

บทที่ 5

ปัจจัยที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ

บริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด

จากการศึกษารายละเอียดของรายการเพลงทางวิทยุทั้ง 4 รายการของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ได้แก่ รายการ GREEN WAVE รายการ HOT WAVE รายการ RADIO VOTE SATELLITE และ รายการ RADIO NO PROBLEM จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบหนึ่งของเนื้อหาในรายการ คือ นักจัดรายการวิทยุ ซึ่งนับว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญและขาดเสียไม่ได้ ดังนั้น นอกจาก บริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตรายการเพลงทางวิทยุ จะผลิตรายการที่มีความน่าสนใจและถูกใจผู้ฟัง ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในบทที่ 4 บริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุแห่งนี้ ยังพยายามสร้างสรรค์นักจัดรายการวิทยุ ที่จะสามารถครองใจกลุ่มผู้ฟังของตนอีกด้วย สำหรับนักจัดรายการวิทยุในสังกัด บริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ในปัจจุบัน (กรกฎาคม 2538) มีทั้งสิ้น 23 คน ดังรายชื่อต่อไปนี้

- | | | |
|----------------|-----------------|--------|
| 1. กิตประพัฒน์ | หมื่นสุดดา | (ออด) |
| 2. เกศริน | วิโรจน์ชูฉัตร | (เกศ) |
| 3. เกษม | พุ่มเรืองศรี | (เกษม) |
| 4. โชคชัย | เจ็ยเจริญ | (ปุ้ย) |
| 5. ัญฐพงษ์ | แดงเกษม | (โป้ง) |
| 6. ญา | มนตรีเศวตกุล | (แจ๊ค) |
| 7. ธนา | เหล่าเมตตาจิตต์ | (จูน) |
| 8. นพพร | อุดมศักดิ์ | (จุ่ม) |

9. นภาพร	ไตรวิทย์วารีกุล	(อ้อย)
10. นีราตรี	ศรีบุญเรือง	(นิ)
11. บุญชู	ดวงจินดา	(บุญชู)
12. พรรณณา	วงษ์สมุท	(เล็ก)
13. ยุทธนา	บุญอ้อม	(เต็ด)
14. วัชรารามณ์	จิตต์อารีย์	(เอ)
15. วาชิณี	ศรีมงคล	(วา)
16. วินัย	สุขแสง	(หน่อง)
17. วิศวะ	กิจตันขจร	(เป้)
18. ศรีจุฬา	หยงสตาร์	(จู้)
19. สมพล	ปิยะพงศ์สิริ	(ไก่)
20. อรรณพ	กิตติกุล	(หนึ่ง)
21. อภิสทธิ์	ปุณณะนิริ	(เปิ้ล)
22. อัญชลี	หวังโรจน์ฤทธิ์	(อัญ)
23. เอก	กฤษณาวารินทร์	(เอก)

จากรายชื่อของนักจัดรายการวิทยุดังกล่าว คงพอจะเห็นได้ว่า มีนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด หลายคนที่เป็นนักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียง ดูได้จาก ผลการสำรวจความนิยมของผู้ฟังรายการวิทยุจากสื่อต่างๆ เช่น สมพล ปิยะพงศ์สิริ ครองอันดับ 1 ของนักจัดรายการวิทยุที่ประชาชนชื่นชอบ จากการสำรวจของสถาบันปฏิบัติการโทรทัศน์ KPAT ตลอดปี 2537, ยุทธนา บุญอ้อม และนพพร อุดมศักดิ์ ติด 1 ใน 10 ของการสำรวจเดียวกัน, นีราตรี ศรีบุญเรือง, โชคชัย เจียเจริญ, วินัย สุขแสง และ เกษม พุฒเรืองศรี เป็นดีเจที่วัยรุ่นชื่นชอบ จากการสำรวจของหนังสือพิมพ์คู่แข่งธุรกิจ

ประจำวันที่ 28 มีนาคม - 3 เมษายน 2537 เป็นต้น

ถึงแม้ว่านักจัดรายการวิทยุบางคนของบริษัทนี้ จะไม่ถึงกับเป็นนักจัดรายการวิทยุยอดนิยม แต่โดยภาพรวมของเอ-ไทม์ มีเดีย แล้ว ถือเป็นบริษัทที่เป็นผู้นำในวงการวิทยุของเมืองไทยในขณะนี้ ดังนั้นจึงควรหันมามองกันว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด

ในปัจจุบันนี้ การจัดรายการเพลงทางวิทยุไม่มีลักษณะ One Man Show เหมือนในอดีต ที่นักจัดรายการวิทยุ ต้องทำหน้าที่ทุกอย่างด้วยตนเอง นับตั้งแต่การติดต่อสถานี ชื่อเวลา ชายโฆษณา และจัดรายการเอง แต่การทำงานในยุคนี้ เปลี่ยนแปลงเป็นบริษัทผู้ผลิตรายการเพลงทางวิทยุ ที่มีความมั่นคงแข็งแรง ประมูลเวลาของสถานีมาเป็นของตัวเอง และมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ เป็นทีมผู้ผลิตรายการ ทำหน้าที่ในการสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบของรายการวิทยุที่มีความน่าสนใจ มีทีมงานฝ่ายการตลาดเป็นผู้ขายโฆษณา หรือหาผู้สนับสนุนรายการ และมีนักจัดรายการวิทยุเป็นผู้ดำเนินรายการให้เป็นไปตามแนวคิดหลักและโครงสร้างของรายการที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม นักจัดรายการวิทยุ ยังคงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้นำเสนอเนื้อหาทั้งหมดของรายการ และเป็นผู้ที่อยู่เบื้องหน้า ทำหน้าที่สื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้ฟังด้วย

ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตรายการเพลงทางวิทยุ จึงต้องทำการสรรหานักจัดรายการวิทยุที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว เหมาะกับการจัดรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท

ซึ่งคุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุนี้เอง ที่เป็นปัจจัยสำคัญประการแรก ที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด

1. คุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุ

สำหรับบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ผู้ที่ทำหน้าที่ในการพิจารณาคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุในสังกัด คือ คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา กรรมการผู้จัดการ ซึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแลนักจัดรายการวิทยุทุกคนโดยตรง การได้มาซึ่งนักจัดรายการวิทยุแต่ละคนนั้น มีความแตกต่างกันออกไป นักจัดรายการวิทยุรุ่นแรกของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด คือ ตัวคุณสายทิพย์เอง ซึ่งเป็นนักจัดรายการวิทยุที่ประสบความสำเร็จ กับการจัดรายการผิวปากตามเพลง และ ร่มไม้รายทาง รวมทั้งนักจัดรายการวิทยุที่เคยจัดรายการด้วยกันมาตั้งแต่ยังไม่ได้ก่อตั้งบริษัท เช่น เกศริน วิโรจน์ชูฉัตร หลังจากนั้น เมื่อ เอ-โหม้ มีเดีย ได้เวลาจากสถานีต่างๆเพิ่มขึ้น และผลิตรายการเพลงทางวิทยุ เช่น รายการเพลงไทยไฟแรง F.M. 91.0 MHz. , รายการ ข้าวเกรียบเพลงเก่า F.M. 107.5 MHz. , รายการ MUSIC IN ACTION F.M. 97.5 MHz. และรายการ AFTERNOON DELIGHT F.M. 96.0 MHz. จึงต้องมีการรับนักจัดรายการวิทยุเพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการคัดเลือกจากนักจัดรายการวิทยุที่มีประสบการณ์ คือเคยจัดรายการเพลงอื่นๆมาแล้ว เช่น นพพร อุดมศักดิ์, อภิสิทธิ์ ปุณณะนิธิ และณชา มนตรีเศวตกุล ซึ่งเคยจัดรายการโลกสวยด้วยเพลง เป็นต้น

รายการเพลงทางวิทยุในช่วงแรก ของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ยังเป็นรายการแบบไม่เต็มคลื่น คือจัดเพียงไม่กี่ชั่วโมงในสถานีนั้น ๆ

แต่ต่อมาบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด สามารถประมวลเวลาแบบเหมาทั้งสถานีได้ และผลิตรายการที่ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ได้แก่ รายการ GREEN WAVE และรายการ HOT WAVE ทำให้นักจัดรายการวิทยุที่มีอยู่นั้น ไม่เพียงพอที่จะจัดในรายการต่างๆ จึงมีการรับนักจัดรายการวิทยุเพิ่มเติมอีก โดยในครั้งนี้ มีนักจัดรายการวิทยุส่วนหนึ่งที่มาจากรายการอื่น ไม่ว่าจะเป็นรายการวิทยุในส่วนกลาง เช่น เกษม พุ่มเรืองศรี และวาธินี ศรีมงคล จากรายการ SMILE RADIO และนักจัดรายการวิทยุจากต่างจังหวัด เช่น ศรีจุฬา หงษ์สตาร์ เคยจัดรายการ TODAY F.M. และรายการดนตรีสีสัน ที่หาดใหญ่, กิตประพัฒน์ หมั่นสุดตา เคยจัดรายการ RADIO ACTIVE , รายการ SUNDAY SPECIAL ที่พิษณุโลก และรายการ RADIO ACTION ที่ภูเก็ต เป็นต้น

นักจัดรายการวิทยุอีกส่วนหนึ่ง ของ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด เป็นนักจัดรายการวิทยุที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในด้านนี้มาก่อน เช่น วินัย สุขแสวง ซึ่งเพิ่งจบการศึกษา แล้วมีความสนใจที่จะเป็นนักจัดรายการวิทยุ จึงมาสมัครทำงานที่นี้ นอกจากนี้ ยังมีนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด บางคนเข้ามาโดยคำชักชวนของเพื่อน เพราะลักษณะการรับนักจัดรายการวิทยุของบริษัทนี้ นอกจากจะมีการประกาศรับสมัครทางรายการวิทยุของบริษัทแล้ว ยังเป็นการบอกต่อกันด้วย เช่น ยุทธนา บุญอ้อม มาเป็นนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ด้วยคำชักชวนของเกศริน วิโรจน์ชูฉัตร และสมพล ปิยะพงศ์สิริ มาสมัครตามคำชักชวนของยุทธนา บุญอ้อม เป็นต้น

หลังจากนั้น เมื่อรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด เพิ่มขึ้นมาเป็น 4 รายการแบบเต็มคลื่นดังในปัจจุบันนี้ นักจัดรายการวิทยุในระยะหลังที่เข้ามา มีทั้งจากการรับสมัคร การชักชวนในกลุ่มคนรู้จัก และ

คนที่โยกย้ายมาจากบริษัทอื่น จนกระทั่งมีนักจัดรายการวิทยุในบริษัททั้งสิ้น 23 คน จนถึงทุกวันนี้

สำหรับวิธีการ ในการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุ ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด นั้น คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุรยา ผู้มีหน้าที่ในการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุ จะฟังจากเทปรายการตัวอย่างที่ผู้สมัครทำมาส่ง หากฟังในครั้งแรกแล้ว เห็นถึงความสามารถในการเป็นนักจัดรายการวิทยุ คุณสายทิพย์ ก็จะเรียกมาคุย และอาจให้ทำเทปตัวอย่างมาฟังเพิ่มเติม รวมทั้งมีการวิพากษ์วิจารณ์เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขในจุดที่บกพร่องต่อไป

“...ระหว่างตรงนี้ มันจะเป็นระยะเวลาพอสมควร อย่างน้อย เราก็จะรู้ว่า อ้อ คนนี้เนี่ย เวลาเราบอกอะไรไปแล้วเนี่ย คำทำมัย คำพยายาม หรือเปล่า พยายามแล้วทำได้มัย บางคนก็พยายาม แต่ไม่ได้ มันก็มี คำอาจจะไม่เหมาะสมกับตรงนี้ แต่คำมีความพยายาม คืออาชีพดีเจ มันไม่เหมือนกับอาชีพอื่นๆ ที่ขยัน พยายาม แล้วก็ได้ อาชีพนี้มันเหมือนกับที่ไม่อยากใช้คำว่า พรสวรรค์ นะ แต่มันมีอะไรบางอย่างที่ทำให้ทุกคนไม่สามารถเป็นดีเจได้หมด มันมีบางคนเท่านั้นเอง...” (สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุรยา สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2538)

จากคำสัมภาษณ์ดังกล่าว คุณสายทิพย์ได้พูดถึงขั้นตอนของการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ซึ่งต้องมีการฟังเทปตัวอย่าง การจัดรายการที่ผู้สมัครทำมาส่ง แต่ในกรณีของบุคคลที่เคยเป็นนักจัดรายการวิทยุมาก่อน อาจไม่ต้องทำเทปตัวอย่างนี้ เพียงแต่ต้องมีการพูดคุยกันถึง

รายละเอียดต่างๆ ก่อนจะเข้ามาทำหน้าที่ในการจัดรายการเพลงทางวิทยุ ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด

นอกจากนี้ ยังมีนักจัดรายการวิทยุบางคนของบริษัทนี้ ที่เริ่มต้นการทำงานในตำแหน่งอื่น เช่น ผู้ประกาศข่าว ก่อนที่จะได้เป็นนักจัดรายการวิทยุเต็มตัว ทั้งนี้เพราะ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ค่อนข้างพิถีพิถัน ต่อการสร้างนักจัดรายการวิทยุแต่ละคน จึงจำเป็นต้องทำให้นักจัดรายการวิทยุ มีความเชี่ยวชาญในการทำงานมากที่สุด ยกตัวอย่าง เช่น เอก กฤษณาวารินทร์, วิศวะ กิจตันขจร และ วินัย สุขแสวง

