

บทที่ ๖

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดตั้งรายการกระจายเสียง

การจัดรายการเป็นเรื่องของนโยบาย มักจะควบคู่ไปกับการบริหาร ขอบเขตของการจัดรายการนั้น จะเป็นงานในขั้นริเริ่ม โดยรับนโยบายจากผู้บริหารไปพิจารณาจัดทำตารางเวลารายการออกอากาศ ว่าในช่วงเวลาใด ควรจะออกอากาศรายการใด มีความยาวเท่าไร บางสถานี ขอบเขตของงานจัดรายการมีมากกว่านี้ คือ ผู้จัดรายการจะเป็นผู้วางแผนว่า ในช่วงเวลาที่ออกอากาศนั้น ควรจะเป็นรายการประเภทใด ข่าวสาร ความรู้ หรือ ความบันเทิง และมีรูปแบบในการนำเสนอเป็นอย่างไร เช่น ละคร เพลง หรือ ข่าว

การจัดรายการนั้น จะทำให้ผู้ฟังรู้ได้ล่วงหน้าว่า ในวันหนึ่งๆนั้น จะได้รับฟังรายการอะไรได้ จากสถานีใด ในเวลาอะไร ไม่ทำให้เกิดความสับสนในการรับฟัง การรู้ล่วงหน้า ทำให้มีโอกาสที่จะเลือกรับฟังรายการที่น่าสนใจโดยไม่พลาดโอกาส อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายจะได้รับฟังรายการตรงกับความต้องการได้มากที่สุด (นภาพรณี อัจฉริยะกุล, ๒๕๓๐)

William E McCavett และ Peter K Pringle ได้กล่าวไว้ว่า
การที่การจัดรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียง ขึ้นอยู่กับปัจจัย ๔ ประการ คือ

๑. กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย
๒. การส่งกระจายเสียงของสถานี ระบบการส่งกระจายเสียง รัศมีในการส่งกระจายเสียงของสถานีที่สามารถครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างไกลเพียงใด
๓. ผู้อุปถัมภ์รายการ การโฆษณา
๔. ระเบียบ กฎหมาย ข้อบังคับต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียง

จากการศึกษาวิจัยพบว่า นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่เข้ามามีบทบาทต่อการกำหนดการจัดผังรายการของสถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดนกรุงเทพมหานคร ทั้ง ๒ ภาค ซึ่งสามารถสรุปได้ ๒ ประเภท คือ

๑. ปัจจัยคงที่ (Fixed Factors) เป็นปัจจัยที่มีผลใช้บังคับในการจัดผังรายการของสถานีวิทยุเชิงธุรกิจทุกสถานี ซึ่งได้แก่ ระบบการส่งกระจายเสียง เวลาที่ออกอากาศกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ผู้จัดรายการ

๒. ปัจจัยดำเนินการ (Operational Factors) เป็นปัจจัยที่แปรเปลี่ยน ทำหน้าที่เสริมในการตัดสินใจเพื่อจัดผังรายการกระจายเสียงของสถานีวิทยุเชิงธุรกิจ ซึ่งได้แก่นโยบายของสถานีผู้บริหาร กฎระเบียบข้อบังคับต่างของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง การวิจัยและประเมินผล และ ธุรกิจการโฆษณา

ปัจจัยทั้ง ๒ ประเภทนี้ ได้เข้ามามีบทบาทต่อการจัดผังรายการกระจายเสียงของสถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดนกรุงเทพฯ นับตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๓๐ เป็นต้นมา ที่มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการบริหารสถานีวิทยุฯ โดยให้บริษัทเอกชนภายนอกเข้ามาซื้อเวลาไปดำเนินการจัดรายการและหารายได้จากการขายเวลาในลักษณะเหมาเวลาไปทั้งหมด จึงทำให้บริษัทเอกชนเหล่านี้มีอิทธิพลและมีบทบาทสำคัญในการจัดผังรายการกระจายเสียงของสถานี โดยมีปัจจัยทั้ง ๒ ประเภทนี้เป็นตัวกำหนดการจัดผังรายการกระจายเสียง ซึ่งจะได้กล่าวโดยละเอียดดังนี้

๑. ปัจจัยคงที่ ได้แก่

๑.๑ ระบบการส่งกระจายเสียง ซึ่งตามคุณสมบัติทางเทคนิคของระบบการส่งกระจายเสียงของสถานีวิทยุนี้ จะแยกออกเป็น ๒ ระบบ คือ ระบบ เอ.เอ็ม. และระบบ เอฟ.เอ็ม. ซึ่งแต่ละระบบนี้จะให้ลักษณะของเสียงที่แตกต่างกันออกไป คือ ระบบ เอ.เอ็ม. จะเป็นการกระจายคลื่นฟ้า (Sky Wave) คือส่งคลื่นขึ้นไปบนชั้นบรรยากาศแล้วสะท้อนกลับมาทำให้คลื่นวิทยุถูกรบกวนจากชั้นบรรยากาศ เป็นเหตุให้เสียงมีคุณภาพไม่ชัดเจน ส่วนระบบ เอฟ.เอ็ม. เป็นการส่งกระจายคลื่นแบบ Line of sight คือระบบ สายตา โดยคิดความสูงของเสาอากาศเป็นหลัก และเป็นการส่งแบบแนวตรงไม่ต้องอาศัยการสะท้อนจากบรรยากาศ การรบกวนจึงมีน้อย ดังนั้นคุณภาพของเสียงจึงเป็นธรรมชาติกว่าเหมาะที่จะให้บริการด้านเสียงดนตรีมากกว่ารายการพูดคุย จึงใช้หลักการนี้ในการแบ่งแยกรายการที่ออกอากาศของระบบ เอ.เอ็ม. และ เอฟ.เอ็ม. ซึ่งเกี่ยวเนื่องถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไประบบการส่งกระจายเสียงนี้ จะรวมถึงคุณภาพของสถานี และชื่อเสียงของสถานีด้วย

