

การคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล: กรณีศึกษา สถานีวิทยุ SEED 97.5 Creativity Radio Program in Digital Era: Case study SEED 97.5 Radio Station

พัชรารพณ ดิวงษ์
patcharaporn.d@bu.ac.th
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารก่อให้เกิดรูปแบบของโลกไร้พรมแดนที่เปิดกว้างให้เทคโนโลยีที่ทันสมัยต่างๆ ไร้ซึ่งข้อจำกัดทั้งทางด้านเวลาและพื้นที่ ทำให้เกิดกระแสการสิ้นสุดยุคของเทคโนโลยีการสื่อสารแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียงซึ่งเป็นสื่อดั้งเดิมที่มีการแพร่กระจายเพียงสัญญาณเสียงอาจหมดความสำคัญและถูกกลืนหายไป แต่ปัจจุบันสื่อวิทยุกระจายเสียงได้พิสูจน์ให้เห็นว่าเป็นสื่อมวลชนที่จะไม่มีวันถูกกลืนหายไป ซึ่งเห็นได้จากการต่อสู้ของผู้ประกอบการในธุรกิจวิทยุกระจายเสียงที่ได้ทำความเข้าใจและปรับตัวให้เท่าทันกับเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ด้วยการผลิตรายการวิทยุของสถานีวิทยุหลายแห่งได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบและสร้างสรรค์เนื้อหารายการของสถานีให้มีความแปลกใหม่ มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น อีกทั้งในอนาคตอันใกล้รูปแบบของวิทยุดิจิทัลกำลังจะเข้ามาสร้างปรากฏการณ์ให้ธุรกิจวิทยุกระจายเสียงเกิดการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น จากผลของการเพิ่มช่องความถี่มากกว่า 1,000 สถานีทั่วประเทศ ดังนั้น หากผู้ประกอบการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงไม่ปรับเปลี่ยนรูปแบบและสร้างสรรค์เนื้อหารายการให้มีความทันสมัยตามเทคโนโลยีที่เคลื่อนที่ไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อาจทำให้สถานีวิทยุนั้นๆ ไม่สามารถครองใจผู้ฟังเป้าหมายและต้องปิดกิจการของสถานีลงในที่สุด โดยบทความการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล: กรณีศึกษา สถานีวิทยุ SEED 97.5 ได้รวบรวมแนวคิดการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุจากตำราอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ระดับกลางเป็นหลักในการเขียนบทความ อีกทั้งได้สังเคราะห์งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการบริหารงานของสถานีวิทยุ “SEED 97.5 F.M.” “เมล็ดพันธุ์ใหม่ของคนวัยมันส์” ของผู้เขียนมาประกอบการเขียนบทความชิ้นนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุและนำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงได้จริงในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: การคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุ การบริหารงานสถานีวิทยุ วิทยุดิจิทัล

Abstract

The advancement of communication technology changes the society to be borderless world that communicates without the constraints in both time and space. The effect of communications technology might makes traditional media disappear from the society. Radio is a traditional medium which broadcasts only via audio signal, and maybe tremendously affected by communication technology. Recently, radio has proved to be the media that will never disappear. The evidence is when entrepreneurs in the radio business have struggled to understand and then adapted themselves continuously to catch with new technologies. Many radio stations have changed and created new valued and essential contents to serve the society. Moreover, in the near future, digital radio will be more popular and become high competitive

environment in radio business due to additional 1,000 radio frequencies. If the entrepreneurs in radio business are not creative to produce the radio programs, their radio stations would probably be getting in troubles and the firm will eventually be closed down. This article has mainly collected the concepts of creativity in radio programs from text book titled 'Training Course for Announcer in Broadcasting' in middle level, and from the research paper 'Strategy Management of SEED 97.5 F.M.'. The main objective is to study the process of creative radio programs and to apply strategies in producing creative radio programs in the digital era.

Keywords: Creativity Radio Program, Radio Station Management, Radio Digital

บทนำ

ในยุคของเทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบใหม่ หรือ เทคโนโลยีดิจิทัล มนุษย์สามารถเข้าถึงและแบ่งปันข่าวสาร ซึ่งกันและกันอย่างไร้ขีดจำกัด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว ที่แลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านสื่อที่เรียกว่า อินเทอร์เน็ต (Internet) โดยเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อน ให้โลกของสื่อวิทยุกระจายเสียงมีการพัฒนาแบบก้าวกระโดด เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างรวดเร็วและ ง่ายดายขึ้น ทำให้การสื่อสารระหว่างกันได้ตัดข้อจำกัดทาง ด้านสถานที่และเวลา เกิดการสื่อสารกันแบบ Real Time หรือการสื่อสารที่เกิดขึ้นในเวลาจริงแบบทันทีทันใด แม้ ผู้สื่อสารจะอยู่ห่างไกลกันคนละซีกโลกก็สามารถใกล้ชิดกัน ง่ายขึ้น เพราะเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ เช่น ใยแก้วนำแสง ดาวเทียม คลื่นไมโครเวฟ ที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารเดินทางจาก ผู้ส่งไปยังผู้รับด้วยความเร็วเกือบเท่ากับความเร็วแสง นอกจากนี้ ยังสามารถย่นย่อระยะทางให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น โดยผู้สื่อสารสามารถนำเสนอเนื้อหาสารถ่ายทอดไปยัง ผู้รับสารที่อาศัยอยู่ทั่วมุมโลกได้ตลอด 24 ชั่วโมง

