณะ “คิวเพลง” ซึ่งถือเป็นรายได้หลักของรายการเพลงทางวิทยุในปัจจุบัน (ยกจริง ปลอดเปลื้อง, 2536)

การจัดรายการเพลงในลักษณะ “คิวละพัน วันละเพลง” จึงเกิดขึ้น สร้างรายได้ให้กับค่ายเพลงและนักจัดรายการอย่างมหาศาล เพราะมีระบบผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้องนี้เอง ทำให้ธุรกิจวิทยุกระจายเสียงเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

ในขณะที่การจัดรายการในระบบคิวเพลงกำลังมีอิทธิพลสูงกับกลุ่มผู้ฟัง ก็มีบริษัทที่จัดตัวเองว่า เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุที่ไม่ต้องการให้มีระบบคิวเพลงในสถานีวิทยุกระจายเสียงอีกต่อไป นั่นก็คือ บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ที่ถือเป็นผู้นุกเบิกรายการวิทยุ จัดรายการด้วยความเป็นกลาง ไม่เปิดคิวเพลง ประกอบกับการนำวิธีการจัดผังรายการแบบใหม่มาใช้ จนประสบผลสำเร็จ ทำให้ธุรกิจสื่อวิทยุมีความตื่นตัวมากขึ้น ในปีพ.ศ. 2529 มีเดียพลัส สามารถเช่าเวลาสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของกรมประชาสัมพันธ์ 3 คลื่นความถี่ได้ตลอดทั้งวัน และสามารถเป็นผู้บริหารเวลาของสถานีเพียงผู้เดียว เริ่มสถานีแรกที่คลื่นเอฟ.เอ็ม. 95.5 เมกกะเฮิร์ต มีชื่อเรียกตามสโลแกนของคลื่นว่า “Radio Bangkok” ตามด้วยรายการ “Smile Radio คลื่นสุดท้ายทางซ้ายสุด” ที่คลื่นเอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกกะเฮิร์ต และรายการที่สามคือ “Soft Radio” ที่คลื่นเอฟ.เอ็ม. 105.0 เมกกะเฮิร์ต

ต่อมาในปี 2535 คลื่นทั้ง 3 ที่อยู่ในมือของบริษัท มีเดียพลัส ได้หมดสัญญาการเช่าเวลาลง ขณะเดียวกัน มีเดียพลัสได้เวลาสถานีวิทยุอีก 3 คลื่น คือ เอฟ. เอ็ม.

98.0 เม็กกะเฮิร์ต, เอฟ. เอ็ม. 107.0 เม็กกะเฮิร์ต และเอฟ. เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต ในปีถัดมาได้เพิ่มอีก 2 คลื่น คือ เอฟ. เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต และเอฟ. เอ็ม. 102.5 เม็กกะเฮิร์ต รวมเป็น 5 คลื่น โดยแต่ละคลื่น ก็สามารถบริหารเวลาสถานีได้ตลอดทั้งวัน ใช้ชื่อว่า “สไมล์ เรดิโอ” โดยแต่ละสถานี จะมีรูปแบบการจัดรายการที่แตกต่างกันออกไป จักรกฤษณ์ ศิลปชัย ผู้ผลิตรายการสไมล์เรดิโอ 1 ได้กล่าวถึง รูปแบบรายการของ “สไมล์ เรดิโอ” ว่า

“สำหรับเราเอง เราแบ่งแยกชัดเจนในพวกเราเอง Smile Radio 1 เป็นอย่าง 2 เป็นอย่าง 3 เป็นอย่าง 4 เป็นอย่าง 5 เป็นอย่างไม่มีกลุ่มอะไรที่ซ้อนกันอยู่เลย ชัดเจนแน่นอน สิ่งหนึ่งที่เราได้อยู่ในความเป็น “Smile Radio” ก็คือ ความเป็นผู้นำ ในวงการวิทยุ” (สัมภาษณ์ : 3 มีนาคม 2537)

รูปแบบการจัดรายการวิทยุของมีเดียพลัส ได้รับความนิยมจากผู้ฟังเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อได้เปรียบที่มีเดียพลัสได้ใช้เวลาทั้งคลื่น ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพและสร้างสรรค์เอกลักษณ์ให้กับรายการ มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน รวมทั้งมีนักจัดรายการชื่อดังเข้าร่วมในทีมงาน ยิ่งไปกว่านั้น ทำให้การลงโฆษณาในรายการของมีเดียพลัส เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในสายตาของเจ้าของผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยจึงเห็นว่า รูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ” นี้ เป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาเป็นอย่างยิ่ง ในฐานะที่เป็นผู้นำการจัดผังรายการที่มีรูปแบบอย่างชัดเจนมาผนวกกับการวางแผนการตลาด จนสามารถครองสัดส่วนการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงได้มากที่สุด

## ปัญหานำวิจัย

1. รูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ” มีลักษณะอย่างไร
2. ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์ เรดิโอ” มีอะไรบ้าง

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ”
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ”

## ข้อสันนิษฐาน

1. รูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ” ในแต่ละสถานี จะมีการจัดสัดส่วนองค์ประกอบของรายการในรูปแบบที่แตกต่างกัน
2. แรงผลักดันทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสมัย สภาพการตลาดและผู้ฟังรายการเป็นปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ”

## ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ” ของบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะกรณีของ สไมล์เรดิโอ เท่านั้น สำหรับสถานีที่จะศึกษาในครั้งนี้มีทั้งหมด 5 สถานี

1. สไมล์เรดิโอ 1            98.0    เมื่อกะเฮิร์ต
2. สไมล์เรดิโอ 2            94.5    เมื่อกะเฮิร์ต
3. สไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค 99.5    เมื่อกะเฮิร์ต
4. สไมล์เรดิโอ 4            107.5    เมื่อกะเฮิร์ต
5. สไมล์เรดิโอ 5            102.5    เมื่อกะเฮิร์ต

จะเลือกศึกษาทุกช่วงเวลาที่มีการออกอากาศ     โดยจะศึกษาติดต่อกันเป็นเวลา 1 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2537

#### นิยามศัพท์

1. การจัดรายการ (Radio Programming) หมายถึง การวางแผนเตรียมการของบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การผลิตรายการ รวมถึงการพิจารณาตัดสินใจกำหนดตารางการออกอากาศ
2. เครือข่าย (Network) หมายถึง กลุ่มสถานีที่อยู่ในเครือข่ายของกลุ่ม
3. รูปแบบรายการ (Program Format) หมายถึง ลักษณะเนื้อหา วิธีการดำเนินรายการ ลักษณะผู้ร่วมรายการ ระยะเวลาของการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง ซึ่งในแต่ละรายการได้มีการคิดผสมผสานขึ้นเพื่อเป็นรูปแบบของรายการตนเอง
4. การผลิตรายการ (Radio Production) หมายถึง เทคนิคการผลิตรายการในรูปแบบต่าง ๆ การตัดต่อรายการ การเขียนบท การพูด การบันทึกเสียง
5. ปัจจัย หมายถึง องค์ประกอบที่มีส่วนกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ ไปพิจารณาปรับปรุงรูปแบบการจัดรายการและพัฒนารายการวิทยุต่อไป
2. การวิจัยครั้งนี้ จะเป็นพื้นฐานของการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรายการวิทยุกระจายเสียงในประเด็นอื่น ๆ ให้กว้างขวางและละเอียดยิ่งขึ้นต่อไป