

บทที่ 4

โครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน)

บริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านงานสื่อสารมวลชน มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในด้านการเป็นผู้ผลิตรายการวิทยุ และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในแวดวงอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน

ในการวิเคราะห์โครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) จัดเป็นการวิเคราะห์โครงสร้างของสื่อมวลชนที่มีเอกชนเป็นเจ้าของ ในด้านการถือครองสัมปทาน เช่าเวลาผลิตรายการจากสถานีวิทยุ ถืออำนาจการเป็นเจ้าของกิจการในเชิงพาณิชย์ โดยอาศัยปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมเข้ามาสนับสนุน

การวัดว่าธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด มักจะใช้การพิจารณาด้านผลประโยชน์ที่สามารถทำกำไรแก่เจ้าของเงินทุนเป็นหลักในการวัดผล ซึ่งส่วนมากหากผู้ประกอบการธุรกิจได้ผลประโยชน์ที่น่าพอใจ ก็จะทราบว่าสื่อวิทยุสถานีที่เจ้าของเงินทุนประกอบการได้รับความนิยมเป็นที่รู้จักด้วยเช่นกัน

จากการวิจัยโครงสร้างทางธุรกิจและนโยบายการดำเนินงานในระยะเวลา 10 ปี ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 - 2539 พบว่าธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงในของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งด้านสถานีที่ได้รับสัมปทานให้เช่าเวลา รูปแบบรายการ ชื่อรายการ นักจัดรายการ ผู้บริหาร แนวทางการดำเนินงาน นโยบายการผลิต ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ การประสบความสำเร็จอย่างสูงทางธุรกิจ และความล้มเหลวทางธุรกิจ การวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจจึงเป็นโครงสร้างในรูปแบบกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของ กล่าวในลักษณะการเป็นผู้ครอบครองสื่อ ผลการวิเคราะห์โครงสร้างมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเป็น 3 ลักษณะคือ

เทคโนโลยีใหม่ที่บริษัท มีเดียพลัส จำกัด นำเข้ามาใช้ มีเพียงเทคโนโลยีระบบเครือข่ายดาวเทียมเท่านั้นที่สามารถดำเนินการได้ ส่วนเทคโนโลยีอื่นๆ มีการทดลองดำเนินการแต่ยังไม่เรียบร้อย และเมื่อผู้บริหารที่มีความรู้ทางสื่อวิทยุโดยตรงลาออกจากบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ทั้งหมดจึงไม่มีผู้ดำเนินการทางเทคโนโลยีต่างๆต่อไป เนื่องจากขาดความรู้และความชำนาญการเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ส่วนเงินทุนการดำเนินงาน จากการร่วมทุนกับบริษัทต่างๆในหลายๆ รูปแบบ ได้ขยายทุนจดทะเบียนจาก 3 ล้านบาทในโครงสร้างธุรกิจขนาดเล็กเป็นเงินทุน 200 ล้านบาท มีผู้ถือหุ้นประกอบด้วย พันตำรวจโท อิทธิวัฒน์ เพียรเลิศ ถือหุ้น 51% บริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 24.5% บริษัท สยามบรอดคาสติ้งแอนด์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ถือหุ้น 24.5% และที่เหลือสำหรับผู้ถือหุ้นรายย่อย การใช้เงินทุนในโครงสร้างธุรกิจด้านการร่วมทุน ได้ใช้ไปกับการขยายธุรกิจร่วมทุนจำนวนหลายสื่อธุรกิจโดยมิได้วิเคราะห์ผลประกอบการธุรกิจก่อน

การเร่งขยายธุรกิจในลักษณะต่างๆ ทำให้ไม่สามารถสร้างแผนการตลาดที่ดีเข้ามารองรับงานที่ขยายออกไปอย่างรวดเร็วได้ ผลประกอบการที่กลับเข้ามาจากธุรกิจวิทยุคลื่นต่างๆ ถูกนำไปลงทุนกับธุรกิจที่บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ขยายงานออกไป

