

บทที่ 4

รูปแบบรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น

รูปแบบรายการวิทยุในแบบ Format Station นี้เป็นรูปแบบการนำเสนอที่เป็นไปในแนวเดียวกันทั้งสิ้น โดยมีแนวคิดหลักเพียงอย่างเดียวเป็นแกนในการดำเนินรายการ และสามารถเข้าถึงกลุ่มคนฟังได้มากที่สุด รายการวิทยุรูปแบบ Format Station ที่เจาะเฉพาะกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นที่มีการแข่งขันกันสูงได้แก่ รายการวิทยุประเภทรายการเพลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการเพลงไทยสากลจะมีการแข่งขันกันสูงที่สุด โดยมีบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) และบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด เป็นคู่แข่งชั้นรายใหญ่ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. รูปแบบรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่น

รายการวิทยุในเครือบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) มีทั้งสิ้น 6 รายการ แบ่งเป็นรายการประเภทพูดคุยและข่าวที่เจาะกลุ่มคนทำงาน 1 รายการ คือ NEWS & TALK FM Smile Radio ทาง FM 101.0 MHz. และเป็นรายการเพลงสากลที่เจาะกลุ่มเป้าหมายคนทำงานอีก 1 รายการคือ SOFT FM Smile Radio ทาง FM 107.0 MHz. และเป็นรายการเพลงไทยสากลที่เจาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นอีก 4 รายการคือ

1. SHOW BIZ FM Smile Radio ทาง FM 96.0 MHz.
2. GREET FM Smile Radio ทาง FM 98.0 MHz.
3. PEOPLE 'S FM Smile Radio ทาง FM 99.5 MHz.
4. RADIO GAME Smile Radio ทาง FM 103.0 MHz.

แต่เนื่องจากว่ารายการเพลงไทยสากลที่ดำเนินรายการในแบบ Format Station ของบริษัท มีเดีย พลัส จำกัดประสบปัญหา 2 รายการคือ SHOW BIZ FM Smile Radio ทาง FM 96.0 MHz และ RADIO GAME Smile Radio ทาง FM 103.0 MHz. กล่าวคือ รายการยังหาจุดลงตัวที่จะทำให้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นยอมรับและติดตามฟังไม่ได้ ทำให้ทางบริษัททำการปรับเปลี่ยนรูปแบบของรายการ SHOW BIZ จากรายการเพลงไทยสากลไปเป็นรายการคลื่นสังคมไทย ซึ่งเป็นรายการประเภทข่าวและพูดคุย โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนทำงาน อายุ 25-45 ปีแทนส่วน

รายการ RADIO GAME. ก็ประสบปัญหาเดียวกับของรายการ SHOW BIZ ประกอบกับเวลาที่ได้จากสถานีวิทยุจส. 103.0 MHz. จำกัดเพียงแค่ช่วง 16.00 - 02.00 น. เท่านั้น และรายการเพลงไทยสากลในเครือมีเดียพลัสเองก็มีอยู่แล้ว จึงปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการไปเป็นรายการเพลงสากลภายใต้ชื่อ รายการ SMASH RADIO

ดังนั้นจึงทำให้รายการเพลงไทยสากลที่เจาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น และดำเนินรายการในลักษณะ Format Station มีเพียง 2 รายการดังนี้

1. GREET FM Smile Radio ทาง FM 98.0 MHz. ซึ่งเป็นรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio
2. PEOPLE 'S FM Smile Radio ทาง FM 99.5 MHz. ซึ่งเป็นรายการเพลงประเภท Easy Listening

ส่วนของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด มีรายการเพลงไทยสากลที่เจาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นที่ดำเนินรายการในลักษณะ Format Station ทั้งสิ้น 4 รายการ ดังนี้

1. Radio No Problem ทาง FM 88.0 MHz. ซึ่งเป็นรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio
2. Hot Wave ทาง FM 91.5 MHz. ซึ่งเป็นรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio
3. Radio Vote Satellite ทาง FM 93.5 MHz. ซึ่งเป็นรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio
4. Green Wave ทาง FM 104.5 MHz. ซึ่งเป็นรายการเพลงประเภท Easy Listening

อย่างไรก็ตาม รายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นปัจจุบันมักจะมีองค์ประกอบของรายการคล้ายคลึงกันโดยแบ่งแยกไปตามประเภทของวิทยุวิทยุต่างๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

องค์ประกอบของรายการวิทยุที่เจาะเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น

รายการประเภท Contemporary Hit Radio (CHR)

สำหรับรายการเพลงไทยสากลในเครือบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) ที่จัดในแนว CHR นี้มีอยู่ 1 รายการคือ รายการ GREET FM ทาง FM 98.0 MHz. ส่วนรายการของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ที่จัดในแนวนี้อีก 3 รายการคือ รายการ Radio No problem ทาง FM 88.0 MHz.,

รายการ Hot Wave ทาง FM 91.5 MHz. และรายการ Radio Vote Satellite ทาง FM 93.5 MHz. ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สำหรับรายการของบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) คือ

1. รายการ GREET FM Smile Radio ทาง FM 98.0 MHz.

กลุ่มเป้าหมาย : วัยรุ่นทั้งหญิงและชาย อายุ 12 ปีขึ้นไป ที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ชอบความสนุกสนาน กล้าแสดงออก ชอบร่วมกิจกรรม

รูปแบบรายการ : เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้โทรศัพท์เข้ามาส่งเสียงกรี๊ดระบายอารมณ์ในรายการได้ เน้นให้ความบันเทิงและสาระควบคู่กันไป มีทั้งข่าวสั้น สารคดีที่ให้ความรู้ทั่วไป มีการพูดคุยของดีเจที่เป็นกันเองกับผู้ฟัง มีเกมแข่งขันชิงรางวัลในรายการและจัดกิจกรรมบันเทิงและเป็นประโยชน์เพื่อให้ผู้ฟังและดีเจได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกันเช่น โครงการ Meet & Greet จัดเป็นประจำเพื่อให้คนฟังได้พบปะกับดีเจและทีมงานโดยมีศิลปินมาร่วมด้วย หรืออย่างโครงการยาเสพติดภัยชีวิต Greet ร่วมต้านและโครงการเยาวชนเพื่อนช้าง ที่จังหวัดลำปาง เป็นโครงการที่ทำประโยชน์ให้สังคมได้ เป็นต้น และเน้นเปิดเพลงไทยสากลยอดนิยมที่สนุกสนาน คึกคัก

ออกอากาศ : ทุกวันจันทร์ - อาทิตย์ ตลอด 24 ชั่วโมง

สถานี : สถานีวิทยุกองพลที่ 1 รักษาพระองค์ FM 98.0 MHz.

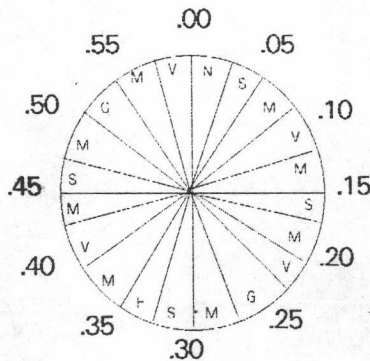
โดยมีการนำเสนอรายการดังนี้

แผนภาพที่ 4.1 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ GREET FM ในเวลา 1 ชั่วโมง

N = News ได้แก่
ข่าวจากศูนย์ข่าวแปซิฟิก

F = Feature
ได้แก่ สารคดีในรายการ

S = Spot ได้แก่
โฆษณาสินค้าที่เปิดค้น
รายการ



M = Music ได้แก่
เพลงไทยยอดนิยม
เน้นสนุกสนาน คึกคัก

V = Vocal ได้แก่ การ
พูดคุยของดีเจ

G = Game & Activities
ได้แก่ การแข่งขันชิง
รางวัลและกิจกรรม
พิเศษต่างๆเพื่อ
ส่งเสริมการขาย

เมื่อจัดรายการตามโปรแกรมครบ 1 ชั่วโมง แนวการจัดรายการในชั่วโมงต่อไปจะเวียนกลับไปจุดเริ่มต้นใหม่

สำหรับรายการของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ได้แก่

1. รายการ RADIO NO PROBLEM ทาง FM 88.0 MHz.

กลุ่มเป้าหมาย : อายุ 18 ปีขึ้นไป กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา กลุ่มคนทำงานที่ทันสมัย เป็นผู้มีความสนใจหรือปัญหาต่างๆ หรือเป็นผู้ที่มีความสนใจใคร่รู้เรื่องราวต่างๆรอบตัว

มีแนวคิดหลักของรายการคือ เป็นรายการวิทยุที่เป็นจุดพบกันของคำถามและคำตอบ

จุดเด่นในรูปแบบของรายการ เปิดเพลงไทยสากลยอดนิยมทั้งจังหวะช้าและเร็วตามคำขอ เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้ถามปัญหาเพื่อให้ทางรายการหาคำตอบจากผู้เชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติทางด้านนั้นๆให้ หรือขอเพลงเข้ามาในรายการได้ตลอดเวลาด้วยเสียงของตนเอง เพราะทางรายการได้ติดตั้งเครื่องตอบรับทางโทรศัพท์อัตโนมัติไว้ ดีใจสามารถโต้ตอบกับผู้ฟังได้อย่างไม่เย็นเยื่อ มีการนำเสนอสารคดีที่น่าสนใจ รวมทั้งมีการแข่งขันเกมชิงรางวัลในรายการอีกด้วย

ออกอากาศ ทุกวัน จันทร์ - อาทิตย์ เวลา 05.00 - 02.00 น.