“...ตอนนั้น พี่เข้ามาในส่วนของผู้ประกาศข่าว คือสมัครเป็นดีเจ แต่ว่าเค้ายังไม่ให้เป็นดีเจ เพราะว่า หนึ่ง คือเรายังไม่ชั่วโมงบิน... ก็เลยอ่านข่าว... เป็นงานที่เราชอบเหมือนกัน แต่ว่าเราชอบเป็นดีเจมากกว่า เราเชื่อมั่นว่า เราอยากทำ เราทำได้ ก็เลยคุยกับพี่จอด... เค้าก็บอกว่า เอ้า เอ็งแน่ เอ็งก็ทำเทปมาให้ข้าฟัง...หลังจากนั้น ก็ได้ไปจัด HOT WAVE...” (วินัย สุขแสวง. สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2538)

จะเห็นได้ว่าการเข้ามาเป็นนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด นั้น มีความแตกต่างกันไปในแต่ละกรณี แต่หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุของบริษัทนี้ คือการพิจารณาคุณสมบัติในการเป็นนักจัดรายการวิทยุ ซึ่งคุณสมบัติพื้นฐานอยู่ ๓ อย่างได้บรรยายไว้ดังต่อไปนี้

“...จริงๆ ถ้าพูดถึง คุณสมบัติของการเป็นดีเจ จริงๆแล้ว มันก็มีคุณสมบัติพื้นฐานอยู่ ๓ อย่างเรื่องเสียง ซึ่งก็ไม่ได้หมายความว่า

ต้องเสียงเพราะ ต้องเสียงดี อาจจะเป็นเสียงที่ไม่น่ารำคาญ เสียงที่คนฟัง
 ได้ ฟังได้ เรื่องของความชัดเจนในการพูด เรื่องภาษา เรื่องลีลาในการพูด
 พวกนี้เป็นคุณสมบัติพื้นฐาน มันรวมไปถึงการเป็นคนสนใจคนอื่น อยากรู้ อยากเห็น
 เป็นคนชอบอ่าน ชอบฟัง ชอบดู แล้วเก็บสะสมข้อมูลไว้ในตัว แล้วพร้อม
 ที่จะเอาออกมาใช้ อันนี้ที่ถือว่าเป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่ดี เจกัวร์จะมี... แต่อันนี้
 ที่สำคัญมาก ที่ดีเจซึ่งเป็นอาชีพที่มันเป็นตัวของตัวเองมาก การที่เราไปนั่งตรงนั้น
 แล้วจัดรายการเนี่ย มันเป็นตัวเรา... เราโตมาอย่างไร สภาพแวดล้อม ครอบครัว
 เป็นอย่างไร ทัศนคติ ค่านิยม ที่หล่อหลอมมาเป็นตัวเรา มันเป็นอย่างไง วันหนึ่ง
 มันจะออกไปหมดเลย ตรงนี้เราก็จะกลายเป็นดีเจที่ดลก มองโลกในแง่ดี
 ทำให้ผู้ฟังมีความสุขได้ หรืออาจจะเป็นดีเจที่มองโลกในแง่ร้าย พูดจาเสียดสี
 เหยียดหยามคนอื่น ดูถูกเพลงไทย อะไรเนี่ย ก็คือตัวเราทั้งนั้น... พี่ถึงได้บอกว่า
 คุณสมบัติข้อนี้มันสำคัญมาก แก้มไม่ได้ เปลี่ยนไม่ได้ด้วย..." (สายทิพย์ มนตรีกุล ณ
 อยุธยา. สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2538)

จากคำสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า บริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด
 มีหลักเกณฑ์ที่สำคัญในการคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาเป็นนักจัดรายการวิทยุ คือ
 นอกจากจะดูที่ความสามารถในการจัดรายการแล้ว ยังให้ความสำคัญกับคุณสมบัติ
 ด้านความคิดและอุปนิสัยใจคอ ของนักจัดรายการวิทยุอย่างมาก ดังที่เคยให้
 สัมภาษณ์ไว้ในหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งว่า "เอโทมัสไม่เอาดีเจเก่ง แต่เลือกคนมองโลก
 ในแง่ดี" (สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา. สัมภาษณ์ในหนังสือพิมพ์ชีวิตชีวา,
 ประจำวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2537)

นอกจากนี้ หากพิจารณาในด้านการศึกษาของนักจัดรายการวิทยุสังกัด บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด สามารถแบ่งตามระดับการศึกษาได้ดังนี้

- จบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 1 คน
- จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 17 คน
- จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน
- กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 2 คน

สำหรับสาขาที่จบการศึกษา พบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด จบการศึกษามาทางด้านนิเทศศาสตร์ หรือ สื่อสารมวลชน เช่น

- สมพล ปิยะพงศ์สิริ, เกศริน วิโรจน์ชูฉัตร, ณาพร ไตรวิทย์วารีกุล และ อรรณพ กิตติกุล จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ฤชา มนตรีเศวตกุล และ ศรีจุรา หยงสตาร์ จากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วัชรภรณ์ จิตต์อารีย์ และ เอก กฤษณาวารินทร์ จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- โชคชัย เจ็ยเจริญ จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- วินัย สุขแสวง จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

จึงกล่าวได้ว่า นักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ส่วนใหญ่มีพื้นฐานการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ หรือสื่อสารมวลชน ดังนั้น ปัจจัยคุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุ อันนำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ประกอบไปด้วย

1.1 ความรู้ และ ประสบการณ์ในวิชาชีพ

ความรู้หรือพื้นฐานทางการศึกษา ที่ตรงกับสาขาอาชีพในการทำงาน ย่อมเป็นรากฐานสำคัญ ที่นำไปสู่ความก้าวหน้าในอาชีพนั้นๆ และการเป็นนักจัดรายการวิทยุ ก็เช่นเดียวกัน ถึงแม้ในความเป็นจริง จะพบว่า นักจัดรายการวิทยุที่ทำหน้าที่อยู่ในรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด จบการศึกษามาจากหลากหลายสาขา บางคนเรียนมาทางด้านบริหารธุรกิจ บางคนจบวิทยาศาสตร์ อย่างไรก็ตาม นักจัดรายการวิทยุส่วนใหญ่ของบริษัทนี้ จบการศึกษามาทางด้านนิเทศศาสตร์ หรือสื่อสารมวลชน ซึ่งการมีพื้นฐานทางด้านนี้โดยตรงย่อมได้เปรียบหลายประการ คือ ได้เรียนรู้เรื่องการเป็นนักจัดรายการวิทยุทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ หรือได้รับการปลูกฝังให้เป็นนักสื่อสารมวลชนที่ดีตระหนักถึงความสำคัญ ของการเป็นผู้ส่งสารผ่านสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อผู้ฟังจำนวนมาก จึงต้องรู้จักใช้สื่ออย่างถูกต้อง และหมั่นศึกษาหาข้อมูลในเรื่องต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เป็นคนที่มีโลกทัศน์กว้างไกล และไม่หยุดนิ่งสิ่งเหล่านี้ ส่งผลให้ผู้ที่ศึกษามาทางด้านนี้ ประสบความสำเร็จในการเป็นนักจัดรายการวิทยุ เช่น สมพล ปิยะพงศ์สิริ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่า เป็นนักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน เขาเองยังมองเห็นถึงความสำคัญของพื้นฐานการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ของตน โดยได้กล่าวไว้ว่า

“...วิธีการจัดรายการของเรา...มีทั้งเสียง โหวกเหวก โวยวาย หัวเราะดัง...แต่ไม่ใช่ว่าพูดจาหยาบค้าย หรือชักชวนไปในสิ่งที่ไม่ดี เพราะเราจบมาทางด้านนิเทศศาสตร์ เราก็ถูกฝึกฝนมาในเรื่องของการใช้ภาษา อบรมในเรื่องของจริยธรรมในอาชีพนี้ เราก็ต้องมีอยู่แล้ว...” (สมพล ปิยะพงศ์สิริ. สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2538)

อย่างไรก็ตาม ไม่ได้หมายความว่า นักจัดรายการวิทยุที่เรียนมาในสาขาวิชาอื่น จะไม่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังเสียเลยทีเดียว เพราะยังมีปัจจัยอื่นที่มีส่วนผลักดันให้นักจัดรายการวิทยุประสบความสำเร็จ ได้แก่ การมีประสบการณ์ในการจัดรายการที่ยาวนาน หรือมีชั่วโมงบินมาก ซึ่งย่อมก่อให้เกิดความชำนาญในการจัดรายการวิทยุ สำหรับนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมี่ มีเดีย จำกัด ที่มีประสบการณ์ทางด้านนี้มากกว่าผู้อื่น เช่น นพพร อุดมศักดิ์, อภิสหรี ปุณณะนิธิ, ฤชชา มนตรีเศวตกุล เป็นต้น แต่ก็ไม่ใช่ว่านักจัดรายการวิทยุที่มีประสบการณ์มากทุกคน จะเป็นนักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียง

1.2 ความสามารถในการจัดรายการ

นักจัดรายการวิทยุ ในที่นี้หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการพูดคุย เปิดเพลง เปิดโฆษณา และนำเสนอเนื้อหาทั้งหมดของรายการผ่านสื่อวิทยุ ซึ่งแน่นอนว่าต้องมีความสามารถในการควบคุมเครื่องไม้เครื่องมือต่างๆภายในสถานี นอกเหนือไปจากนี้ ยังต้องมีความสามารถในการดำเนินรายการด้วย

เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อมวลชนที่อาศัยเสียงในการสื่อสาร นักจัดรายการวิทยุจึงต้องมีพื้นฐานทางเสียงที่ดี อาจกล่าวได้ว่า นักจัดรายการวิทยุเป็นอาชีพที่ขายเสียงเลยก็ว่าได้ กล่าวคือ ไม่ได้ขายรูปร่างหน้าตาเหมือนกับดารา นักร้อง นักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมี่ มีเดีย จำกัด ไม่จำเป็นต้องมีเสียงที่ไพเราะ แต่ต้องมีเสียงที่น่าฟัง มีความชัดเจนในการพูด รวมทั้งมีลีลาและจังหวะในการพูดที่ดีด้วย ตัวอย่างของนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมี่ มีเดีย จำกัด ที่มีคุณสมบัติในข้อนี้ เช่น นพพร อุดมศักดิ์ ซึ่งได้พูดถึง

เสียงของตัวเองว่า ไม่ได้เป็นคนที่มีเสียงเพราะ แต่พอพูดแล้วสะกดหูคนฟัง ลีลาการพูดมีความมั่นใจ ส่งผลให้มีผู้ฟังติดตามรายการที่จัดมากพอสมควร

นอกจากนี้ คุณนพพร อุดมศักดิ์ ยังแสดงความคิดเห็นไว้ด้วยความสามารถในการจัดรายการนี้ เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก แม้ว่านักจัดรายการวิทยุจะอยู่ในสังกัดบริษัทที่ใหญ่โต ได้จัดในรายการวิทยุยอดนิยม และได้รับการโปรโมทผ่านสื่อมวลชนมากเพียงใดก็ตาม แต่หากนักจัดรายการวิทยุไม่มีความสามารถในการจัดรายการแล้ว ก็ยากที่จะมีชื่อเสียงได้ ดังที่กล่าวไว้ ดังนี้

“...ต่อให้รายการดังยังไงเนี่ย แต่ว่าถ้าตัวเค้าเองไม่ค้นคว้า ไม่มีลีลาเฉพาะตัว เค้าก็จะไม่โดดเด่นมา คือจะไม่ถูกสนใจเลย อันนี้ค่อนข้างชัดเจนมาก... ในขณะที่บริษัทส่งเสริม... อาจจะมีข่าวประชาสัมพันธ์ออกไป ตามหน้าหนังสือพิมพ์... ถ้าเค้าไม่ดี ทุกคนหมุนหนีได้ตลอดเวลา...” (นพพร อุดมศักดิ์. สัมภาษณ์, 25 พฤษภาคม 2538)

จากคำสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ความสามารถในการจัดรายการมีความสำคัญมาก นอกจากนี้ ยังหมายถึงการมีไหวพริบปฏิภาณในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เพราะรายการวิทยุเป็นรายการที่จัดขึ้นสดๆ โดยไม่มีการตัดต่อ นักจัดรายการวิทยุต้องมีความสามารถในการดำเนินรายการให้เป็นไปด้วยดี และเป็นไปตามแนวคิดหลักและโครงสร้างของรายการที่กำหนดไว้ หน้าที่ของนักจัดรายการวิทยุจึงไม่ได้หมายความว่าเพียงแค่ ความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือต่างๆ เท่านั้น ดังที่ Pete & Andy (1994) ได้กล่าวไว้ในหนังสือ The Radio Handbook ว่าเครื่องมือในการสื่อสารเป็นเพียงช่องทางในการติดต่อ

ระหว่างนักจัดรายการวิทยุกับผู้ฟัง แต่ความสำเร็จของการสื่อสารนั้น ขึ้นอยู่กับวิธีการของผู้นำเสนอ นั่นคือ การใช้คำเสียง สีลา และเทคนิคต่างๆ ของนักจัดรายการวิทยุ

1.3 อุปนิสัยส่วนตัวของนักจัดรายการวิทยุ

คุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุในข้อนี้ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการจัดรายการ กล่าวคือ อุปนิสัยใจคอ ความคิด และทัศนคติ ของนักจัดรายการวิทยุ มักแสดงออกมาในขณะที่จัดรายการ เนื่องจากการเป็นนักจัดรายการวิทยุ นั้น ต้องอาศัยความเป็นตัวของตัวเองมาก คนที่มองโลกในแง่ดี มักพูดจาออกมาในลักษณะที่ทำให้ผู้ฟังมีความสุข ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเพราะผู้ฟังรายการวิทยุ ย่อมต้องการฟังในสิ่งที่เพลิดเพลินใจ จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ นักจัดรายการวิทยุ ซึ่งมีอุปนิสัย สนุกสนานร่าเริง มักจะได้รับความสนใจจากผู้ฟังมาก และสิ่งสำคัญของคุณสมบัติด้านอุปนิสัยส่วนตัวของนักจัดรายการวิทยุนี้ คือ เป็นสิ่งที่ยากจะเปลี่ยนแปลง แก้ไขด้วย

คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา จึงมักคัดเลือกนักจัดรายการวิทยุที่มองโลกในแง่ดี เพราะสามารถสร้างความเพลิดเพลินใจให้กับผู้ฟังได้ โดยคุณสายทิพย์ ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งที่อยู่ภายในความคิดและจิตใจของนักจัดรายการวิทยุนี้ เป็นผลมาจากพื้นฐานทางด้านครอบครัว และสภาพแวดล้อมที่ดี ยกตัวอย่าง เช่น สมพล ปิยะพงศ์สิริ นักจัดรายการวิทยุผู้มีอารมณ์ขัน มีมุขและลูกเล่นมากมาย เป็นที่ถูกใจผู้ฟัง เนื่องจาก สมพล เติบโตมาในครอบครัวที่อบอุ่น ซึ่งเขายกบอกว่า บ้านของเขา เป็นบ้านของคนอารมณ์ขัน พ่อ แม่ และพี่ๆ ทุกคน

มักใช้เวลาในการสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ทำให้เขาได้รับอิทธิพลโดยตรงมาจากที่บ้านนั่นเอง

นอกจากนักจัดรายการวิทยุจะต้องมีอารมณ์ขันที่สร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ฟังแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่มองข้ามไปไม่ได้ คือ การพูดคุยอย่างเป็นกันเองกับผู้ฟัง เนื่องจาก วิทยุเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้ฟังมาก จนเรียกได้ว่า เป็นสื่อส่วนบุคคล (Personalized Medium) นักจัดรายการวิทยุมีโอกาสดังกล่าวที่จะติดต่อสื่อสารกับผู้ฟังได้โดยตรง จึงต้องสร้างความสัมพันธ์อันดี และก่อให้เกิดความคุ้นเคย นักจัดรายการวิทยุที่ผู้ฟังติดตามกันมาก มักเป็นผู้ที่ซอภกระเช้าเข้าหาผู้ฟังสร้างความอบอุ่นเป็นกันเอง ตรงกับที่ Michael C. Keith (1987) ได้กล่าวไว้ในหนังสือ Radio Programming ว่า นักจัดรายการวิทยุมีหน้าที่ที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. พูดคุยกับผู้ฟังอย่างเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังมีความรู้สึกเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม
2. สร้างความเพลิดเพลินใจ ด้วยการนำเสนอรูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิง

นักจัดรายการวิทยุ จะทำหน้าที่ทั้ง 2 ประการนี้ได้ดี ก็ต่อเมื่อตัวเขามีพื้นฐานทางด้านอุปนิสัยใจคอ และทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ที่ดีด้วย เนื่องจากคนที่ใจร้อน ขี้โมโห มองโลกในแง่ร้าย ย่อมไม่สามารถเสแสร้งเป็นคนอารมณ์ดี และเป็นนักจัดรายการวิทยุที่ทำให้ผู้ฟังมีความสุขได้

สำหรับตัวอย่างของนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมี่ มีเดีย จำกัด อีกคนหนึ่ง ที่มีคุณสมบัติในข้อนี้ คือ คุณยุทธนา บุญอ้อม ซึ่งพูดถึงจุดเด่นของตัวเองว่า

“...พี่จะเป็นคนที่รับสายเข้ามาคุยได้อย่างสนุกมาก พี่จะสามารถคุยได้ทุกเรื่อง พี่จะแซว จะแหย่แเก่ง ความสุขในช่วงรายการมันจะอยู่ในช่วงที่คุยกับคนฟัง...แล้วอีกอย่างหนึ่ง คือ คงจะเป็นเรื่องของ พี่เป็นคนมองโลกในแง่ดีมั้ง แล้วมันโชว์ไปในรายการได้ เพราะรายการวิทยุเนี่ย ถ้าเกิดดีเจดูเนี่ย มันจะไม่ Work คนฟังจะไม่รู้สึกอบอุ่น คำต้องการเพื่อนในการฟังเพลงมากกว่าครู...” (ยุทธนา บุญอ้อม. สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2538)

ปัจจัยคุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุดังกล่าวจึง เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อการก้าว เป็นนักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียง นอกจากจะเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของการประกอบอาชีพนี้ ยังเป็นสิ่งที่ผู้ฟังต้องการด้วย ดูได้จากผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรฟังรายการวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร” ของ จาระไน แกลโกศล ที่มีการสำรวจถึงคุณสมบัติของดีเจที่ผู้ฟังต้องการ ผลปรากฏว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่อยากให้ดีเจเปิดเพลงมาก พูดน้อย แต่พูดจามีสาระ ให้ความรู้และสนุกสนาน มีอารมณ์ขัน โดยที่การให้ความรู้กับผู้ฟังต้องไม่ซีเรียสเกินไป และการสนุกสนานต้องไม่ถึงกับพูดมาก และซีเล่นเกินไปด้วย หากนักจัดรายการวิทยุคนใด มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของผู้ฟังจำนวนมาก ย่อมประสบความสำเร็จได้ไม่ยาก และสามารถก้าวไปสู่การเป็นนักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียงในที่สุด

2. ผู้บริหาร และ ทีมผู้ผลิตรายการ

2.1 ผู้บริหาร

เนื่องจากภาพรวมของธุรกิจการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ ในยุคนี้ ไม่ใช่ลักษณะของบุคคลเพียงคนเดียว ที่ใช้เวลาจากทางสถานี เพื่อจัดรายการ เพลงของตนเพียง 1-2 ชั่วโมง อีกต่อไป แต่เป็นยุคของอุตสาหกรรม ที่ ดำเนินงานในรูปของบริษัทผู้ผลิตรายการเพลงทางวิทยุ ที่ประมวลเวลาจากสถานี เพื่อผลิตรายการ และมีนักจัดรายการวิทยุในสังกัด ทำหน้าที่ในรายการต่างๆ ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตรายการ จึงมีความสำคัญต่อความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการ วิทยุอย่างมาก

สำหรับ บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ผู้ที่มีอำนาจและบทบาทมากที่สุด คือ ผู้บริหารสูงสุด หรือคุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา กรรมการผู้จัดการของบริษัท นั้นเอง นอกจากคุณสายทิพย์ จะมีหน้าที่ในการดูแลการทำงาน ของทุกฝ่ายในบริษัทแล้ว ยังเป็นบุคคลที่มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลนักจัดรายการ วิทยุทุกคนโดยตรงด้วย โดยได้อาศัยประสบการณ์การเป็นนักจัดรายการวิทยุมาก่อน ในการบริหารงาน ดังที่เคยให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“...อาจจะเป็นเพราะไม่ได้เดินทางมาใน line ของผู้บริหาร พี่จะเป็นคน Production มากกว่า เด็บโตมาจากการเป็นดีเจ พอวันหนึ่งที่ต้องมาทำหน้าที่บริหาร ซึ่งไม่เพียงเฉพาะแง่การบริหารเพียงอย่างเดียว มันเป็นเรื่องของธุรกิจด้วย เป็นเรื่องของเงินทอง ตลาด ผู้คน นั่นถือว่าเป็นความยากลำบากของตัวเอง ก็เลยอาศัยการลองผิดลองถูกเยอะมาก ดังนั้นวิธีการ

ที่ทำอยู่ ก็คืออะไรก็ตาม ที่เคยมาแล้ว ไม่ happy ไม่ยุติธรรม ก็ไม่ทำ...”
(สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา. สัมภาษณ์ในแนวหน้าสุดสัปดาห์, ประจำวันที่ 8-14
กรกฎาคม 2537)

จากคำสัมภาษณ์นี้ คุณสายทิพย์ได้กล่าวว่า การทำงานในด้านนี้มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของธุรกิจด้วย เนื่องจาก การแข่งขันในวงการวิทยุในปัจจุบันมีสูงมาก บริษัทผู้ผลิตรายการจึงต้องนำแนวคิดทางการตลาดมาประกอบการตัดสินใจ เริ่มต้นจากการสรรหาบุคคล เข้ามาเป็นนักจัดรายการวิทยุ คุณสายทิพย์มีหน้าที่ในการคัดเลือกตามเกณฑ์ต่างๆที่กำหนดไว้ นอกจากจะต้องหาบุคคลที่มีความสามารถแล้ว คงเป็นเรื่องหลีกเลี่ยงไม่ได้ ที่ต้องมองตลาดด้วยการสร้างสรรค์นักจัดรายการวิทยุในสังกัด ต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มผู้ฟัง เพราะผู้ฟังคือลูกค้า ในขณะที่นักจัดรายการวิทยุ เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัท และส่วนที่สำคัญที่สุดของ เรื่องผลิตภัณฑ์ในทางการตลาด คือ มุ่งพยายามพัฒนาให้มีสิ่งซึ่งสามารถสนองความต้องการของลูกค้า (ธงชัย สันติวงษ์. หลักการตลาด, 2531)

ในการวางตัวนักจัดรายการวิทยุของบริษัท ให้จัดในรายการต่างๆ อย่างเหมาะสมเปรียบได้กับ การหาสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้า (Place) ส่วนผสมทางการตลาดทางด้านสถานที่จัดจำหน่ายสินค้านี้ หมายถึง การที่ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ ในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม ซึ่งในด้านของการจัดรายการเพลงทางวิทยุแล้ว หมายถึง การพิจารณาว่า นักจัดรายการวิทยุ จะพบกับกลุ่มผู้ฟังของตนทางรายการใด และในช่วงเวลาใด โดยมีคุณสายทิพย์เป็นผู้ตัดสินใจในเรื่องดังกล่าว

เนื่องจากรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด มีทั้งหมด 4 รายการ และแต่ละรายการก็มีความแตกต่างกัน การกำหนดให้นักจัดรายการทำหน้าที่อยู่ในรายการใดนั้น ผู้บริหารต้องคำนึงถึง แนวคิดหลัก (Concept) กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) รวมทั้งเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของแต่ละรายการ แล้วดูว่า นักจัดรายการแต่ละคนมีบุคลิกในการจัดรายการ เหมาะสมกับรายการใด

“...ลักษณะของการจัดรายการวิทยุสมัยนี้ มันเป็นเรื่องของ Format Station คือ แต่ละคลื่น ก็จะมี Concept มีโครงสร้างที่ชัดเจน แล้วก็เป็นเรื่องของการจัดรายการตลอดทั้งสถานี เพราะฉะนั้นการเลือกดีเจ เข้าไปลงตรงนั้น มันก็ต้องเลือกให้ตรงไปตาม Concept ของคลื่นด้วย หมายถึงว่า ทำอย่างไรที่เราจะเลือกดีเจ ซึ่งมีลักษณะที่จะเข้าไปอยู่ตรงนั้นได้โดยที่ไม่ต้องดัดจริต หรือสูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง...” (สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุรยา. สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2538)

จากคำสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า นักจัดรายการวิทยุคนหนึ่ง แม้จะมีคุณสมบัติและความสามารถเฉพาะตัว ก็ไม่ได้หมายความว่า จะเข้าไปจัดรายการเพลงทางวิทยุรายการใดก็ได้ หากต้องดูความเหมาะสมของตัวนักจัดรายการวิทยุกับตัวรายการด้วย เนื่องจากนักจัดรายการวิทยุแต่ละคนมีบุคลิกในการจัดรายการที่แตกต่างกันออกไป และเหมาะสมกับรูปแบบของรายการที่ไม่เหมือนกัน บางคนเป็นนักจัดรายการวิทยุรุ่นใหม่ ที่มีความเป็นวัยรุ่น มักจัดรายการออกมาในแนวสนุกสนาน คึกคัก เช่น ฅันฐพงษ์ แดงเกษม ซึ่งเหมาะกับคลื่นร้อนของคนแรงอย่างรายการ HOT WAVE ในขณะที่บางคนจัดรายการ

ในลักษณะที่ฟังสบายๆ พุดคุยในเรื่องที่มีเนื้อหาสาระ เช่น ศรีจุฬา หงส์สตาร์ จึงเหมาะกับรายการ GREEN WAVE เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม นักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด บางคนมีหน้าที่ในการจัดรายการวิทยุมากกว่า 1 รายการ เช่น สมพล ปิยะพงศ์สิริ จัดรายการ RADIO NO PROBLEM และรายการ RADIO VOTE SATELLITE, นพพร อุดมศักดิ์ จัดรายการ RADIO VOTE SATELLITE และรายการ HOT WAVE, นภาพร ไตรวิทย์วารีกุล จัดรายการ HOT WAVE และรายการ GREEN WAVE และวินัย สุขแสวง จัดรายการ GREEN WAVE และรายการ RADIO VOTE SATELLITE เป็นต้น ทั้งนี้ นอกจากเหตุผลในเรื่องความไม่เพียงพอของจำนวนนักจัดรายการเพลงทางวิทยุในสังกัด ที่ต้องจัดรายการต่างๆของบริษัท ซึ่งมีอยู่ถึง 4 รายการ ตลอด 24 ชั่วโมงแล้ว ทางผู้บริหารยังเล็งเห็นว่า นักจัดรายการวิทยุบางคนสามารถปรับตัวให้เข้ากับรายการต่างๆได้ โดยไม่ขัดกับบุคลิกในการจัดรายการของเขา และไม่ทำให้เนื้อหาของรายการเสียไปด้วย

