

บทที่ ๓

แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดตั้งราชการของสถานีวิทยุกระจายเสียงกรมการรักษาดินแดน กรุงเทพมหานคร พ.ศ.๒๕๓๐-๒๕๓๕ มีแนวความคิดและทฤษฎีที่นำมาเป็นกรอบความคิดในการศึกษาค้นคว้า โดยแบ่งออกเป็น ๓ กลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ ๑ คือ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์โครงสร้าง และหน้าที่ของสถานีวิทยุกระจายเสียง ซึ่งเป็นองค์การสื่อสารมวลชนว่ามีรูปแบบของการจัดองค์การอย่างไรได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับระบบการจัดองค์การวิทยุกระจายเสียงไทย

กลุ่มที่ ๒ คือ แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์การบริหารการจัดตั้งราชการ แบ่งสัดส่วนประเภทราชการ ให้สอดคล้องตามเวลาที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและปัจจัยต่างๆ ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการจัดตั้งราชการ เพื่อนำมาวิเคราะห์การบริหารการจัดตั้งราชการกระจายเสียงที่เหมาะสม ได้แก่

๒.๑ แนวคิดหลักบริหารการจัดตั้งราชการกระจายเสียง

๒.๒ แนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดตั้งราชการกระจายเสียง

แนวคิดเกี่ยวกับระบบการจัดองค์การวิทยุกระจายเสียงไทย

โครงสร้างระบบการจัดองค์การวิทยุกระจายเสียง จัดได้ว่าเป็นระบบของรัฐบาล ดำเนินการโดยรัฐวิสาหกิจได้จาก พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๔๘ มาตรา ๕ ระบุว่า "ห้ามมิให้ผู้ใดดำเนินการบริการส่งวิทยุกระจายเสียงหรือบริการส่ง

วิฤทธิทัศน์ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต"

นอกจากนี้ตามมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติฉบับเดีวกันนี้ยังระบุว่ามีบังคับแก่

๑. กรมประชาสัมพันธ์
๒. กรมไปรษณีย์โทรเลข
๓. กระทรวงกลาโหม
๔. กระทรวงทบวงกรมใด และนิติบุคคลที่กำหนดในกฎกระทรวง

จะเห็นได้ว่าตามกฎหมายนี้ หน่วยราชการเท่านั้นจึงจะเป็นเจ้าของกิจการสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ สุรีย พินเจริญ จ่าเนกลักษณะการดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงไว้ ๕ ประเภท ดังนี้.-

๑. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
๒. สถานีวิทยุกระจายเสียงของส่วนราชการ
๓. สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ดำเนินการในรูปของรัฐวิสาหกิจ
๔. สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา
๕. สถานีวิทยุกระจายเสียงเฉพาะกิจ

ส่วนในด้านการบริหารงานสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้นอาจจำแนกออกได้ ๓ กลุ่มดังนี้.-

๑. กลุ่มสถานีของราชการที่ส่งกระจายเสียงโดยไม่มีโฆษณาสินค้า ได้แก่ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุ อส.
๒. กลุ่มสถานีของราชการที่ส่งกระจายเสียงโดยมีโฆษณาสินค้า ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงกองพลที่ ๑ รักษาพระองค์ สถานีวิทยุกระจายเสียงกรมการรักษาดินแดน ฯลฯ
๓. สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท. ดำเนินงานในรูปธุรกิจการค้า ภายใต้การควบคุมขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ซึ่งเรียกหน่วยงานประเภทนี้ว่า รัฐวิสาหกิจ (State Enterprise)

