

บทที่ 6

บทสรุปผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “Smile Radio” มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษารูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ”
2. ศึกษาปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ”

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้มองเห็นปรากฏการณ์ภาพรวมของรายการ และใช้กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ

1. แนวคิดรูปแบบการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง
2. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนแบ่งการตลาด
3. แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน

สำหรับแหล่งข้อมูล และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. ข้อมูลประเภทเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ บทความเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและ วิวัฒนาการของรายการ บทความ บทสัมภาษณ์ หนังสือ เอกสาร ผังการดำเนินรายการ รวมถึงสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง “สไมล์เรดิโอ” และกฎหมาย พระราชบัญญัติ และระเบียบต่าง ๆ ของ กบว. ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงทุกสถานีต้องปฏิบัติตาม

2. ข้อมูลประเภทรายการวิทยุ (Content Analysis) คือ

- 2.1 รายการสไมล์เรดิโอ 1 ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง
พล.1 เอฟ.เอ็ม. 98.0 เม็กกะเฮิร์ต
- 2.2 รายการสไมล์เรดิโอ 2 ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง
จเรสื่อสาร เอฟ.เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต
- 2.3 รายการสไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุ
กระจายเสียง 919 กรป.กลาง เอฟ.เอ็ม. 99.5 เม็กกะเฮิร์ต
- 2.4 รายการสไมล์เรดิโอ 4 ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง
องค์การสื่อสารมวลชน เอฟ.เอ็ม. 107.0 เม็กกะเฮิร์ต
- 2.5 รายการสไมล์เรดิโอ 5 ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง
ทอ. เอฟ.เอ็ม. 102.5 เม็กกะเฮิร์ต

โดยผู้วิจัยได้บันทึกรายการลงในเทปคาสเซ็ท และนำมาฟังรูปแบบการจัด
รายการของทั้ง 5 สถานี

3. ข้อมูลประเภทบุคคล คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) รวมทั้งสิ้น
23 ราย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก แบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ

- 3.1 กลุ่มผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับวิทยุกระจายเสียง
- 3.2 กลุ่มผู้ผลิตรายการสไมล์ เรดิโอ คือ บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด
- 3.3 กลุ่มผู้อุปถัมภ์รายการ

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ” ได้ดังนี้

ลักษณะรูปแบบการจัดผังรายการสไมล์ เรดิโอ ทั้ง 5 รายการ ของบริษัท
มีเดียพลัส จำกัด เป็นการจัดผังรายการแบบ Format Station คือ แต่ละรายการใช้รูปแบบ

เดี่ยวเป็นหลัก เพื่อยึดเป็นแกนไว้ให้รายการดำเนินไปอย่างมีแบบแผน มีจุดรวม ฟังแล้วไม่กระจัดกระจาย โดยมีลักษณะที่บ่งบอกได้ว่า เป็นรายการหนึ่งรายการเดียวกันตลอดทั้งสถานี คือมีลักษณะการจัดรายการเหมือนกันทุกชั่วโมง จะเริ่มต้นด้วยการประกาศแจ้งเวลาและสถานี ข่าว สารคดี โฆษณา จึงก็เลยเข้ารายการ หรืออาจมีการเปลี่ยนตัวนักจัดรายการ ที่จะจัดรายการในชั่วโมงต่อไป และเมื่อจัดรายการครบ 1 ชั่วโมง แนวการจัดรายการในชั่วโมงต่อไป จะเวียนกลับไปจุดเริ่มต้นใหม่ทุกช่วงของการจัดรายการ

จากการวิเคราะห์รายการสไมล์ เรดิโอ ทั้ง 5 คลื่น ผู้วิจัยพบว่า มีการจัดรายการโดยมุ่งกลุ่มผู้ฟังไปที่กลุ่มวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) โดยรายการสไมล์ เรดิโอ ทั้ง 5 คลื่น มีการแบ่งกลุ่มอายุผู้ฟังออกไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) แต่สัดส่วนของเนื้อหาในรายการจะแตกต่างกันไปตามลักษณะเกณฑ์จิตวิทยา (Psychographic) คือ วัยรุ่นแต่ละคน จะมีรสนิยมและความต้องการที่แตกต่างกัน หรือมีความชอบในรูปแบบการจัดรายการที่ไม่เหมือนกัน