เมื่อทำการวางตัวนักจัดรายการวิทยุลงในรายการต่างๆ แล้ว คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อรุณยา ยังเป็นผู้ควบคุมดูแลการทำงานของนักจัดรายการวิทยุในสังกัด โดยการติดตามฟังนักจัดรายการวิทยุทุกคนที่จัดในรายการต่างๆ เป็นประจำ หากนักจัดรายการวิทยุคนใด มีจุดบกพร่องในการจัดรายการ เช่น นำเสนอเนื้อหาที่ออกนอกแนวคิดหลักของรายการ หรือพุดคุยกับผู้ฟังในเรื่องที่ไม่เหมาะสม ก็จะมีการเรียกมาคุย หรือตักเตือน เพื่อให้แก้ไขในจุดบกพร่องนั้น การควบคุมดูแลการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุ ในสังกัด บริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด มีลักษณะดังที่คุณสายทิพย์ได้เล่าให้ฟัง ต่อไปนี้

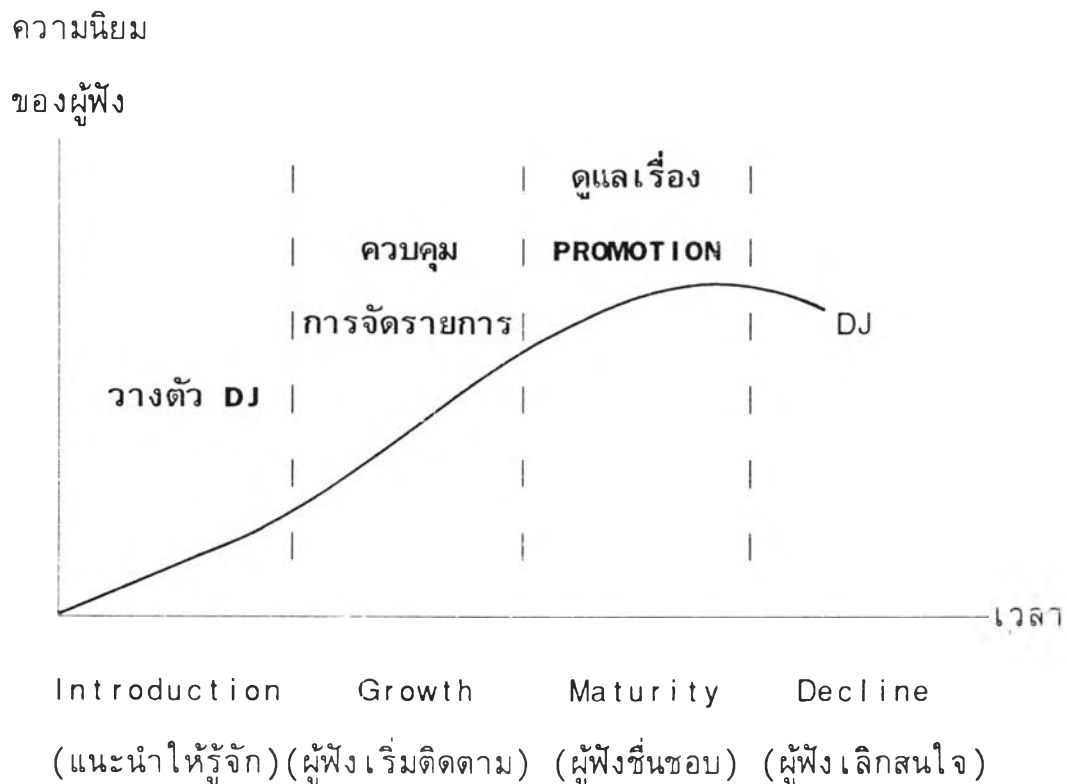
“...เราต้องปล่อยให้ความเป็นตัวของตัวเองออกมา เราคงได้แต่
 คมบางส่วนเช่น สมมติว่าไก่ (สมพล ปิยะพงศ์สิริ) เนี่ย ดลก สนุก เฮฮา เราคง
 ต้องบอกว่า เอ๊ย อย่าถึงขนาดลามก หรืออย่าถึงขนาดอะไรที่มันหลุดโทนออกมา
 เกินไป หรือถ้าสมมติอย่างวินัย (สุขแสง) ก็จะต้องบอกว่าอย่าถึงกับลึกมาก (ในเรื่อง
 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับหนัง) เดี่ยวคนฟังจะเบื่อ คือเราไปเปลี่ยนเค้าไม่ได้ แต่
 เราตบๆ เค้า ให้เข้าที่เข้าทางได้นะคะว่า แค่นั้น ประมาณไหนกำลัง
 พอดี...” (สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อรุณยา. สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2538)

จากคำสัมภาษณ์ของคุณสายทิพย์ แสดงว่า นักจัดรายการวิทยุ
 ของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด มีอิสระในการจัดรายการพอสมควร คือ
 สามารถดำเนินรายการด้วยบุคลิกของตัวเอง ลักษณะในการจัดรายการของ
 พวกเขา ไม่ใช่สิ่งที่สร้างขึ้นโดยบริษัท แตกต่างจากการที่บริษัทผู้ผลิตเทปเพลง
 สร้างภาพลักษณ์ให้กับนักร้อง ดังที่มีผลการศึกษาวิจัยของณัฐภรณ์ สติรกุล ที่ศึกษา
 เรื่อง “กระบวนการสร้างนักร้องยอดนิยม ของบริษัท แกรมมี เอ็นเตอร์เทนเมนท์
 จำกัด” พบว่า การสร้างนักร้องขึ้นมา 1 คน พร้อมๆ กับอัลบั้มที่เหมาะสม
 กับผู้ร้อง และถูกใจตลาดนั้น ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญ ช่างนาฏยงานในหลายๆด้าน
 เข้ามาร่วมมือกัน ชัดเกล้า และสร้างสรรค์นักร้อง ให้มีความเพียบพร้อม
 สมบูรณ์มากที่สุด ไม่เฉพาะเพียงความสามารถในการร้องเพลงเท่านั้น แต่รวม
 ไปถึงรูปลักษณ์ การสื่อสาร การปฏิบัติตัว ในระหว่างที่ยังมีสถานภาพเป็นนักร้อง
 อีกด้วย (ณัฐภรณ์ สติรกุล. กระบวนการสร้างนักร้องยอดนิยม ของบริษัท แกรมมี
 เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด, 2537)

ในขณะที่บริษัทผู้ผลิตรายการเพลงทางวิทยุ อย่าง บริษัท เอ-โทมี้ มีเดีย จำกัด มีเพียงการดูแลการทำงานในด้านการจัดรายการเพลงทางวิทยุ โดยผู้บริหารของบริษัท เอ-โทมี้ มีเดีย จำกัด หรือ คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุรยา เพื่อให้ผู้จัดการรายการวิทยุของบริษัท เป็นผู้จัดการรายการวิทยุที่มีคุณภาพมากที่สุด และถูกใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการมากที่สุดด้วย

หากผู้จัดการรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมี้ มีเดีย จำกัด สามารถจัดรายการได้ถูกใจผู้ฟัง ย่อมได้รับความสนใจ และเป็นที่ยู่อัจฉกวางขวางมากขึ้น บริษัท เอ-โทมี้ มีเดีย จำกัด ต้องดำเนินงานในขั้นต่อไป เพื่อให้ผู้จัดการรายการวิทยุของตน ประสบความสำเร็จมากที่สุด โดยการอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งเป็นส่วนผสมทางการตลาดประการสุดท้าย นั่นคือ Promotion ด้วยการโปรโมทผู้จัดการรายการวิทยุผ่านสื่อมวลชนอื่นๆ ในส่วนนี้คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุรยา ในฐานะของผู้บริหารและผู้ดูแลผู้จัดการรายการวิทยุในสังกัดโดยตรง จะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาให้กับผู้จัดการรายการวิทยุว่า ผู้จัดการรายการวิทยุแต่ละคน มีความเหมาะสมจะปรากฏตัว ตามสื่อต่างๆ หรือไม่ อย่างไร เช่น ในกรณีของสมพล ปิยะพงศ์สิริ แม้ว่าจะเป็นผู้จัดการรายการวิทยุที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน แต่ก็ยังมีการปรึกษากันกับคุณสายทิพย์อยู่เสมอ ในเรื่องของการไปออกรายการโทรทัศน์ต่างๆ หรือการรับงานทางด้านการแสดง

บทบาทหน้าที่ของคุณ สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุรยา จึงเป็นการดูแลผู้จัดการรายการวิทยุในบริษัทโดยตลอด หากมองตามวงจรชีวิตสินค้า จะพบว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 5 แสดงหน้าที่ของผู้บริหารในการดูแลนักจัดรายการวิทยุในสังกัด

หน้าที่ของผู้บริหารในการดูแลนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โหม้มีเดีย จำกัด เริ่มต้นตั้งแต่ขั้น Introduction หรือการแนะนำให้ผู้ฟังรู้จักนักจัดรายการวิทยุ โดย คุณสายทิพย์ เป็นผู้วางตัวนักจัดรายการวิทยุให้จัดในรายการต่างๆ พอถึงขั้น Growth นักจัดรายการวิทยุเริ่มมีผู้ฟังให้ความสนใจและติดตามฟังรายการที่จัดมากขึ้น คุณสายทิพย์ คือผู้ที่ควบคุมคุณภาพในการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุทุกคน จนกระทั่งขั้น Maturity ที่นักจัดรายการวิทยุเป็นที่ชื่นชอบของผู้ฟังหรือได้รับความนิยม กลายเป็นนักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียง คุณสายทิพย์ยังต้องดูแลด้านโปรโมชัน คือพิจารณาความเหมาะสมในการปรากฏตัวตามสื่อมวลชน ทั้งนี้เพื่อไม่ให้นักจัดรายการวิทยุของบริษัทต้องพบกับช่วงชีวิตในขั้น Decline หรือ ช่วงที่ผู้ฟังเลิกให้ความสนใจ อันเป็นช่วงสุดท้ายในวงจรชีวิตสินค้า

แม้ว่าคุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อรุณยา จะเคยกล่าวเสมอว่า บริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด มีการทำงานที่เป็นระบบ และมีความมั่นคง แข็งแรงพอ ถึงแม้ในวันข้างหน้าจะไม่มีคุณสายทิพย์คอยดูแลทุกสิ่งทุกอย่าง บริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด ก็จะสามารถอยู่ได้ แต่หากมองภาพการทำงานในขณะนี้ ต้องยอมรับว่า เอ-โทมัส มีเดีย ยังต้องอาศัยการตัดสินใจของคุณสายทิพย์อยู่มากทีเดียว เนื่องจากตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดในบริษัท และการเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในวงการวิทยุมานานนับสิบปี ทำให้คุณสายทิพย์ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญมาก ในการนำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด

2.2 ทีมผู้ผลิตรายการ

นอกจากผู้บริหารสูงสุดของบริษัท คือ คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อรุณยา แล้ว ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด ไม่น้อยไปกว่ากัน คือ ทีมผู้ผลิตรายการ ซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของรายการเพลงทางวิทยุต่างๆ ในสังกัดบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด

การที่รายการเพลงทางวิทยุของบริษัท ได้รับความนิยมจากผู้ฟัง มีเหตุผลส่วนหนึ่งมาจากทีมงานเบื้องหลังที่แข็งแรง เป็นผู้กำหนดแนวคิดหลัก และโครงสร้างต่างๆ ของรายการ รวมทั้งทำงานร่วมกับนักจัดรายการวิทยุ เกิดเป็นรายการเพลงทางวิทยุที่มีความน่าสนใจ ทีมผู้ผลิตรายการจึงเป็นกลุ่มบุคคลที่จะมองข้ามไปไม่ได้ ซึ่งทีมผู้ผลิตรายการที่ทำงานอยู่ในฝ่ายผลิตรายการของบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด ประกอบไปด้วยบุคลากร ดังต่อไปนี้

2.2.1 ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการ

ผู้ที่ดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการในปัจจุบัน คือ คุณสมโรจน์ วสุพงศ์โสธร ซึ่งเป็นผู้ดูแลด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาและรายละเอียดในรายการเพลงทางวิทยุทั้ง 4 รายการของบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด คือดูแลการทำงานของ Producer และ Creative ในแต่ละคลื่น ซึ่งเป็นผู้คิดเกมร่วมสนุก และกิจกรรมพิเศษต่างๆ ในรายการ รวมถึงดูแลการทำงานของนักจัดรายการวิทยุ ซึ่งเป็นผู้นำเสนอเนื้อหาในแต่ละรายการด้วย

“... พี่จะดูแลในแง่ตัวรายการมากกว่า แต่ว่าจริงๆแล้วการทำงานร่วมกันมันก็เหมือนกับทำด้วยกันนะ เพราะฉะนั้น อย่างในแง่ของรายการที่เราฟัง แล้วเราก็มี Comment ว่าดีเจน่าจะอย่างนั้น น่าจะอย่างนี้ เราก็บอกเขาได้ แต่ถ้าดูแลแบบเต็มเลย Train กันเลย เรียกมาคุย ก็จะเป็นพีชอดแล้ว เพราะพีชอด เค้าเป็นดีเจมาก่อน ตรงนั้นเค้าแม่นยำ เค้าจะเข้าใจการเป็นดีเจมากกว่าพี...” (สมโรจน์ วสุพงศ์โสธร. สัมภาษณ์. 2 เมษายน 2538)

จากคำสัมภาษณ์ของคุณสมโรจน์นี้ ได้กล่าวย้ำถึงหน้าที่ในการดูแลนักจัดรายการวิทยุ ในสังกัดบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด ของคุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา แต่บทบาทหน้าที่ของผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการ ของบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัดนั้น ก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน คือ เป็นผู้คอยตรวจตราการทำงานของนักจัดรายการวิทยุ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของรายการวิทยุที่นำเสนอออกไปสู่ผู้ฟัง จึงเป็นเรื่องที่แตกต่างไปจากในสมัยก่อน ที่นักจัดรายการวิทยุ ต้องดูแลรับผิดชอบรายการที่ตนจัดด้วยตนเองทั้งหมด