สถานี : สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM 88.0 MHz.

โดยมีการนำเสนอรายการดังนี้

แผนภาพที่ 4.2 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ RADIO NO PROBLEM ในเวลา 1 ชั่วโมง

N = News ได้แก่

ข่าวต้นชั่วโมง

จากสำนักข่าวไทย

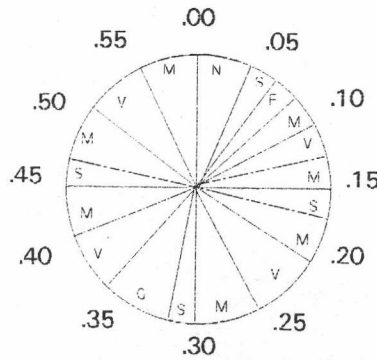
F = Feature ได้แก่

สารคดีต่างๆในรายการ

S = Spot ได้แก่

โฆษณาสินค้าที่เปิด

ค้นรายการ



M = Music ได้แก่

เพลงไทยสากลยอดนิยม

ทั้งเร็วและช้า

V = Vocal ได้แก่ การพูดคุย

ของดีใจและการตอบปัญหา

(Quiz Time)

G = Games & Activities

ได้แก่ การแข่งขันชิงรางวัล

และกิจกรรมพิเศษต่างๆ

เพื่อส่งเสริมการขาย

เมื่อจัดรายการตามโปรแกรมครบ 1 ชั่วโมง แนวการจัดรายการในชั่วโมงต่อไปจะเวียนกลับไปจุดเริ่มต้นใหม่

2. รายการ HOT WAVE ทาง FM 91.5 MHz.

กลุ่มเป้าหมาย : อายุ 12 ปีขึ้นไป กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และคนทำงานออฟฟิศรุ่นใหม่ที่มีลักษณะน่าแพชั่น น่าสมัย นิยมความสนุกสนาน การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่างๆ

แนวคิดหลักของรายการคือ ทุกสิ่งเป็นไปได้ใน HOT WAVE

จุดเด่นในรูปแบบของรายการ เปิดเพลงไทยสากลยอดนิยมตามคำขอโดยเน้นการเปิดเพลงใหม่และมีจังหวะสนุกสนาน เน้นการดำเนินรายการของดีเจอย่างมีสีสัน ทันสมัยและมีความแปลกใหม่ มีการร่วมสนุกกันระหว่างผู้ฟังกับดีเจโดยการใช้โทรศัพท์ Phone-in มีการรายงานความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ต่างๆทั้งภาคบันเทิงและข่าวสารความรู้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงการเพลง เปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถแสดงออกซึ่งความสามารถทางดนตรีได้ โดยการส่งเทปเพลงที่ผู้ฟังทางบ้านสร้างสรรค์ขึ้นมาเองทั้งเนื้อร้องและทำนองมายังรายการ ทางรายการจะเปิดเพลงเหล่านั้นในรายการให้ในช่วงของ Handmade รวมทั้งคนฟังยังสามารถที่จะโทรศัพท์เข้ามาส่งเสียงร้องเพลงฮอต เวฟ จำ ซึ่งเป็นเพลงที่ศิลปินต่างๆดัดแปลงเพลงของตนเพื่อให้เข้าร่วมสนุกในรายการได้

ออกอากาศ : ทุกวัน จันทร์ - อาทิตย์ ตลอด 24 ชั่วโมง

สถานี : ยานเกราะ FM 91.5 MHz.

โดยมีการนำเสนอรายการดังนี้

แผนภาพที่ 4.3 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ HOT WAVE ในเวลา 1 ชั่วโมง

N = News ได้แก่

ข่าว HOT NEWS

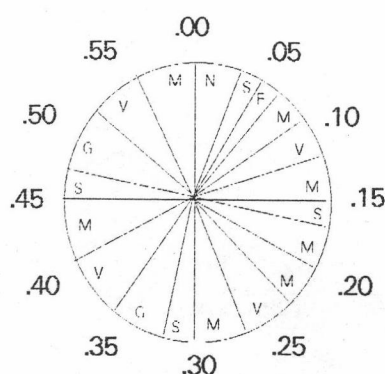
จากศูนย์ข่าวแชนิฟิด

F = Feature ได้แก่

สารคดีต่างๆในรายการ

S = Spot ได้แก่

โฆษณาสินค้าที่เปิด
ค้นรายการ



M = Music ได้แก่

เพลงไทยสากลยอดนิยม
ทั้งจังหวะเร็ว สนุกสนาน

V = Vocal ได้แก่

การพูดคุยของดีเจ
เน้นเรื่องวงการเพลง

G = Games & Activities

ได้แก่ การแข่งขันชิงรางวัล
และกิจกรรมเน้นความบันเทิง
เพื่อส่งเสริมการขาย

เมื่อจัดรายการตามโปรแกรมครบ 1 ชั่วโมง แนวการจัดรายการในชั่วโมงต่อไปจะเวียนกลับไปจุดเริ่มต้นใหม่

3. รายการ RADIO VOTE SATELLITE ทาง FM 93.5 MHz.

กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มวัยรุ่นนักเรียน นิสิต นักศึกษา หนุ่มสาววัยทำงานและผู้ใหญ่ทั้งชาย และหญิงที่ขอความเห็นชอบ แสดงออก แสดงความคิดเห็น และติดตามความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงในสาขาต่างๆ

แนวคิดหลักของรายการคือ เป็นคลื่นแห่งความคิดเห็นของคนทั้งประเทศ

จุดเด่นในรูปแบบของรายการ เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้แสดงความคิดเห็นและลงคะแนนเสียง ให้แก่ความบันเทิงในสาขาต่างๆ มีการรวบรวมคะแนนและรายงานสรุปผลของความนิยมด้วย โดยจะมีการมอบรางวัลให้แก่ผู้ที่ได้รับการโหวตในสาขาต่างๆ ด้วยคะแนนสูงสุดเป็นประจำทุกปี และในส่วนของผู้ฟังที่โทรเข้ามาให้คะแนนโหวตก็มีโอกาสที่จะได้รับรางวัลด้วย หากได้รับเลือกให้เป็น Lucky Vote นอกจากนี้ยังมีการหยิบยกเอาประเด็นที่ได้รับความสนใจในขณะนั้นมาตั้งเป็นประเด็นแล้วให้ผู้ฟังได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและพูดคุยกับดีเจออกอากาศ ส่วนเพลงที่เปิดจะเป็น เพลงไทยสากลยอดนิยมทั้งจังหวะเร็วและช้า

ออกอากาศ ทุกวัน จันทร์ - อาทิตย์ เวลา 05.00 - 02.00 น.

โดยมีช่วงเวลาส่งสัญญาณกระจายเสียงทั่วประเทศผ่านดาวเทียม

คือ 9.00 - 12.00 น.

13.00 - 18.00 น.

21.00 - 23.00 น.

สถานี : สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM 93.5 MHz.

และมีสถานีเครือข่ายอีก 7 สถานี คือ

จ. เชียงใหม่ สถานี สวท. FM 98.0 MHz.

จ. เชียงราย สถานี สวท. FM 95.75 MHz.

จ. พิษณุโลก สถานี สวท. FM 94.25 MHz.

จ. ขอนแก่น สถานี สวท. FM 98.5 MHz.

จ. นครราชสีมา สถานี สวท. FM 106.25 MHz.

จ. ภูเก็ต สถานี สวท. FM 96.75 MHz.

จ. สงขลา สถานี สวท. FM 90.5 MHz.