สถานีวิทยุทธกระจายเสียงในกลุ่มดังกล่าวนี้มีการดำเนินงานที่คล้ายกันบ้างและแตกต่างกันบ้าง ตามแต่วัตถุประสงค์และนโยบายของคน สถานีวิทยุทธกระจายเสียงบางแห่งอาจเน้นรายการเพื่อความรู้ บางสถานีเน้นรายการข่าว บางสถานีเน้นด้านความบันเทิง แม้การพัฒนาการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงก็อาจจะแตกต่างกันด้วย (สาขาทันที สดุดิพันธ์ , ๒๕๓๕) ส่วนอีกกรณีหนึ่งที่ผู้บริหารและกรรมการของสถานีจะเข้าไปมีส่วนในการควบคุมรับผิดชอบคือ กรณีที่มีการกระทำผิด หรือฝ่าฝืนกฎระเบียบต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นไม่บ่อยนัก

จากการเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็วของสถานีวิทยุทธกระจายเสียง ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๒๖ เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันนี้ ราชได้และทำไร่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทเอกชนสนใจในการลงทุนในกิจการวิทยุกระจายเสียง เช่นเดียวกับหน่วยงานของรัฐ ทั้งทหารและพลเรือนต้องการที่จะมีสถานีวิทยุทธกระจายเสียงของตน

แต่เดิมนั้น การซื้อขายเวลาสถานีจะเป็นผู้ขายเอง โดยจะทำการแบ่งขายให้กับนักจัดรายการรายย่อย หรือขายให้กับเจ้าหน้าที่สถานี ซึ่งเจ้าหน้าที่สถานีจะซื้อได้ในเวลาที่ถูกว่าบุคคลภายนอก ในการจัดรายการเจ้าหน้าที่จะซื้อเวลามาจัดรายการเอง หรือรับจ้างจัด แต่บางคนก็จะขายเวลาให้แก่ักจัดรายการภายนอก ได้กำไรอีกต่อหนึ่ง

ปัจจุบันสถานีวิทยุทธกระจายเสียงมีการประกอบเชิงธุรกิจ อาจทำการซื้อขายเวลาได้ใน ๒ ลักษณะ

๑. สถานีขายเวลาเอง คือขายเวลาให้นักจัดรายการเป็นราย ๆ ไป โดยผู้ที่เข้ามาขอซื้อเวลาต้องมีคุณสมบัติตามที่ คณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กทช.) กำหนด การทำสัญญาจะเป็นรายปี ปัจจุบัน สถานีวิทยุในกองทัพมักเป็นสัญญาแบบปีต่อปี ส่วนสถานีของรัฐวิสาหกิจจะเป็นวิธีการประมูล

๒. สถานีขายเวลาให้กับบริษัทโฆษณา หรือบริษัทคนกลางไปทั้งหมด บริษัทในรูปของมีเดียโปรดักเตอร์เป็นอุตสาหกรรมตัวกลางขายสื่อโฆษณา ที่อาจจะเป็นคนกลางเหมาเวลามาจากสถานี แล้วจ้างนักจัดรายการมาจัดเป็นช่วง ๆ ลักษณะนี้มักเป็นการซื้อเวลาของ

สถานีวิทยุในส่วนภูมิภาค ส่วนบริษัทคนกลางอีกประเภทหนึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตรายการเองขาย
เวลาเอง หาโฆษณาเอง บริษัทคนกลางประเภทนี้จะสามารถควบคุมรายการได้ทั้งหมด และ
กำหนดอัตรา ค่าโฆษณาจากสินค้าที่เข้ามาโฆษณา ด้วยอัตราประมาณชั่วโมงละ ๕๐,๐๐๐-
๑๐๐,๐๐๐ บาทต่อเดือน สำหรับสถานีวิทยุระบบ เอ.เอ็ม. ในเขตกรุงเทพมหานครและ
ประมาณชั่วโมงละ ๑๘,๐๐๐-๒๕,๐๐๐ บาทต่อเดือน ในส่วนภูมิภาค ขณะที่อัตราขายเวลา
ของสถานีวิทยุระบบ เอ.เอ็ม. ในกรุงเทพฯจะประมาณชั่วโมงละ ๓๐,๐๐๐-๓๕,๐๐๐ บาท
ต่อเดือน สถานีวิทยุระบบ เอ.เอ็ม. ในส่วนภูมิภาค จะประมาณชั่วโมงละ ๑๕,๐๐๐-
๒๐,๐๐๐ บาทต่อเดือน