2.2.2 รองผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการ

ผู้ที่ทำงานในตำแหน่งนี้คือ คุณยุทธนา บุญอ้อม ที่นอกจากจะทำหน้าที่ในการจัดรายการ HOT WAVE เป็นประจำแล้ว ยังมีบทบาทในการเป็นทีมผู้ผลิตรายการ ที่อยู่เบื้องหลังดูแลการทำงาน ด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ ทั้ง 4 รายการ ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัดด้วย สำหรับหน้าที่ของรองผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการ คือ การเป็นผู้ช่วยของผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการ ในการสร้างสรรค์รายการเพลงทางวิทยุที่มีคุณภาพ นำเสนอสู่ผู้ฟังนั่นเอง

2.2.3 ทีมผลิตรายการ

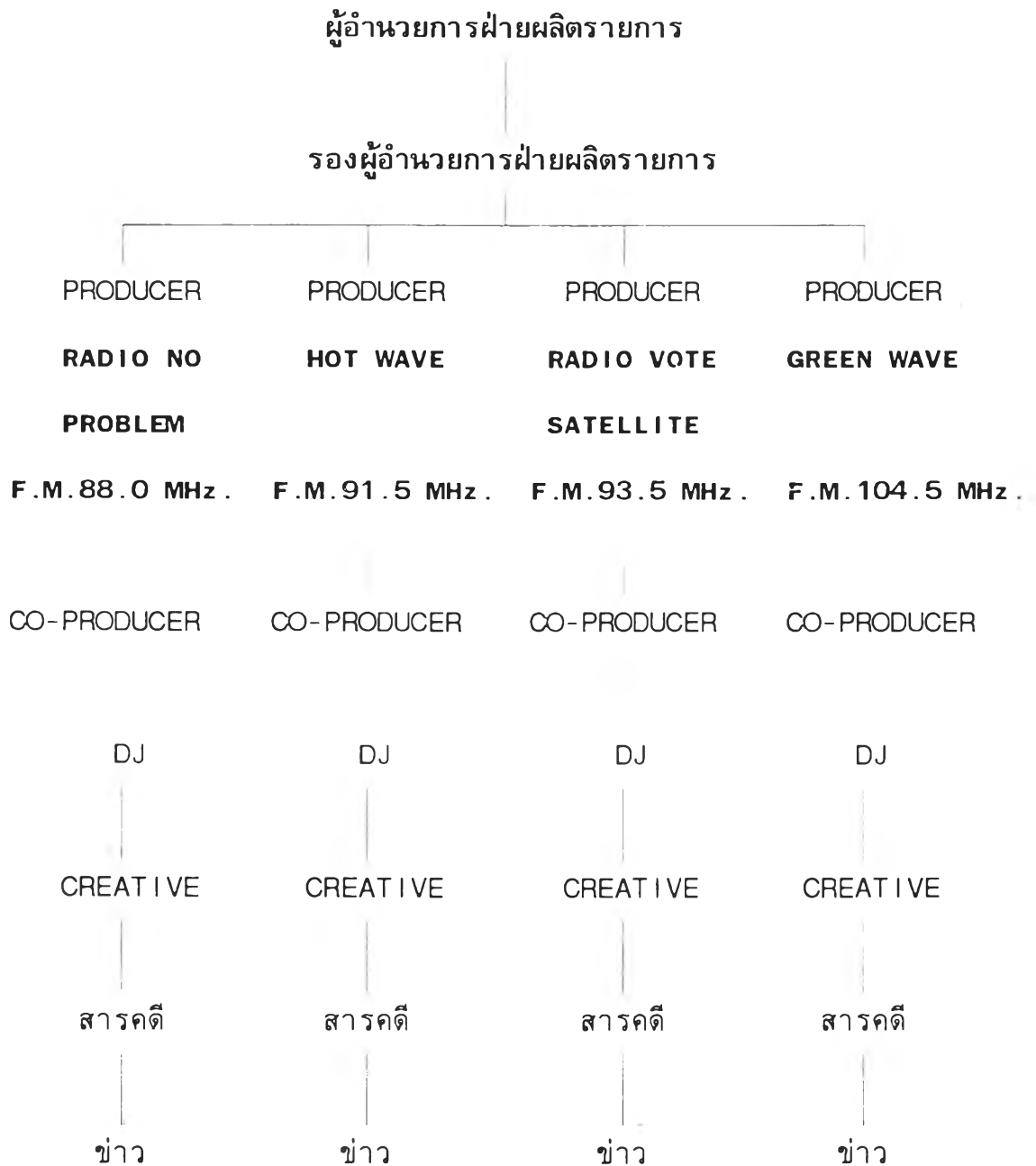
ทีมผลิตรายการ ประกอบไปด้วย Producer , Co-Producer และ Creative ที่ดูแลแยกกันไปในแต่ละรายการ ได้แก่ ทีมผลิตรายการ GREEN WAVE, ทีมผลิตรายการ HOT WAVE, ทีมผลิตรายการ RADIO VOTE SATELLITE และ ทีมผลิตรายการ RADIO NO PROBLEM ซึ่งรวมถึงทีมข่าว และสารคดี ของแต่ละรายการด้วย

หน้าที่ของทีมผลิตรายการทั้งหมดนี้ แบ่งแยกกันไปตามตำแหน่งต่างๆ ทีมข่าวของแต่ละรายการ คือผู้ประกาศข่าวที่ประจำอยู่ในแต่ละสถานี ทำหน้าที่ในการรายงานข่าวต้นชั่วโมง โดยมีหัวหน้าฝ่ายข่าวเป็นผู้ดูแลการทำงานในส่วนนี้ สำหรับทีมสารคดีมีหน้าที่สร้างสรรค์สารคดีสั้นให้แต่ละรายการ เริ่มตั้งแต่ค้นคว้าหาข้อมูล เขียนบทสารคดี จนกระทั่งผลิตออกมาเป็นเทปเพื่อส่งไปให้นักจัดรายการวิทยุเปิดในรายการ

ในส่วนของ Creative นั้น มีอยู่ในรายการหนึ่งประมาณ 6-8 คน มีหน้าที่ในการคิดรายละเอียดของรายการ และผลิตวัตถุดิบต่าง ๆ ส่งไปให้นักจัดรายการวิทยุ เช่น คิดเกมร่วมสนุกชิงรางวัล เริ่มตั้งแต่ คิดวิธีการเล่นเกม ตามความต้องการของลูกค้า หรือ ผู้สนับสนุนการแข่งขัน ซึ่งฝ่ายการตลาดเป็นผู้ติดต่อมา หลังจากนั้นในบางเกมอาจต้องมีการคิดคำถาม ซึ่งใช้เป็นโจทย์ในแต่ละวัน ในด้านกิจกรรมอื่นๆ เช่น ในรายการ RADIO VOTE SATELLITE มีการพูดคุยถึงเรื่องราวในแวดวงนิตยสาร, รายการโทรทัศน์, โฆษณา, ภาพยนตร์, และอื่นๆ Creative ต้องช่วยนักจัดรายการวิทยุ ในการค้นคว้าหาข้อมูล และติดตามข่าวคราวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเรื่องเหล่านั้น รวมทั้งสัมภาษณ์คนทำงานในแวดวงบันเทิงสาขาต่างๆ ส่งไปให้นักจัดรายการวิทยุ หรือบางครั้ง เป็นผู้ติดต่อประสานงานเพื่อให้เขาไปให้สัมภาษณ์ที่สถานี ในกรณีที่ผลงานของเขาได้รับความสนใจจากผู้ฟังมาก นอกจากนี้ Creative ยังมีหน้าที่ ในการคิดและผลิตโฆษณา (Spot) โฆษณารายการ, โฆษณานักจัดรายการวิทยุ และ โฆษณากิจกรรมพิเศษต่างๆ และเป็นผู้จัดกิจกรรมพิเศษนอกกรายการอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดคอนเสิร์ต ของรายการ HOT WAVE, กิจกรรมรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม ของรายการ GREEN WAVE, การจัดงาน VOTE AWARDS ของรายการ RADIO VOTE SATELLITE และ การจัดแข่งขันกีฬา ของรายการ RADIO NO PROBLEM ล้วนเป็นหน้าที่ของ Creative ทั้งสิ้น

โดยการทำงานทั้งหมดของ Creative นี้ อยู่ภายใต้ การดูแลของ Producer และ Co-Producer ของแต่ละรายการ ซึ่งจะทำการปรึกษารื้อกับผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการ และรองผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการด้วย

จากตำแหน่งต่างๆ ของทีมผู้ผลิตรายการดังกล่าว สามารถสรุปเป็น โครงสร้างการทำงานของบุคลากรในฝ่ายผลิตรายการ ของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ซึ่งมีการทำงานร่วมกับนักจัดรายการวิทยุ ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 6 แสดงโครงสร้างการทำงานในฝ่ายผลิตรายการ
ของ บริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด

จากโครงสร้างการทำงานในฝ่ายผลิตรายการ ของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด จะเห็นได้ว่า นักจัดรายการวิทยุเป็นบุคลากรที่ทำงานในฝ่ายนี้ด้วย ซึ่งมีการประสานงานกับทีมผู้ผลิตรายการตลอดเวลา สำหรับลักษณะการทำงานของทีมผลิตรายการ กับนักจัดรายการวิทยุ นั้น มีการร่วมงานกัน ดังที่ Producer ของรายการ RADIO NO PROBLEM และ Producer ของรายการ GREEN WAVE ได้เล่าให้ฟัง ดังนี้

“... ตรงพีกับดีเจ ก็คือ ทำงานด้วยกันเป็นทีม มันก็เหมือนกับว่า คนเบื้องหลัง คอยเช็ค ว่า สิ่งที่ทำ Production ป้อนไปทางดีเจ เพื่อออกอากาศเนี่ย เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของเราหรือไม่ ตรงนี้เนี่ย เราสามารถที่จะบอกเค้าได้ว่า OK ตรงนี้มากเกินไป ตรงนี้น้อยเกินไป ตรงนี้ ยังไม่ดีแก้ไข ซึ่งส่วนใหญ่ ดีเจทุกคนจะเข้าใจระบบการทำงานแบบนี้...” (จันทนา จันทสิทธิ์. สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2538)

“... เนื่องจากเราเป็นบริษัทวิทยุมืออาชีพ เราจึงมีทีมงานเบื้องหลังการทำงานจึงเกิดขึ้น คือ ดีเจ เป็น Presenter ทีมงานเบื้องหลังซึ่งเป็นบรรดา Creative ก็ทำงาน surf ให้กับดีเจ หรือทำงานตามโครงการที่ได้วางไว้... ก็จะมีการประชุมทำความเข้าใจกันก่อน ในหมู่ของคนทำงานเบื้องหลังและดีเจ เพื่อให้ทุกคนเห็นภาพร่วมกัน...” (พงศ์นรินทร์ อุลิต. สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2538)

จากคำสัมภาษณ์ดังกล่าว จะเห็นได้ว่า การร่วมงานกันของทีมผู้ผลิตรายการที่อยู่เบื้องหลังกับนักจัดรายการวิทยุ เกิดเป็นรายการเพลงทางวิทยุ ที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด โดยขาดส่วนหนึ่งส่วนใดไปไม่ได้ ทีมผู้ผลิตรายการ

ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์ความน่าสนใจให้กับรายการ ต้องอาศัยนักจัดรายการวิทยุในการเป็นผู้นำเสนอ เนื้อหาของรายการสู่ผู้ฟัง ในขณะที่นักจัดรายการวิทยุ ก็ไม่สามารถทำงานได้ด้วยตัวเองเพียงคนเดียว แต่ต้องพึ่งทีมผู้ผลิตรายการเบื้องหลังด้วย ดังนั้นการที่นักจัดรายการวิทยุคนหนึ่ง ได้รับความนิยมนมีชื่อเสียงขึ้นมา ก็เป็นผลมาจากการทำงานของบุคคลที่เรียกว่า ทีมผู้ผลิตรายการนี้ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด นี้ ทีมผู้ผลิตรายการมีการทำงานที่เป็นระบบ และมีความแข็งแกร่งมากจนเรียกได้ว่าเป็นกำลังสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของบริษัทเลยทีเดียว

การทำงานร่วมกันของทีมผู้ผลิตรายการ กับนักจัดรายการวิทยุดังกล่าว ก่อให้เกิดเป็น รายการเพลงทางวิทยุที่มีความน่าสนใจ ซึ่งรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ทั้ง 4 รายการนั้น มีรูปแบบรายการ และจุดเด่นที่แตกต่างกันไปส่งผลให้ผู้ฟังชื่นชอบ และติดตามฟังรายการกันมาก จึงอาจกล่าวได้ว่า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผลักดันให้นักจัดรายการวิทยุของบริษัทนี้ มีชื่อเสียงขึ้นมาด้วย

3. ลักษณะรายการเพลงทางวิทยุ

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในบทที่ 4 ว่า นักจัดรายการวิทยุ กับรายการเพลงทางวิทยุ นั้น เป็นสิ่งที่อยู่คู่กัน จนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ดังนั้น ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่น่าไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ คือ ลักษณะรายการเพลงทางวิทยุที่นักจัดรายการวิทยุทำหน้าที่อยู่นั้นเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้ รายการเพลงทางคลื่นวิทยุต่างๆ มีความน่าสนใจมากขึ้นกว่าแต่ก่อน กล่าวคือ แต่ละรายการมีการกำหนดแนวคิดหลัก กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

และโครงสร้างรายการที่ชัดเจน รวมทั้งมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่แปลกใหม่ สามารถดึงดูดใจผู้ฟังให้ติดตามกันได้เป็นจำนวนมาก