เทคโนโลยีการสื่อสารยุคดิจิทัลได้สร้างความเสมอภาค เท่าเทียมกันในการรับรู้ข่าวสารโดยลดความแตกต่างระหว่าง ส่วนกลางและท้องถิ่น ด้วยการกระจายอำนาจไปสู่ท้องถิ่น มากขึ้น จะเห็นได้จากผู้ที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัดสามารถรับฟัง ข่าวสาร และความบันเทิงจากรายการวิทยุกระจายเสียงได้ ทั่วถึงและพร้อมกันทั่วประเทศ นอกจากนี้ เทคโนโลยีการ สื่อสารที่ก้าวหน้า ทำให้เกิดพันธมิตรและกลุ่มทางสังคม วัฒนธรรมขึ้น เช่น สำนักข่าวไทยเป็นพันธมิตรกับสำนักข่าว ต่างประเทศ กลุ่มของผู้ฟังสื่อสารรวมกลุ่มกันตามรสนิยม ความชอบในศิลปินเพลง หรือที่เรียกว่า กลุ่มแฟนคลับ การสื่อสารในยุคดิจิทัลทำให้เรากำลังก้าวเข้าสู่ยุคแห่ง การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ทำให้สื่อมวลชน แขนงต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัวให้ก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่ ตลอดเวลา

สื่อวิทยุกระจายเสียงยังคงเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง ที่มีความสำคัญกับผู้รับสาร เนื่องจากมีคุณลักษณะเฉพาะตัว ที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้รับสาร อีกทั้งผลจากเทคโนโลยีเกี่ยวกับการ กระจายเสียงที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เครื่องรับ วิทยุกระจายเสียงมีขนาดเล็กแต่มีประสิทธิภาพสูงและสะดวก ต่อการพกพา และยังเป็นสื่อที่มีราคาถูก มีคุณสมบัติเด่นใน เรื่องของข้อมูลข่าวสารที่มีความรวดเร็วฉับไว ทันต่อเหตุการณ์ และสามารถเข้าถึงประชาชนทั่วประเทศ จึงทำให้สื่อวิทยุ กระจายเสียงยังคงได้รับความนิยมจากผู้ฟังจากหลายยุค หลายสมัยจวบจนยุคปัจจุบัน เมื่อเทคโนโลยีมีการพัฒนา อย่างต่อเนื่องทำให้กิจการของสื่อวิทยุกระจายเสียงได้รับการ พัฒนาและก้าวเข้าสู่วิทยุกระจายเสียงในรูปแบบใหม่ นั่นคือ วิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล (ณัฐสุพงษ์ สุขโสศ, 2556)

วิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล

การส่งสัญญาณด้วยระบบอนาล็อก (Analog) ที่ใช้กัน มาในอดีตเปลี่ยนถ่ายมาสู่ระบบดิจิทัล (Digital) ในทุกวันนี้ ทำให้ข้อมูลทุกชนิดสามารถเก็บบันทึกไว้ และถ่ายโอนข้อมูล หากันได้ด้วยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ซึ่งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ได้รวมคุณสมบัติหลายประการเอาไว้ด้วยกัน ตั้งแต่การรับ การแปลและประมวลผล การวิเคราะห์ ไปจนถึงการส่งรหัส และป้อนกลับทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาภาพ และรหัส อื่นๆ ซึ่งนอกจากจัดเก็บข้อมูลได้ในปริมาณที่มากและรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ จึงมีการนำระบบคอมพิวเตอร์กับเทคโนโลยี ดิจิทัลมาใช้ในการวิทยุกระจายเสียงหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น ด้านการรายงานข่าว การติดต่อ การคัดเลือกเพลง การจัด อุปกรณ์วิทยุกระจายเสียง รวมถึงทำเป็นฐานข้อมูล ระบบ ควบคุมการทำงานอุปกรณ์ในห้องออกอากาศ อุปกรณ์เครื่อง ส่งสัญญาณ เช่น ระบบ Radio Computing Services หรือ RCS เป็นระบบคอมพิวเตอร์ที่มีการสร้างศูนย์เก็บข้อมูล จาก นั้นก็นำเพลง ดนตรี เสียงประกอบ (Sound Effect) หรือ

เสียงอื่นๆ เช่น คนตรีสั้นประจำช่วงรายการ โฆษณาสั้น ณรงค์ ที่สถานีต้องการมาออกอากาศในรายการต่างๆ ข้อมูลจะถูกจัดเก็บลงในหน่วยความจำ โดยใช้โปรแกรมที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ดำเนินรายการสามารถเลือกเพลงหรือเข้าถึงข้อมูลทุกชนิดได้ในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งไม่เสียเวลากับการเลือกเพลงจากซีดี หรือแม้แต่การควบคุมเสียง หรือการเพิ่มหรือลดเสียงเพลงเข้าออกในรายการ ก็สามารถตั้งระบบการเพิ่มหรือลดเสียงได้อย่างอัตโนมัติ เพียงแค่ผู้ดำเนินรายการตั้งโปรแกรมในคอมพิวเตอร์ให้ทำงาน โดยการเรียงลำดับเสียงที่จะเกิดขึ้นในรายการหรือ Play List ตั้งแต่ต้นชั่วโมงไปจนจบรายการ ซึ่งรายการที่ตั้งไว้จะออกอากาศแบบอัตโนมัติ ได้ทันทีตามความต้องการของผู้จัดวางผังรายการ นอกจากนั้นการจัดเรียงผังรายการสามารถทำล่วงหน้าได้เป็นวันหรือเป็นสัปดาห์ ทำให้ประหยัดเวลาในการทำงานและจำนวนบุคลากรในการผลิตงาน และที่สำคัญ คือ สามารถตรวจสอบความผิดพลาดในการจัดรายการ ซึ่งทำให้สามารถแก้ไขข้อผิดพลาดของข้อมูลที่ได้บันทึกไว้อย่างตรงประเด็น (สุพันธ์ อ้นขวัญเมือง, 2556, สัมภาษณ์, 10 มกราคม)