จึงอาจจะกล่าวได้ว่า สำหรับสถานีวิทยุส่วนใหญ่ที่ดำเนินการแบบธุรกิจนั้น หน่วย
ราชการจะเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ตามกฎหมาย (Legal Ownership) แต่ระดับการดำเนินการ
การนั้น อยู่ในระบบธุรกิจเกือบสิ้นเชิง (สาสทิพย์ สุคติพันธ์, ๒๕๓๕)

อย่างไรก็ตาม การควบคุมในด้านรายการและการโฆษณาของสถานีวิทยุต่างก็มีความ
แตกต่างกันออกไป เช่น สถานีวิทยุที่สังกัดอยู่กับหน่วยงานของกองทัพจะมีความเป็นอิสระในการ
ดำเนินการเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บังคับบัญชาในระดับสูงของกองทัพแต่ละสมัยด้วยและยัง
มีคณะกรรมการบริหารวิทยุโทรทัศน์ที่สังกัดกองทัพเป็นองค์กรที่มีอำนาจควบคุมอีกชั้นหนึ่ง

สถานีวิทยุกระจายเสียงทุกสถานีจะมีคณะกรรมการ ซึ่งเป็นข้าราชการของหน่วยงาน
ต้นสังกัดของสถานีนั้น ๆ โดยดำรงตำแหน่งบริหารต่าง ๆ ของสถานี เช่น ผู้อำนวยการสถานี
หัวหน้าฝ่ายธุรการและกำลังพล หัวหน้าฝ่ายจัดรายการ หัวหน้าฝ่ายเทคนิค ทรัพยากร หัวหน้า
ผู้ประกาศ หัวหน้าฝ่ายสนับสนุน ฯลฯ กรรมการและผู้บริหารเหล่านี้จะรับผิดชอบในระดับ
นโยบาย และมีบทบาทสำคัญในระบอบที่จะมีการต่อสัญญา หรือทำสัญญาใหม่กับบริษัทเอกชนที่ซื้อ
เวลา หรือลงทุนด้านเครื่องมือ สิ่งอุปกรณ์การกระจายเสียงให้กับสถานี เมื่อได้มีการทำสัญญา
กับบริษัทใดบริษัทหนึ่งเรียบร้อยแล้ว หรือจัดการขายเวลาเรียบร้อยแล้ว ผู้บริหารและกรรมการ
ของสถานีวิทยุฯ นั้นจะมีส่วนเกี่ยวข้องน้อยมากในการควบคุมการดำเนินการด้านรายการโฆษณา
สักวันในช่วงที่มีการเผชิญหน้ากันในเวทีการเมือง ระหว่างพลังการเมืองหลายฝ่ายที่ต่างก็มี

สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการแสดงท่าทีจุดยืนของคุณ

แนวคิดหลักการบริหารการจัดผังรายการกระจายเสียง

การบริหารการจัดผังรายการกระจายเสียงเป็นเรื่องละเอียดอ่อน ผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการจัดผังรายการกระจายเสียงต้องอาศัยทั้งประสบการณ์ ความสามารถและมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการให้ถูกต้องกับความต้องการ และรสนิยมของกลุ่มผู้ฟัง โดยนำมาผสมผสานกับนโยบายของสถานี กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ของทางราชการ ปกติแล้วการบริหารงานการจัดผังรายการกระจายเสียงนั้น จะเริ่มด้วยการกำหนดนโยบาย และวัตถุประสงค์ในการจัดรายการของสถานีให้ชัดเจนแล้วจึงกำหนดประเภทรายการ เวลาในการออกอากาศ และผู้รับผิดชอบไว้เป็นสัปดาห์หรือรายเดือน โดยมีการแบ่งสัดส่วนประเภทต่าง ๆ ของรายการไว้ตามนโยบายของสถานี