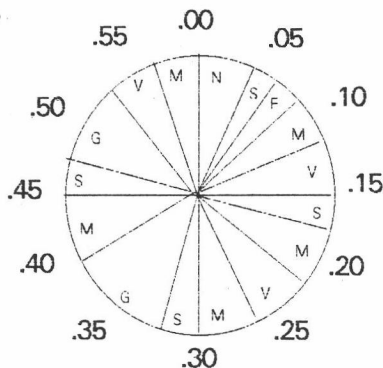
โดยมีการนำเสนอรายการดังนี้

แผนภาพที่ 4.4 แสดงการนำเสนอเนื้อหารายการ RADIO VOTE SATELLITE ในเวลา 1 ชั่วโมง

N = News ได้แก่
ข่าวเดลินิวส์ออนไลน์
จากศูนย์ข่าวเดลินิวส์

F = Feature ได้แก่
สารคดี MODERN
REPORT

S = Spot ได้แก่
โฆษณาสินค้าที่เปิด
ค้นรายการ



M = Music ได้แก่
เพลงไทยสากลยอดนิยม
ทั้งเร็วและช้า

V = Vocal ได้แก่
การพูดคุยของดีเจ เน้นเรื่อง
วงการบันเทิงและโหดเสียด
แสดงความคิดเห็น

G = Games & Activities
ได้แก่ การแข่งขันชิงรางวัล
และกิจกรรมเน้นความบันเทิง
เพื่อส่งเสริมการขาย

เมื่อจัดรายการตามโปรแกรมครบ 1 ชั่วโมง แนวการจัดรายการในชั่วโมงต่อไปจะเวียนกลับไปจุดเริ่มต้นใหม่

สำหรับรายการวิทยุของบริษัททั้งสองที่มีการจัดรายการเพลงเป็น Contemporary Hit Radio นี้จะไม่ค่อยมีความแตกต่างในเรื่องของเพลงที่เปิดมากนักจึงทำให้ดูเหมือนว่าไม่มีความแตกต่างในตัวรายการวิทยุ แต่แท้ที่จริงแล้ว จุดที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างรายการ CHR ของบริษัททั้งสองได้ดีคือ แนวคิดหลัก (Concept) ของรายการ

คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2539 : 39) ได้กล่าวสนับสนุนความเข้าใจนี้ว่า การแบ่งประเภทรายการของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัดนั้นยังไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจนนัก ยังคงมีบางส่วนที่ซ้อนกัน เพราะกลุ่มเป้าหมายหลักยังคงเป็นวัยรุ่นอยู่ คือกลุ่มผู้ฟังรายการของเอ-โทม์เป็นกลุ่มวัยรุ่นถึง 80 % เพียงแต่มีรสนิยมในการฟังที่แตกต่างกันไป

รายการ RADIO NO PROBLEM มีรูปแบบเป็นรายการเพลงสอดแทรกการตอบปัญหาต่างๆที่ผู้ฟังสนใจและโทรเข้ามาถามในรายการซึ่งเป็นแนวคิดหลักของรายการ

รายการ HOT WAVE มีรูปแบบเป็นรายการเพลงแนวสนุกสนาน และเปิดเพลงที่ออกใหม่ทันสมัย

รายการ RADIO VOTE SATELLITE มีรูปแบบเป็นรายการเพลงที่มีแนวคิดหลักในการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังแสดงความคิดเห็นในทุกเรื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวในวงการบันเทิงสาขาต่างๆ ซึ่งมีการแบ่งแยกออกเป็น 7 สาขาดังนี้

1. นิตยสาร ในช่วง Magazine Vote
2. รายการโทรทัศน์ ในช่วง TV Vote
3. โฆษณา ในช่วง Advertisement Vote
4. ภาพยนตร์ ในช่วง Movie Vote
5. เพลง ในช่วง Song Vote
6. ดารา ในช่วง Artist Vote
7. ศิลปินนักร้อง ในช่วง Artist Vote

ส่วนรายการวิทยุของมีเดีย พลัสก็เช่นกัน แม้จะเป็นรายการเพลงประเภท CHR เหมือนกันแต่แนวคิดหลักของรายการจะต่างกันคือ

รายการ GREET FM มีแนวคิดหลักในการให้คนฟังสามารถโทรเข้ามาส่งเสียงกรีดแสดงออกถึงอารมณ์ของตนในขณะนั้นๆได้ และเน้นเรื่องราวความเป็นไปในสังคม

นั่นก็คือ แม้อองค์ประกอบของรายการวิทยุในเครือบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) นั้นจะเป็นรายการประเภทเดียวกัน แต่จะมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันไปตามแนวคิดหลัก (Concept) และเนื้อหาของรายการ แต่ในภาพรวมของการจัดรายการในแต่ละชั่วโมงของดีเจนั้นจะมีองค์ประกอบของรายการซึ่งสามารถสรุปเป็นตารางเปรียบเทียบองค์ประกอบของรายการประเภท Contemporary Hit Radio ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) ได้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบรายการเพลงไทยสากลประเภท Contemporary Hit Radio ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน)

องค์ประกอบของ รายการ	Radio No Problem (A - TIME)	Hot Wave (A - TIME)	Radio Vote Satellite (A - TIME)	Greet FM (MEDIA PLUS)
เพลง (Music)	เพลงไทยสากลยอด นิยมทั้งเร็วและช้า 7 เพลง : 1 ชม.	เพลงไทยสากลยอด นิยมเน้นจังหวะเร็ว และเพลงใหม่ 7 เพลง : 1 ชม.	เพลงไทยสากลยอด นิยมทั้งเร็วและช้า 5 เพลง : 1 ชม.	เพลงไทยสากล ยอดนิยมทั้งเก่า และใหม่ 8 เพลง : 1 ชม.
การพูดคุยของดีเจ (ลีลาในการพูด+ เนื้อหาที่คุย) (Vocal)	ดีเจน่าเชื่อถือ มีเนื้อหารายการที่เน้น การตอบปัญหา	ดีเจใช้ภาษาวัยรุ่น เน้นสนุกสนาน เนื้อหาที่คุยเป็นเรื่อง ของเพลง	ดีเจมีลูกเล่นเฉพาะ ตัวและเป็นกันเอง เนื้อหาเน้นเรื่องของ วงการบันเทิง	ดีเจใช้ภาษาวัยรุ่น สนุกสนาน เป็น กันเอง เนื้อหาเป็น เรื่องบันเทิง
ข่าว (News)	ข่าวต้นชั่วโมง ส่งข่าว มาจากสำนักข่าวไทย 5 นาทีทุกต้นชม.	HOT NEWS ถ่ายทอดข่าวจากศูนย์ ข่าวแปซิฟิก 5 นาทีทุกต้นชม.	เดลินิวส์ฮอตไลน์ ส่งข่าวจากทีม ข่าวนสพ.เดลินิวส์ 5 นาทีทุกต้นชม.	ข่าวต้นชั่วโมง ถ่ายทอดข่าวจาก ศูนย์ข่าวแปซิฟิก 5 นาทีทุกต้นชม.
สารคดี (Features)	เกษมสโมสร สาระน่ารู้ต่างๆ 2-3 นาทีหลังข่าว	ความเป็นไปได้ในวง การเพลงต่างๆ 2-3 นาทีหลังข่าว	เรื่องราวในโลก ปัจจุบันและโลก บันเทิง 2-3 นาทีหลังข่าว	เรื่องราวน่าสนใจ ทั่วไป ทุก 00: 30
การแข่งขันและ โปรโมชัน (Games / Activities)	เกมและกิจกรรมมีมาก พอควรแต่น้อยกว่าคลื่น 91.5 MHz. และ 93.5 MHz.	เกมและกิจกรรมเน้น ให้ความบันเทิงและ ตอบสนองความ ต้องการของวัยรุ่น	เกมและกิจกรรม พิเศษต่างๆมีมากที่สุด เน้นการให้ผู้ฟัง ได้มีส่วนร่วมใน รายการ	เกมและกิจกรรม มาก เน้นในเรื่อง ของวงการบันเทิง และเพลง
โฆษณาสินค้า (Spot)	ค้น 4 ครั้ง : 1 ชม. จำนวนโฆษณามากพอ สมควร	ค้น 4 ครั้ง : 1 ชม. จำนวนโฆษณามาก พอสมควร	ค้น 4 ครั้ง : 1 ชม. จำนวนโฆษณามาก ที่สุด	ค้น 4 ครั้ง : 1 ชม. จำนวนโฆษณา มากพอสมควร
จingle (Jingle)	จingleบอกชื่อรายการ และจingleพิเศษที่เป็น เสียงของศิลปินต่างๆ	จingleบอกชื่อรายการ และจingleพิเศษที่เป็น เสียงของศิลปินต่างๆ	จingleบอกชื่อราย การและจingle ประจำช่วงต่างๆ	จingleบอกชื่อราย การและจingle ประจำช่วงต่างๆ

นอกจากบริษัททั้งสองจะจัดรายการเพลงไทยสากลที่เจาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นประเภท Contemporary Hit Radio แล้ว ยังมีการจัดรายการเพลงไทยสากลประเภท Easy Listening อีกด้วย ซึ่งมีรายละเอียดคือ

รายการเพลงประเภท Easy Listening (EL)

สำหรับรายการเพลงไทยสากลเจาะเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่จัดในแนว Easy Listening ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ได้แก่ รายการ GREEN WAVE ทาง FM 104.5 MHz. ส่วนรายการของบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) ได้แก่ รายการ PEOPLE' S FM ทาง FM 99.5 MHz. ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. รายการ PEOPLE 'S FM Smile Radio ทาง FM 99.5 MHz.

