

ยูวดี 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 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการบริหารธุรกิจสื่อวิทยุและการดำเนินงานทางด้านการผลิตรายการเพลงทางวิทยุ 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 ภายใต้บริษัทผู้ประกอบธุรกิจเพลงและธุรกิจบันเทิงครบวงจรขนาดใหญ่ของไทย
2. บริษัท สกาย-ไอ เน็ตเวิร์ค จำกัด เป็นบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายใหญ่ ที่อยู่ภายใต้บริษัทผู้ประกอบธุรกิจเพลงและบันเทิงครบวงจรขนาดใหญ่ของไทย
3. บริษัท เวอร์จิน บีบีซี-เทโร เรดิโอ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายใหญ่ ที่เกิดจากการร่วมทุนระหว่างบริษัทผู้ประกอบธุรกิจสื่อและบันเทิงครบวงจรขนาดใหญ่ของไทยกับบริษัทผู้ประกอบธุรกิจสื่อวิทยุจากต่างประเทศ
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 การใช้เทคโนโลยีในการขยายช่องทางกระจายรายการรูปแบบใหม่ และการนำรูปแบบและเนื้อหาของรายการเพลงไปต่อยอดทางธุรกิจ ส่วนบริษัทผู้ประกอบธุรกิจรายการเพลงทางวิทยุรายเล็ก คำนึงถึงการหาพันธมิตรทางธุรกิจ และการดำเนินธุรกิจอื่นร่วมกับการดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุ รวมถึงการผลิตรายการเพลงที่มีเอกลักษณ์และตอบสนองต่อกลุ่มผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม

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.