สำหรับรูปแบบรายการนั้น พบว่าบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้นำรูปแบบรายการวิทยุจากต่างประเทศมาใช้ในรายการ คือมีการนำรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Contemporary), รายการเพลงยอดนิยมร่วมสมัย (Contemporary Hit Radio), รายการเพลงฟังสบาย (Easy Listening) และรายการข่าวและพูดคุย (News And Talk) มาดัดแปลงให้เข้ากับรูปแบบรายการของตน เพราะการจัดแบ่งรายการเพลงในประเทศไทยนั้น ไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจนว่า เพลงใด จัดอยู่ในรายการเพลงประเภทไหน

การจัดแบ่งประเภทรายการเพลงในประเทศไทย จึงต้องอาศัยแนวทางของต่างประเทศเป็นแบบ แล้วนำมาปรับให้เข้ากับรายการของกลุ่มเป้าหมายตนเอง รายการ

สไมล์ เรดิโอ ทั้ง 5 รายการ ก็เช่นกัน มีการนำประเภทของรายการเพลงทางวิทยุของต่างประเทศมาเป็นแนวทาง คือ

รายการสไมล์ เรดิโอ 1 มีลักษณะคล้ายกับการจัดรายการเพลง Contemporary Hit Radio ของต่างประเทศ มีการเปิดเพลงไทยยอดนิยมที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน มีการจัดอันดับเพลง “Smile Radio 1 Countdown Top 40” โดยที่มาของอันดับเพลงนั้น คือการขอฟังเพลงของผู้ฟังรายการสไมล์ เรดิโอ 1 นั้นเอง

รายการสไมล์ เรดิโอ 2 มีลักษณะคล้ายกับการจัดรายการเพลง Adult Contemporary และรายการเพลง Easy Listening ของต่างประเทศ จึงมีลักษณะของรายการเพลง 2 ประเภทรวมอยู่ด้วยกัน คือ รายการเพลงประเภท Adult Contemporary คือเปิดเพลงสากลที่ได้รับความนิยมที่เพิ่งผ่านไปไม่กี่ปี บางครั้งเปิดเพลงเก่าสลับสับเปลี่ยนกันไป และยังเปิดเพลงสากลประเภท Easy Listening อีกด้วย คือเปิดเพลงที่มีจังหวะช้า ฟังสบาย ๆ

รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค มีลักษณะคล้ายคลึงกับรายการเพลง Easy Listening ของต่างประเทศ โดยเปิดเพลงไทยสากลเก่าและใหม่ จะเน้นเพลงที่มีจังหวะช้า ๆ ฟังสบาย ๆ เน้นการเปิดเพลงมาก ๆ โดยไม่พูดขัดจังหวะ

รายการสไมล์ เรดิโอ 4 มีลักษณะคล้ายแนวรายการเพลง Contemporary Hit Radio ของต่างประเทศ มีการเปิดเพลงสากลยอดนิยมในปัจจุบัน มีการจัดอันดับเพลง “Smile Radio 4 Top 40” โดยที่มาของอันดับเพลงนั้น คือการขอฟังเพลงของผู้ฟังรายการสไมล์ เรดิโอ 4 นั้นเอง

รายการสไมล์ เรดิโอ 5 มีลักษณะคล้ายกับรายการ News and Talk ของต่างประเทศ เป็นรายการข่าวและพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องข่าวสารทุกประเภท จะเปิดเพลงสากล

บรรเลงในรายการ ในขณะที่ค้นรายการเท่านั้น เพราะแนวคิดหลักเป็นการรายงานข่าวและพูดคุยในรายการ

2. สรุปปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์ เรดิโอ” แบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ปัจจัยภายในองค์กร

1.1 ปัจจัยการบริหารการจัดการองค์กร

ผู้บริหารของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เป็นผู้ที่มีความสามารถในการบริหาร และการจัดการองค์กร โดยเปลี่ยนแปลงการบริหารการจัดการองค์กรใหม่ ใช้วิธีรวมทุนทางธุรกิจกับบริษัท พี.เค. มีเดีย จำกัด, บริษัท สยามบรอดแคสติ้ง แอนด์ คอมมิวนิเคชัน และบริษัท วัฏจักร จำกัด เรียกว่า เป็นการรวมตัวขององค์กรธุรกิจด้านสื่อมวลชนที่ครบวงจร คือ วิทยุกระจายเสียง, เคเบิลทีวี และสิ่งพิมพ์ เข้าด้วยกัน ทำให้องค์กรใหญ่ขึ้น จึงมีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมในด้านการตลาด จากบริษัท พี.เค. มีเดีย จำกัด ความพร้อมในด้านข้อมูลข่าวสารจากบริษัท วัฏจักร จำกัด และความพร้อมในด้านการขยายผลสื่อช่องทางเคเบิลทีวี จากบริษัท สยามบรอดแคสติ้ง แอนด์ คอมมิวนิเคชัน และความพร้อมทางด้านผลิตรายการจากบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ซึ่งความพร้อมขององค์กรในทุก ๆ ด้านที่กล่าวมา เป็นส่วนที่มีความสำคัญมากในการนำมาซึ่งรูปแบบการจัดรายการทั้ง 5 รายการ

1.2 ปัจจัย กลุ่มผู้ผลิตรายการ

การที่บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด สามารถดำเนินธุรกิจการผลิตรายการวิทยุ โดยมีรูปแบบการจัดผังรายการแตกต่างกันถึง 5 รายการ เพราะมีบุคลากรฝ่ายผลิตรายการที่มีความสามารถ คือ นักจัดรายการที่มีพรสวรรค์ (Gift) และมีลักษณะเฉพาะตัว' จะ

ที่ผลิตรายการที่มีการประสานงานอย่างลงตัว ที่สำคัญก็คือ การทำงานของฝ่ายผลิตรายการ จะมีการประสานงานกันอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เกิดเป็นรายการวิทยุที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด บุคลากรฝ่ายผลิตรายการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย สไมล์เรดิโอ

1.3 ปัจจัยเทคโนโลยีการสื่อสาร

ความพร้อมของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างนักจัดรายการกับผู้ฟัง กลายเป็นสื่อที่ติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ทั้งเทคโนโลยีทางการส่งสารและรับสาร โดยอาศัยโทรศัพท์ วิทยุติดตามตัว ระบบไอ-บริด ระบบดาวเทียม และระบบดิจิทัล ทำให้ผู้จัดรายการไม่ได้ผูกขาดเป็นผู้ส่งสารข้างเดียวอีกต่อไป ในขณะที่ผู้ฟังก็ได้เป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียว ความพร้อมเหล่านี้ล้วนเอื้ออำนวยให้การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มผู้ฟังเป็นไปได้ง่ายขึ้น การผลิตรายการสามารถทำได้ง่ายขึ้น เป็นความพร้อมที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย สไมล์เรดิโอ

2. ปัจจัยภายนอกองค์กร

2.1 ปัจจัยการแข่งขันด้านตลาดโฆษณา

จากสภาพธุรกิจที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น ในการใช้งบประมาณเพื่อกระจายข่าวสารทางการตลาด ให้ไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากและทั่วถึงที่สุด ประกอบกับสื่อวิทยุในขณะนี้ ได้กลายเป็นสื่อที่มีพลังมหาศาล สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม ทุกเวลา และมีข้อจำกัดที่น้อยกว่าสื่อโทรทัศน์ ทำให้สินค้าอุปโภคและบริโภค ที่ต้องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ต่างหันมาให้ความสนใจกับสื่อวิทยุเป็นอย่างมาก เนื่องจาก