กลุ่มเป้าหมาย : วัยรุ่นที่เป็นนักศึกษาและคนทำงาน อายุ 18 - 35 ปี ที่รักความทันสมัยสนใจข่าวสารและเรื่องราวของสังคมรอบตัว

รูปแบบรายการ : เน้นเปิดเพลงไทยสากลฟังสบายๆทั้งเก่าและใหม่ที่ได้รับความนิยมและเพลงที่หาฟังได้ยากในสถานีอื่นๆ ในแบบ Easy Listening นำเสนอเรื่องราวทั่วไปในสังคมที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจทั้งข่าวสารบ้านเมือง ข่าวบริการ ข่าวบันเทิงและข่าวกีฬา มีการเปิดรับสายคนฟังพูดคุยและเล่นเกมชิงรางวัลในรายการโดยเน้นเรื่องราวที่เกี่ยวกับความเป็นไปในสังคมและคุณภาพชีวิตของคนในสังคม

ออกอากาศ : ทุกวัน จันทร์ - อาทิตย์ ตลอด 24 ชั่วโมง

โดยมีช่วงเวลาส่งสัญญาณกระจายเสียงทั่วประเทศ ดังนี้

สถานีวิทยุ กรป. กลาง ตลอด 24 ชั่วโมง

สถานีวิทยุ สวท. 9.00 - 23.00 น.

สถานีวิทยุ ทภ., มน. 6.00 - 24.00 น.

สถานี : สถานีวิทยุ กรป. กลาง FM 99.5 MHz.

โดยมีสถานีลูกข่ายอีก 11 สถานีคือ

จ. เชียงราย สถานีวิทยุ 941 กรป.กลาง FM 100.25 MHz.

จ. สกลนคร สถานีวิทยุ 909 กรป.กลาง FM 94.75 MHz.

จ. เพชรบูรณ์ สถานีวิทยุ 921 สนศ. กรป.กลาง FM 99.0 MHz.

จ. นราธิวาส สถานีวิทยุ 912 กรป.กลาง FM 99.25 MHz.

- จ. พิษณุโลก สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยนเรศวร มน. FM 107.25 MHz.
- จ. ขอนแก่น สถานีวิทยุกองทัพบกที่ 2 FM 88.25 MHz.
- จ. กาญจนบุรี สถานีวิทยุ สวท. จังหวัดกาญจนบุรี FM 94 .25 MHz.
- จ. เชียงใหม่ สถานีวิทยุ สวท. จังหวัดเชียงใหม่ FM 93.25 MHz.
- จ. นครศรีธรรมราช สถานีวิทยุ สวท.จังหวัดนครศรีธรรมราช FM 97.0 MHz.
- จ. สงขลา สถานีวิทยุ สวท. จังหวัดสงขลา FM 102.25 MHz.
- จ. ตรัง สถานีวิทยุ สวท. จังหวัดตรัง FM 91.25 MHz.

โดยมีการนำเสนอรายการดังนี้

แผนภาพที่ 4.5 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ PEOPLE'S FM ในเวลา 1 ชั่วโมง

N = News ได้แก่

ข่าวด่วนจากสำนักข่าว

ไอเอ็นเอ็น

F = Feature

ได้แก่ สารคดีในราย

การ

S = Spot ได้แก่

โฆษณาสินค้าที่เปิด

M = Music ได้แก่

เพลงไทยยอดนิยม

ฟังสบายๆทั้งเก่าและใหม่

V = Vocal ได้แก่

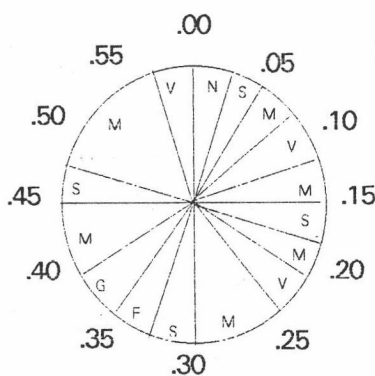
การพูดคุยของดีใจ

G = Games & Activities

ได้แก่ การแข่งขันชิงรางวัล

และกิจกรรมพิเศษต่างๆ

เพื่อส่งเสริมการขาย



เมื่อจัดรายการตามโปรแกรมครบ 1 ชั่วโมง แนวการจัดรายการในชั่วโมงต่อไปจะเวียนกลับไปจุดเริ่มต้นใหม่

2. รายการ GREEN WAVE ทาง FM 104.5 MHz.

กลุ่มเป้าหมาย : อายุ 18 - 35 ปี เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายที่เป็นนิสิต นักศึกษา กลุ่มคนทำงานที่มีรสนิยมดี ทันสมัย

แนวคิดหลักของรายการคือ เป็นคลื่นสี่เขียวเพื่อสิ่งแวดล้อม

จุดเด่นในรูปแบบรายการคือ เปิดเพลงไทยสากลฟังสบายๆ จังหวะช้าทั้งเก่าและใหม่ในแนว Easy Listening และ Pop เน้นนำเสนอเรื่องราวสารคดีและการพูดคุยกับดีเจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม มีการแข่งขันเกมชิงรางวัลในรายการเพื่อส่งเสริมการขาย รวมทั้งชักชวนให้ผู้ฟังออกมาร่วมทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ

ออกอากาศ : ทุกวัน จันทร์ - อาทิตย์ ตลอด 24 ชั่วโมง

สถานี : พล ปตอ. FM 104.5 MHz.

โดยมีการนำเสนอรายการดังนี้

แผนภาพที่ 4.6 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ GREEN WAVE ในเวลา 1 ชั่วโมง

N = News ได้แก่

ข่าว GREEN NEWS

จากศูนย์ข่าวแปซิฟิก

F = Feature ได้แก่

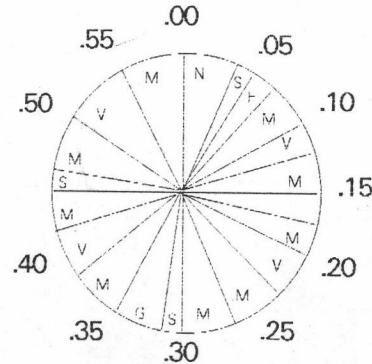
สารคดี GREEN WORLD

เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

S = Spot ได้แก่

โฆษณาสินค้าที่เปิด

ค้นรายการ



M = Music ได้แก่

เพลงไทยสากลยอดนิยม

จังหวะช้า ฟังสบาย

ทั้งเก่าและใหม่

V = Vocal ได้แก่

การพูดคุยของดีเจ

เน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม

G = Games & Activities

ได้แก่ การแข่งขันชิงรางวัล

และกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม

เพื่อส่งเสริมการขาย

เมื่อจัดรายการตามโปรแกรมครบ 1 ชั่วโมง แนวการจัดรายการในชั่วโมงต่อไปจะเวียนกลับไปจุดเริ่มต้นใหม่

ในส่วนของการเพลง Easy Listening นี้แม้ทั้งสองบริษัทจะจัดเป็นรายการเพลงแบบเดียวกัน แต่ก็มีความแตกต่างกันในเรื่องของเนื้อหาและแนวคิดหลักที่นำเสนอในรายการ คือ

รายการ PEOPLE'S FM ของมีเดีย พลัส จะเน้นที่เรื่องราวของสังคมรอบตัวต่างๆ โดยเน้นเรื่องของบุคคล คุณภาพชีวิตของคน และความเป็นไปของคนในสังคมแง่มุมต่างๆ

รายการ GREEN WAVE ของเอ-โทม์ จะมีแนวคิดหลักในการเป็นคลื่นอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเป็นจุดที่ เอ-โทม์ พยายามใช้กระแสของการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เริ่มเข้ามาสู่ความนึกคิดของสังคมไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาและยังคงเป็นไปในทิศทางนี้มากขึ้นทุกวัน ซึ่งถูกนำมาปรับใช้ในรายการได้อย่างลงตัว

อย่างไรก็ตามสามารถเปรียบเทียบองค์ประกอบของรายการเพลงไทยสากลประเภท Easy Listening ของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัทมีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) ได้ดังตารางที่

4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบในรายการเพลงไทยสากลประเภท Easy Listening ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด

องค์ประกอบของรายการ	GREEN WAVE (A - TIME)	PEOPLE'S FM (MEDIA PLUS)
เพลง (Music)	เพลงไทยสากลซ้ำๆฟังสบายทั้งเก่าและใหม่ 9 เพลง : 1 ชม.	เพลงไทยสากลฟังสบายๆทั้งเก่าและใหม่ 9 เพลง : 1 ชม.
การพูดคุยของดีเจ (ลีลาในการพูด+เนื้อหาที่คุย) (Vocal)	ดีเจพูดคุยเป็นทางการ นำเชือถือเนื้อหาที่คุยเน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม	ดีเจมีความสุภาพ นิ่มนวล เนื้อหาที่คุยเป็นเรื่องของสังคมและคุณภาพชีวิต
ข่าว (News)	GREEN NEWS ถ่ายทอดจากศูนย์ข่าวแปซิฟิก 5 นาทีทุกต้นชั่วโมง	ข่าวต้นชั่วโมง ถ่ายทอดข่าวจากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น 5 นาทีทุกต้นชั่วโมง
สารคดี (Features)	GREEN WORLD เนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม 2 - 3 นาทีหลังข่าว	สารคดีเน้นเรื่องราวต่างๆในสังคมและการใช้ชีวิต ทุก 00 : 30
การแข่งขันและโปรโมชัน (Games / Activities)	เกมน้อยกว่ารายการอื่นๆของเอ-ไทม์ ส่วนใหญ่เป็นสารคดีที่ให้สาระและกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม	เกมไม่มากนัก กิจกรรมมากพอควร เน้นเรื่องราวเกี่ยวกับสังคมและการใช้ชีวิต
โฆษณาสินค้า (Spot)	ค้น 4 ครั้ง : 1 ชั่วโมง จำนวนโฆษณาพอสมควร	ค้น 4 ครั้ง : 1 ชั่วโมง จำนวนโฆษณาพอสมควร
จingle (Jingle)	จingle บอกชื่อรายการและจingle อื่นๆเปิดแทรกในรายการ	จingle บอกชื่อรายการและจingle ประจำช่วงต่างๆ

อย่างไรก็ตาม ในการจัดวางรูปแบบรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นของบริษัททั้งสองให้มีลักษณะดังที่กล่าวข้างต้นนั้น มีปัจจัยที่มีส่วนช่วยในการกำหนดรูปแบบของรายการดังนี้

2. ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่น

2.1 พื้นฐานขององค์กรผู้ผลิตรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่ม

ปัจจุบันรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มนั้นมีทั้งรายการที่ผลิตโดยบริษัทที่เป็นบริษัทในเครือหรืออิงอยู่กับบริษัทค่ายเทป และรายการที่ผลิตโดยบริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุที่ไม่อยู่ในสังกัดค่ายเทปใดๆ และเป็นที่ยอมรับกันดีอยู่แล้วว่าบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทในเครือของบริษัท แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัดซึ่งเป็นบริษัทค่ายเทปรายใหญ่ ทำให้มีการเข้าใจกันว่ารายการวิทยุในเครือบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัดจะเปิดเพลงของค่ายแกรมมี่มากกว่าเพลงของค่ายอื่นๆ

ตรงจุดนี้คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อรุณยา กรรมการบริหารบริษัท เอ-โทมัส มีเดีย จำกัด ได้กล่าวว่า ไม่มีโควตาสำหรับการเปิดเพลงใดๆของค่ายแกรมมี่ทั้งสิ้น โฆษณาก็ไม่มีโควตาเช่นกัน หากแกรมมี่อยากมาลงโฆษณาในรายการ ถ้าโฆษณาเต็มแล้วก็ลงไม่ได้ หรือถ้ารายการของบริษัท เอ-โทมัสไม่ดี จะไปขอให้แกรมมี่มาลงโฆษณาให้ก็ไม่ได้เช่นกัน เอ-โทมัสกับแกรมมี่ทำงานเป็นอิสระต่อกัน แต่เอื้อประโยชน์ของกันและกันมากกว่าในลักษณะที่รายการวิทยุของเอ-โทมัส เปิดเพลงได้มากเท่าไร แกรมมี่ก็ขายเทปได้ และอีกสิ่งหนึ่งที่เอ-โทมัส ได้เปรียบมากกว่าผู้ผลิตรายการอื่นๆคือสามารถนำศิลปินแกรมมี่มาร่วมกิจกรรมต่างๆของคลื่นได้ง่ายกว่า ประกอบกับกลุ่มเป้าหมายของศิลปินนักร้องส่วนใหญ่ของค่ายเทปแกรมมี่เป็นกลุ่มเดียวกับเอ-โทมัสเสียส่วนใหญ่ จึงมีลักษณะถ้อยที่ถ้อยอาศัยในที่สุด

ส่วนบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุอิสระที่ไม่ได้อิงอยู่กับค่ายเทปใดๆ อย่างไรก็ตาม ดีใจและหนึ่งในทีมผู้ผลิตรายการวิทยุของบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นฐานของบริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุที่ปัจจุบันมีการอิงกับค่ายเทปดังนี้

ธเนศ แสงโชติกุล ดีเจและสเตรชั่น เมเนเจอร์ของรายการ พีเพิล เอฟ เอ็ม สไมล์ เรดิโอ ทาง FM 99.5 MHz. ในเครือบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) (เปรี๊ยว, กรกฎาคม 2539 : 309 - 314)

ได้กล่าวว่า ปัจจุบันวงการวิทยุก็มีการแข่งขันค่อนข้างสูง แบ่งเป็นบริษัทอย่างชัดเจน และ ก็แบ่งเป็นคลื่นและการจัดรายการค่อนข้างเด่นชัดในแต่ละคลื่นของแต่ละบริษัท และคิดว่าวงการ วิทยุในอนาคตคงจะถูกบริษัทเทปกว่านซื้อมากขึ้น เพราะว่าเป็นช่องทางในการโปรโมทและง่ายที่ จะสร้างกระแส ปลุกศิลปินเป็นรายๆไป ซึ่งสมัยก่อนรายการวิทยุกระจายจัดกระจาย แต่ปัจจุบันกลายเป็นบริษัทเทปเป็นเจ้าของรายการวิทยุเอง ซึ่งคุณธเนศได้แสดงความเห็นใจกับนักจัดรายการบาง คนที่อาจจะรู้สึกอึดอัดที่จะต้องทำงานภายใต้ขอบเขตของบริษัทเทปด้วย

นอกจากนี้ยังได้แสดงความเห็นว่า วงการวิทยุคงไม่อิสระ เพราะต่อไปค่ายเทปจะมีบทบาทอย่างยิ่งในการประมูลเวลา เพราะว่าจะต้องใช้เม็ดเงินที่สูง และคงไม่มีเอกชนรายใดที่ไม่อยู่ในวงการเพลงจะกล้าประมูลสู้ ยกเว้นบริษัทที่ทำวิทยุมานานหรือบริษัทที่มีค่ายเทปเป็นของตัวเอง

นั่นก็คือ กลุ่มคนทำรายการวิทยุเองก็ยังเชื่อว่ารายการวิทยุยังคงจะต้องอิงอยู่กับเรื่องของ ค่ายเทปอยู่ และการที่บริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุไปอิงอยู่กับบริษัทค่ายเทปนั้น บางครั้งเป็นเรื่องที่ หลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากเป็นเรื่องของธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม กลุ่มวัยรุ่นหลายคนบอกว่า พื้นฐานของรายการวิทยุในการเป็นส่วนหนึ่ง ของบริษัทในเครือของบริษัทค่ายเทปนั้นมีส่วนในการตัดสินใจฟังรายการวิทยุในระดัหนึ่ง เท่านั้น เพราะส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่รูปแบบของรายการมากกว่า หากรูปแบบรายการเป็นที่ฟังพอ ใจก็จะเลือกฟังรายการนั้น แต่ก็มีกลุ่มวัยรุ่นบางคนสนใจพื้นฐานของรายการ ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มตัวอย่างเลือกฟังรายการวิทยุในเครือบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด เพราะทราบว่าบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด เป็นบริษัทในเครือของบริษัท แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) และ กลุ่มตัวอย่างมีความชื่นชอบในตัวศิลปินของค่ายแกรมมี่หรือเป็นสมาชิก Grammy Card อยู่แล้ว จึงเลือกฟังรายการวิทยุในเครือของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด โดยคาดหวังว่าจะได้รับรู้เรื่องราว ของศิลปินในค่ายแกรมมี่ก่อนใครๆ เพลงที่เปิดในรายการก็น่าที่จะมีของศิลปินในค่ายนี้มากกว่า ของรายการอื่นๆ รวมถึงข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่างๆในการให้สิทธิพิเศษหรือการแจ้งข่าวแก่ สมาชิก Grammy Card ได้ ในทำนองเดียวกันกลุ่มตัวอย่างบางคนก็ทราบว่ารายการวิทยุนี้เป็นของ บริษัทผู้ผลิตรายใด มีการเชื่อมโยงกับค่ายเทปอย่างไรก็อาจจะไม่เลือกฟังเลย เพราะคิดว่าราย

การวิทยุรายการนั้นๆจะเลือกเปิดแต่เพลงของศิลปินในค่ายนั้นๆมากจนเกินไป ดังนั้นกลุ่มวิทยุรุ่น บางส่วนจึงหันไปฟังรายการวิทยุที่บริษัทผู้ผลิตไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับใดๆกับบริษัทค่ายเทปใดๆ เพราะคิดว่าน่าจะมีการเปิดกว้างสำหรับศิลปินทุกค่าย เพลงที่เปิดในรายการจึงน่าที่จะมีความ หลากหลาย