คุณสุวรรณา เนติธรรม เจ้าหน้าที่ของสถานีวิทยุ กรมการรักษาดินแดน ภาค เอฟ.เอ็ม. กรุงเทพฯ ซึ่งได้คุ้นเคยในการทำงานที่สถานีในตำแหน่งฝ่ายรายการและเจ้าหน้าที่ผู้ประกาศมากกว่า ๑๐ ปี ได้แสดงความคิดเห็นว่า

๑.๑.๑ คุณสมบัติทางด้านเทคนิคของสถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดน นี้ ได้เปรียบกว่าสถานีอื่นเนื่องจากอยู่ในย่านความถี่ช่วงกลางทั้ง ๒ ภาค คือ ภาค เอฟ.เอ็ม. มีความถี่ ๘๖ MHZ และภาค เอ.เอ็ม. มีความถี่ ๗๓๘ KHZ ซึ่งสะดวกในการหมุนทวนคลื่น เป็นย่านความถี่ที่มีผู้ต้องการในการซื้อเวลา

๑.๑.๒ ชื่อเสียงของสถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดนนั้น เป็นที่ยอมรับของผู้ฟังและผู้อุปถัมภ์โฆษณา เพราะเป็นสถานีวิทยุที่ตั้งมานานกว่า ๕๐ ปี การดำเนินงานในอดีตที่ผ่านมาเป็นที่ยอมรับและผู้ฟังมีความคุ้นเคยกับรายการต่างๆ ที่นำออกอากาศทางสถานีเป็นอย่างดี จึงไม่มีปัญหาในเรื่องชื่อเสียงของสถานี บริษัทผู้ซื้อเวลาสามารถขยายเวลาได้ง่าย โดยไม่ต้องทำการแข่งขันกับสถานีอื่น ๆ มากนัก

๑.๒ เวลาที่ออกอากาศ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของปัจจัยคงที่ ที่ดูเหมือนว่าไม่น่าจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการจัดรายการที่จะจัดกันเลข แต่ถ้าหากคิดดูให้ดีแล้ว จะเห็นว่าเรื่องของเวลาออกอากาศ จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการทุกครั้งไป เพราะจะเป็นตัวกำหนดว่าจะผลิตรายการออกไปในรูปแบบใด ซึ่งเกี่ยวพันไปถึงกลุ่มเป้าหมาย จะเป็นตัวชี้ว่าในการจัดผังรายการกระจายเสียงนั้น ช่วงเวลาใดควรจะนำเสนอรายการใด จึงจะมีความเหมาะสม

"การจัดผังรายการกระจายเสียงของสถานีวิทยุ กรมการรักษาคินแดน กรุงเทพฯ ทั้ง ๒ ภาค นั้น บริษัทเอกชนที่ซื้อเวลาไป มิได้คำนึงถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมกับประเภทรายการ เป็นเพียงให้บริษัทสามารถขายเวลาได้หมดเท่านั้น และคำนึงถึงรายได้ของบริษัทเป็นสำคัญ" (พันโท สุรพล วันเพ็ญ , สัมภาษณ์, ๒๘ เมษายน ๒๕๓๖)

๑.๓ กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ในการจัดรายการวิทยุ ผู้ฟังวิทยุจะมี ๒ ลักษณะ คือ ผู้ฟังทั่วไป (General Audience) หมายถึงผู้ที่เปิดฟังวิทยุโดยไม่มีความสนใจเฉพาะเจาะจงหรือเรียกง่าย ๆ ว่า ฟังแบบผ่านๆ เป็นครั้งคราว หรือ สนใจโดยบังเอิญ แต่คำว่า "ผู้ฟัง" ในที่นี้ หมายถึงกลุ่มผู้ฟังที่เป็นเป้าหมายในการจัดรายการ (Target Audience) ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินว่า รายการที่จัดอยู่นั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ โดยจะต้องรู้ว่ากลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของเราคือใคร จะต้องทราบถึงเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ วิถีทางในการดำรงชีวิต หรือขนบธรรมเนียมประเพณีภาษาที่ใช้อยู่ตลอดจนเวลาของการดำเนินชีวิตประจำวันในแต่ละวัน และรู้ลึกลงไปถึงความสนใจของผู้ฟังว่ากำลังสนใจในเรื่องอะไรอยู่

ในการกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของ สถานีวิทยุกรมการรักษาคินแดนภาคเอฟ.เอ็ม. กรุงเทพฯ นั้น คุณพัชรี เวทย์พงษ์ หัวหน้าฝ่ายรายการบริษัท มูฟวิงซาวด์ ประจำสถานี ฯ ได้กล่าวว่า บริษัทฯ ได้กำหนดไว้เลยว่า ความถี่ ๘๖ MHz นี้จะทำรายการสำหรับวัยรุ่น โดยเฉพาะ ซึ่งจะแตกต่างจากคลื่นอื่นๆ ที่บริษัทซื้อเวลา ดังนั้นรายการที่กำหนดออกมาในผังรายการกระจายเสียงของสถานีวิทยุกรมการรักษาคินแดน ภาค เอฟ.เอ็ม.กรุงเทพฯ จึงเป็นรายการเพลงสำหรับวัยรุ่นโดยเฉพาะ แต่ผู้ที่ทำงานทั่วไปก็สามารถฟังได้ เพราะเป็นรายการเพลงป๊อบทั่วไปที่กำลังได้รับความนิยมเช่น รายการดนตรีฟรีสไตล์ จัดโดยกาญจนา อัมพสุวรรณ รายการเอ็กเพรสราดิโอ จัดโดย ไพศาล แก้ววิเศษ และภาณุ เทศรอิน เป็นต้น ซึ่ง

รายการเหล่านี้จะมีการให้ผู้ฟังร่วมสนุก โดยการโทรศัพท์เข้ามาตอบปัญหาต่างๆ ซึ่งจะมีรางวัลเล็ก ๆ น้อย ๆ เป็นของตอบแทน เช่น เสื้อฮิด เทปเพลง ตั๋วภาพยนตร์ ฯลฯ