เสียค่าใช้จ่ายน้อย แต่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้มาก และมีประสิทธิภาพกว่าสื่อโทรทัศน์ ที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมหาศาล

บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ต้องทำการแบ่งกลุ่มเป้าหมายในแต่ละคลื่นให้ชัดเจน เพื่อปกป้องกลุ่มผู้ฟังของตนเอง ไม่ให้ไปฟังสถานีอื่น จึงต้องมีการแบ่งกลุ่มผู้ฟังให้ชัดเจน ถึง 5 กลุ่ม เพื่อครอบคลุมกลุ่มผู้ฟังให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งส่งผลให้เจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถตัดสินใจในการลงโฆษณาได้ครั้งเดียว นอกจากนั้น ยังมีวิธีการขายโฆษณาทั้งแบบ Loose-Spot และวิธีการโฆษณาแนวใหม่ คือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ที่สามารถขายแบบเป็น Package ได้ ธุรกิจโฆษณาจึงเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากในการนำมาซึ่งรูปแบบการจัดรายการทั้ง 5 รายการ

2.2 ปัจจัยรูปแบบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ

จากสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปจากอดีต ทำให้วิถีชีวิตของกลุ่มผู้ฟัง เอื้ออำนวยในการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงมากขึ้นกว่าเดิม เช่น พฤติกรรมของวัยรุ่นที่ชอบแสดงออกมากขึ้น พฤติกรรมการนิยมฟังเพลงของวัยรุ่น ที่นิยมฟังเพลงแนวป๊อปกันเป็นส่วนใหญ่ การเปลี่ยนแปลงการเข้าและเลิกเรียนของนักเรียน รวมทั้ง การดำรงชีวิตโดยแบ่งเวลาเรียนเป็นช่วง ๆ ของนักเรียนมหาวิทยาลัย นักเรียนในสายอาชีพ

กลุ่มผู้ฟังสามารถเปิดการรับฟังวิทยุกระจายเสียงได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเวลาใด เพราะฉะนั้น การปรับรูปแบบรายการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย และปรับรูปแบบรายการให้ตรงกับความชื่นชอบและพฤติกรรมของกลุ่มผู้ฟัง จะทำให้รายการประสบความสำเร็จ การกำหนดรูปแบบการจัดรายการของแต่ละรายการของบริษัท มีเดียพลัส จึงคำนึงถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย โดยดูจากวัย เพศ รายได้ อาชีพ และวิถีใช้ชีวิต (Life Style) เป็นสำคัญ

2.3 ปัจจัยกฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลง

จากระเบียบว่าด้วย วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2535 ที่ออกมาใหม่ ภายหลังจากได้ยุบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) มาเป็นคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กกช.) จึงทำให้ข้อปฏิบัติในการจัดรายการวิทยุเปลี่ยนไปจากแต่ก่อน จากช่องโหว่ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ที่กำหนดขึ้นโดยผ่านทางกกช. ทำให้ผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง สามารถเพิ่มสัดส่วนในการโฆษณาในแต่ละชั่วโมง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอุปถัมภ์ช่วงเวลาในลักษณะของโฆษณาแฝง ทั้งรายการสารคดีที่มีสินค้ามาอุปถัมภ์ และการสนับสนุนช่วงกิจกรรมในรายการ

ประกอบกับการจัดผังรายการสไมล์ เรดิโอ เป็นแบบ Format Station โดยมีโครงสร้างเดียวกันทั้ง 24 ชั่วโมง จะเอื้ออำนวยกับการอุปถัมภ์ช่วงเวลา ในลักษณะของโฆษณาแฝง เพราะจากช่องโหว่ของระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ที่กำหนดขึ้นโดยผ่านทางกกช. ทำให้ผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง สามารถเพิ่มสัดส่วนในการโฆษณาในแต่ละชั่วโมงได้ตลอดเวลา