2.2 ปัจจัยด้านผู้รับสาร

กลุ่มผู้ผลิตรายการจะต้องผลิตรายการให้สามารถสนองต่อความต้องการของวิทยุรุ่นให้ได้ ซึ่งปัจจุบันพฤติกรรมของวิทยุรุ่นชอบแสดงออกมากขึ้นประกอบกับมีการปรับเปลี่ยนช่วงเวลาในการ เข้าเรียนของนักเรียนกลุ่มต่างๆ ทำให้สามารถเปิดรับฟังรายการวิทยุได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเวลาใด ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตรายการวิทยุของบริษัททั้งสองได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับการเข้าไปมีส่วนร่วมและแสดง ออกในรายการของคนฟังวิทยุไว้ดังนี้

ในส่วนคนฟังรายการวิทยุในเครือของบริษัท มีเดีย พลัส จำกัดนั้นจะไม่สามารถบอกถึง อายุของกลุ่มคนฟังที่โทรเข้ามาในรายการได้ จากการเปิดเผยของคุณประมุข ก่อจิตตวนิจ ดีเจ ประจำรายการ PEOPLE'S FM ทาง FM 99.5 MHz. (สัมภาษณ์ : 23 เมษายน 2540) ได้กล่าวว่า การรับสายโทรศัพท์จากคนฟังที่บ้านนี้ ทางรายการของมีเดีย พลัสจะเปิดโอกาสให้คนฟังโทรเข้ามา ได้ตลอดเวลา และตัวดีเจผู้ดำเนินรายการทุกคนจะทำทุกอย่างเวลาจัดรายการ (One Man Show) คือ เป็นผู้รับโทรศัพท์และจัดรายการเอง นอกจากนี้ยังต้องเตรียมข้อมูลในการจัดรายการ บางส่วนเองด้วย และเนื่องจากว่าดีเจจะต้องเป็นผู้ทำทุกอย่างเองในรายการ ดังนั้นเมื่อมีสายจาก คนฟังที่บ้านที่โทรเข้ามาจะไม่ได้มีการสอบถามถึงอายุของคนฟัง เพราะตลอดทุกช่วงที่ดีเจแต่ละคนจัดรายการนั้นจะมีคนฟังโทรเข้ามาเยอะ แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย โทรเข้ามาเพื่อขอเพลงกับดีเจมากที่สุด และไม่ได้มีการกำหนดว่าช่วงเวลานี้ของรายการจะเปิด เป็นพิเศษให้กับวิทยุรุ่น เพราะหากรายการวางกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มใด การนำเสนอทั้งเนื้อหา และรูปแบบก็จะเป็นไปเพื่อกลุ่มนั้นตลอดทุกช่วงเวลาของสถานี เพียงแต่ว่ากลุ่มวิทยุรุ่นจะเปิด มาฟังช่วงไหนเท่านั้น ซึ่งในส่วนนี้ทางรายการไม่เคยทำการสำรวจเอาไว้ แต่โดยรวมแล้วกลุ่มคน ฟังรายการของมีเดีย พลัส ในรายการ Greet FM และ People's FM จะมีอายุส่วนใหญ่ระหว่าง 11 - 30 ปี และมีความนิยมฟังรายการทั้งสองในระดับปานกลาง

สำหรับในส่วนของบริษัท เอ-โทรม์ มีเดีย จำกัด คุณอภิสิทธิ์ ปุณณะนิธิ รองผู้จัดการฝ่ายวิจัยและพัฒนาของบริษัท เอ-โทรม์ มีเดีย จำกัดและดีเจประจำรายการ Radio Vote Satellite ทาง FM 93.5 MHz. (สัมภาษณ์ 24 เมษายน 2540) ได้เปิดเผยถึงลักษณะของคนฟังรายการวิทยุทั้ง 4 คลื่นของบริษัท เอ-โทรม์ มีเดีย จำกัด ดังนี้

ทั้ง 4 รายการของเอ-โทรม์ จะมีกลุ่มคนฟังที่เป็นผู้หญิงโทรเข้ามามากกว่าผู้ชาย และในรายการ Radio No Problem : กลุ่มคนที่โทรเข้ามาในรายการบ่อยที่สุดจะเป็นช่วงอายุ 16 - 19 ปี รายการ Hot Wave : กลุ่มคนที่โทรเข้ามาในรายการบ่อยที่สุดจะเป็นช่วงอายุ 12 - 18 ปี รายการ Radio Vote Satellite : กลุ่มคนที่โทรเข้ามาในรายการบ่อยที่สุดจะเป็นช่วงอายุ 13 - 18 ปี รายการ Green Wave : กลุ่มคนที่โทรเข้ามาในรายการบ่อยที่สุดจะเป็นช่วงอายุ 20 - 25 ปี

ส่วนใหญ่คนฟังของเอ-โทรม์จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ ยกเว้นรายการ Green Wave ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานมากกว่า และที่ผ่านมาก็จะเป็นกลุ่มคนที่ทำงานแล้วฟังมากที่สุดด้วย ซึ่งลักษณะของคนทำงานฟังจะเปิดฟังแบบคลื่นเดียวตลอดทั้งวัน โดยเปิดแค่เอาไว้ตลอด ส่วนรายการอื่นๆอีก 3 รายการของเอ-โทรม์นั้น ก็จะจัดรายการเพื่อให้วัยรุ่นฟังตลอดทั้งวัน ไม่ได้กำหนดเฉพาะพิเศษลงไปว่าช่วงนี้จะจัดให้วัยรุ่น เพราะรายการแบบ Format Station นี้ได้วางกลุ่มเป้าหมายของรายการเอาไว้แล้ว กลุ่มวัยรุ่นจะเปิดมาช่วงเวลาใดก็ได้ฟังรายการที่จัดเพื่อเขาอยู่แล้ว แต่เวลาที่วัยรุ่นจะโทรเข้ามา มากที่สุดในรายการ Radio No Problem และรายการ Radio Vote Satellite คือ ช่วงเวลาเย็น ส่วนรายการ Hot Wave ช่วงที่วัยรุ่นโทรเข้ามา มากที่สุดคือ ช่วงกลางวัน

ในส่วนของรูปแบบรายการที่ว่อดีเจจะเปิดรับสายคนฟังตอนไหนนั้น ทางรายการทั้ง 4 คลื่นไม่มีการกำหนดไว้ คนฟังสามารถโทรเข้ามาได้ตลอดเวลา และดีเจจะพูดคุยตอนไหนก็ขึ้นอยู่กับว่อดีเจเห็นว่าช่วงเวลานั้นเหมาะสมที่จะพูดคุยหรือไม่ ส่วนสารคดีสั้นในรายการวิทยุของเอ-โทรม์นั้น จะมีการวางเนื้อหาให้สอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาและแนวความคิดหลักของรายการ ตัวอย่างเช่น รายการ Green Wave ที่มีเนื้อหาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ก็จะจัดทำเป็นสารคดีสั้นเพื่อโลกสวย เป็นต้น

2.3 ปัจจัยด้านการผลิตรายการ

ในการผลิตรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มในรูปแบบ Format Station ให้ประสบความสำเร็จ และมีชื่อเสียงได้จะต้องอาศัยปัจจัยหลายๆอย่างประกอบกันดังต่อไปนี้

1.คุณสมบัติของตัวดีเจ ซึ่งประกอบด้วย ความรู้และประสบการณ์ในวิชาชีพ ความสามารถในการจัดรายการ และอุปนิสัยส่วนตัวของดีเจที่เหมาะสมกับรายการวิทยุชิ้นๆ

2.ผู้บริหารและทีมงานผู้ผลิตรายการที่ทำงานร่วมกับดีเจที่มีความเข้าใจ มีคุณภาพ ทำงานเป็นระบบและร่วมงานกันดีเป็นอย่างไรดี เพราะรายการวิทยุประเภท Format Station ส่วนใหญ่จะทำงานกันเป็นทีม

3.ลักษณะรายการวิทยุเองจะต้องมีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์โดยมีแนวคิดหลักของรายการที่โดดเด่น ไม่ซ้ำซ้อนรายการอื่น เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่สูงด้วย แต่จะสอดคล้องกับความต้องการของคนฟัง

4.มีการทำโปรโมชันให้กับดีเจโดยโปรโมทดีเจในรายการวิทยุและกิจกรรมพิเศษต่างๆของบริษัทเอง และโปรโมทผ่านสื่อมวลชนอื่นๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และโทรทัศน์ ทั้งจากการส่งข่าวแจกจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ของบริษัทไปยังสื่อเหล่านั้น และจากการที่ได้รับเชิญให้ไปปรากฏตัวตามสื่อต่างๆด้วย