กล่าวสรุปถึงการวิเคราะห์การเติบโตของสื่อวิทยุในการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ปี พ.ศ. 2535 - 2537 ซึ่งเป็นโครงสร้างธุรกิจด้านการร่วมทุน ได้มีการปรับปรุงสื่อให้มีสีสันน่าสนใจมากขึ้น และการติดตั้งขยายสถานีไปเป็นระบบเครือข่ายดาวเทียมสู่ภูมิภาค สร้างความตื่นตัวให้กับนักจัดรายการท้องถิ่นที่ต้องปรับตัวเองเพื่อรองรับการแข่งขัน รวมทั้งการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจต่างๆ และสื่อวิทยุนี้บ่งชี้ว่ามีการพัฒนาศักยภาพของสื่อขึ้นอย่างมาก

ธุรกิจด้านการร่วมทุนของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด สิ้นสุดลงโดยการดำเนินการขายกิจการทางธุรกิจทั้งหมดและการลาออกของผู้บริหารที่ก่อตั้งบริษัท มีเดียพลัส จำกัด จากนั้นบริษัท มีเดียพลัส จำกัด จึงปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางธุรกิจเข้าสู่โครงสร้างธุรกิจบริษัทมหาชน ซึ่งเป็นการดำเนินการทางธุรกิจภายใต้นโยบายการบริหารของบริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน) ที่พยายามนำบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เข้าจดทะเบียนได้สำเร็จในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อการระดมทุนจากประชาชนทั่วไป

ในชื่อรายการ "Welcome to Thailand" โดยการนำเสนอเกร็ดสาระที่น่าสนใจของประเทศไทยในแง่มุมต่างๆ

เมื่อดำเนินรายการได้ 8 เดือน รายการเรดิโอแบงคอกทางเอฟเอ็ม 95.5 เม็กกะเอ็ทซ์ ได้เร่งสร้างอัตราความนิยมรายการจากรูปแบบรายการที่ผลิต ด้วยการนำคอนเสิร์ตต่างประเทศเข้ามาเปิดการแสดงและประชาสัมพันธ์ผ่านรายการ จึงทำให้รายการมีสีสันใหม่ๆ จนเกิดกลุ่มสมาชิกประเภท "แฟนคลับ" ที่สนใจข่าวคราวเกี่ยวกับศิลปินต่างประเทศติดตามฟังรายการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อัตราความนิยมรายการ (Rating) เพิ่มมากขึ้นและได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์มากยิ่งขึ้น ความสำเร็จของคลื่นเอฟเอ็ม 95.5 รายการเรดิโอแบงคอกทำให้ผู้บริหารต้องการขยายธุรกิจเพิ่มขึ้น โดยนำรูปแบบรายการเสนอแก่กองตำรวจท่องเที่ยว ในลักษณะรายการเพลงนานาชาติ เช่น เพลงญี่ปุ่น เพลงจีน เพลงเยอรมัน เพลงฝรั่งเศส เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติอื่นๆ มีสื่อรับฟัง รูปแบบการเช่าเวลาประเภทเหมาคลื่นที่ประสบความสำเร็จในคลื่นเอฟเอ็ม 95.5 เม็กกะเอ็ทซ์ ทำให้บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้ยื่นเสนอรายการดังกล่าวแก่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ของกรมประชาสัมพันธ์อีกครั้งหนึ่ง จนได้รับอนุมัติให้ใช้คลื่นสำรองที่เพิ่งเริ่มทดลองออกอากาศ คือคลื่นเอฟเอ็ม 88.0 เม็กกะเอ็ทซ์ ซึ่งเป็นคลื่นทางซ้ายสุดบนหน้าปัทม์สถานีวิทยุ และเริ่มผลิตรายการทางคลื่นเอฟเอ็ม 88.0 เม็กกะเอ็ทซ์ โดยใช้ชื่อรายการว่าสไมล์เรดิโอ (Smile Radio) ในปี พ.ศ. 2530