นอกจากนั้นแล้วปัจจัยทางด้านเวลาออกอากาศก็เป็นสิ่งจำเป็นปัจจัยหนึ่ง ตามปกติแล้วจะกำหนดว่ารายการใดควรจะออกอากาศเมื่อไร กินเวลานานเท่าไร ซึ่งผู้มีหน้าที่บริหารการจัดผังรายการจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสถิติและความสนใจของผู้ฟังแต่ละประเภท เช่น ผู้ฟังที่เป็นเกษตรกรชาวไร่ชาวนา มักจะฟังวิทยุในตอนเช้าตรู่ เมื่อตื่นนอนและเตรียมอาหารเช้าก่อนจะออกไปทำงาน เช่นเดียวกับผู้ที่อยู่ในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ต้องตื่นแต่เช้าเพื่อเตรียมไปทำงาน และต้องเสียเวลาในการเดินทางตอนเช้า รายการวิทยุที่เหมาะสมกับเกษตรกรและผู้ที่อยู่ในกรุงเทพมหานครจึงควรออกอากาศในเวลาก่อนออกจากบ้านไปทำงาน และสำหรับผู้ที่มีรถนั่งส่วนตัวไปทำงาน ยังมีเวลาฟังวิทยุในระหว่างเดินทางไปทำงานด้วย เป็นต้น ดังนั้นในการจัดรายการจึงควรจัดให้เป็นไปตามเวลาที่กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายสามารถจะรับฟังได้สะดวกดังกล่าว

โดยทั่วไปแล้ว สถานีวิทยุกระจายเสียงจะแบ่งเวลาออกอากาศไว้เป็น ๓ ภาค คือ

๑. รายการภาคเช้า (Morning Programmes) ช่วงเวลา ๐๕.๐๐-๑๒.๐๐ น.
๒. รายการภาคบ่าย (After Noon Programmes) ช่วงเวลา ๑๒.๐๐-๑๘.๐๐ น.
๓. รายการภาคค่ำ (Evening Programmes) เริ่มตั้งแต่ ๑๘.๐๐ น. เป็นต้นไป

จบปิดสถานี

จารุลินทร์ มุลิกพงษ์ ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง นั้นจะต้องคำนึงองค์ประกอบสำคัญ ๕ ประการ คือ

๑. นโยบายหรือวัตถุประสงค์ของสถานีฯ ส่วนใหญ่แล้วแต่ละสถานีจะมีวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกันคือ เพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง จะแตกต่างกันบ้างก็ตรงสัดส่วนของ ประเภทรายการ บางสถานีอาจจะเน้นทางด้านข่าวสารมากกว่าความรู้และความบันเทิง แต่ บางสถานีอาจจะเน้นหนักแต่ทางด้านบันเทิงมากกว่า เป็นต้น

๒. ลักษณะของสถานีและสภาพแวดล้อม เช่น เป็นสถานีระบบ เอ.เอ็ม. หรือ ระบบ เอฟ.เอ็ม. มีขอบเขตการส่งกระจายเสียงกว้างขวางครอบคลุมพื้นที่ที่มากน้อยเพียงใด สถานีวิทยุนั้น ๆ ตั้งอยู่ในบริเวณสภาพชุมชนใด เพื่อที่จะได้จัดรายการได้เหมาะสม

๓. จากการสำรวจผู้ฟัง นับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่ง และมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการด้วย เพื่อให้ทราบความต้องการของผู้ฟังและสภาพทั่วไป เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพิจารณาแนวทางในการจัดรายการต่อไป ซึ่งในการสำรวจผู้ฟังนี้ไม่ควรจะกระทำเพียงครั้งเดียว แต่ควรดำเนินการสำรวจอย่างสม่ำเสมอ เพราะในการสำรวจแต่ละครั้งจะได้ข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงการจัดรายการได้อย่างเหมาะสมและทันสมัยอยู่เสมอ