ในเรื่องของการวางตัวดีเจหรือนักจัดรายการในการดำเนินรายการของทั้งบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) นั้นถือเป็นส่วนเสริมหนึ่งที่ทำให้รายการวิทยุได้รับความนิยม บริษัททั้งสองจะใช้ดีเจที่มีความสามารถ มีบุคลิกลักษณะเฉพาะตัว มีความเป็นมืออาชีพในการจัดรายการ มีประสบการณ์ในการทำงาน รวมทั้งได้รับการฝึกฝนและผ่านคัดเลือกมาอย่างดีแล้ว โดยลักษณะของดีเจที่นำเสนอในรายการจะต้องมีความสอดคล้องกับรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุชิ้นๆ นอกจากนี้ทั้งสองบริษัทจะเน้นย้ำให้ดีเจยึดถือจรรยาบรรณในวิชาชีพในการปฏิบัติหน้าที่ทุกครั้ง

ในส่วนของเอ-ไทม์นั้นมีการทำโปรโมชันส่งเสริมให้ดีเจในบริษัทของตนเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง และผลักดันให้ดีเจเป็นส่วนหนึ่งที่โดดเด่นในรายการวิทยุ และดีเจทุกคนของเอ-ไทม์ จะเป็นพนักงานบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัดทั้งสิ้น และจะมีเงินเดือนประจำเหมือนกับพนักงานบริษัททั่วไปเช่นกัน แต่สามารถรับเงินนอกเหนือไปจากงานดีเจได้ เช่น งานพิธีกร หรืองานแสดงต่างๆ แต่จะต้องพิจารณาด้วยว่า สิ่งที่ทำนั้นจะไม่ทำให้เสียภาพพจน์และการปฏิบัติหน้าที่ใน

อาชีพดีใจได้ นอกจากนี้ในส่วนของทีมผลิตรายการจะวางไว้อย่างเป็นระบบโดยแยกในแต่ละรายการ ดังนี้ ผู้ผลิตรายการ (Producer), ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการ (Co-Producer), ดีเจหรืออำนวยการ (Disc Jockey), ฝ่ายสร้างสรรค์รายการ (Creative), ทีมงานสารคดี และทีมงานข่าว

ส่วนของมีเดีย พลัสเองก็พยายามสนับสนุนให้ดีเจหน้าใหม่ได้มีโอกาสเข้ามาจัดรายการวิทยุ โดยได้ร่วมจัดรายการไปกับดีเจที่มีความสามารถและประสบการณ์ในการจัดรายการ นอกจากนี้ยังมีโครงการสนับสนุนการจัดประกวดดีเจหรือการประกวดการจัดรายการวิทยุสมัครเล่นในโครงการ Radio Personality Contest และในส่วนของทีมผลิตรายการของแต่ละรายการจะวางไว้อย่างเป็นระบบ ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ผลิตรายการ (Producer), ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการ (Co-Producer), ดีเจหรืออำนวยการ (Disc Jockey), ฝ่ายสร้างสรรค์รายการ (Executive Planner), ฝ่ายเตรียมข้อมูล (Program Staff) และฝ่ายประสานงาน (Program - Co) ซึ่งจะร่วมมือกันทำงานเพื่อให้รายการออกมามีประสิทธิภาพที่สุด

นอกจากนี้คุณสรรเสริญ ปัญญาธิวงศ์ ยังได้ให้ความเห็นในส่วนของกรวางตัวดีเจในรายการวิทยุโดยทั่วไปว่า กลุ่มคนฟังส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ดังนั้น ดีเจที่ทำหน้าที่จัดรายการวิทยุจึงค่อนข้างที่จะเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง เนื่องจากจะมีส่วนช่วยจากเรื่องของจุดดึงดูดความสนใจจากเพศตรงข้ามได้ส่วนหนึ่ง ซึ่งรายการวิทยุของมีเดีย พลัส เองก็มีคนฟังเป็นกลุ่มผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ดีเจที่จัดรายการจึงได้รับการวางตัวให้เป็นดีเจผู้ชายมากกว่าดีเจผู้หญิงด้วย

2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีต่างๆ

ในเรื่องของเทคโนโลยีที่ทางรายการวิทยุต่างๆ ที่บริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัทมีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) นำมาใช้ในปัจจุบันซึ่งมีทั้งโทรศัพท์ ทั้งแบบที่มีเครื่องตอบรับอัตโนมัติและสามารถบันทึกข้อความได้และแบบธรรมดา มีเพจเจอร์ (Pager) มีระบบไฮบริด (Hy-Brid) ระบบดิจิตอล (Digital) และระบบดาวเทียม (Satellite) นั้นได้ช่วยทำให้การจัดรายการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การนำระบบดาวเทียม (Satellite) มาใช้ในบางรายการทำให้สัญญาณในการออกอากาศมีความชัดเจนก็ทำให้ฟังได้อย่างมีความสุข ราบรื่น ไม่รู้สึกติดขัด รวมถึงความสามารถในการส่งสัญญาณไปยังต่างจังหวัดได้อีกด้วย ซึ่งรายการวิทยุของเอ-โทม์ที่ใช้ระบบดาวเทียมนี้ก็คือ รายการ

การ Radio Vote Satellite ทาง FM 93.5 MHz. ส่วนรายการวิทยุของมีเดีย พลัส ที่มีการใช้ระบบดาวเทียมคือ รายการ PEOPLE'S FM ทาง FM 99.5 MHz.

สำหรับระบบดิจิทัล (Digital) เป็นระบบการส่งสัญญาณออกอากาศด้วยระบบตัวเลข ทำให้มีความผิดเพี้ยน (Distortion) ต่ำมาก และมีการควบคุมไม่ให้มีสัญญาณอื่นรบกวนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้สัญญาณที่ใช้ผ่านระบบนี้สามารถนำมาปรับและตกแต่งเสียง (Echo, special effect) ได้ง่าย

การนำระบบไฮบริด (Hy-Brid) ซึ่งเป็นระบบที่ช่วยทำให้เสียงสัญญาณที่จะออกอากาศนั้น ออกอากาศช้ากว่า (Delay) ความเป็นจริงเล็กน้อย ทั้งนี้เพื่อป้องกันคำพูดหรือสิ่งที่ไม่สมควรออกอากาศให้ออกอากาศไปได้ โดยเมื่อมีคำพูดที่ไม่สุภาพจากคนฟัง ดีเจก็จะมีเวลาเล็กน้อยที่พอจะตัดคำพูดเหล่านั้นไม่ให้ออกอากาศได้ นอกจากนี้เสียงที่ผู้ฟังโทรเข้ามาพูดคุยออกอากาศจะมีความชัดเจน และยังสามารถช่วยสลับสายผู้ฟังที่โทรเข้ามาในรายการได้หลายสาย ดีเจสามารถเลือกพูดกับสายใดก่อนหรือหลังได้อย่างสะดวก เทคโนโลยีนี้ช่วยให้การดำเนินรายการเป็นไปอย่างสะดวกไม่ว่าจะเป็นการเล่นเกม หรือร่วมกิจกรรมในรายการโดยสามารถออกอากาศได้ทันที ทั้งการโต้ตอบระหว่างดีเจกับคนฟังก็ทำได้สะดวก ซึ่งทุกรายการทั้งของเอ-โทม์และมีเดีย พลัส มีการใช้ระบบนี้ทั้งสิ้น

ส่วนการนำโทรศัพท์ (Telephone) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดรายการก็ทำให้คนฟังรู้สึกว่าจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของรายการได้ โดยการโทรศัพท์เข้ามาพูดคุยกับดีเจ เล่นเกมชิงรางวัล หรือแสดงความสามารถต่างๆออกอากาศได้ ส่วนการนำเพจเจอร์ (Pager) มาใช้ก็ช่วยให้คนฟังที่ไม่สามารถโทรศัพท์เข้ามาในรายการได้หรือไม่ต้องการที่จะโทรเข้ามาพูดคุยกับดีเจโดยตรง แต่ต้องการที่จะเพจข้อความเข้ามาร่วมสนุกกับทางรายการหรือส่งผ่านข้อความไปยังบุคคลที่ตนต้องการโดยอาศัยสื่อทางวิทยุ หรือแม้แต่ส่งข้อความทักทายหรือแชรด์ดีเจก็สามารถใช้เพจเจอร์ได้ ซึ่งเทคโนโลยีที่นำมาใช้เหล่านี้ช่วยทำให้คนฟังรู้สึกสนุกสนานและสบายใจได้

ทุกรายการของทั้งสองบริษัทจะมีการนำเอาโทรศัพท์และเพจเจอร์มาใช้ทั้งสิ้น แต่จะมีพิเศษอยู่บ้างตรงที่บางรายการ เช่น รายการ Radio No Problem ทาง FM 88.0 MHz. ของบริษัท เอ

-โทม มีเดีย จำกัด นั้น จะเป็นโทรศัพท์ที่มีเครื่องตอบรับอัตโนมัติและสามารถบันทึกข้อความได้ เนื่องจากว่าตัวรูปแบบและเนื้อหาของรายการ เป็นรายการที่ให้คนฟังสามารถถามคำถามเข้ามายังรายการได้ตลอดเวลา เพื่อที่ทางรายการจะไปช่วยค้นหาคำตอบมาให้ ดังนั้น การเอาโทรศัพท์ระบบนี้เข้ามาใช้จะช่วยทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และไม่เกิดความผิดพลาดในการถามคำถามได้

