

กลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลง ภายใต้สภาวะทางการตลาดของธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียง



นางสาว บุวดี คงชูชัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-14-2899-5

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

, - 8 พ.ศ. 2551

๕๑๑ ๓๐๓๐ ๑

THE MUSIC PROGRAM MANAGEMENT STRATEGY IN THE MARKET CONDITION OF
RADIO BUSINESS

Miss Yuwadee Kongchuchai

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2005


ISBN 974-14-2899-5

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลง ภายใต้สภาวะทางการตลาดของธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียง
โดย	นางสาวยุวดี คงชูชัย
สาขาวิชา	การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์

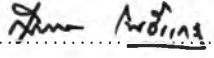
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

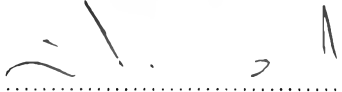

..... คณบดีคณะนิติศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โอฟาร์ วงศ์บ้านดู)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)


..... กรรมการ
(อาจารย์ สุภาพร โพธิ์แก้ว)


..... กรรมการ
(อาจารย์ กิตติพัฒน์ ลิ้มพะสุต)

ยวดี คงชูชัย : กลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลง ภายใต้สภาวะทางการตลาดของธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียง. (THE MUSIC PROGRAM MANAGEMENT STRATEGY IN THE MARKET CONDITION OF RADIO BUSINESS) อ. ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์, 159 หน้า. ISBN 974-14-2899-5.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการบริหารธุรกิจสื่อวิทยุและดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ ตลอดจนแนวทางในการวางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการรายการเพลงทางวิทยุ ของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุ ภายใต้สภาวะทางการตลาดของธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารระดับสูง ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการและโปรดิวเซอร์ ของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุที่มีบทบาทสำคัญในตลาดธุรกิจสื่อวิทยุ จำนวน 4 บริษัท ได้แก่ 1. บริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) 2. บริษัท สกาย-ไอ เน็ตเวิร์ค จำกัด 3. บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด และ 4. บริษัท เวอร์จิน บีบีซี-เทโร เรดิโอ (ประเทศไทย) จำกัด, ข้อมูลจากเอกสาร และข้อมูลจากรายการเพลงที่ออกอากาศทางวิทยุ

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า บริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุทั้ง 4 ราย มีการจัดวางโครงสร้างการบริหารธุรกิจสื่อวิทยุที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. บริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทผู้ประกอบธุรกิจสื่อครบวงจรขนาดใหญ่ และมีสถานภาพเป็นบริษัทมหาชน ภายใต้บริษัทผู้ประกอบธุรกิจเพลงและธุรกิจบันเทิงครบวงจรรายใหญ่ของไทย
2. บริษัท สกาย-ไอ เน็ตเวิร์ค จำกัด เป็นบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายใหญ่ ที่อยู่ภายใต้บริษัทผู้ประกอบธุรกิจเพลงและบันเทิงครบวงจรรายใหญ่ของไทย
3. บริษัท เวอร์จิน บีบีซี-เทโร เรดิโอ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายใหญ่ ที่เกิดจากการร่วมทุนระหว่างบริษัทผู้ประกอบธุรกิจสื่อและบันเทิงครบวงจรรายใหญ่ของไทยกับบริษัทผู้ประกอบธุรกิจสื่อวิทยุจากต่างประเทศ
4. บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เป็นบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายเล็ก ที่มีการร่วมทุนกับบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายอื่น ภายใต้บริษัทผู้ประกอบธุรกิจสื่อ

ทั้งนี้ โครงสร้างการบริหารธุรกิจสื่อวิทยุของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการที่แตกต่างกัน ทั้งทางด้านจำนวนรายการและรูปแบบรายการ โดยในส่วนของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายใหญ่มีความได้เปรียบทางด้านสัดส่วนรายการเพลงทางวิทยุในตลาด และวัตถุดิบเพลงที่เป็นของบริษัทแม่ โดยมีการดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการที่มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน คือ การเปิดเพลงตามกระแสความนิยม ในขณะที่บริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายเล็กจะดำเนินการผลิตรายการเพลงทางวิทยุที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

นอกจากนี้ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ภายใต้สภาวะทางการตลาดของธุรกิจสื่อวิทยุที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อแนวทางในการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลงทางวิทยุของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุ โดยบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายใหญ่ คำนึงถึงการวางโครงสร้างการบริหารที่เป็นระบบสากล การขยายสาขาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุ การพัฒนาทางด้านการบริหารจัดการทางการตลาดและการได้มาซึ่งสัมปทานสถานีวิทยุ รวมถึงการผลิตรายการที่เปิดเพลงตามกระแสความนิยม การส่งเสริมการขาย การใช้เทคโนโลยีในการขยายช่องทางการเผยแพร่รายการรูปแบบใหม่ และการนำรูปแบบและเนื้อหารายการเพลงไปต่อช่องทางธุรกิจ ส่วนบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายเล็ก คำนึงถึงการหาพันธมิตรทางธุรกิจ และการดำเนินธุรกิจอื่นร่วมกับการดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุ รวมถึงการผลิตรายการเพลงที่มีเอกลักษณ์และตอบสนองต่อกลุ่มผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม

ภาควิชา การสื่อสารมวลชนลายมือชื่อ นิสิต.....