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่จะปรับเปลี่ยนระบบการออกอากาศเป็นดิจิทัล ทำให้องค์กรต้องปรับเปลี่ยนสถานีวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเนื่องจากระบบดิจิทัลเป็นการบีบอัดสัญญาณคลื่นความถี่ทำให้เกิดจำนวนช่องรายการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากกว่าพันสถานี โดยมีข้อมูลจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หรือ กสท. ได้รับเกี่ยวกับสถานีวิทยุกว่า 7,000 สถานี ได้ยื่นขอใบอนุญาตทดลองประกอบกิจการธุรกิจวิทยุกระจายเสียง และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ได้พิจารณาให้ใบอนุญาตประกอบกิจการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงแล้วกว่า 2,000 สถานี (สาโรจน์ แววมณี, 2556) ซึ่งผลจากปรากฏการณ์ดังกล่าวจะส่งผลโดยตรงต่อกิจการวิทยุกระจายเสียง กล่าวคือ ผู้ประกอบการกิจการวิทยุกระจายเสียงจำเป็นต้องตระหนักและตื่นตัวในการวางแผนการทำงานอย่างรัดกุมทั้งทางด้านเนื้อหา รายการ กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อแข่งขันดึงดูดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่กำลังจะมีช่องทางการเลือกรับฟังรายการจากสถานีวิทยุที่เพิ่มขึ้น ปัจจัยดังกล่าวทำให้การแข่งขันของแต่ละสถานีวิทยุต้องสร้างสรรค์รายการให้ถูกใจผู้ฟังเป้าหมายมากที่สุด อีกทั้งสถานีวิทยุได้ปรับเปลี่ยนการทำงานของบุคลากรให้ทันต่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเตรียมรับมือกับการแข่งขันกับคู่แข่งที่มีปริมาณมากขึ้นด้วยเช่นกัน (ณัฐสุพงษ์ สุขโสด, 2556)

ทิศทางของผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล

เมื่อช่องสัญญาณวิทยุกระจายเสียงกำลังจะเพิ่มมากขึ้น กลุ่มผู้ฟังจึงมีทางเลือกและมีอำนาจในการเลือกรับฟังเนื้อหา รายการมากขึ้น ซึ่งว่าผู้ฟังจะเลือกฟังเฉพาะรายการที่มีเนื้อหา และรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเองเท่านั้น หรืออาจเกิดพฤติกรรมการฟังแบบ “ท่องเที่ยว” ไปเรื่อยๆ (ณัฐสุพงษ์ สุขโสด, 2556) กล่าวคือ ไม่มีรายการหรือสถานีใดที่รับฟังเป็นประจำสม่ำเสมอ แม้ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงจะปรับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา รายการตามความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเฉพาะมากขึ้น เช่น สถานีข่าวสารการจราจร สถานีเพลงเก่า สถานีเพลงลูกทุ่ง และสถานีเพลงสากล แล้วก็ตาม ปัญหาของพฤติกรรมการรับฟังแบบท่องเที่ยวจึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการวางกลยุทธ์เพื่อครองใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย จากสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงได้ขับเคลื่อนและแข่งขันกันทางธุรกิจเข้มข้นขึ้นอย่างต่อเนื่อง การแข่งขันเพื่อครองใจและได้รับกระแสความนิยมจากผู้ฟัง (Rating) จึงต้องผ่านกระบวนการวางแผนบริหารองค์กร การเลือกสรรเนื้อหา รายการ และการสร้างสรรค์รายการอย่างมีรสนิยม เพื่อรักษากระแสความนิยมของผู้ฟังให้อยู่กับสถานีวิทยุ

กลยุทธ์การวางแผนการบริหารงานกิจการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล

บทความการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล: กรณีศึกษา สถานีวิทยุ SEED 97.5 ได้เลือกประยุกต์ใช้งานวิจัยของผู้เขียนเรื่องกระบวนการบริหารงานของสถานีวิทยุ “SEED 97.5 F.M.” “เมล็ดพันธุ์ใหม่ของคนวัยมันส์ มาสังเคราะห์เพื่อเสนอกระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุในยุคดิจิทัล ปัจจัยที่ทำให้ผู้เขียนเลือกสถานีวิทยุ SEED 97.5 มาศึกษาเพราะในปี 2552 สถานีวิทยุ SEED 97.5 “เมล็ดพันธุ์ใหม่ของคนวัยมันส์” เป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมอยู่ในอันดับ 1 ของสถานีวิทยุ และในเดือนตุลาคม 2555 ได้รับการจัดอันดับเป็นสถานีวิทยุอันดับที่ 7 ใน 10 อันดับที่มีผู้ค้นหาที่สุดใน Google ซึ่งเป็นการสำรวจข้อมูลของเว็บไซต์ Tuptenthailand (โพกัสซอนแก่นดอกทศอม, 2555) สถานีวิทยุ SEED 97.5 จึงเป็นสถานีวิทยุที่ครองใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ด้วยวิสัยทัศน์ที่สร้างสรรค์ของผู้บริหารที่ตื่นตัวและติดตามกระแสความทันสมัยของโลกปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้การบริหารงานและการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุของสถานีสามารถคงความนิยมและครองใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายจนถึงปัจจุบัน

ในการบริหารงานองค์กร มีหลักการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ประกอบการวางแผนการทำงาน ซึ่งความหมายของคำว่า “กลยุทธ์” (Strategic) เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจเพื่อพิจารณาหาโอกาสและอุปสรรค ตลอดจนวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของบริษัทเพื่อหาจุดอ่อน และจุดแข็งนั่นเอง หรือที่เราเรียกกันในหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หรือ SWOT Analysis ที่พิจารณาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจากจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ขององค์กรซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานและอนาคตขององค์กร (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2542)

นอกจากนั้น การวางแผนจัดรายการจะเริ่มด้วยการศึกษากลุ่มประชากรเป้าหมายทั้งด้านประชากรศาสตร์ และด้านพฤติกรรมมารายการวิทยุกระจายเสียงของประชาชนกลุ่มต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจจัดเนื้อหารายการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย สิ่งที่จะต้องนำมาประกอบการพิจารณา คือ สภาพการแข่งขันกับสถานีวิทยุกระจายเสียงอื่นๆ โดยศึกษาจากอัตราส่วนความนิยมของรายการ (Rating)