ส่วนการกำหนดกลุ่มผู้ฟังของภาค เอ.เอ็ม.นั้น คุณประเสริฐ อโนราช หัวหน้าฝ่ายรายการบริษัท เค.ซี.เอส. ประจำสถานีวิทยุ กรมการรักษาดินแดน ภาคเอ.เอ็ม. กรุงเทพฯ ได้แสดงความคิดเห็นว่า เนื่องจากคุณลักษณะทางเทคนิคของการส่งกระจายเสียง ระบบ เอ.เอ็ม. ที่ทำให้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของสถานี มีความหลากหลายมากกว่า ภาค เอฟ.เอ็ม. เนื่องจากรายการที่นำมาออกอากาศนั้นมีความหลากหลายมากกว่า ดังนั้นจึงมีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่เป็นทั้ง กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผู้ที่มิอาชีพใช้แรงงาน เกษตรกร และมีวัยที่แตกต่างกัน มีทั้งผู้สูงอายุ จนกระทั่งวัยรุ่น เพราะรายการของภาค เอ.เอ็ม.นั้น มีทั้งรายการธรรมะ สำหรับผู้ที่สูงอายุ ละครวิทยุ สำหรับแม่บ้าน รายการเพลงลูกทุ่งสำหรับผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน รายการข่าวกีฬา และ ข่าวชาวบ้าน สำหรับบุคคลทั่วไป

๑.๕ ผู้จัดการรายการ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ผู้จัดการรายการจะต้องนำมาพิจารณาในการบรรจุรายการลงในผังรายการกระจายเสียงที่จะ เนื่องจากผู้จัดการรายการจะสามารถดึงดูดผู้ฟังให้มาฟังรายการของสถานีได้มากหรือน้อยเพียงใดปัจจัยหนึ่ง จะเห็นได้ว่า บางรายการนั้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตัวผู้จัดการโดยนำผู้อื่นมาจัดการรายการแทน ทำให้รายการนั้นได้รับความนิชมจากผู้ฟังลงไปอย่างเห็นได้ชัดเจน การจัดการรายการนั้นเป็นเรื่องยากที่จะเดาใจผู้ฟังได้อย่างถูกต้อง ผู้จัดการบางคนซึ่งจัดการผู้ฟังซึ่งลดลง แต่บางคนก็สามารถจัดการรายการได้นานนับสิบปีโดยยังมีผู้นิยมติดตามฟัง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาค เอ.เอ็ม. นั้น แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือบริษัทผู้ซื้อเวลาก็ตาม แต่ยังคงเป็นผู้จัดการรายการเดิมเป็นส่วนใหญ่ ส่วนภาค เอฟ.เอ็ม.นั้น เนื่องจากนโยบายของผู้บริหารแต่ละสมัยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเสมอ ทำให้บริษัทผู้ซื้อเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นประจำ จึงทำให้ผู้จัดการรายการภาค เอฟ.เอ็ม. มีการเปลี่ยนแปลงทุกปี

"ผู้จัดการรายการและผู้ผลิตรายการ เป็นบุคคลที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อรายการที่มีคุณภาพของสถานี จึงจำเป็นต้องทำการเลือกสรรผู้ที่มีคุณสมบัติ ตามระเบียบที่ทางราชการใช้กำหนดไว้ คือ สามารถสอบการเป็นผู้ประกาศได้ ผ่านการอบรมการจัดการวิทยุฯ จะต้องเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สถาบัน และสังคม เป็นผู้ที่มีความรักและสนใจในงานของ

ตนเอง ใส่ใจหาความรู้วิชาการใหม่ๆ นำมาปรับปรุงราชการของตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้ฟัง ได้รับประโยชน์จากการฟังราชการได้อย่างคุ้มค่าปรับปรุงราชการให้ทันสมัยและมีคุณค่าต้องเป็นผู้มีจรรยาบรรณ ไม่ใช่ราชการของตนเป็นที่โจมตีบุคคลหรือสถาบันอื่นๆ ที่ตนเองไม่ชอบหรือใช้เป็นทีระบาศความชู้ช้องหมองใจส่วนตัว" (คุณสุวรรณา เนติธรรม, สัมภาษณ์, ๑๓ มีนาคม ๒๕๓๖)

"ผู้จัดการราชการของสถานีวิทยกรมการรักษาดินแดน ภาค เอ.เอ็ม. กรุงเทพฯ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผู้จัดการที่จัดติดต่อกันมาเป็นเวลานานกว่า ๑๐ ปี เช่น คุณ ภมร อโนทัย คุณสมบูรณ์ สวัสดิ์อาจค์ คุณบรรจง โห้ชะมณี เป็นต้น และผู้อุปถัมภ์ราชการของราชการที่ผู้จัดการเหล่านี้จัด ก็จะเป็นผู้อุปถัมภ์ราชการที่ให้การอุปถัมภ์ติดต่อกันมานาน เนื่องจากมีความเชื่อถือในการจัดราชการของบุคคลเหล่านี้ เพราะเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งเสริมการขายสินค้าของบริษัท จึงทำให้ราชการของภาค เอ.เอ็ม. ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก" (คุณประเสริฐ อโนราช , สัมภาษณ์, ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๓๖)

"สำหรับภาค เอฟ.เอ็ม. เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงบริษัทผู้ซื้อเวลาเป็นประจำทุกปีเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารระดับสูง จึงทำให้ผังราชการกระจายเสียงของ สถานีวิทยกรมการรักษาดินแดน ภาค เอฟ.เอ็ม. กรุงเทพฯ มีการเปลี่ยนแปลงทุกปี โดยที่ผู้จัดการเก่าเหลือเพียงรายเดียวที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง คือ คุณพิชัย วาสนาส่ง ผู้จัดการเหตุการณ์บ้านเมือง เนื่องจากเป็นรายการที่มีคุณภาพ มีผู้ฟังติดตามฟังมาก โดยเฉพาะผู้ใหญ่ของกองทัพติดตามฟังมาโดยตลอด จึงยังคงให้มีรายการนี้อยู่แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงบริษัทผู้ซื้อเวลาเป็นประจำทุกปีก็ตาม" (พันตรี สังคม อนันตพงษ์, สัมภาษณ์, ๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๓๕)