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชนลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2548

4685103728 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: RADIO BUSINESS/ RADIO MUSIC PROGRAM/ GMM/ VIRGIN/ CLICK

YUWADEE KONGCHUCHAI : THE MUSIC PROGRAM MANAGEMENT STRATEGY IN THE MARKET CONDITION OF RADIO BUSINESS. THESIS ADVISOR : ASST.PROF. KWANREUN KITIWAT, 159 pp. ISBN 974-14-2899-5.

This research is in the field of quantitative research. The purposes of the study were, to study the structure of the radio business management, the process of music radio program production and the tendency of the music program management strategy of the big group of the company which produced music radio program in the market condition of radio business during January 2004 – January 2006. The data was gathered by using deep-interview to the chief executive officers, the production directors and the 4 radio business companies' producers, which had the important role in the market of radio business ; 1) GMM Media Public Company Limited 2) SKY-HIGH Network Co., Ltd. 3) CLICK RADIO Co., Ltd. 4) VIRGIN BEC-TERO Radio (Thailand) Co., Ltd. The data was from the documents and the music which were on air.


The findings of the study revealed that 4 radio business companies have the different structure of radio business management as follows:

- 1) GMM Media Public Company Limited is the big group of the company in producing many medias and being the public company in radio and entertainment business in Thailand.
- 2) Sky-High Network Co., Ltd. is the big group of the music radio program business company which was under the big group of the music and entertainment business company in Thailand.
- 3) Virgin BEC-Tero Radio (Thailand) Co., Ltd. is the big group of the music radio program business company which was invested by the big entertainment business company in Thailand and the radio business company from abroad
- 4) Click Radio Co., Ltd. is the small group of the music radio program company which was invested by others music radio program business company under the media business company.


The structure of radio business of music radio program business company, which was different, has the result of producing in different productions in both of the member of the program and its style. The big group of the music radio program business company gained more proportion of music radio program in the market and the music from mother company. The production style of the music is the same. The small group of the music radio program business had the unique production style.

Moreover, the research found that in the changeable market condition of radio business and impact on the way of the music program management strategy planning of the radio business companies. The big group of the music radio program business company thought of having an international structure, getting the concession of the radio station, producing the favorable music, selling promotion, expanding the program and using the style to continue the business. The small group of the music radio program business thought of finding a business alliance, going side by side with others business and producing the unique music and responding to the especial groups of listeners.

Department Mass Communication

Student's signature.....

Field of study Mass Communication

Advisor's signature.....

Academic year 2005

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผศ. ขวัญเรือน กิติวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษา, ผศ. โอฬาร วงษ์บ้านคู่ ประธานกรรมการ, อ.สุภาพร โพธิ์แก้ว และ อ.กิตติพัฒน์ ลิ้มพะสุด กรรมการ โดยอาจารย์ทั้ง 4 ท่านนี้ ถือเป็นครูของผู้วิจัยที่มีส่วนช่วยเหลือผู้วิจัยทั้งในด้านการให้ความรู้ ให้คำปรึกษา และให้ความเอาใจใส่จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงออกมาได้

ทั้งนี้ ขอขอบพระคุณรศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยวศักดิ์ ที่ได้ให้คำแนะนำและช่วยเหลือทางด้านกำลังใจ จนผู้วิจัยสามารถสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ที่เป็นผู้ให้ในชีวิตของผู้วิจัยมาทั้งชีวิต และเป็นทั้งกำลังใจและกำลังใจในการศึกษามาโดยตลอด ขอขอบคุณสำหรับความอดทนรอด้วยความเข้าใจในความสำเร็จของผู้วิจัยกับใบปริญญาใบนี้

ขอขอบคุณก น้าต๋อง สำหรับความช่วยเหลือทางด้านภาษาต่างบ้านต่างเมือง

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ MC13, เหล่าผองเพื่อนกลุ่มซี ณ ช.โช่ บัญชี และ ผองเพื่อน RIN7 สำหรับกำลังใจในทุกครั้งที่ท้อ โดยเฉพาะผองเพื่อน MC13 ที่ฟันฝ่าอุปสรรคมาด้วยกันอย่างเข้าอกเข้าใจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหำนำการวิจัย.....	10
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
ขอบเขตของการวิจัย.....	10
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรผู้ผลิตสื่อ ภายใต้งแรงผลักดันทางสังคม.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารจัดการและ การดำเนินงานขององค์กรผู้ประกอบการธุรกิจสื่อวิทยุ.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการรายการเพลงทางวิทยุ.....	31
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	56
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
การนำเสนอข้อมูล.....	60