2.4 ปัจจัย ช่องทางการแพร่กระจายการออกอากาศ

ด้วยข้อจำกัดของการถูกกำหนดให้ทำสัญญาสัมปทานสถานีวิทยุกระจายเสียง ได้ครั้งละ 1 ปีเท่านั้น รวมถึงประสบการณ์ในการทำธุรกิจในอดีต ที่ต้องสูญเสียสิทธิในการบริหารสถานีเอฟ. เอ็ม. 88 เมกกะเฮิร์ต ทำให้บริษัท มีเดียพลัส จำกัด หายทางออกเพื่อความมั่นคงในการทำธุรกิจ โดยสร้างสถานีออกอากาศที่บริษัทฯ ซึ่งสถานีออกอากาศนี้ ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท มีเดีย พลัสเอง นอกจากจะมีประโยชน์ในแง่ที่ไม่ต้องสูญเสียงบประมาณไปสร้างห้องส่งให้กับสถานีเจ้าของคลื่นแล้ว ยังสามารถส่ง

สัญญาณออกอากาศไปยังสถานีแห่งใหม่ได้ทันที ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงสถานีออกอากาศ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการจัดรายการอื่น ๆ อีกด้วย

ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย สไมล์เรดิโอ ทั้ง 2 ลักษณะ ได้ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการจัดผังรายการวิทยุเครือข่าย สไมล์ เรดิโอ ทั้งสิ้น และปัจจัยเหล่านี้ มีลักษณะสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง จนแยกไม่ออกว่าปัจจัยใดมีส่วนในการกำหนดมากกว่ากัน ทุกปัจจัยมีผลในการกำหนดรูปแบบการจัดผังรายการ สไมล์ เรดิโอเท่าเทียมกันหมด

ข้อจำกัดการวิจัย

การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) ในส่วนของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ผู้วิจัยพบความยากลำบากในการขอข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตรายการอย่างมาก เพราะบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ที่มีคู่แข่งทางการค้ามากมาย ทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลัก ไม่เต็มใจในการให้เอกสารทางบริษัทเลย ผู้วิจัยจึงใช้ขอจากเพื่อนที่ทำงานอยู่ภายในบริษัท และขอจากบริษัทที่ผู้วิจัยรับจ้างผลิตสารคดีและผลิตสปอตโฆษณาวิทยุอยู่ ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยยังได้ค้นพบข้อมูลที่สามารถนำมาเป็นข้อเสนอแนะ สำหรับการวิจัยในเรื่องรูปแบบการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงต่อไปดังนี้

1. ผลจากการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย สไมล์เรดิโอ ในแต่ละสถานี มีรูปแบบรายการแบบฟอร์แมท สเตชัน (Format Station)

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะศึกษาลักษณะการผลิตรายการของรูปแบบฟอร์แมท สเตชัน (Format Station) ว่ามีการผลิตอย่างไร

2. ควรมีการทำการวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสาร ของการจัดรายการแบบ ฟอร์แมท สเตชัน (Format Station) ของรายการวิทยุกระจายเสียงสไมล์เรดิโอ เนื่อง จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาผู้รับสารในแง่ของปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบ การจัดรายการเท่านั้น ซึ่งผู้รับสารก็เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง ที่ควรมีการศึกษา วิจัยต่อไป

3. ควรมีการทำวิจัยกับรายการวิทยุกระจายเสียงในบริษัทอื่น ๆ ที่ใช้การจัดผังรายการแบบต่อ ฟอร์แมท สเตชัน (Format Station) ซึ่งในปัจจุบันมีบริษัทที่รับ สัมปทานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ที่น่าสนใจศึกษาหลายรายการ เช่น บริษัท เอ- ไทม์ มีเดีย จำกัด, บริษัท ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด, บริษัท ฟาติมา จำกัด , บริษัท แปซิฟิค คอเปอร์เรชั่น จำกัด และบริษัท สยามเรดิโอ จำกัด