จากหลักการ SWOT ข้างต้นหากจะพิจารณาตัวแปรแต่ละตัวแปรเพื่อประสบความสำเร็จในธุรกิจวิทยุกระจายเสียง ควรเริ่มพิจารณาและวิเคราะห์สภาพปัจจัยภายใน คือ จุดแข็งและจุดอ่อนก่อน สำหรับจุดแข็งของการบริหารงานที่สำคัญ คือ ผู้บริหารสถานี ที่จะต้องมีวิสัยทัศน์การบริหารงานที่สร้างสรรค์ทันสมัยและเปิดกว้างในการฟังความคิดเห็น ด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมปฏิบัติงานแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ และสำรวจเก็บข้อมูลความสนใจและความต้องการของผู้ฟังตลอดเวลา รวมถึงนำผลสำรวจที่ได้มาคิดสร้างสรรค์เนื้อหารายการให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย นอกจากนี้ การหาจุดแข็งของสถานีที่จะกลายเป็นจุดยืนที่เข้มแข็งของการแข่งขันในธุรกิจวิทยุกระจายเสียง ต้องอาศัยข้อมูลการสำรวจผู้ฟังอย่างต่อเนื่องมาสร้างจุดแข็งให้กับสถานีวิทยุ เช่น กลุ่มผู้ฟังสถานีวิทยุ SEED 97.5 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จึงคิดสรรเฉพาะผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ชายล้วน และมีรูปร่างลักษณะหน้าตาที่ดี เนื่องด้วยผู้ดำเนินรายการวิทยุในปัจจุบันจะมีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ทำให้สามารถดึงความสนใจและครองใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายวัยรุ่นโดยเฉพาะเพศหญิงได้เป็นอย่างดี (กันตวิชัย เย็นสบาย, 2548)

สำหรับจุดอ่อนในการบริหารธุรกิจวิทยุกระจายเสียง หรือปัจจัยภายในที่ควรพึงระวังในการวางแผนกลยุทธ์ คือ เรื่องของบุคลากรภายในสถานี ซึ่งจากการศึกษาโดยงานวิจัยของผู้เขียนในหัวข้อกระบวนการบริหารงานของสถานีวิทยุ “SEED 97.5 F.M.” “เมล็ดพันธุ์ใหม่ของคนวัยมันส์” ได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับการบริหารงานของสถานีวิทยุว่า แม้สถานีวิทยุ SEED 97.5 จะลดปริมาณบุคลากรในการผลิต แต่การมอบหมายภาระหน้าที่การทำงานให้แก่ละบุคคลจำเป็นต้องคำนึงถึงกำลังการทำงานของบุคคลนั้น เพราะหากจำนวนบุคลากรน้อยลงแต่ภาระหน้าที่การทำงานมีมากเกินไปกำลังความสามารถในการปฏิบัติงาน ย่อมส่งผลให้กำลังความสามารถในการทำงานของบุคคลนั้นๆ ถดถอย อีกทั้งในเรื่องของแรงจูงใจต่างๆ หรือค่าตอบแทนควรให้ตามศักยภาพและปริมาณงานที่แท้จริงในการทำงานของบุคคลนั้นๆ (พิชราพร ตีวงศ์, 2556)

นอกจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในแล้ว สิ่งที่ขาดไม่ได้ คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่มุ่งศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งทางการตลาดอย่างชัดเจน โดยมุ่งวิเคราะห์ปัจจัยในเรื่องของโอกาสที่หมายถึง ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดของกิจการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงที่แม้ในอนาคตจะมีสถานีวิทยุเกิดขึ้นมากมาย แต่โอกาสทางการตลาดของสถานีจะมุ่งศึกษาเปรียบเทียบข้อได้เปรียบเฉพาะคู่แข่งที่มีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเดียวกันเท่านั้น ซึ่งนายอัศเรศ ใจเจริญทรัพย์ ผู้อำนวยการฝ่ายรายการสถานีวิทยุ SEED 97.5 (สัมภาษณ์, 2556, 9 มกราคม) ได้ให้ข้อมูลว่า สถานีวิทยุ SEED 97.5 เกิดข้อได้เปรียบทางการตลาดขึ้นทันทีหลังจาก สถานีวิทยุ Hot Wave 91.5 ปิดกิจการสถานี ทำให้เพิ่มโอกาสในการดึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเข้าสู่สถานีมากขึ้น

ส่วนปัจจัยเรื่องอุปสรรค ที่หมายถึง ข้อเสียเปรียบของการแข่งขันในตลาด ซึ่งธุรกิจวิทยุกระจายเสียงยุคดิจิทัลมีอุปสรรคสำคัญ คือ การแข่งขัน เพื่อครองใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายจะมีอัตราของการแข่งขันสูงขึ้น อีกทั้งกระบวนการสร้างความภักดีให้กลุ่มผู้ฟังประจำของสถานีถือเป็นหน้าที่สำคัญในการบริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงให้อยู่รอดในภาวะการแข่งขันที่มีทิศทางสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การจัดกิจกรรมเชิงการตลาด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทำนอกสถานี โดยการสร้างสรรค์กิจกรรมที่ดึงดูดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ที่สถานีเป็นผู้จัดขึ้น เช่น จัดโครงการทำความดีต่างๆ กับผู้ดำเนินรายการในสถานี ซึ่งนอกจากจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ

สถานแล้ว ยังเป็นการตอบแทนผู้ฟังด้วยการให้ร่วมกิจกรรมกับผู้ดำเนินรายการที่ผู้ฟังชื่นชอบ กิจกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ ที่จัดขึ้นย่อมส่งผลให้ผู้ฟังเพิ่มความชื่นชอบในตัวสถานีและสามารถครองใจผู้ฟังได้อย่างต่อเนื่อง