รายการเพลงทางวิทยุจึงมีส่วนในการผลักดัน ให้นักจัดรายการวิทยุได้รับความนิยจากผู้ฟังด้วย แต่ใช่ว่านักจัดรายการวิทยุทุกคนที่จัดอยู่ในรายการเดียวกัน จะประสบความสำเร็จกลายเป็นนักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียงเท่าเทียมกัน เนื่องจากปัจจัยที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุนั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติเฉพาะตัวของนักจัดรายการวิทยุดังที่ได้กล่าวไปแล้ว และยังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย

อย่างไรก็ตาม ความเหมาะสมและลงตัวของนักจัดรายการวิทยุ กับรายการเพลงที่จัด ย่อมเป็นปัจจัยเกื้อหนุนสู่ความสำเร็จ ซึ่งการวางตัวนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ให้จัดในรายการต่างๆ เป็นหน้าที่ของคุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา กรรมการผู้จัดการ ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ในส่วนของปัจจัย ผู้บริหาร ที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด

สำหรับลักษณะรายการเพลงทางวิทยุ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งนำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุของบริษัทนี้ รายการที่มีแนวคิดหลักที่แปลกใหม่ รวมทั้งมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ ย่อมเป็นที่ดึงดูดใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายได้ไม่ยาก และหากนักจัดรายการวิทยุคนใดมาทำหน้าที่ในรายการนี้ ก็มีโอกาที่จะได้รับความนิยไปด้วย ซึ่งลักษณะรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ที่ส่งผลให้นักจัดรายการวิทยุของบริษัทนี้ประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

3.1 เพลง

เพลงที่นำเสนอในรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ทั้ง 4 รายการ คือเพลงไทยสากล แต่มีความแตกต่างกัน ดังที่แสดงให้เห็นในตารางเปรียบเทียบองค์ประกอบในรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด หากจะแบ่งประเภทของรายการทั้ง 4 โดยพิจารณาจากเพลงที่เปิดในรายการนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ Easy Listening และ Contemporary Hit Radio โดยที่รายการ GREEN WAVE เป็นรายการประเภท Easy Listening เนื่องจากเน้นการเปิดเพลงช้า ฟังสบายๆ ทั้งเก่าและใหม่ นอกจากนี้ ลักษณะของรายการเพลงประเภทนี้จะเปิดเพลงเป็นหลัก ดังนั้น รายการ GREEN WAVE จึงมีสัดส่วนของเพลงมากกว่ารายการอื่น ดูได้จากแผนภูมิแสดงการนำเสนอเนื้อหาของรายการ GREEN WAVE ในเวลา 1 ชั่วโมง พบว่า มีการเปิดเพลงมากถึง 9 เพลงเลยทีเดียว

ส่วนรายการ HOT WAVE, RADIO VOTE SATELLITE และ RADIO NO PROBLEM จัดเป็นรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio เนื่องจากเน้นการเปิดเพลงที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน แต่ HOT WAVE ต่างจาก RADIO VOTE SATELLITE และ RADIO NO PROBLEM ตรงที่จะเปิดเพลงซึ่งมีจังหวะเร็วเป็นส่วนมาก เนื่องจากแนวคิดหลักของรายการคือคลื่นร้อนของคนแรง ในขณะที่ RADIO VOTE SATELLITE และ RADIO NO PROBLEM เปิดเพลงยอดนิยมทั้งช้าและเร็ว แต่หากพิจารณาจากจำนวนเพลงที่เปิดแล้ว HOT WAVE กับ RADIO NO PROBLEM จะเปิดเพลงมากพอๆกัน คือประมาณ 7 เพลง ใน 1 ชั่วโมง ส่วน RADIO VOTE SATELLITE เปิดเพลงน้อยที่สุด คือประมาณ 5 เพลงใน 1 ชั่วโมง เนื่องจากเป็นรายการที่มีสัดส่วน

ของการพูดคุย รวมถึงการแสดงความคิดเห็นของผู้ฟังหรือการลงคะแนนเสียงให้กับเรื่องต่างๆ (Vote) เกมการแข่งขัน กิจกรรมพิเศษต่างๆ และโฆษณาสินค้ามากกว่ารายการอื่นๆ

หากมองถึงปัจจัยลักษณะรายการเพลงทางวิทยุ ในส่วนขององค์ประกอบทางด้านเพลงที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ จะเห็นได้ว่า เพลงในรายการ GREEN WAVE เป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้ผู้ฟังติดตามรายการ และชื่นชอบในตัวนักจัดรายการวิทยุได้ เพราะเปิดเพลงซ้ำ ฟังสบายๆ ที่ไพเราะ และจำนวนเพลงที่ค่อนข้างมาก สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ฟังที่นิยมการฟังเพลงประเภทนี้ได้

สำหรับเพลงในรายการ HOT WAVE, RADIO VOTE SATELLITE และ RADIO NO PROBLEM เป็นปัจจัยเกื้อหนุนความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุด้วยเช่นกัน เนื่องจาก เพลงส่วนใหญ่ที่เปิดในรายการ เป็นเพลงที่อยู่ในความสนใจของผู้ฟัง ไม่ว่าจะเป็นเพลงจากอัลบั้มล่าสุด หรือเพลงเด่นที่อยู่ในช่วงการโปรโมทของศิลปินต่างๆ เมื่อผู้ฟังกำลังนิยมเพลงเหล่านั้น และนักจัดรายการวิทยุนำมาเปิด ย่อมเป็นที่ถูกใจ ทำให้ผู้ฟังติดตามฟังรายการและนักจัดรายการวิทยุนั้นเอง

3.2 การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ

นอกจากคุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุ จะเป็นปัจจัยหนึ่งนำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว เรื่องราวที่พวกเขาพูดคุยในรายการก็มีความสำคัญมากด้วยเช่นกัน

ซึ่งเรื่องราวที่เขาพูดคุยนั้น ขึ้นอยู่กับแนวคิดหลัก และโครงสร้างของรายการที่กำหนดไว้ ทำให้การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุในรายการต่างๆ ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด มีความแตกต่างกัน เช่น นักจัดรายการวิทยุในรายการ GREEN WAVE เน้นการพูดคุยเรื่องสิ่งแวดล้อม ส่วนนักจัดรายการวิทยุในรายการ HOT WAVE เน้นการพูดคุยถึงเรื่องราวในวงการเพลง และเรื่องที่กลุ่มผู้ฟังวัยรุ่นให้ความสนใจ สำหรับรายการ RADIO VOTE SATELLITE มีการพูดคุยเกี่ยวกับแวดวงบันเทิงสาขาต่างๆ ตามช่วงของรายการที่แบ่งไว้ ในขณะที่ รายการ RADIO NO PROBLEM มีจุดเด่นในด้านการตอบปัญหาในเรื่องต่างๆ ที่ผู้ฟังส่งเข้ามา ซึ่งหากเรื่องราวที่นักจัดรายการวิทยุพูดคุยเหล่านี้ เป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจ ก็จะทำให้ผู้ฟังติดตามฟังรายการ

นอกจากนี้ หากการพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ ได้เปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมด้วย ย่อมดึงดูดให้ผู้ฟังติดตามรายการมากขึ้น ซึ่งรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ทุกรายการเล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องนี้ จึงมีการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการมีช่วงให้ผู้ฟังสอบถามปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในรายการ GREEN WAVE การซักถามข้อสงสัยในเรื่องต่างๆ ในรายการ RADIO NO PROBLEM และการแสดงความคิดเห็นหรือลงคะแนนเสียง (Vote) ให้กับบุคคลและผลงานในวงการบันเทิงสาขาต่างๆ ในรายการ RADIO VOTE SATELLITE การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ ในเรื่องที่น่าสนใจ และ เปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของรายการเพลงทางวิทยุ ซึ่งนำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด

3.3 ชาวและสารคดี

องค์ประกอบของรายการด้านข่าวและสารคดี มีส่วนโนการนำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุได้ในทางอ้อม กล่าวคือ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด พยายามสร้างสรรค์ข่าว และสารคดีที่มีคุณภาพ ให้กับรายการต่างๆ โดยเนื้อหาและรายละเอียดของข่าวและสารคดีในแต่ละรายการนั้น มีความแตกต่างกันไปตามความเหมาะสม

การนำเสนอข่าวในรายการ GREEN WAVE และ HOT WAVE เป็นการถ่ายทอดจากศูนย์ข่าวแปซิฟิก ตามข้อบังคับของสถานีซึ่งเป็นของกองทัพบก ส่วน RADIO VOTE SATELLITE เป็นการทำงานร่วมกับหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เกิดเป็นข่าว “เดลินิวส์ออนไลน์” สำหรับรายการ RADIO NO PROBLEM เป็นการรายงานข่าวที่ส่งมาจากสำนักข่าวไทย โดยผู้ประกาศข่าวที่ประจำอยู่ที่สถานี ซึ่งเนื้อหาของข่าวในทุกๆ รายการ คือ เหตุการณ์ที่น่าสนใจ และความเคลื่อนไหวทั้งในและต่างประเทศ

สำหรับสารคดีในรายการต่าง ๆ นั้น รายการ GREEN WAVE เป็นคลื่นสีเขียวยเพื่อสิ่งแวดล้อม สารคดี “GREEN WORLD” จึงเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ส่วน HOT WAVE เป็นคลื่นร้อนของคนแรง ที่เน้นการเปิดเพลงยอดนิยม โดยเฉพาะเพลงที่มีจังหวะเร็วและรุนแรง อย่างเพลงร็อค สารคดีต้นชั่วโมง จึงเป็นเรื่องราวภายในวงการเพลงทั้งไทยและต่างประเทศ ภายใต้ชื่อ “สารร็อคคดี” หรือ “Rockumentary” ในขณะที่ RADIO VOTE SATELLITE เป็นรายการที่มีการพูดคุยถึงเรื่องราวในวงการบันเทิง สารคดี “MODERN REPORT” จึงมีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าว

ที่น่าสนใจเกี่ยวกับวงการบันเทิงในปัจจุบัน และสารคดี “เกษม สโมสร” ในรายการ RADIO NO PROBLEM เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ โดยมีการบอกเล่าอย่างเป็นกันเอง

แม้ว่าองค์ประกอบทางด้านนี้ จะมีสัดส่วนน้อยมากในทุกรายการของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด คือมีการนำเสนอข่าวประมาณ 5 นาที และสารคดีประมาณ 2-3 นาที ในเวลา 1 ชั่วโมง แต่การนำเสนอเนื้อหาทางด้านข่าว และสารคดี ย่อมก่อให้เกิดความสมบูรณ์ของรายการ อันนำไปสู่การเป็นรายการเพลงทางวิทยุที่ผู้ฟังชื่นชอบ และเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ส่งผลให้นักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ได้รับความนิยม

3.4 การจัดแข่งขันและโปรโมชั่น

องค์ประกอบของรายการเพลงทางวิทยุ ทางด้านการจัดแข่งขัน และโปรโมชั่นนี้ เป็นผลมาจากความสำคัญของการตลาด ดูได้จากรายละเอียดที่กล่าวไว้ในบทที่ 4 ที่แสดงให้เห็นว่า ทุกเกมการแข่งขัน และทุกกิจกรรม ในทุกรายการ ต้องมีสินค้าต่างๆ เป็นผู้สนับสนุน ซึ่งเป็นการหารายได้ทางหนึ่งของบริษัท แต่การแข่งขันและโปรโมชั่นในแต่ละรายการ มีความมากน้อยต่างกัน รายการ GREEN WAVE มีเกมการแข่งขันชิงรางวัลน้อยกว่ารายการอื่นๆ เนื่องจากไม่ใช่รายการที่มุ่งกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่น ในขณะที่วัยรุ่นชอบเล่นเกม และ GREEN WAVE ยังเป็นรายการเพลงทางวิทยุเพื่อสังคม คือ เป็นคลื่นสี่เขียวเพื่อสิ่งแวดล้อม จึงไม่เหมาะที่จะมีการแข่งขันชิงรางวัลมาก หากมีก็เป็นลักษณะของกิจกรรมสร้างสรรค์สังคม ไม่ใช่เน้นความสนุกสนาน หรือขายสินค้าเท่านั้น

สำหรับรายการอื่นๆ ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด จะพบว่ามีการแข่งขันและโปรโมชั่นค่อนข้างมาก และดูเหมือนว่า จะได้รับความนิยมจากผู้ฟัง เพราะรายการเหล่านั้น กลายเป็นรายการวิทยุยอดนิยม อย่างไรก็ตามการมีเกมการแข่งขันชิงรางวัลมากเกินไป ย่อมก่อให้เกิดผลเสีย ต่อรายการและนักจัดรายการวิทยุได้ เพราะจากการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร” ของจรรยา ไกลโกศล พบว่า ผู้ฟังรายการวิทยุจำนวนมาก ไม่ชอบนักจัดรายการวิทยุที่เล่นเกมในรายการ ดังนั้นองค์ประกอบทางด้านการจัดแข่งขันและโปรโมชั่นในรายการเพลงทางวิทยุนี้ จะมีส่วนสนับสนุนให้นักจัดรายการวิทยุได้รับความนิยมได้ ก็ต่อเมื่อเป็นกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของผู้ฟัง และมีในสัดส่วนที่เหมาะสมด้วย

สำหรับรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ที่มีสัดส่วนของเนื้อหาทางด้านเกมและกิจกรรมพิเศษมากที่สุด คือ รายการ RADIO VOTE SATELLITE ส่งผลให้รายการนี้ มีการนำเสนอเนื้อหาทางด้านเพลงน้อยที่สุด