บทที่ 4	โครงสร้างการบริหารจัดการธุรกิจสื่อวิทยุ	
	การดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ	
	และการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลงทางวิทยุ	
	ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน).....	62
	โครงสร้างการบริหารจัดการธุรกิจสื่อวิทยุ.....	62
	การดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ.....	69
	แนวทางในการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลงทางวิทยุ.....	79
บทที่ 5	โครงสร้างการบริหารจัดการธุรกิจสื่อวิทยุ	
	การดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ	
	และการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลงทางวิทยุ	
	ของบริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด.....	86
	โครงสร้างการบริหารจัดการธุรกิจสื่อวิทยุ.....	86
	การดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ.....	90
	แนวทางในการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลงทางวิทยุ.....	96
บทที่ 6	โครงสร้างการบริหารจัดการธุรกิจสื่อวิทยุ	
	การดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ	
	และการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลงทางวิทยุ	
	ของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด.....	103
	การดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ.....	106
	แนวทางในการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลงทางวิทยุ.....	110
บทที่ 7	โครงสร้างการบริหารจัดการธุรกิจสื่อวิทยุ	
	การดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ	
	และการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลงทางวิทยุ	
	ของบริษัท เวอร์จิ้น บีอีซี-เทโร เรดิโอ (ประเทศไทย) จำกัด.....	115
	โครงสร้างการบริหารจัดการธุรกิจสื่อวิทยุ.....	115
	การดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ.....	120

แนวทางในการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลงทางวิทยุ.....	124
บทที่ 8 สรุปผลการวิจัยและ อภิปรายผลการวิจัย.....	133
ข้อจำกัดที่พบในการวิจัย.....	142
ข้อเสนอแนะ.....	143
รายการอ้างอิง.....	144
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	148

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงลักษณะรายการและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการเพลงทางวิทยุ ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน).....	78
ตารางที่ 5.1 แสดงลักษณะรายการและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการเพลงทางวิทยุและของบริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด.....	95
ตารางที่ 6.1 ลักษณะรายการและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการเพลงทางวิทยุและ ของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด.....	110
ตารางที่ 7.1 ลักษณะรายการและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการเพลงทางวิทยุและของบริษัท เวอร์จิ้น บีอีซี-เทโร เรดิโอ (ประเทศไทย) จำกัด.....	124
ตารางที่ 8.1 แสดงการเปรียบเทียบรายการเพลงทางวิทยุของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลง ทางวิทยุ 4 บริษัท แบ่งตามอายุของกลุ่มผู้ฟังและแนวเพลงที่เปิดในรายการ.....	137

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองแสดงภาพขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนภายใต้แรงกดดันทางสังคม.....	15
ภาพที่ 2.2 แบบจำลองแสดงภาพของการบริหารงานองค์กรผู้ผลิตสื่อสาร โทรคมนาคม และการกระจายเสียงภายใต้แรง กกดดัน.....	17
ภาพที่ 2.3 แบบจำลองแสดงภาพขององค์กรผู้ผลิตสื่อ (Media Industry Organization) และ สภาวการณ์ทางการตลาด.....	19
ภาพที่ 2.4 แสดงองค์ประกอบในตลาดสินค้า/บริการของสื่อ (Media Good/Service Market).....	22
ภาพที่ 2.5 แสดงองค์กรผู้ผลิตรายการทางสถานีวิทยุ 3 สถานี ภายใต้ผู้บริหารและเจ้าของเดียวกัน (Organization of three radio stations operating under the same owner and general manager).....	25
ภาพที่ 2.6 แสดงทักษะในการบริหารจัดการ (Management Skills) กับระดับผู้บริหาร (Managerial Levels) ขององค์กรผู้ผลิตสื่อวิทยุ.....	28
ภาพที่ 2.7 แสดงสภาวะการตัดสินใจของรายการเพลง (Music-format decision-making environment, Source : The Arbitron Company).....	39
ภาพที่ 2.8 แสดงตัวอย่างการจัดรายการของรูปแบบรายการเพลง Adult Contemporary.....	45
ภาพที่ 2.9 แสดงตัวอย่างการจัดรายการของรูปแบบรายการเพลง Contemporary Hit Radio.....	48
ภาพที่ 2.10 แสดงตัวอย่างการจัดรายการของรูปแบบรายการเพลง Easy Listening.....	50
ภาพที่ 4.1 แสดงโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....	63
ภาพที่ 4.2 แสดงโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน).....	64
ภาพที่ 5.1 แสดงโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน).....	87
ภาพที่ 7.1 แสดงโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน).....	117