๔. กำลังคนหรือบุคลากรของสถานี เป็นข้อมูลสำหรับผู้จัดรายการมักจะต้องประสบกับปัญหานี้อยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ต้องการใช้คนของสถานีเป็นผู้จัดและผลิตรายการเองทั้งหมด แต่กลับมีบุคลากรที่ไม่เพียงพอในการดำเนินงาน ถ้าผู้จัดรายการได้วางแผนและบรรจุนักออกอากาศรายการที่ต้องการความพิถีพิถัน ในการปฏิบัติงานและใช้เวลามากเกินไปกำลังของเจ้าหน้าที่ประจำที่มีอยู่ อาจจะทำให้รายการที่ได้จัดวางไว้ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ หรือหากทำได้ก็เป็นรายการที่ไม่มีคุณภาพดีพอ สำหรับสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีการให้เช่าเวลาออกอากาศก็เช่นกัน ผู้จัดรายการและผู้ผลิตรายการอิสระ อาจจะมีผลิตรายการให้กับหลาย ๆ สถานี ๆ ละหลายรายการ ปัญหาก็คือ รายการไม่มีคุณภาพ

๕. งบประมาณมีความสำคัญและจำเป็นไม่น้อยกว่าข้ออื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เพราะคุณภาพของรายการนั้นจะต้องผูกพันกับงบประมาณ นับตั้งแต่การหาอุปกรณ์ที่มีคุณภาพตลอดไปจนถึงการจ้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมาดำเนินงาน

แนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง

รายการต่าง ๆ ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงเชิงธุรกิจนั้น มีแหล่งที่มาของรายการจากหลายแหล่งด้วยกัน ซึ่งอาจจะเป็นรายการที่สถานีผลิตขึ้นเองหรือจากแหล่งผลิตอื่น ๆ เช่น จากบริษัทผู้จัดและผลิตรายการภายนอก (Syndicate) ที่ซื้อเวลาของสถานีแล้วจัดและผลิตรายการจากห้องผลิตรายการ (Studio) ของตนเองแล้วนำรายการที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วขึ้นแท็กซี่มาออกอากาศหรือเป็นรายการที่ถ่ายทอดมาจากสถานีเครือข่าย (Network) ก็ตาม รายการส่วนใหญ่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงเชิงธุรกิจนั้นส่วนใหญ่แล้วจะเป็นรายการประเภทบันเทิงมากกว่ารายการข่าวสาร หรือสาระความรู้

สถานีวิทยุกระจายเสียงใด จะได้รับความนิยมจากผู้ฟังมากน้อยเพียงใดหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าฝ่ายจัดรายการของสถานี จะมีความสามารถในการพิจารณาจัดรายการที่น่าสนใจของผู้ฟังลงไปในผังรายการกระจายเสียงประจำวัน (Layout) ได้อย่างเหมาะสมเพียงใด ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการจัดผังรายการกระจายเสียงดังกล่าว

William E. McCavett และ Peter K. Pringle ได้กล่าวไว้ว่า การจัดผังรายการกระจายเสียงของสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัย ๕ ประการ คือ

๑. กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น ส่วนใหญ่แล้วสถานีจะมีแนวโน้มในการจัดรายการโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของผู้ฟังเป็นสำคัญ และโดยธรรมชาติของมนุษย์แล้ว มักไม่นิยมฟังอะไรที่ซ้ำซากจำเจ เพราะจะทำให้เกิดความเบื่อหน่าย ดังนั้นแต่ละสถานีจึงต้องพยายามหาเทคนิควิธีการจัดรายการเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง และพยายามจัดรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟังด้วย ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีการจัดรายการที่มีความหลากหลายแตกต่างกัน เพื่อมิให้เกิดความจำเจจนกลายเป็นเหมือนการนั่งรับเพื่อเอาชนะใจผู้ฟังให้ฟัง "ติด" อยู่กับสถานีของตน (นภาพรณี อัจฉริยะกุล, ๒๕๓๐) จึงสมควรที่จะต้องจัดทำตารางออกอากาศแจ้งให้ผู้ฟังรู้ล่วงหน้า ว่ามีรายการประเภทใด ออกอากาศเวลาใด การจัดลำดับช่วงเวลาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟังก็เป็นสิ่งจำเป็น