๒. ปัจจัยดำเนินการ ได้แก่

๒.๑ นโยบายของสถานี โดยทั่วไปแล้ว สถานีวิทยกระจายเสียงส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์และนโยบายที่คล้ายคลึงกัน คือ เพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิง จะแตกต่างกันตรงสัดส่วนของราชการ บางสถานีจะให้ข่าวสารมากกว่าความรู้และความบันเทิง แต่บางสถานีจะเน้นความบันเทิงมากกว่า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานีวิทยกระจายเสียงทุกสถานีของไทยนั้น จะเป็นของส่วนราชการทั้งสิ้น ดังนั้น นโยบายของสถานีก็

จะมาจากนโยบายของส่วนราชการที่เป็นเจ้าของความถนัดนั้นเอง สำหรับสถานีวิทยุเชิงธุรกิจนั้น นโยบายหลักก็คือ การหารายได้เพื่อนำมาใช้ในการบริหารสถานีวิทยุ และมีผลกำไรเพื่อส่งให้หน่วยต้นสังกัด เพื่อไว้ใช้ในด้านสวัสดิการของหน่วย โดยยังคงยึดถือจุดประสงค์หลักของการส่งกระจายเสียงที่สำคัญ คือ ให้มีรายการที่ทรงคุณค่าและครบถ้วนตามแนวทางที่กำหนดไว้ แต่อย่างไรก็ตาม นโยบายของสถานีวิทยุนี้มักมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ตามยุคตามสมัยของผู้บริหารสถานีวิทยุแต่ละคนที่เข้ามารับผิดชอบกิจการวิทยุกระจายเสียงของหน่วย โดยผู้บริหารจะเป็นคนกำหนดนโยบายนั้นเพื่อให้ผู้ปฏิบัตินำไปใช้ในการดำเนินงานต่อไป

พันโท สุนทร สุนทรกุล ฅ ชลบุรี นายสถานีวิทยุ กรมการรักษาดินแดน ภาค เอฟ.เอ็ม กรุงเทพฯ และ พันตรี สังคม อนันตพงษ์ นายสถานีวิทยุ กรมการรักษาดินแดน จังหวัดขอนแก่น อดีตนายสถานีวิทยุ กรมการรักษาดินแดน ภาค เอฟ.เอ็ม. กรุงเทพฯ (๒๕๓๓-๒๕๓๕) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายของสถานีวิทยุ ซึ่งสรุปได้ว่า

นโยบายของสถานีวิทยุ เป็นหลักสำคัญยิ่งในการบริหารงานของสถานีวิทยุ แต่เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บังคับบัญชาระดับสูงอยู่เป็นประจำทุกปี จึงทำให้นโยบายการบริหารสถานีวิทยุ การเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตามระเบียบกรมการรักษาดินแดน ว่าด้วยการบริหารสถานีวิทยุ กรมการรักษาดินแดน พ.ศ.๒๕๓๕ ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ กรมการรักษาดินแดน นั้น ได้แก่ เจ้ากรมการรักษาดินแดน มีหน้าที่ในการควบคุมและกำหนดนโยบายการดำเนินงานของสถานีวิทยุ ให้สอดคล้องกับนโยบายกองทัพบก

ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ จะเป็นผู้กำหนด แนวทางในการปฏิบัติ เกี่ยวกับการขายเวลาของสถานีวิทยุว่าจะเป็นไปได้ในแนวทางใด เช่น ในบางปี จะกำหนดให้สถานีวิทยุเป็นผู้ขายเวลาเอง มีการแบ่งขายเวลาให้แก่นักจัดรายการ หรือ บริษัทผู้ผลิตรายการ เป็นรายช้อบ ๆ มีการแบ่งช้อบเวลา แต่บางปีจะขายเหมาให้กับบริษัทเอกชนเพียงบริษัทเดียวเนื่องจากเห็นว่าจะมีรายได้ที่แน่นอน มีอัตราการเสี่ยงต่อการขาดทุนน้อยกว่าการขายแบ่งช้อบเวลา

ผู้อำนวยการจะเป็นผู้มอบนโยบายให้แก่หัวหน้าสถานีวิทยุ ซึ่งเป็นประธานคณะกรรมการบริหารรับไปดำเนินการต่อไป โดยหัวหน้าสถานีวิทยุ จะเป็นผู้รับผิดชอบและแบ่งมอบงานให้แก่



ฝ่ายต่าง ๆ ในคณะกรรมการบริหาร รวมทั้งนายสถานีวิทยุ ทั้ง ๗ สถานี รับผิดชอบต่อคณะกรรมการ และปฏิบัติตามนโยบายนั้น และจากการที่มีการเปลี่ยนแปลงผู้อำนวยการบ่อยครั้งเป็นประจำทุกปี นี้เอง ทำให้นโยบายการดำเนินการของสถานีฯ มีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยเสมอจนบางครั้ง สร้างความสับสนให้กับผู้ปฏิบัติหน้าที่โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ทำหน้าที่เป็นนายสถานีฯ อย่างมาก

แต่อย่างไรก็ตาม นโยบายหลักที่ไม่เคยมีการเปลี่ยนแปลงมาเลยตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๓๐ เป็นต้นมาที่บริษัท เอกชน เข้ามาซื้อเวลากระจายเสียง ก็คือ การจัดผังรายการกระจายเสียง บริษัทผู้ซื้อเวลาจะเป็นผู้ดำเนินการมาให้ทั้งหมด นายสถานีฯ เป็นเพียงผู้ดำเนินการในขั้นต่อไป ให้ถูกต้องตามระเบียบของกองทัพบกเท่านั้น