นอกจากนี้ การจัดรายการของบริษัท เอ-โทม มีเดีย จำกัด กับของบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) นั้นจะแตกต่างกันตรงที่ในรายการวิทยุของเอ-โทม ดีเจจะมีผู้ช่วยรับโทรศัพท์หลังไมค์ให้ เรียกกันว่า Program - Co ส่วนในรายการวิทยุของมีเดีย พลัส ดีเจจะเป็นผู้รับโทรศัพท์จากสายของผู้ฟังที่โทรเข้ามาทุกคนเอง

อย่างไรก็ตาม หากจะถามว่าการนำเทคโนโลยีต่างๆเหล่านี้มาใช้นั้นมีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างฟังรายการวิทยุมากขึ้นหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะบอกว่า ไม่มีผลทำให้ฟังรายการวิทยุมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างยังคงฟังตามแต่ที่ตนว่างและสะดวกที่จะฟัง แต่จะทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าคุณผลิตรายการกับกลุ่มตัวอย่างมีความใกล้ชิดกันมากขึ้นเท่านั้น เพราะกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับดีเจหรือคนฟังอื่นๆในรายการได้

ในส่วนของเทคโนโลยีที่ตัวกลุ่มตัวอย่างใช้เองนั้นก็เหมือนกัน คือ มีการใช้โทรศัพท์ทั้งโทรศัพท์ที่บ้าน (Telephone) และโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) เพจเจอร์ (Pager) รวมถึงวิทยุสเตอริโอ (Stereo) และซาวด์อเบาท์ (Soundabout)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกฟังจากสเตอริโอ (Stereo) เพราะมีความชัดเจนในเรื่องเสียงและในบางเครื่องยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น มีรีโมท คอนโทรล ซึ่งทำให้สะดวกในการหมุนเปลี่ยนคลื่นได้ และมีระบบตั้งเวลาเปิดปิดวิทยุอัตโนมัติได้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างบางคนจะตั้งเวลาเปิดเอาไว้โดยใช้แทนนาฬิกาปลุกให้ตื่นในตอนเช้าได้ และบางคนก็จะตั้งเวลาปิดอัตโนมัติเอาไว้ เช่น กลุ่มตัวอย่างที่ฟังในเวลากลางคืนก็จะฟังไปเรื่อยๆจนหลับไปเอง ก็จะกะเวลาที่คาดว่าตนจะหลับเอาไว้แล้วจึงตั้งเวลาปิดวิทยุอัตโนมัติเอาไว้ จะได้ไม่เปลืองค่าใช้ไฟฟ้า

ส่วนชาวดีอเบาท์ (Soundabout) ก็เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มตัวอย่างบางคนที่มีมักจะฟังจากชาวดีอเบาท์ เพราะรู้สึกว่ามีความเป็นส่วนตัวดีกว่าและยังสะดวกพกพาไปฟังในที่อื่นๆได้ และยังมักกลุ่มตัวอย่างหลายคนที่มีมักจะพกพาชาวดีอเบาท์ติดตัวเอาไว้เวลาเดินทางไปไหนมาไหนหรือไปในสถานที่ที่ไม่สามารถจะเปิดฟังได้จากสเตอริโอ เช่น ไปโรงเรียนก็จะพกชาวดีอเบาท์ไว้ฟังยามว่างหรือเวลาพักบ้าง หรือเอาไว้ฟังเวลานั่งรถโดยสารเพื่อไปโรงเรียน หรือไปทำงาน เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะใช้วิทยุสเตอริโอและชาวดีอเบาท์ที่มีการตั้งสถานีประจำหรือที่เรียกว่า ล็อคคลื่นเอาไว้ได้

สำหรับโทรศัพท์ (Telephone) ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ก็เช่นกัน ส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์ที่บ้านมากกว่าใช้โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ยกเว้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างไม่อยู่ที่บ้าน เช่น อาจจะไปฟังรายการวิทยุอยู่ในรถแต่ต้องการที่จะร่วมสนุกก็อาจจะใช้โทรศัพท์มือถือโทรศัพท์เข้าไปได้ แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างบางคนโทรศัพท์เข้าไปในรายการโดยใช้โทรศัพท์มือถือ เนื่องจากว่าสามารถใช้ได้ฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย เพราะยังอยู่ในช่วงของรายการส่งเสริมการขายที่ให้ใช้บริการฟรี แต่กลุ่มตัวอย่างบางคนเมื่ออยู่ข้างนอกและไม่มีอุปกรณ์สื่อสารอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์มือถือก็จะใช้การโทรจากตู้โทรศัพท์สาธารณะบ้างก็มี สำหรับโทรศัพท์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีระบบจองช่องสัญญาณ (Redial) แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้ จะใช้การกดหมายเลขซ้ำใหม่เองจะสะดวกและรวดเร็วกว่า

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกนำเอาอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆเหล่านี้มาใช้ เพื่อให้ทำให้ได้รับความพึงพอใจจากการฟังวิทยุจะเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นมากที่สุด

2.5 ปัจจัยด้านกฎระเบียบที่กำหนดไว้

จากระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2535 ที่ออกมาใหม่ ภายหลังจากได้ยุบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) มาเป็นคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กกช.) นั้นกำหนดว่า สถานีที่ได้รับอนุญาตให้มีรายการโฆษณาและบริการธุรกิจ ต้องใช้เวลาสำหรับรายการโฆษณาและบริการธุรกิจไม่เกินกำหนดเวลาที่คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กกช.) กำหนด โดยให้ใช้ดุลยพินิจของแต่ละสถานีเอง โดยเว้นระยะเวลาแต่ละครั้งให้ห่างกันพอสมควร

(ตามรายละเอียดในภาคผนวก) ซึ่งจากช่องโหว่ของระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่กำหนดขึ้นผ่านทางกทช. ทำให้ผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงสามารถเพิ่มสัดส่วนในการโฆษณาในแต่ละชั่วโมง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนช่วงเวลาในลักษณะของโฆษณาแฝง (สัมภาษณ์คุณเนาวรัตน์ วิริยะเวสร์มกุล : 23 มีนาคม 2540)

จากกฎระเบียบที่มีการกำหนดไว้ประกอบกับการจัดรายการในรูปแบบ Format Station ของรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มทำให้บริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุสามารถวางกลยุทธ์ทางการตลาดในรายการวิทยุให้เอื้อประโยชน์กับตนมากที่สุดได้ ดังนั้นทั้งบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัดและบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) จึงกำหนดการขายโฆษณาได้ในรูปแบบต่างๆกัน มีทั้งการขายโฆษณาคั่นระหว่างช่วงของรายการ (Loose Spot) และการขายโฆษณาในรายการ ซึ่งเป็นเหมือนการขายโฆษณาแฝง ในลักษณะของผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในรายการ ซึ่งแบ่งออกเป็น เอ็กซ์ตรา แพคเกจ (Extra Package) และมาสเตอร์ แพคเกจ (Master Package) ซึ่งมีความแตกต่างกันในเรื่องของราคา และวัตถุประสงค์ของเจ้าของสินค้า ดังนี้

มาสเตอร์ แพคเกจ (Master Package) เป็นการขายโฆษณาในรายการที่บริษัทเป็นผู้คิดและวางรูปแบบให้สอดคล้องกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นในรายการ เหมาะกับสินค้าที่ติดตลาดแล้ว ไม่ต้องอธิบายคุณลักษณะหรือรายละเอียดมากมาย เช่น กิจกรรมทางคลื่น GREEN WAVE ที่จัดเป็นประจำคือ GREEN CONCERT ลูกค้ำที่เข้ามาสนับสนุนกิจกรรมประเภทนี้จะเป็นลักษณะของมาสเตอร์ แพคเกจ ซึ่งเพียงแค่อำนาจซื้อและสไลแกนของสินค้าเท่านั้น

ส่วนเอ็กซ์ตรา แพคเกจ (Extra Package) เป็นสิ่งที่ทีมงานของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) ต้องทำงานกันอย่างหนัก ในการตีโจทย์และแนวคิดหลักที่ลูกค้ำให้มา เพื่อคิดสร้างกิจกรรมในรายการขึ้นมาใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ำที่เน้นหนักด้านฮาร์ดเซลส์ซึ่งหวังผลในเรื่องของจำนวนของสินค้าที่จะขายได้ด้วย

จากรูปแบบรายการวิทยุแบบ Format Station เจาะเฉพาะกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่น ในแง่มุมของผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตรายการวิทยุที่ต้องการนำเสนอโดยคาดหวังว่าจะสามารถสนองตอบความต้องการของกลุ่มผู้รับสารได้นั้น ในแง่ของผู้รับสารหรือผู้ฟังที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นนั้นแท้จริงมีรูปแบบพฤติกรรมในการฟังและแรงจูงใจในการเปิดรับฟังดังในบทที่ 5