เพราะจะทำให้ได้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายตรงกับประเภทของรายการตามวัตถุประสงค์ของผู้จัด เช่น รายการสำหรับเด็ก ควรจัดไว้ในช่วงเวลาที่เด็กส่วนใหญ่สามารถรับฟังได้ เช่น ในช่วงเช้าของวันหยุด เด็กจะมีโอกาสฟังรายการได้มากกว่าในช่วงเวลากลางวันของวันปกติ นอกจากนี้รูปแบบและเนื้อหาของรายการผู้จัดควรจัดให้สอดคล้องกับความต้องการ หรือธรรมชาติของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหาหรือรูปแบบ หรือแม้แต่สินค้าที่จะนำมาโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงก็จะเป็นสินค้าสำหรับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายนั้น ๆ

สิ่งที่ต้องพิจารณาก่อนเสมอก็คือ

- ๑.๑ ผู้ฟังคือใคร คือต้องทราบว่าผู้ฟังเป็นคนกลุ่มใด มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจอย่างไร และมีสภาพแวดล้อมอย่างไร
- ๑.๒ ผู้ฟังมีพฤติกรรมอย่างไร คือ ชอบฟังวิทยุในเวลาใด รายการใด สถานีไหน ใช้เวลาในการฟังแต่ละวันนานเท่าใด

๒. การส่งกระจายเสียงของสถานี ระบบการส่งกระจายเสียงของสถานีวิทยุโดยทั่วไป จะแยกออกเป็น ๒ ระบบ คือ เอ.เอ็ม. และ เอฟ.เอ็ม. และทั้ง ๒ ระบบนี้ยังแบ่งย่อยลงไปอีกตามความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีอย่างไม่หยุดยั้ง (จารุฉินทร์ มุสิกพงษ์, ๒๕๓๐) คือ ระบบ เอ.เอ็ม. จะเป็นการส่งกระจายเสียงคลื่นฟ้า (Sky Wave) ส่วนระบบ เอฟ.เอ็ม. เป็นการส่งกระจายคลื่นแบบระดับสายตา (Line of Sight) การรบกวนจึงมีน้อยกว่าระบบ เอ.เอ็ม. เสียงที่ออกอากาศจึงมีความชัดเจนกว่าและเหมาะที่จะให้บริการทางด้านเสียงดนตรีมากกว่ารายการพูดคุยดังนั้นจึงได้ใช้หลักการนี้แบ่งแยกรายการที่ออกอากาศของระบบ เอ.เอ็ม. และ ระบบ เอฟ.เอ็ม. โดยสิ้นเชิง ทั้งนี้จะได้ผู้ฟังเป็น ๒ กลุ่มด้วยเช่นกัน

๓. ผู้อุปถัมภ์รายการ และการโฆษณา เนื่องจากว่าสถานีวิทยุเชิงธุรกิจนี้ รายได้หลักของสถานีฯ ได้แก่ การขายเวลาออกอากาศรายการและการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ จะพบได้ว่าเจ้าของสินค้านั้นจะเข้ามามีบทบาทในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ค่อนข้างสูง ประเภทของรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุเชิงธุรกิจนั้นมีเพียง ๒ กลุ่มใหญ่ๆ คือ รายการบันเทิง และรายการข่าว สารความรู้ (อุบลรัตน์ ศิริชูศักดิ์, ๒๕๓๕)

- ผู้ที่ทำหน้าที่ฝ่ายจัดการราชการจะต้องศึกษาระบบการซื้อเวลา กลยุทธ์ที่ปฏิบัติกันอยู่ในวงการวิทยุกระจายเสียง และจะต้องศึกษาว่าเมื่อจัดการประเภทหนึ่งขึ้นมาแล้วจะหาผู้อุปถัมภ์ราชการได้อย่างไรและราชการประเภทนี้เหมาะสมกับโฆษณาสินค้าประเภทใด ทั้งนี้จะต้องนำเอาปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มผู้ฟังมาพิจารณาด้วย