นอกจากนี้ รายการเพลงทางวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ยังมีการให้บริการสาธารณะ หรือการให้สาระประโยชน์แก่ผู้ฟัง ซึ่งอาจจัดอยู่ในส่วนของกิจกรรมพิเศษอย่างหนึ่ง เช่น การจัดช่วง GREEN TRAFFIC พุดคุยถึงปัญหาการจราจร ในรายการ GREEN WAVE, การให้ความรู้เกี่ยวกับการทำงานเบื้องหลังในวงการบันเทิงสาขาต่างๆ ในรายการ RADIO VOTE SATELLITE และการตอบปัญหาข้อข้องใจของผู้ฟัง ในรายการ RADIO NO PROBLEM สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้รายการเพลงทางวิทยุ ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น และหากนักจัดรายการวิทยุ นำเสนอเนื้อหาใน

ด้านนี้อย่างเหมาะสม ไม่เครียดจนเกินไป ย่อมสร้างความพึงพอใจกับผู้ฟังอย่าง
แน่นอน

3.5 โฆษณาสินค้า

ลักษณะการเปิดโฆษณาสินค้าคั่นรายการ (Spot) ในทุกรายการ
ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด มีแบบแผนที่เหมือนกัน คือเปิดโฆษณาคั่น 4
ครั้ง ในเวลา 1 ชั่วโมง ได้แก่ เปิดหลังข่าวต้นชั่วโมง, เปิดหลังดำเนินรายการ
ไปแล้ว 15 นาที, 30 นาที และ 45 นาที แต่จำนวนของโฆษณาที่เปิดคั่นใน
แต่ละครั้ง ของแต่ละรายการ มีมากน้อยต่างกันไป คือ รายการ GREEN WAVE
มีน้อยที่สุด ส่วนรายการ RADIO VOTE SATELLITE มีมากที่สุด

อาจกล่าวได้ว่า โฆษณาสินค้าในรายการต่างๆ ของบริษัท เอ-ไทม์
มีเดีย จำกัด นี้ คือ องค์กรประกอบเดียวที่เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการนำไปสู่ความ
มีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ เนื่องจาก ไม่มีผู้ฟังคนใดมีความต้องการฟัง
โฆษณาสินค้า ในขณะที่กำลังติดตามรายการที่ตนชื่นชอบ แต่โฆษณาสินค้าก็เป็นสิ่ง
ที่ขาดเสียไม่ได้ เพราะเป็นรายได้หลักของรายการ อย่างไรก็ตาม รายการเพลง
ทางวิทยุที่มีการโฆษณาสินค้ามากที่สุดอย่าง RADIO VOTE SATELLITE ก็ยังคง
เป็นรายการยอดนิยมได้ แม้ในบางครั้ง ผู้ฟังต้องพักฟังโฆษณานานถึง 3 นาทีก็ตาม
แสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังยอมฟังในสิ่งที่ตนไม่ฟังปรารถนา ถ้าเนื้อหาอื่นๆของรายการ
มีความน่าสนใจ และดึงดูดใจพอที่จะไม่ทำให้ผู้ฟังหันหลังหนีไปฟังรายการอื่น

3.6 จิงเกิ้ล

จิงเกิ้ลคือสีสันของรายการเพลงทางวิทยุ โดยเฉพาะรายการวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ทุกรายการมีจิงเกิ้ลประจำรายการ ไม่ว่าจะเป็นจิงเกิ้ลบอกชื่อรายการ และจิงเกิ้ลพิเศษต่างๆ และหากนักจัดรายการวิทยุรู้จักเปิดจิงเกิ้ลเหล่านี้ แทรกไปในรายการ ในจังหวะที่เหมาะสม ย่อมก่อให้เกิดความน่าสนใจไม่น้อย แม้จิงเกิ้ลจะเป็นเพียงองค์ประกอบเล็กๆ ในรายการ เพราะ จิงเกิ้ลตัวหนึ่งมีความยาวเพียง 5-10 วินาทีเท่านั้น แต่ก็เป็นสิ่งที่ทำให้รายการเพลงทางวิทยุรายการหนึ่งมีความโดดเด่นและแตกต่างจากรายการอื่น

จากองค์ประกอบต่างๆ ของรายการเพลงทางวิทยุดังที่ได้กล่าวไปนี้ เป็นสิ่งที่ทำให้บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ประสบความสำเร็จในวงการวิทยุในปัจจุบัน คือมีผู้ฟังติดตามฟังรายการต่างๆ ของบริษัทนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งหลายคนถึงกับตั้งข้อสงสัยว่า ผู้ฟังติดตามนักจัดรายการวิทยุ หรือ ติดตามรายการกันแน่ ในเรื่องนี้ Producer ของรายการ HOT WAVE ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของตัวรายการวิทยุ และนักจัดรายการวิทยุ ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ว่า

“... พี่ว่าทั้งสองอย่างไปด้วยกัน แต่ส่วนใหญ่แล้ว ถ้าจะให้ให้น้ำหนักมากกว่านี้ เค้าจะติดดีเจมากกว่าหน่อยนึง คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ 60-40 ติดดีเจ 60 แล้วก็เนื้อหา ตัว Concept รายการนี่ 40...” (วิจิต กวางสบาย. สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2538)

เช่นเดียวกันกับ Producer ของรายการ RADIO VOTE SATELLITE ที่มีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันว่า

“...ทั้งสองอย่างควบคู่กันไป ตัว Concept ของรายการ แล้ว ก็ตัวดีใจเอง ซึ่งมีลักษณะของการฟังพากัน คือดีใจ ก็มี Concept ร่วมกัน ในการจัด ทำให้เค้าไม่แวง ทำให้เค้ารู้ว่า เออ ต้องเดินไปเป็นเส้นทางนี้ ในขณะที่เดียวกัน ตัวดีใจ เค้าก็เป็นด่านแรกที่จะเจอกับผู้ฟัง ซึ่งต้องอาศัยความสามารถส่วนตัวของเค้าในการนำเสนอ...” (พิณทิพย์ สารตายน. สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2538)

จากคำสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ลักษณะรายการเพลงทางวิทยุ และนักจัดรายการวิทยุ มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ดังนั้นการเป็นนักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียง นอกจากปัจจัยด้านคุณสมบัติ ของนักจัดรายการวิทยุ และบุคลากรอื่นๆ ในบริษัทแล้ว ลักษณะของรายการเพลงทางวิทยุที่นักจัดรายการวิทยุจัด ก็มีความสำคัญมาก แต่หากพิจารณาชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุที่ทำหน้าที่ในรายการต่างๆ ของ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด แล้ว พบว่า นักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียงมาก มักจัดรายการ HOT WAVE ซึ่งเจาะกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่น ที่เป็นตลาดใหญ่ของสื่อวิทยุ และ รายการ RADIO VOTE SATELLITE ที่ส่งกระจายเสียงไปทั่วประเทศ ในขณะที่ นักจัดรายการวิทยุที่จัดรายการ GREEN WAVE ไม่โด่งดังเท่ากับ 2 รายการนี้ เพราะ GREEN WAVE เป็นรายการที่เน้นการเปิดเพลงมากกว่า ส่วน RADIO NO PROBLEM เป็นรายการวิทยุที่เกิดขึ้นหลังจากรายการอื่นๆ จึงมีผู้ฟังน้อยกว่า ทำให้ชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุไม่เท่ากับ 2 รายการแรกด้วย ทั้งนี้ ยกเว้น นักจัดรายการวิทยุที่จัดถึง 2 รายการ จะมีชื่อเสียงมาก นอกจากพวกเขามีความสามารถในการจัดรายการแล้ว การที่เขาได้จัดมากกว่า 1 รายการ ก็เนื่องมาจากชื่อเสียงของเขา นั่นเอง

4. การทำโปรโมชั่น

ในยุคแห่งสังคมข่าวสารในปัจจุบัน สื่อมวลชนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก กล่าวคือ ผู้คนให้ความสนใจต่อข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ นิตยสารวิทยุ หรือโทรทัศน์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการทางธุรกิจทุกประเภท หันมาพึ่งพาสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวให้ผู้คนจำนวนมากได้รับรู้ แม้กระทั่งการค้า เนิ่งงานด้านผลิตรายการเพลงทางวิทยุ ยังให้ความสำคัญต่อเรื่องนี้ คือ มีการโปรโมทรายการเพลงทางวิทยุ และนักจัดรายการวิทยุของบริษัทผ่านสื่อมวลชนต่างๆ

ตามแนวคิดทางการตลาด Promotion หรือการส่งเสริมการขาย เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก คือเป็นการแจ้ง การบอกกล่าว และการขายความคิด ความเข้าใจให้ลูกค้าได้รู้ เป็นการสื่อความไปถึงตลาดเป้าหมาย อาจกล่าวได้ว่าบริษัทที่ผลิตสินค้าที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพ และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค แต่ไม่บอกกล่าวให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ถือว่าเป็นสิ่งที่ไร้ประโยชน์ ในด้านการสร้างสรรค์นักจัดรายการวิทยุนี้ก็เช่นเดียวกัน เมื่อมีนักจัดรายการวิทยุที่มีความสามารถ และจัดรายการได้ถูกใจผู้ฟัง ก็ต้องมีการแจ้งให้ผู้คนทั่วไปได้ทราบข่าว เกี่ยวกับนักจัดรายการวิทยุของบริษัท

สำหรับการทำโปรโมชั่น นักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ต่อไปนี้

4.1 การโปรโมทนักจัดรายการวิทยุในรายการเพลงของบริษัท

หมายถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ นักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ผ่านทางรายการวิทยุของบริษัทนั่นเอง ซึ่งการโปรโมทนี้ ได้ออกมาในรูปของโฆษณาทางวิทยุ (Spot) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อโปรโมทตัวนักจัดรายการวิทยุโดยตรง เช่นในระยะแรก ที่บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ผลิตรายการเพลงทางวิทยุนำเสนอผู้ฟังนั้น นักจัดรายการวิทยุของบริษัท ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก และผู้ฟังยังไม่ทราบถึงบุคลิกในการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุแต่ละคน บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ได้ผลิตโฆษณาทางวิทยุออกอากาศในรายการ เพื่อบอกกล่าวข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับนักจัดรายการวิทยุ ยกตัวอย่างเช่น ดีเจสมพล เป็นดีเจมุขบาน จัดรายการในรูปแบบที่ตลก สนุกสนาน และผู้ฟังสามารถพบกับเขาได้ในรายการ RADIO VOTE SATELLITE ช่วง SONG VOTE เป็นต้น

หลังจากบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ได้ผลิตรายการเพลงทางวิทยุมา ได้ระยะหนึ่ง จนนักจัดรายการวิทยุของบริษัทนี้ เริ่มเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ฟังแล้ว โฆษณาทางวิทยุที่โปรโมทนักจัดรายการวิทยุโดยตรง ก็เริ่มลดลง จะมีก็ต่อเมื่อ มีนักจัดรายการวิทยุคนใหม่เข้ามาจัดรายการ เช่นในช่วงที่ เอก กฤษณาวารินทร์ เริ่มเข้ามาทำหน้าที่ในการจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ที่รายการ HOT WAVE ทางบริษัทได้ผลิตโฆษณาโปรโมทตัวดีเจเอก ซึ่งเป็นดีเจน้องใหม่ที่ยังไม่มีใครรู้จัก เนื้อหาของโฆษณามีการบอกว่า เอก คือใคร คือเอกพลที่เป็นพี่ชายคนโตในละครสามหนุ่มสามมุมหรือเปล้า หรือว่าเป็นเอก ศิลปิน วงยูเอชที สุดท้ายก็เฉลยว่า “เอก” ตัวจริง ต้องเป็นดีเจที่คลื่น HOT WAVE เป็นต้น

นอกจากนี้ การโปรโมทนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ในระยะหลังจะเป็นลักษณะของการประชาสัมพันธ์นักจัดรายการวิทยุ ควบคู่ไปกับตัวรายการที่เขาจัดเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ เป็นการบอกกล่าวในช่วงเวลาที่นักจัดรายการวิทยุแต่ละคน ทำหน้าที่อยู่ในรายการต่าง ๆ นั้น มีเนื้อหาอะไรที่น่าสนใจ เช่น

- การประชาสัมพันธ์ว่าจะมีแขกรับเชิญที่น่าสนใจ เป็นบุคคลที่กำลังได้รับความนิยมในวงการบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นนักร้อง นักแสดง มาให้สัมภาษณ์ในรายการ HOT WAVE ช่วง ดีเจ นพพร อุดมศักดิ์

- การประชาสัมพันธ์ ดีเจ อภิลิทธิ์ ปุณณะนธิ กับช่วง "PRO 88" ในรายการ RADIO NO PROBLEM ที่เชิญบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในอาชีพต่างๆ มาตอบข้อซักถามของผู้ฟังที่สนใจอยากประกอบอาชีพนั้นๆ พร้อมให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง

- การประชาสัมพันธ์ ดีเจ บุญชู ดวงจินดา กับช่วง "ดีเจจำเป็น" ในรายการ RADIO VOTE SATELLITE ที่เชิญดารานักแสดงที่ผู้ฟังชื่นชอบ มาเป็นแขกพิเศษ ทำหน้าที่เป็นดีเจ เป็นต้น

การโปรโมทนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ในรายการเพลงทางวิทยุของบริษัทนี้ ทำโดยการผลิตโฆษณาทางวิทยุ โดยทีมผู้ผลิตรายการ เพื่อนำไปเปิดในรายการวิทยุที่นักจัดรายการวิทยุคนนั้นๆ จัดอยู่ นอกจากนี้ นักจัดรายการวิทยุคนอื่นๆ ที่จัดในรายการเดียวกัน ยังช่วยพูดประชาสัมพันธ์ เพื่อตอกย้ำให้ผู้ฟังจดจำได้ด้วย