๓.๒ ผู้บริหารสถานี เป็นปัจจัยดำเนินการที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากผู้บริหารสถานีจะเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดนโยบายบริหารสถานีฯ ตามที่กล่าวไว้ในข้อ ๓.๑ ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับของส่วนราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การกระจายเสียงบังคับใช้ยึดก็ตาม แต่ในรายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละสถานีฯ นั้น ผู้บริหาร สถานีฯ เป็นผู้กำหนดขึ้นใช้ภายในเอง โดยเฉพาะผู้ที่มีอำนาจและมีอิทธิพลเหนือผู้บริหารสถานีฯ ยังคงมีการใช้ระบบการฝากฝัง ตกลงกันภายในมากกว่าการประกาศอย่างเป็นทางการ ผู้บริหารสถานีฯ จะเป็นผู้พิจารณาว่าจะให้กลุ่มบุคคล หรือบริษัทเอกชนรายใดได้รับสิทธิในการ ซื้อเวลาของสถานีฯ ถึงแม้ว่าในแต่ละสถานีฯ จะมีคณะกรรมการบริหารสถานีฯ ที่ แต่งตั้งจาก ข้าราชการของหน่วยก็ตาม แต่อำนาจสิทธิ์ขาดในการตัดสินใจว่าจะให้ผู้ใดซื้อ เวลาของสถานีฯ นั้น เป็นอำนาจของผู้อำนวยการสถานีฯ แต่ผู้เดียว ซึ่งตามปกติ การทำสัญญาซื้อขายเวลาออกอากาศ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้น โดยเฉพาะสถานีวิทยุในเครือกองทัพบก จะมีระเบียบกำหนดว่า ให้ทำให้อายุ ๑ ปี ในกรณีที่บริษัทเอกชนรายใดที่มีผู้อุปถัมภ์ที่มีอิทธิพลและมีอำนาจในกองทัพ เหนือผู้บริหารสถานีฯ หนุนหลังอยู่ การลงทุนในการจัดตั้งสถานีฯ ให้ใหม่ สร้างอาคารสถานีฯ บ้านพัก จัดซื้อเครื่องส่งและอุปกรณ์กระจายเสียงให้ใหม่ จำนวนการลงทุนที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง จึง จำเป็นจะต้องทำสัญญาผูกพันดังกล่าวขึ้นใหม่อีก ๑ ฉบับ เพื่อให้คุ้มกับการลงทุนนับ ๑๐ ล้านบาท ขึ้นไป

เดิมที่เดิวนั้นกองทัพบกไม่ได้มีนโยบายที่แน่ชัด เกี่ยวกับการบริหารงานของสถานีวิทยุ

กระจายเสียงในเครื่องกึ่งพบก ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๓๐ เครื่องกึ่งพบกได้กำหนดนโยบายอย่างชัดเจนว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องกึ่งพบกทุกสถานี หน่วยที่เป็นเจ้าของความที่จะต้องดำเนินการเอง และหากว่าหน่วยไม่สามารถดำเนินการเองได้ทั้งหมด ก็สามารถขยเวลาในการจัดรายการและโฆษณาให้กับบุคคลหรือบริษัทฯ ขยเวลาไปดำเนินการจัดรายการได้ แต่มีกำหนดให้ทำสัญญาได้ครั้งละ ๑ ปี เท่านั้น

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับผู้บริหารสถานีนี้ จะเกี่ยวข้องกับระบบอุปถัมภ์ เกื้อกูลของผู้มีอำนาจและอิทธิพลเหนือผู้บริหารสถานีอย่างแยกกันไม่ออก และได้เข้ามามีบทบาทในการขยเวลากระจายเสียงของสถานีอย่างมาก จะเห็นได้จากทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารระดับสูงของหน่วย คือ เจ้ากรมการรักษาดินแดน นโยบายการบริหารสถานีก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

บริษัทผู้เหมาเวลาที่เป็นเจ้าของเวลาอยู่เดิมจะพยายามวิ่งเต้นเพื่อให้ได้สิทธิในการขยเวลาต่อไปหลังจากหมดสัญญาแล้วโดยบริษัทอาจจะขอให้เพิ่มค่าเช่าเวลา เพิ่มผลประโยชน์ให้แก่หน่วย หรือให้แก่เจ้าหน้าที่บางคนเพิ่มเติมจากเดิม เมื่อบริษัทฯ ต้องจ่ายเงินให้กับสถานีมากขึ้น บริษัทจะนำมาเป็นข้ออ้างขอขึ้นค่าเวลาแก่ผู้จัดรายการอีกต่อหนึ่งครั้งละร้อยละ ๑๕-๒๐ จากเดิม สำหรับบริษัทฯ อื่น ๆ ที่มีความรู้จักมักคุ้นกับผู้บังคับบัญชาที่ฮ้ายเข้ามาใหม่ หรือมีผู้มีอิทธิพลที่สนิทสนมกับผู้บังคับบัญชาที่ฮ้ายมาใหม่ ก็จะพยายามวิ่งเต้นเพื่อให้ได้เหมาเวลาเช่นกัน สำหรับการที่ สถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดนภาค เอฟ.เอ็ม. มีการเปลี่ยนแปลงรายการทุกปีนั้นก็อยู่ในกรณีดังกล่าวนี้ เนื่องจากภาค เอฟ.เอ็ม. นี้ ผู้บังคับบัญชาจะให้ความสนใจมากกว่าภาค เอ.เอ็ม. เพราะคิดว่าระบบ เอฟ.เอ็ม. จะทำผลประโยชน์ให้มากกว่า เนื่องผู้ฟังส่วนใหญ่ที่ฟังวิทยุ เอฟ.เอ็ม. จะเป็นผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาดีมีรายได้อีกกว่าผู้ฟังวิทยุ เอ.เอ็ม.

ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ การจัดผังรายการกระจายเสียงในแต่ละปีของ ภาค เอฟ.เอ็ม. จึงมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับนโยบายของบริษัทผู้ขยเวลาในช่วงปีนั้นๆจะกำหนดขึ้น เช่น บริษัทผู้ฟังชาวด่ จะกำหนดว่าคลื่นความถี่ ๘๖ MHz นี้จะเน้นไปในกลุ่มวัยรุ่น รายการส่วนใหญ่ที่ผลิตออกมาจะเป็นรายการประเภทวัยรุ่นแรกพบทั้งสิ้น เช่น รายการ เอ็กซ์เพรส ราดิโอ

จัดโดย พัชรี เวทน์พงษ์ เป็นต้น

ส่วนภาค เอ.เอ็ม. นั้น บริษัทผู้ซื้อเวลาจะเป็นบริษัทเดียวกันมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๓๐ ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลง นับตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ.๒๕๓๐ บริษัทฯ ได้ทำสัญญาผูกพันเอาไว้กับหน่วยเป็นระยะเวลา ๕ ปี เนื่องจากได้จัดซื้อเครื่องส่งระบบ เอ.เอ็ม. สเตอริโอให้ใหม่ พร้อมทั้งอุปกรณ์การส่งกระจายเสียงอีกหลายรายการและมีการต่อเติมห้องส่งใหม่ ซึ่งบริษัทเห็นว่าหากทำสัญญาเพียงปีเดียวโดยไม่มีสัญญาผูกพัน ก็อาจทำให้ไม่คุ้มกับการลงทุนในครั้งแรก โดยจะต้องมีการต่อสัญญากันทุกปีตามระเบียบของกองทัพบก แต่ถึงแม้ว่าจะสิ้นระยะสัญญาผูกพันมาแล้วก็ตาม บริษัทดังกล่าวนี้ก็ยังคงได้รับการต่อสัญญามาจนกระทั่งปัจจุบัน (๒๕๓๖) ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นผู้ที่มีความรู้จักมักคุ้นกับข้าราชการผู้ใหญ่ของหน่วยบางคนเป็นอย่างดี มีความใกล้ชิดสนิทสนมจนกระทั่งเกิดความเกรงใจกัน จึงทำให้สามารถต่อสัญญาได้ทุกปี ดังนั้นรายการกระจายเสียงของภาค เอ.เอ็ม. จึงไม่ค่อยจะมีการเปลี่ยนแปลง และบางรายการนั้นมีการจัดติดต่อกันมาเป็นระยะเวลานานกว่า ๑๐ ปี อันสืบเนื่องมาจากความนิยมจากประชาชนที่มีต่อสถานีฯ

๒.๓ ปัจจัยด้านธุรกิจและโฆษณา นับว่าเป็นปัจจัยดำเนินการที่มีผลกระทบต่อการจัดผังรายการกระจายเสียงที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากว่าตามกฎหมายแล้วหน่วยราชการเท่านั้นที่จะเป็นเจ้าของความถี่วิทยุกระจายเสียงได้ แต่ส่วนใหญ่แล้ว หน่วยราชการที่เป็นเจ้าของความถี่เหล่านี้ มิได้จัดสรรงบประมาณสำหรับการดำเนินงานด้านการส่งกระจายเสียงไว้ให้ จึงจำเป็นต้องให้บริษัทเอกชนเข้ามาซื้อเวลาในการจัดรายการ โฆษณาสินค้าและบริการ

ดังนั้นในการดำเนินงานด้านธุรกิจ และโฆษณาของสถานีวิทยุเชิงธุรกิจดังกล่าวจึงอยู่ในความรับผิดชอบของบริษัทเอกชนที่มาซื้อเวลาไปดำเนินการทั้งหมด ซึ่งบริษัทเอกชนเหล่านี้มักจะดำเนินการทุกวิถีทาง เพื่อให้ขายเวลาและขายโฆษณาให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ เพื่อผลกำไรที่จะได้มาจากการดำเนินธุรกิจวิทยุกระจายเสียง

สิ่งที่กำหนดราคาในการขายเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ

๔ ประการ คือ

๒.๓.๑ ตัวสถานี ที่ตั้งของสถานี ว่าอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครหรือต่างจังหวัด

๒.๓.๒ คลื่น เอ.เอ็ม. หรือ เอฟ.เอ็ม.

๒.๓.๓ ตัวรายการ ประเภทรายการและเนื้อหาของรายการ

๒.๓.๔ ช่วงเวลาที่ผู้นิยมฟังมากที่สุด กับช่วงเวลาที่ผู้นิยมฟัมน้อยที่สุด

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านธุรกิจและโฆษณา มักจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอโดยเฉพาะในช่วงฤดูฝน จะเป็นช่วงระยะเวลาที่การโฆษณามีน้อย เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่เกษตรกรต้องเอาเงินไปลงทุนทำการเกษตรของตน ทำให้กำลังซื้อลดลงยอดการขายสินค้าก็ลดลงด้วยเช่นกันจึงทำให้ในช่วงนี้ มีรายการและสปอตโฆษณาถอนออกไปมากกว่าในช่วงระยะเวลาอื่นๆ เป็นผลทำให้การจัดผังรายการกระจายเสียงต้องมีการเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดผังรายการของสถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดน กรุงเทพฯ

"ปัจจัยด้านธุรกิจ และการโฆษณา เนื่องจากการดำเนินงานวิทยุกระจายเสียงในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียงเป็นจำนวนมากจึงจำเป็นต้องมีการแข่งขันด้านธุรกิจ และการขายโฆษณากันอย่างสูง บริษัทผู้ซื้อเวลาจะต้องพยายามดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อให้ขายเวลา และโฆษณาในสถานีของตนเองซื้อเวลามาให้ได้มากที่สุดโดยเร็ว เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายต่างๆ และให้เกิดผลประโยชน์แก่บริษัทมากที่สุดเท่าที่จะทำได้โดย ไม่ได้คำนึงถึงว่ารายการนั้น ผู้ที่ซื้อเวลาต่อไปนั้นจะมีวิธีการดำเนินรายการที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่"

(พันตรี สังคม อินตพงษ์ , สัมภาษณ์, ๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๓๕)