๘. ระเบียบกฎหมาย หรือบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการกระจายเสียง เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดการจัดตั้งราชการ เพราะจะเป็นกรอบที่กำหนดในการจัดการต่าง ๆ แม้ว่าจะสถานีวิทยุกระจายเสียงเชิงธุรกิจจะให้อิสระในการจัดการแก่ผู้จัดการตามความต้องการของการตนก็ตาม ระเบียบกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ได้แก่

- พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๔๘๘
- พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๐๗
- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒
- พระราชบัญญัติธา พ.ศ. ๒๕๑๐ (แก้ไขใหม่ พ.ศ. ๒๕๒๒)
- ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๓๕
- ระเบียบกองทัพบก ว่าด้วย วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๓๖

(สำหรับสถานีวิทยุในเครือกองทัพบก)

- ระเบียบของหน่วยที่เป็นเจ้าของความถี่

บทสรุปแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อมวลชนที่มีศักยภาพ ในการเข้าถึงมวลชนได้มากกว่าสื่อมวลชนชนิดอื่นๆ สามารถกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ผู้ประชาชนเป้าหมายได้ทุกเพศ ทุกวัย และมีหน้าที่ในการรับใช้สังคม ด้วยการเสนอข่าวสาร แสดงความคิดเห็น ให้การศึกษาและความบันเทิง คลื่นวิทยุถือว่าเป็นทรัพยากรซึ่งมีจำกัดและถือว่าเป็นของรัฐเท่านั้น โดยการเข้าถือครองเป็นเจ้าของและใช้ประโยชน์ นับตั้งแต่ในการลงทุนจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้น จะต้องใช้เงินทุนเป็นจำนวนมาก ประกอบกับกำลังพลและงบประมาณของหน่วยราชการที่เป็นเจ้าของความถี่ไม่มีเพียงพอ จึงจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ได้

เอกชนเข้ามาลงทุน หรือซื้อเวลาเพื่อออกอากาศรายการและโฆษณา โดยมีการทำสัญญากันปีต่อปี การประกอบการค้าเชิงธุรกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงในไทยมี ๓ ลักษณะใหญ่ คือ

- สถานีฯ เป็นผู้ขายเวลาโดยตรงกับนักจัดรายการ
- สถานีฯ ขายเวลาให้กับบริษัทผู้ซื้อเวลา หรือบริษัทคนกลางไปทั้งหมด ซึ่งบริษัทฯ จะนำไปขายต่อให้กับนักจัดรายการอิสระ หรือจัดสรรเวลาให้กับนักจัดรายการในสังกัดของตนตามแต่กรณี อย่างไรก็ตาม สถานีวิทยุกระจายเสียงทุกสถานี จะมีคณะกรรมการซึ่งเป็นข้าราชการของหน่วยงานต้นสังกัดของสถานี รับผิดชอบในระดับนโยบายและมีบทบาทสำคัญในการต่อสู้หรือทำสัญญาใหม่ให้กับบริษัทผู้ซื้อเวลา หลังจากนั้นจะมีบทบาทน้อยมากในการกำกับดูแลด้านรายการกระจายเสียง

ดังนั้น ในการกำหนดแผนผังรายการกระจายเสียงประจำวัน (Lay Out) จึงขึ้นอยู่กับบริษัทผู้ซื้อเวลา หรือบริษัทคนกลาง จะเป็นผู้กำหนดขึ้น ทั้งนี้โดยมีปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาส่งผลกระทบทำให้รายการต่าง ๆ นั้น เป็นไปเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจแทบทั้งสิ้น โดยที่ผู้บริหารสถานีฯ (นายสถานี) ไม่มีอำนาจสิทธิขาดในการตัดสินใจ ในการดำเนินการผังรายการกระจายเสียงได้อย่างเหมาะสมต่อข้อใด เป็นเพียงผู้ประสานงานระหว่างหน่วยงานที่สังกัดกับบริษัทผู้ซื้อเวลาเท่านั้น