งานวางแผนรายการ คือ การกำหนดประเภทของรายการ วันเวลาในการออกอากาศ ความยาวของรายการ ตลอดจนผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในรายการ โดยอาจมีการมอบหมายให้ผู้ผลิตรายการอื่นๆ ผลิตรายการให้กับสถานี ซึ่งผู้ผลิตรายการนี้อาจเป็นเจ้าหน้าที่ในสถานีวิทยุกระจายเสียงเองหรือบุคคลภายนอกที่ซื้อเวลาในการออกอากาศก็ได้ การวางแผนรายการจะต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ผู้ฟังติดตามรายการ หรือสร้างแรงดึงดูดพื้นฐานต่อผู้ฟัง (Fundamental Appeals to Audience) โดยใช้การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจในรายการ เช่น รายการดนตรีทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งผู้ดำเนินรายการ ศิลปินที่นำเสนอในรายการ การสร้างละครที่มีโครงเรื่องน่าสนใจ หรือเรื่องเพศ เรื่องความรัก ที่เป็นความต้องการที่ซ่อนอยู่ในใจของทุกคน (Edwin & Lynne, 1994)

การคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล

Guilford (อ้างถึงใน, สุมณ อยู่สิน, 2556) ได้ให้นิยามความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นความสามารถทางสมอง เป็นความสามารถที่คิดได้กว้างไกลหลายทิศทาง หรือที่เรียกว่า เอนกนัย (Divergent Thinking) ซึ่งลักษณะเช่นนี้จะนำไปสู่การคิด ประดิษฐ์สิ่งแปลกใหม่ รวมถึงการคิดค้นพบวิธีการแก้ปัญหาได้สำเร็จอีกด้วย ความคิดสร้างสรรค์จะประกอบไปด้วยความคล่องแคล่วในการคิด (Fluency) ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) ความคิดริเริ่มแปลกใหม่ (Originality) และความคิดละเอียดลออ (Elaboration) คนที่มีความคิดสร้างสรรค์จะต้องเป็นคนกล้าคิด ไม่กลัวการถูกวิพากษ์วิจารณ์ และมีอิสระในการคิด

การคิดสร้างสรรค์ผลิตรายการวิทยุ หมายถึง ความคิดในการสร้างสรรค์ให้รายการมีความแปลกใหม่ สามารถแก้ไขปัญหาของการผลิตรายการแบบเดิมๆ ได้ การคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุมีองค์ประกอบเช่นเดียวกับความคิดสร้างสรรค์ทั่วไป คือ ต้องเป็นความคิดริเริ่ม เป็นความคิดที่คล่องแคล่วรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ และเป็นความคิดที่ยืดหยุ่นสามารถคิดได้หลายทิศทาง อีกทั้งเป็นความคิดที่ละเอียดลออสามารถนำไปสู่การปฏิบัติหรือผลิตรายการได้จริง (สุมณ อยู่สิน, 2556)

จากแนวคิดข้างต้นลักษณะรายการวิทยุที่สร้างสรรค์จึงประกอบด้วยลักษณะสำคัญของเนื้อหารายการ ดังนี้

- เป็นรายการที่ความแปลกใหม่ แตกต่างจากรายการอื่นที่มีเนื้อหารายการประเภทเดียวกัน
- เป็นรายการที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์
- เป็นรายการที่ผู้ฟังทุกเพศ ทุกวัยเข้าใจได้ง่าย มีแนวคิดที่ชัดเจน
- เป็นรายการที่มีคุณค่า หรือมีประโยชน์ต่อสังคม

จากงานวิจัยที่ผู้เขียนได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการบริหารงานของสถานีวิทยุ “SEED 97.5 F.M.” “เมล็ดพันธุ์ใหม่ของคนวัยมันส์” ซึ่งเป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมอยู่ในอันดับ 1 ของสถานีวิทยุไทยและครองใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเดียวกันได้เป็นจำนวนมากและอย่างต่อเนื่อง ได้มีกระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหารายการวิทยุที่คล้ายคลึงกับองค์ประกอบ การคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุข้างต้น กล่าวคือ ฝ่ายสร้างสรรค์เนื้อหารายการได้รับข้อมูลจากผู้บริหารว่าต้องการช่วงรายการที่แปลกใหม่และไม่เคยเกิดขึ้นในสถานีมาก่อน และรายการจะต้องเป็นเนื้อหาที่ผู้ฟังสามารถเข้าใจได้ง่ายและเป็นที่ความบันเทิงที่มีสาระแก่ผู้ฟัง ฝ่ายสร้างสรรค์เนื้อหารายการจึงเก็บข้อมูลโดยคำนึงถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของสถานี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง (ผู้ฟังเป้าหมายอายุระหว่าง 12-25 ปี) ผสมกับประเด็นที่เป็นกระแสสังคมและน่าสนใจในขณะนั้น (Current Issue) อีกทั้งต้องสอดคล้องกับนโยบายของสถานีที่ต้องการเป็นผู้นำปลูกฝังค่านิยมที่ดีให้กับผู้ฟัง โดยทางทีมสร้างสรรค์เห็นว่าจุดเด่นของสถานีวิทยุ SEED 97.5 คือผู้ดำเนินรายการทุกคนเป็นผู้ชาย จึงรวบรวมความคิดทั้งหมดออกมาเป็นช่วงรายการ Seed Lady โดยนำดารา ศิลปิน หรือผู้หญิงที่เก่งและมีความสามารถ เข้ามาร่วมจัดรายการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเล่าเรื่องราวต่างๆ กับผู้ดำเนินรายการ โดยหัวข้อหลักหรือ Theme ของแต่ละสัปดาห์ขึ้นอยู่กับโจทย์ของ Lady ในสัปดาห์นั้นๆ เช่น ในปี 2555 เมื่อกระแสละครเรื่อง “แรงเงา” กำลังโด่งดัง จึงได้ตั้งชื่อตอนของรายการว่า “นพณา” ซึ่งเป็นตัวละครหลักที่นำแสดงโดย ธัญญะราธ รามณรงค์ ซึ่งทางสถานีได้เชิญ ธัญญะราธมาจัดรายการร่วมกับผู้ดำเนินรายการ พร้อมทั้งพูดคุยให้แง่คิดเกี่ยวกับละครที่สะท้อนความเป็นจริงของสังคมเกี่ยวกับสถาบันครอบครัวในเรื่องความขัดแย้งของภรรยาหลงกับภรรยาน้อย และค้นหา รากะของผู้ชาย จนทำให้ครอบครัวเกิดความขัดแย้งและแตกแยกในที่สุด ซึ่งได้รับกระแสตอบกลับจากผู้ฟังเป้าหมายอย่างดี โดยแสดงให้เห็นจากการโทรศัพท์ส่งข้อความหรือฝากข้อความคำถามต่างๆ อีกทั้งร่วมแสดงความคิดเห็นของตนบนหน้าเว็บไซต์ของทางสถานีอีกด้วย

กระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล

พัฒนาการความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินกิจการของสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งในแง่ของเปลี่ยนแปลงต่อคุณลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียง และเนื้อหาของรายการที่ต้องปรับเปลี่ยนไปตามกระแสความทันสมัยแบบไร้พรมแดนของโลกดิจิทัล ทำให้ผู้บริหารและบุคลากรการทำงานในกิจการวิทยุกระจายเสียงต้องบริหารจัดการและวางแผนกระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการที่มีความซับซ้อนขึ้นให้รัดกุมและรอบด้าน เพื่อสนองความต้องการและครองใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้มากที่สุด

โดยกระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุประกอบด้วย 4 ขั้นตอน (สุนน อยู่สิน, 2556) ต่อไปนี้

1. ขั้นเตรียมการ เป็นการศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงาน อาจเริ่มจากมองปัญหาเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุที่ผลิตขึ้นมาก่อนหน้านี้ เพื่อหาคำตอบว่าทำไมอัตราความนิยมของรายการมีจำนวนลดน้อยลง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากความซ้ำซาก จำเจและมีการลอกเลียนเนื้อหารายการ นอกจากนี้ การศึกษาทัศนคติของผู้ฟังว่ามีทิศทางการเปลี่ยนแปลงอย่างไร หรืออิทธิพลของกระแสความบันเทิงจากต่างประเทศมีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังมากน้อยเพียงใด ซึ่งขั้นนี้จะต้องวิเคราะห์และมองปัญหามาจากสาเหตุใดแบบครบรอบด้าน

2. ขั้นบ่มเพาะความคิด นักคิดสร้างสรรค์รายการจะคิดทบทวนทางออกของปัญหาซึ่งมีทางเลือกหลายทาง โดยอาจนำข้อดีและข้อเสียของทางเลือกต่างๆ มาผสมผสานกัน หรือแยกแยะออกไปจนเหลือเพียงทางเดียว ในขั้นนี้ควรเปิดโอกาสรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงานหรือระดมสมองเพื่อหาทางแก้ปัญหาว่า จะมีทิศทางการผลิตรายการใหม่ที่มีแนวความคิด (Concept) ที่แปลกใหม่ และแตกต่างจากรายการที่มีอยู่อย่างไร ซึ่งอาจมีทางเลือกต่างๆ เช่น แนวคิดให้ความบันเทิง แนวคิดการสร้างสรรค์สังคม แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น

3. ขั้นค้นหาคำตอบ เมื่อได้แนวคิดรายการแล้ว ก็จะหาคำตอบเรื่องประเภทและรูปแบบรายการว่า จะเป็นประเภทและรูปแบบใด จึงจะสอดคล้องกับแนวคิดที่วางไว้ ซึ่งในบางครั้งคำตอบอาจเกิดการระดมสมองของเพื่อนร่วมงาน หรืออาจเกิดจากนักคิดสร้างสรรค์ที่เป็นแรงบันดาลใจในการจุดประกายความคิดต่างๆ ในขณะนั้นก็ได้ ซึ่งสามารถช่วยทำให้มองเห็นภาพว่ารายการใหม่ควรเป็นแบบใด

4. ขั้นปฏิบัติการลงมือทำให้สำเร็จ ในขั้นนี้จะเป็น

การวางแผนรายละเอียดของงาน การเขียนบท การเตรียมทีมงานตามที่ได้รับมอบหมายงาน ซึ่งในบางครั้งอาจมีการผลิตรายการแล้วให้กลุ่มตัวอย่างผู้ฟังเป้าหมายทดลองฟังรายการก่อน เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะและทำการแก้ไข ก่อนที่จะนำออกอากาศต่อไป ในขั้นตอนนี้สิ่งสำคัญในการทำงาน เพื่อให้ความคิดสร้างสรรค์ที่คิดไว้เป็นไปตามแนวคิดที่ต้องการ จึงควรมีการสื่อสารกับผู้ร่วมงานอย่างต่อเนื่องตลอดการทำงาน

จากการสัมภาษณ์คุณอัศเรศ ใจเจริญทรัพย์ (สัมภาษณ์, 2556, 9 มกราคม) ผู้อำนวยการฝ่ายรายการเพลงสถานีวิทยุ SEED 97.5 ของ อสมท. ในประเด็นของการปรับกลยุทธ์รูปแบบรายการยุคใหม่ให้สอดคล้องกับผู้ฟังรุ่นใหม่ โดยคุณอัศเรศได้กล่าวว่า ปัญหาของสถานีวิทยุรายการเพลงยุคปัจจุบันหรือในโลกของอินเทอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตของผู้ฟังมากขึ้น ทำให้มีผลต่อวงการวิทยุในมิติของการไหลผ่านเข้ามาของเพลงแนวใหม่ที่มีจำนวนมากขึ้นทุกวัน ทิศทางของผู้ฟังจึงมีตัวเลือกในการฟังเพลงแนวต่างๆ มากขึ้น