ในการดำเนินงานด้านธุรกิจของ สถานีวิทยุกระจายเสียงกรมการรักษาดินแดน กรุงเทพฯ บริษัทฯ ผู้ซื้อเวลา จะมีลักษณะการดำเนินงานดังนี้.-

- "ภาค เอ.เอ็ม. จะเสนอขายเวลาที่ว่างลงให้แก่นักจัดรายการอิสระเก่า

เสียก่อนแล้วจึงจะนำไปขายให้แก่เจ้าจัดรายการภายนอกอื่นๆ ต่อไปโดยจะมีการคิดราคาค่าเวลาที่แตกต่างกันออกไป เช่น ถ้าหากเป็นนักจัดรายการเก่า จะคิดในอัตราชั่วโมงละ ๒๕,๐๐๐ บาท สำหรับรายการประจำวันจันทร์-วันศุกร์ ส่วนนักจัดรายการใหม่ จะคิดในอัตราชั่วโมงละ ๒๕,๐๐๐ บาท และถ้าหากมีปัญหาเรื่องการจ่ายเงินไม่ตรงตามสัญญาที่กำหนดไว้ จะทำการตัดรายการทันที แต่ถ้าเป็นนักจัดรายการเก่าจะมีการผ่อนผันให้แต่ไม่เกิน ๒ ครั้ง" (คุณประเสริฐ อโนราช , สัมภาษณ์, ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๓๖)

- "ภาค เอฟ.เอ็ม. บริษัทผู้ซื้อเวลาจะเป็นบริษัทที่มีนักจัดรายการในสังกัดของตนเองโดยบริษัทจะเป็นผู้กำหนดนโยบาย และแนวทางในการดำเนินรายการว่า ควรจะเป็นรายการในรูปแบบใดโดยจะเรียกสต๊าฟของบริษัทเข้าร่วมประชุมเป็นประจำทุกอาทิตย์ โดยมิตัวหน้าหน่วยประจำสถานีฯ เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดคิวให้แก่ลูกทีมของตนเองว่าจะให้จัดรายการในช่วงเวลาใดบ้าง มีการสลับผลัดเปลี่ยนเวลายกันจัดอยู่เสมอ บริษัทฯจะนำรูปแบบของรายการ รวมทั้งกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายอย่างชัดเจนแล้วนำไปขายให้กับบริษัทเอเจนซี่โฆษณา บริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้า หรือบริษัทคนกลาง โดยขายโฆษณาออกเป็น ๒ ลักษณะ คือ ขายทั้งรายการ หรือขายเป็นสปอตโฆษณาในรายการนั้นๆ (คุณพัชรี เวทย์พงษ์ , สัมภาษณ์, ๒๖ มีนาคม ๒๕๓๖)

แต่อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะ เป็นบริษัทผู้ซื้อเวลา ภาค เอ.เอ็ม.หรือภาค เอฟ.เอ็ม. ก็ตามจะพยายามที่จะขายเวลาให้ได้หมดโดยเร็วที่สุด เพื่อป้องกันมิให้บริษัทต้องขาดทุน

๒.๕ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้นจำเป็นต้องมีการควบคุมเนื่องจากวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพสูงในการโน้มน้าวจิตใจผู้ฟัง และผู้ฟังจะให้ความเชื่อถือข้อมูลที่ได้รับเป็นอย่างมาก เช่นเมื่อผู้ฟังเชื่อเนื้อหาข่าวและสาระต่างๆ ในรายการ ก็จะทำให้ความเชื่อถือต่อข่าวสารและเนื้อหาที่ได้รับฟังจากรายการนั้น ๆ ตลอดจนรวมถึงการโฆษณาสินค้าและบริการที่ได้รับฟังจากวิทยุกระจายเสียงด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีหน่วยงานของทางราชการขึ้นมารับผิดชอบเกี่ยวกับการกระจายเสียงและการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง เพื่อ

ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบเรื่องดังกล่าวนี้ ๓ หน่วยงาน คือ

๒.๕.๑ คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ แห่งชาติ (กทช.) รับผิดชอบเกี่ยวกับกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

๒.๕.๒ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (คคบ.) สำนัก นายกรัฐมนตรีทำหน้าที่ควบคุมเกี่ยวกับการโฆษณา เพื่อมิให้ผู้ฟังถูกหลอกลวง

๒.๕.๓ คณะกรรมการอาหารและยา (ออย.) กระทรวงสาธารณสุข ทำหน้าที่ควบคุมการโฆษณาเฉพาะอาหารและยา รวมทั้งเครื่องสำอางด้วย

สำหรับสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก ได้มีหน่วยงานที่ควบคุมเกี่ยวกับ กิจการกระจายเสียง คือ คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (กบว. ทบ.) และภายในสถานีวิทยุแต่ละสถานีก็จะมีระเบียบที่สถานีกำหนดขึ้นมาใช้ของสถานีเอง แต่ต้องไม่ขัดต่อระเบียบ กฎและข้อบังคับของคณะกรรมการดังกล่าวข้างต้นแต่อย่างไรรก็ตาม ระเบียบ กฎ ข้อบังคับต่างๆ นั้น ส่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์

สำหรับสถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดน กรุงเทพฯ ทั้ง ๒ ภาค นั้น เนื่องจากเป็น สถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก จึงต้องยึดถือระเบียบของคณะกรรมการบริหารวิทยุ กระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ กองทัพบก พ.ศ.๒๕๓๖ และ กรมการรักษาดินแดนได้ออก ระเบียบกรมการรักษาดินแดนได้ออกระเบียบกรมการรักษาดินแดน ว่าด้วยการบริหารกิจการ วิทยุกระจายเสียงกรมการรักษาดินแดน พ.ศ.๒๕๓๕ ให้สถานีแต่ละสถานีของหน่วยได้ยึดถือ ปฏิบัติตาม นอกจากนั้นแล้วภายในสถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดนแต่ละสถานี ได้ออกระเบียบ ปฏิบัติประจำ (รปจ.) เพื่อควบคุมการทำงานของเจ้าหน้าที่สถานี ที่แต่ละแห่งจะไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแต่ละสถานี