4.2 การโปรโมทนักจัดรายการวิทยุผ่านสื่อมวลชนอื่นๆ

แม้ว่าวิทยุเป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลสูง สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้ฟังจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว แต่สื่อมวลชนอื่นๆ ก็มีความสำคัญ และได้รับความสนใจเช่นกัน ดังนั้น การดำเนินธุรกิจทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุจึงต้องอาศัยสื่ออื่น ในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ของบริษัทด้วย ปัจจุบันนี้เราจึงได้เห็นข่าวคราวของนักจัดรายการวิทยุ ปรากฏอยู่ตามหน้าหนังสือพิมพ์ ได้อ่านบทสัมภาษณ์ ของนักจัดรายการวิทยุ ในนิตยสารต่างๆ และ ได้รู้จักหน้าตาของนักจัดรายการวิทยุที่ไปออกรายการโทรทัศน์ด้วย ดังที่มีบทความในนิตยสารฉบับหนึ่งกล่าวไว้ว่า

“...ไม่เชื่อลองดูสิ เดี่ยวนี้มีดีเจที่ออกสื่อโทรทัศน์ ให้คนฟังและคนดูได้เห็นหน้าค่าตากันอยู่บ่อยๆ ไม่เหมือนกับในสมัยก่อนได้ฟังแต่เสียงใสๆ แต่ไม่เคยได้เห็นหน้าตา ก็อย่างที่คุณนั้นหิดา เคยร้องไว้ “ดีเจ เสียงใสๆ คุณนั้นเป็นใคร ดวงใจฉันถามหา” ว่ากันว่า ดีเจสมัยนี้ ถ้าคนฟังไม่เคยได้เห็นหน้า เขาเรียกว่า “ยังดังไม่พอ”...” (เกมเดือด...วิทยุร้อน. แพรวสุดสัปดาห์, ประจำเดือน ตุลาคม 2536)

จึงอาจกล่าวได้ว่า การโปรโมทนักจัดรายการวิทยุ ผ่านสื่อมวลชนอื่นๆ มีความสำคัญมาก สำหรับบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ได้มีการโปรโมทนักจัดรายการวิทยุ ทางสื่ออื่นใน 2 ลักษณะ คือ

4.2.1 การส่งข่าวแจกจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ของบริษัท

เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด เป็นผู้ทำหน้าที่การโปรโมทรายการเพลงทางวิทยุ และนักจัดรายการวิทยุของบริษัท ด้วยการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อนำออกไปเผยแพร่ยังสื่อมวลชนต่างๆ ดังที่ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ได้เล่าให้ฟังว่า

“...โดย Concept ของเอ-ไทม์ มันก็ไม่เชิงเป็นนโยบายชะเลยทีเดียวนะ เราจะโปรโมท DJ A, B, C, D อะไรอย่างนี้ เพราะ Main ของเราในแง่การ P.R. จะเน้น Concept คลื่น กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่างๆ จากนั้นจึงจะโยงเข้าว่า กิจกรรมช่วงนี้ หรือ Concept ตรงนี้ DJ คนไหนรับผิดชอบ จากนั้นถึงเป็นการเอ่ยชื่อ DJ ควบคู่ไปกับกิจกรรมที่อยู่ในความรับผิดชอบของคนนั้น นี่คืออันดับ 1 อันดับ 2 ก็เป็นการแตกย่อยมาเพื่อที่จะเสริมว่า จุดเด่นของ DJ แต่ละคน ไม่เหมือนกัน อย่างบางคนอาจจะแม่นมาก เรื่องดูหนังฟังเพลง บางคนเป็นหนอนหนังสือ มันเป็นส่วนหนึ่งของ DJ แต่ละคน...” (ขนิษฐา บุญยโสภณ. สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2538)

จากการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ เราจึงได้ทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับนักจัดรายการวิทยุอยู่เป็นประจำ ซึ่งแน่นอนว่าทุกข่าวที่ออกมาจะต้องเป็นไปในด้านบวก คือ ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวนักจัดรายการวิทยุ รวมไปถึงภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ด้วย



(คนแปลกหน้า) ที่นั่งอยู่ในใจวัยรุ่นแทนพ่อแม่

ภาพที่ 1 ตัวอย่างข่าวเกี่ยวกับนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด
ที่ปรากฏตามสื่อสิ่งพิมพ์

4.2.2 นักจัดรายการวิทยุของบริษัท ได้รับคำเชิญให้ไปปรากฏตัวตามสื่อต่างๆ

เมื่อนักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด เป็นที่รู้จัก และได้รับความสนใจจากผู้คนทั่วไป จึงมักได้รับคำเชิญจากสื่อมวลชนต่างๆ ให้ไปปรากฏตัว ทั้งในฐานะที่เป็นนักจัดรายการวิทยุ และการติดต่อให้ไปทำหน้าที่อย่างอื่น เช่น เป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์ หรือแสดงละคร แสดงภาพยนตร์

การที่สื่ออื่นเชิญให้นักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด ไปปรากฏตัวในฐานะนักจัดรายการวิทยุ ยกตัวอย่างเช่น ทีมนักจัดรายการวิทยุทั้งหมด พร้อมทั้งคุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา เป็นแขกรับเชิญช่วง Talk Show ในรายการ Twilight Show, นพพร อุดมศักดิ์ เป็นแขกรับเชิญในรายการ จันทร์กระพริบ บ้านแห่งความรัก ดวงกับดาว น่ารัก น่าลุ้น และลุ้นข้ามโลก, อภิสสิทธิ์ ปุณณะนิธิ ให้สัมภาษณ์ในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ เป็นต้น

สำหรับกรณีที่นักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด ได้รับคำเชิญให้ไปทำหน้าที่อย่างอื่น เช่น ยุทธนา บุญอ้อม เป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์ “ทีวี โหวด”, วินัย สุขแสง เป็นพิธีกรรายการ “แมกกาซีนหลังเลนส์”, เอก กฤษณาวารินทร์ เป็นพิธีกรรายการ “เพลงติดดาว” และเห็นได้ชัดที่สุดจาก สมพล ปิยะพงศ์สิริ นักจัดรายการวิทยุอดนิยม ที่ปรากฏตัวตามสื่อต่างๆ บ่อยมาก เพราะนอกจากจะจัดรายการเพลงทางวิทยุ

เป็นประจำ ที่รายการ RADIO NO PROBLEM และรายการ RADIO VOTE SATELLITE แล้ว สมพล ยังเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์ หลายรายการ เช่น พีเพิล ทูไนท์, แวง แวง แวงคอก, คอนเสิร์ตหยุดโลก, เกมฮอตเพลงฮิต, บ้านทีกหวักะที, เพื่อนกันวันเสาร์ และ เพลงต่อเพลง รวมไปถึงการมีผลงานด้านการแสดงละครโทรทัศน์ เรื่อง คฤหาสน์ที่ไม่ธรรมดา และยามเมื่อลมพัดหวาน รวมทั้งภาพยนตร์อีก 1 เรื่อง คือ สติแตกสุดชั่วโลก ด้วย



ซูเปอร์สตาร์

เลียดยาย...ไม่ใช่ชื่อหนัง แต่เป็นเสียงบันของ ดี.เจ.โก๋ สมพล ปิยะพงษ์ศิริ ที่ได้รับการติดต่อให้เล่นละคร เรื่อง "คือหัตถ์ดาครองพิภพ"ของช่อง 7 ที่เจ้าตัวบอกว่าอยากเล่นใจจะขาดแต่ไม่มีคิวให้จริง ๆ

เพราะนอกเหนือจะจัดรายการที่เรดิโอ โนพริอบ เบลิ้ม F.M.88.0 MHk. และ เรดิโอ ไหวต แซทเทลไลท์ F.M.93.5 MHk. แล้ว ยังรับงานพิธีกรถึง 4 รายการ ทั้ง เพื่อนกันวันเสาร์ แวง แวงไทยแลนด์ บ้านทีกหวักะที และเกมฮอตเพลงฮิต นอกจากนี้ยังมีหนังใหญ่อีกเรื่อง คือ สติแตกสุดชั่วโลกอีกด้วย

ใครว่าไม่ดัง ไม่ดัง ยังควั่นแน่นเอี้ยดจนเบียด
ไม่ได้แล้วเนี่ย เรียกซูเปอร์สตาร์ได้หรือยัง?

ภาพที่ 2 ตัวอย่างข่าวจากนิตยสาร "รมย์" ฉบับเดือน เมษายน 2538
ที่แสดงให้เห็นถึงความมีชื่อเสียงของสมพล ปิยะพงษ์ศิริ

ในส่วนของการปรากฏตัวตามสื่อต่างๆ ของนักจัดรายการวิทยุนี้ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักจัดรายการวิทยุในปัจจุบัน เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้นกว่าในสมัยก่อน เพราะในอดีต สื่อมวลชนไม่มีบทบาทเหมือนในปัจจุบัน และการเป็นนักจัดรายการวิทยุ ก็จะทำหน้าที่อยู่ในรายการวิทยุของตนเท่านั้น การติดต่อสื่อสารกับผู้ฟัง ทำได้เพียงการพูดคุยผ่านทางรายการ ทำให้ผู้ฟังอาจไม่เคยรู้จักหน้าตา ของนักจัดรายการวิทยุที่ตนชื่นชอบเลยด้วยซ้ำ แต่ในปัจจุบัน มีช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารมาก นักจัดรายการวิทยุ จึงสามารถปรากฏตัวให้ผู้คนที่ทั่วไปได้รู้จักคุ้นเคยได้มากกว่าในอดีต อย่างไรก็ตาม การปรากฏตัวทุกครั้ง ไม่ได้ก่อให้เกิดผลในด้านบวกเพียงด้านเดียว แต่อาจก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบได้เช่นกัน ผู้บริหารของบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด จึงต้องดูแลอย่างใกล้ชิดว่านักจัดรายการวิทยุในสังกัดของตน เหมาะสมที่จะปรากฏตัวตามสื่อต่างๆ หรือไม่อย่างไร ดังที่ได้เล่าให้ฟังดังนี้

“...ส่วนใหญ่ก็มาคุยกันว่าควรรับ ไม่ควรรับ ยังไง คือตรงนี้ที่มองว่ามันเป็นเรื่องเฉพาะคน เป็นเรื่องของความสามารถเฉพาะคน ว่าเค้ามีหรือเปล่า ถ้าเกิดเค้ามีความสามารถจริงๆ เค้าก็จะทำไปได้ และประสบความสำเร็จไปอีก... สำหรับตรงพี่เอง ก็จะดูแลกัน ส่วนใหญ่ก็จะปรึกษากันว่า เออ มีอันนี้เข้ามา จะรับดี ไม่รับดี อย่างไร (สมพล ปิยะพงศ์สิริ) เนี่ย ทุกวันนี้ก็ยังคุยกันตลอดว่า รับแล้วมันจะได้ หรือจะเสีย เพราะบางอย่างเนี่ย มันไม่ได้หมายความว่า เราทำได้หมดทุกอย่าง หรือว่าดีเจบางคนเนี่ย ไม่เห็นหน้า อาจจะดีกว่าเห็นหน้า อะไรอย่างนี้ พอเห็นหน้าปุ๊บแล้ว อ้าว ไม่ฟังเลยก็มี เพราะฉะนั้น มันต้องดูตามความเหมาะสม ของแต่ละคน แล้วก็แต่ละกรณีไป...” (สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อรุณยา. สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2538)

อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนนับว่ามีส่วนอย่างมาก ในการโปรโมทการจัดรายการวิทยุ ของบริษัท เอ-โทมี้ มีเดีย จำกัด ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น เช่นเดียวกับการโปรโมทศิลปินนักร้องของบริษัทต่างๆ ที่ต้องกระทำผ่านสื่อมวลชน ดังผลการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ นักร้องไทยสังกัด คีตา เรคคอร์ดส จำกัด ในช่วงระยะ พ.ศ.2531-2534” ของยุคลรัตน์ เจตนาธรรม จักร พบว่า กลยุทธ์อย่างหนึ่งที่ใช้ในการสร้างสรรค์นักร้องของบริษัท คีตา คือ การกระทำโปรโมชันผ่านสื่อต่างๆ โดยมีการเน้นหนักการใช้สื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เฉพาะนักร้องที่มีรูปร่างหน้าตาดี เป็นจุดขาย ส่วนนักร้องที่ใช้ความสามารถในการร้องเพลงเป็นจุดเด่นสำคัญ จะใช้สื่อวิทยุ

ด้วยเหตุผลเดียวกันนี้ การทำโปรโมชันผ่านสื่อมวลชน จึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ และเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักร้องรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมี้ มีเดีย จำกัด ด้วย

ปัจจัยที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักร้องรายการวิทยุ บริษัท เอ-โทมี้ มีเดีย จำกัด จึงประกอบไปด้วย ปัจจัยคุณสมบัติของนักร้องรายการวิทยุ อันได้แก่ ความรู้และประสบการณ์ในวิชาชีพ, ความสามารถในการจัดรายการ, และอุปนิสัยส่วนตัวของนักร้องรายการวิทยุ นอกจากนี้ คือปัจจัยผู้บริหาร และ ทีมผู้ผลิตรายการ ปัจจัยลักษณะรายการเพลงทางวิทยุ และปัจจัยการทำโปรโมชัน ซึ่งนักร้องรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทมี้ มีเดีย จำกัด มีชื่อเสียงขึ้นมาได้ ต้องอาศัยปัจจัยเหล่านี้ หลายๆปัจจัยประกอบกัน ไม่ใช่โดยปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง อย่างไรก็ตาม นักร้องรายการวิทยุคนหนึ่ง อาจไม่มีทุกปัจจัยสนับสนุน และ

นักจัดรายการวิทยุแต่ละคนก็มีปัจจัยแต่ละประการ มากน้อยต่างกันไป ทำให้
ชื่อเสียงของเขานั้น แตกต่างกันไปด้วย แต่กล่าวโดยสรุปแล้ว ทุกปัจจัย
ดังกล่าว คือ สิ่งที่น่าไปสู่อำนาจชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท
เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ทั้งสิ้น