จากปัญหาการไหลผ่านเข้ามาของแนวเพลงใหม่ที่มีจำนวนมากขึ้น ทำให้ผู้บริหารและบุคลากรในสถานีจำเป็นต้องหยิบยกประเด็นปัญหานี้มาวิเคราะห์ ซึ่งในขั้นเตรียมการนี้มีจุดเริ่มต้นจากผู้บริหารทางสถานีได้วิเคราะห์เกี่ยวกับกระแสแนวเพลงที่กำลังโด่งดังและเป็นที่ยอมรับของผู้ฟังในต่างประเทศ ซึ่งเป็นกระแสแนวเพลง Trance คือ แนวดนตรีเต้นรำที่มีเสียงดนตรีแบบลอยล่องชวนฝัน จังหวะจะต่วนไปมาและค่อยๆ ก่อตัวจังหวะแรงขึ้นเรื่อยๆ พอถึงจุดสูงสุดของจังหวะก็จะเพิ่มจังหวะของดนตรีแบบสมบูร์นเพื่อให้ผู้ฟังได้ปลดปล่อยอารมณ์และเต้นรำกันอย่างเต็มที่ เพลง Trance จึงเป็นเพลงที่ประสบความสำเร็จอย่างกว้างขวางในการเปิดตามสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืนในต่างประเทศ โดยศิลปินที่ได้รับการยอมรับในต่างประเทศ เช่น Armin Van Buuren, Tiesto และ Hardwell ที่มักมีผลงานเพลงติดอันดับในต่างประเทศ (Armada music, 2013)

ทางผู้บริหารจึงหยิบยกแนวเพลง Trance มาวิเคราะห์และแยกแยะถึงรูปแบบของดนตรีแนว โดยวิเคราะห์และคาดการณ์ว่าจังหวะของแนวเพลงนี้สามารถเข้ามารองใจกลุ่มผู้ฟังได้มากน้อยเพียงใด ในกระบวนการของการบ่มเพาะความคิดนี้ ผู้บริหารได้วิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะของจังหวะดนตรีที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

ซึ่งเมื่อผ่านกระบวนการวิเคราะห์และเข้าที่ประชุมกับบุคลากรในการทำงานเพื่อฟังความคิดเห็นที่หลากหลาย จนในที่สุดได้ค้นหาคำตอบของการเลือกแนวเพลงมาเปิดในสถานีวิทย คือแนวเพลงแบบ Trance ค่อนข้างมีจังหวะที่หนักและล่องลอยจนเกินไป สถานีจึงเลือกแนวเพลงแบบ Dubstep ซึ่งเป็นเพลงเต้นรำเช่นเดียวกับเพลง Trance แต่มีจังหวะความล่องลอยและหนักแน่นของดนตรีน้อยกว่า โดยทางสถานีวิเคราะห์ว่าผู้ฟังจะเปิดรับแนว Dubstep มากกว่าแนวเพลง Trance ดังนั้น จึงตัดสินใจทดลองเปิดเพลงแนว Dubstep เพื่อสร้างกระแสการเป็นผู้นำทางด้านเพลงเต้นรำแนวใหม่ และคาดการณ์ว่าผู้ฟังจะสามารถตามกระแสเพลงแนว Dubstep มากขึ้น ซึ่งเป็นขั้นสุดท้าย คือ ขั้นปฏิบัติลงมือทำให้สำเร็จ คือการนำคำตอบที่ดีที่สุดมาทดลองปฏิบัติเพื่อสำรวจพฤติกรรมความนิยมของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายกับในแนวเพลงใหม่ที่ทางสถานีต้องการสร้างกระแสให้นิยมในกลุ่มผู้ฟัง

สถานีวิทยุ SEED 97.5 ได้ข้อสรุปของแนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้นำทางด้านรายการเพลง เพื่อสร้างความนิยมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย คือ ทางสถานีจะต้องเป็นผู้นำที่เดินนำผู้ฟังเพียงครึ่งก้าว แนวคิดดังกล่าวมีจุดเริ่มต้นจากวิสัยทัศน์ของ

ผู้จัดการสถานี ที่ได้ศึกษาและทำการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมในการฟังเพลงของกลุ่มผู้ฟัง อีกทั้งยังติดตามกระแสความนิยมการฟังเพลงของกลุ่มผู้ฟังต่างประเทศอีกด้วย จึงเกิดนโยบายการสร้างสรรค์แนวเพลงใหม่ที่จะนำมาเปิดในคลื่นนั้นจะต้องเป็นการก้าวนำกลุ่มผู้ฟังเพียงครึ่งก้าว เพราะหากก้าวนำมากเกินไปครึ่งก้าวอาจทำให้กลุ่มผู้ฟังไม่สามารถที่จะก้าวทันตามกระแสเพลงได้ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวทำให้เกิดสถานะ win-win ทั้งสองฝ่าย กล่าวคือ ผู้ฟังสามารถก้าวทันตามกระแสแนวเพลงใหม่แบบค่อยเป็นค่อยไปได้ง่าย ขึ้นกว่าการปรับรับฟังแนวเพลงที่แตกต่างจากเดิมอย่างสิ้นเชิง ซึ่งอาจทำให้ผู้ฟังไม่สามารถรับหรือก้าวทันและเกิดความไม่ชื่นชอบในกระแสเพลงนั้นๆ ส่วนทางสถานีเมื่อผู้ฟังสามารถก้าวทันตามกระแสแนวเพลงใหม่ๆ ได้ง่ายก็จะเกิดการติดตามและรับฟังเพลงจากทางสถานีด้วยเช่นกัน ซึ่งวิธีการก้าวนำเพียงครึ่งก้าวทำให้เกิดประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย คือ ผู้ผลิตรายการและผู้ฟังนั่นเอง

จากกระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการของสถานีวิทยุ SEED 97.5 สามารถนำมาเปรียบเทียบกับกระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุ ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบกระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุกับกระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการของสถานีวิทยุ SEED 97.5

กระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุ	กระบวนการคิดสร้างสรรค์รายการของสถานีวิทยุ SEED 97.5
1. ขั้นเตรียมการ	ผู้บริหารสถานีวิเคราะห์ทิศทางและกระแสความนิยมแนวเพลง Trance ในต่างประเทศ เพื่อนำแนวนั้นมาสร้างกระแสความนิยมในกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย
2. ขั้นบ่มเพาะความคิด	ผู้บริหารและบุคลากรในสถานีร่วมกันวิเคราะห์และแยกแยะรูปแบบดนตรีของเพลง Trance ในทุกมิติ เพื่อคาดการณ์ว่าสามารถครองใจผู้ฟังเป้าหมายมากน้อยเพียงใด
3. ขั้นค้นหาคำตอบ	ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับคำตอบของแนวเพลงแบบ Trance ว่ามีจังหวะค่อนข้างหนักแน่นและล่องลอยจนเกินไป ทำให้ทางสถานีเลือกนำแนวเพลงแบบ Dubstep ซึ่งเป็นเพลงเต้นรำเหมือนกับเพลง Trance แต่มีจังหวะความล่องลอยและหนักแน่นของดนตรีน้อยกว่า ซึ่งทางสถานีวิเคราะห์ว่า ผู้ฟังจะรับฟังแนว Dubstep ได้ง่ายกว่า
4. ขั้นปฏิบัติการลงมือทำให้สำเร็จ	ทดลองเปิดเพลงแนว Dubstep เพื่อสร้างกระแสความนิยมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและเป็นผู้นำทางด้านสถานีเพลงกับแนวเพลงเต้นรำที่แปลกใหม่

ที่มา: สัมภาษณ์ ผู้อำนวยการฝ่ายรายการ สถานีวิทยุ SEED 97.5

unสรุป

เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารได้มีความก้าวหน้าและพัฒนาแบบก้าวกระโดดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลโดยตรงกับกิจการวิทยุกระจายเสียงในแง่ของคุณลักษณะสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ในอดีตเป็นเพียงสื่อที่แพร่กระจายเพียงแค่เสียง แต่ปัจจุบันด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสามารถแพร่กระจายเสียงและยังสามารถมองเห็นภาพการจัตรายการของผู้จัดรายการบนหน้าเว็บไซต์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหาและรูปแบบรายการ ซึ่งผู้ผลิตรายการจึงต้องวางแผนและจัดการกับเนื้อหารายการที่มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยสามารถใช้ประโยชน์จากการเห็นภาพของการจัตรายการมาสร้างเป็นกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับผู้ฟัง ทั้งในรายการแบบ Real Time และกิจกรรมนอกสถานี่ต่างๆ ก็มีเพิ่มมากขึ้น เพื่อแข่งขันเป็นผู้นำในการครองใจผู้ฟังเป้าหมายให้มากที่สุด นอกจากนั้นในโลกยุคดิจิทัลที่ทำให้ผู้ฟังสามารถเข้าถึงเนื้อหาของรายการวิทยุได้มากขึ้น กล่าวคือ ปัจจุบันผู้ฟังสามารถฟังวิทยุออนไลน์ได้ตลอดเวลาผ่านมือถือยุคใหม่หรือสมาร์ทโฟน (Smart Phone) อีกทั้งในอนาคตอันใกล้รูปแบบของวิทยุดิจิทัลกำลังจะเกิดขึ้นทำให้ผู้ประกอบการด้านวิทยุกระจายเสียงต้องเผชิญหน้ากับคู่แข่งใหม่ๆ ที่มีมากขึ้นทั้งคู่แข่งในสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อประเภทอื่นๆ ด้วยเช่นกัน นอกจากนั้นผู้ผลิตรายการวิทยุควรตระหนักและวางแผนการผลิตรายการอย่างรอบคอบภายใต้การสร้างสรรคเนื้อหารายการวิทยุให้มีความแปลกใหม่แตกต่างจากรายการอื่นที่มีเนื้อหารายการประเภทเดียวกัน มีเนื้อหาที่ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้ทุกเพศทุกวัย เข้าใจและควบคุมคุณภาพของเนื้อหารายการโดยไม่คำนึงถึงแต่กำไร แต่ต้องสร้างสมดุลระหว่างกำไรและจรรยาบรรณของสื่อ ด้วยการผลิตรายการที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อสังคม เพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจและตอบสนองความต้องการของผู้ฟังต่อไปในอนาคต ♥

บรรณานุกรม

- กันตวิทย์ เย็นสบาย. (2548). *พฤติกรรม的开รับฟังและความพึงพอใจของผู้รับฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการวิทยุทางคลื่น Seed 97.5* (วิทยานิพนธ์วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ณัฐสุพงษ์ สุขโส. (2556). *ตำราอบรมผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ระดับกลาง*. กรุงเทพฯ: ส เจริญการพิมพ์.
- พัชรพร ติวังษ์. (2556). *กระบวนการบริหารงานของสถานีวิทยุ “SEED 97.5 F.M.” “เมล็ดพันธุ์ใหม่ของคนวัยมันส์” ในการประชุมวิชาการเรื่องพลวัตการศึกษาที่สร้างสรรค์เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- โพกษอนแก่นดอคอม. (2555, ตุลาคม). 10 อันดับสถานีวิทยุที่มีคนค้นหามากที่สุด. สืบค้นเมื่อ 24 เมษายน 2557, จาก <https://focuskhonkaen.com/?p=2508>
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2542). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สาโรจน์ แวมณี. (2556, 10 สิงหาคม). การเปลี่ยนผ่านสู่การกระจายเสียงวิทยุระบบดิจิทัลของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2557, จาก <http://thainfcr.org/node/119>
- สุนน อยู่สิน. (2556). *ตำราอบรมผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ระดับกลาง*. กรุงเทพฯ: ส เจริญการพิมพ์.
- สุวพันธุ์ อ้นขวัญเมือง. (2556, 10 มกราคม). ผู้จัดผั่งเพลงในรายการ. สัมภาษณ์.
- อัศเรศ ใจเจริญทรัพย์. (2556, 9 มกราคม). ผู้อำนวยการฝ่ายรายการ. สัมภาษณ์.
- Armadamusic. (2013, March 24). 50 Best trance hits ever. Retrieved April 24, 2014, from <http://www.armadamusic.com/news/2013/03/50-best-trance-hits-ever-vol-2/>
- Vane, E. T., & Gross, L. S. (1994). *Programming for TV, radio and cable*. Boston: Focal Press.