จากการศึกษาพบว่า ถึงแม้จะมีระเบียบ กฎ ข้อบังคับต่าง ๆ ออกมา เพื่อให้สถานีฯ ได้ปฏิบัติตามก็ตาม แต่ก็มักจะถูกอิทธิพลทางด้านธุรกิจเข้ามาบีบให้สถานีฯ ต้องยินยอมผ่อนปรน ให้อายุเสมอ นายสถานีวิทยุฯ บางครั้งต้องเสี่ยงต่อการโทษซ้ำโดยอัตโนมัติ หากมีการ เข้มงวดต่อระเบียบต่าง ๆ มากเกินไป เนื่องจากไปขัดต่อผลประโยชน์ทางด้านธุรกิจของบริษัท

ไม่มีระบบ

มีระบบ

- | | |
|---|--------------------|
| - จดหมายจากผู้ฟัง | - การ Sampling |
| - โทรศัพทจากผู้ฟัง | - การสำรวจทัศนคติ |
| - การฟังจากการพูดคุยของคน
ทั่วไป | - การสำรวจพฤติกรรม |
| - การตระเวนฟังไปตามบ้าน
ว่าบ้านไหนเปิดวิทยุฟังรายการ
อะไรบ้าง | - Programme Rating |
| - การส่งจดหมายสอบถาม | ฯลฯ |
| - การเข้าร่วมรายการ | |

การประเมินผลทั้ง ๒ ระบบนี้ อาจจะเลือกเอาวิธีหนึ่ง เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ในการจัดทำผังรายการกระจายเสียงได้แน่นอนขึ้น อย่างไรก็ตามก็การประเมินผลแต่ละระบบก็มีข้อดี ข้อเสียแตกต่างกัน

การประเมินผลจะช่วยให้ผู้จัดผังรายการกระจายเสียง และผู้จัดรายการได้ตัดสินใจ ทำรายการให้ได้ใกล้เคียงกับความต้องการผู้ฟังเป้าหมายมากที่สุด

จากการศึกษาวิจัยพบว่า สถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดนกรุงเทพ ฯ ทั้ง ๒ ภาค มิได้มีการสำรวจการรับฟังของผู้ฟังอย่างเป็นทางการ เนื่องจากขาดบุคลากร และผู้บริหาร มิได้เห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าว ทั้งๆ ที่เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการที่จะนำมาเป็นข้อมูล ในการปรับปรุงรายการของสถานี และเป็นหน้าที่ของฝ่ายจัดรายการของสถานีก็ตาม (พันโท สุรพล วันเพ็ญ , สัมภาษณ์, ๒๕ เมษายน ๒๕๓๖)

"การประเมินผลการรับฟังของสถานีฯ ใช้วิธีการดูจากจดหมายที่ผู้ฟังมีมาถึงผู้จัด รายการการโทรศัพท์เข้ามาร่วมรายการ ตลอดจนการเรียกขึ้นส่วนผลิตภัณฑ์สินค้าต่างๆ เพื่อ

ซึ่งรางวัลสิ่งของมีค่า ดังนั้น ปัจจัยดำเนินการด้านการประเมินผลการรับฟังจากผู้ฟังนั้นจึงไม่ค่อขมีผลกระทบ และมีบทบาทในการจัดผังรายการ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงกรมการรักษาดินแดน กรุงเทพฯ ทั้ง ๒ ภาค มากนัก" (คุณสุวรรณ เนติธรรม , สัมภาษณ์, ๑๓ มีนาคม ๒๕๓๖)

สรุปปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดผังรายการกระจายเสียงของสถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดน ภาค เอ.เอ็ม. และ เอฟ.เอ็ม. กรุงเทพฯ

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการจัดผังรายการของสถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดน กรุงเทพมหานคร ภาค เอ.เอ็ม. และภาค เอฟ.เอ็ม. นั้น สามารถสรุปได้ว่ามี ๒ ประเภท คือ

๑. ปัจจัยคงที่ คือ ปัจจัยที่มีผลใช้บังคับในการจัดผังรายการกระจายเสียงของสถานีวิทยุทุกสถานีที่เป็นสถานีเชิงธุรกิจ ได้แก่

- ๑.๑ ระบบการส่งกระจายเสียงของสถานี
- ๑.๒ เวลาที่ออกอากาศ
- ๑.๓ กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย
- ๑.๔ ผู้จัดการรายการ (เฉพาะภาค เอ.เอ็ม. เท่านั้น)

๒. ปัจจัยดำเนินการ คือ ปัจจัยที่มีการแปรเปลี่ยน ทำหน้าที่เสริมในการตัดสินใจเพื่อจัดทำผังรายการของสถานีเชิงธุรกิจ ได้แก่

- ๒.๑ นโยบายของสถานี
- ๒.๒ ผู้บริหารสถานี
- ๒.๓ ผู้จัดการรายการ (เฉพาะภาค เอฟ.เอ็ม. เท่านั้น)
- ๒.๔ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง
- ๒.๕ การวิจัยและประเมินผล
- ๒.๖ ปัจจัยด้านธุรกิจและโฆษณา

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดตั้งรายการของสถานีวิจัยกรมการรักษาดินแดน กรุงเทพมหานคร ทั้งสองสถานียิ่งมากที่สุด คือ ปัจจัยเกี่ยวกับ นโยบาย ผู้บริหารสถานียิ่ง และปัจจัยด้านธุรกิจ ซึ่งทั้ง ๓ ปัจจัยดังกล่าวนี้จะเป็นปัจจัยดำเนินการ ที่มีลักษณะสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องจนแยกไม่ออกว่าอะไรจะมีผลกระทบมากกว่ากัน ส่วนปัจจัยอื่นๆ นอกจากนั้นนั้นไม่ค่อยส่งผลกระทบต่อการจัดรายการของสถานียิ่ง มากเท่าไรนัก