รายการสไมล์เรดิโอทางคลื่นเอฟเอ็ม 88.0 เม็กกะเอ็ทซ์ ได้รับการปรับปรุงด้านการกระจายเสียงการออกอากาศ เนื่องจากกำลังของเครื่องส่งไม่เพียงพอในการกระจายรัศมีการรับฟังไปได้กว้างไกล มีคลื่นแทรกและการรับฟังไม่ชัดเจน ประกอบกับรูปแบบรายการเพลงนานาชาติที่ออกอากาศสรรหาเพลงซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญของการผลิตรายการวิทยุได้ยาก อีกทั้งกลุ่มผู้ฟังเพลงนานาชาติอยู่ในกลุ่มเป้าหมายจำกัด จึงมีผู้สนับสนุนรายการเพียงไม่กี่รายที่สนใจชื่อโฆษณา รายการสไมล์เรดิโอทางเอฟเอ็ม 88.0 เม็กกะเอ็ทซ์จึงประสบภาวะขาดทุนตลอดระยะเวลา 6 เดือนของการประกอบกิจการ

จากการที่ผู้บริหารองค์กรเริ่มมองเห็นตลาดเพลงไทยยังมีโอกาสเติบโตอีกมาก และจะได้กลุ่มผู้ฟังที่กว้างกว่า จึงปรับเปลี่ยนรายการสไมล์เรดิโอทางคลื่นเอฟเอ็ม 88.0 เม็กกะเอ็ทซ์เป็นแนวเพลงไทยสากล

คลื่นเพลงไทยสากลรายการสไมล์เวดิโอ ทางสถานีเอฟเอ็ม 88.0 เมกกะเฮิรท์ ถือได้ว่าเป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมและความนิยมจากผู้ฟังทุกระดับอย่างมาก ด้วยรูปแบบการนำเสนอที่แปลกใหม่ทางรายการ นักจัดรายการ และเทคนิคประกอบรายการ โดยสามารถสร้างสื่อวิทยุให้เป็นลักษณะการสื่อสารสองทาง (two-way communication) ระหว่างผู้ฟังรายการ และนักจัดรายการ สามารถพูดคุยตอบโต้ออกอากาศในขณะเวลานั้นๆ

ด้วยแนวการดำเนินรายการที่แปลกใหม่ และรายการที่ต่อเนื่องเป็นเอกลักษณ์ของคลื่นทำให้รายการสไมล์เวดิโอทางเอฟเอ็ม 88.0 เมกกะเฮิรท์ เป็นรายการวิทยุที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เป็นผลทำให้นักจัดรายการทุกคนได้รับความนิยมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปด้วย

ชื่อเสียงนักจัดรายการที่เริ่มต้นจัดรายการและได้รับความนิยมต่อมาจากคลื่นเอฟเอ็ม 88.0 เมกกะเฮิรท์ จนกระทั่งเรียกได้ว่าเป็นนักจัดรายการวิทยุในสังกัดของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด อาทิเช่น คุณหทัยา เกษสังข์ คุณวินิจ เลิศรัตนชัย คุณนิมิตร ลักษมีพงษ์ คุณสาลินี บันยารชุน คุณสุทธิธรรม สุจริตตานนท์ คุณวิฑูรต์ คุภเมธากร คุณธเนศ แสงโชติกุล คุณสรระเสริญ ปัญญาธิวงศ์ คุณแมนฑานี ตันติสุข คุณอรรณพ กิตติกุล คุณเกษม พุฒเรืองศรี เป็นต้น

การดำเนินธุรกิจในช่วงปี พ.ศ. 2529 - 2530 ปรากฏว่า บริษัท มีเดียพลัส จำกัด เริ่มเล็งเห็นช่องทางการเติบโตด้านธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงระบบการเหมาเช่าเวลาดังกล่าว ประกอบกับขณะนั้นสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของกรมประชาสัมพันธ์มีนโยบายให้ผู้เช่าเวลาเสนอรายการเพื่อผลิตรายการทางสถานีเอฟเอ็ม. 106.0 เมกกะเฮิรท์ จึงนำเสนอรูปแบบการผลิตรายการเพลงสากลแนว Easy Listening กระจายเสียงออกอากาศภาคภาษาอังกฤษ โดยนักจัดรายการชาวต่างประเทศ และบริษัท มีเดียพลัส จำกัดได้รับอนุมัติให้ได้รับสัมปทานเช่าเวลาเหมาคลื่นตั้งแต่เวลา 06.00 - 24.00 น. ในปี พ.ศ. 2531 โดยผลิตรายการซอฟท์วันไอไฟท์ (Soft One-O-Five) ตามรูปแบบที่นำเสนอดังกล่าว

ทั้งสามรายการในคลื่นต่างๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้จัดวางกลุ่มเป้าหมายผู้ฟังแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพื่อที่สามารถครอบคลุมกลุ่มผู้ฟังได้ทุกระดับ จากรายละเอียดข้างต้นจึงสรุปเป็นตารางรายการซึ่งเป็นผลผลิตของธุรกิจขนาดเล็กของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ดังนี้คือ

ปี พ.ศ.ที่ได้อัปเกรด	สถานีวิทยุที่ส่งเสียง	รูปแบบรายการ	กลุ่มเป้าหมายผู้ฟัง
2529 -	FM. 95.5 MHz. (Radio Bangkok)	เพลงสากลแนว Pop Dance	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ชาวต่างประเทศ ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย อายุ 15-40 ปี
2530	FM. 88.0 MHz. (Smile Radio)	เพลงไทย-สากล แนวสตริง	วัยรุ่น-ครอบครัว ประชาชนทั่วไป อายุตั้งแต่ 12- 45 ปี
2531	FM. 105.0 MHz. (Soft One-O-Five)	เพลงสากลแนว Easy Listening	คนทำงาน ประชาชนทั่วไป ชาวต่างประเทศ อายุ 26 ปีขึ้นไป

โครงสร้างรายการในรูปแบบธุรกิจขนาดเล็กจะเห็นได้ว่า บริษัท มีเดียพลัส จำกัด จะผลิตรายการวิทยุในด้านสร้างความบันเทิงแก่ผู้ฟังโดยสื่อสารรายการผ่านเสียงเพลงในแนวเพลงต่างๆ รูปแบบการเข้าเวลาแบบหลากหลายเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมอย่างมากในต่างประเทศ เนื่องจากสามารถจับกลุ่มผู้ฟังรายการในลักษณะ “แฟนคลับ” หรือเป็นสมาชิกในรายการ

เทคนิคการนำเสนอในรายการจะถูกนำเสนอโดยนักจัดรายการ นักจัดรายการถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลอย่างมากในการสร้างความนิยมของรายการ (rating) กล่าวคือ นักจัดรายการจะเปรียบเสมือนตัวแทนขององค์กรและผู้สื่อความหมายของรายการที่จะเป็นผู้มีหน้าที่สำคัญในการชักชวนให้ผู้ฟังสนใจฟังรายการวิทยุที่ดำเนินการ นักจัดรายการที่ดีมักจะมีลีลาการจัดรายการเป็นตัวของตัวเอง และจะต้องสามารถดึงผู้ฟังให้มีส่วนร่วมในเหตุการณ์ที่นักจัดรายการจินตนาการให้ได้ นักจัดรายการมืออาชีพมักจะใช้ลูกเล่นการนำเสนอรายการแบบใหม่ๆ นำเสนอต่อผู้ฟัง อาทิเช่น การหมุนแผ่นเสียงย้อนกลับในขณะที่เพลงเล่นอยู่ การเปิดแผ่นเสียงในสปิดช้าหรือเร็วกว่ามาตรฐาน การแนะนำเพลงและเปิดให้ฟังเป็นตัวอย่างเล็กน้อยก่อนตัดรายการไปยังโฆษณา เพื่อให้ผู้ฟังไม่เปลี่ยนไปฟังรายการอื่น เป็นต้น เทคนิคการนำเสนอรายการดังกล่าวเป็นเทคนิคที่ได้รับความนิยมมาจากต่างประเทศ การนำเสนอเทคนิคดังกล่าวได้นักจัดรายการจะต้องได้รับการฝึกฝนการจัดรายการมาเป็นเวลานานพอที่จะใช้เครื่องมือต่างๆ ได้อย่างไม่ผิดพลาด และนักจัดรายการรุ่นต่อไปก็ได้เรียนรู้เทคนิคต่างๆ ด้วยตนเองพร้อมทั้งนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดรายการต่อไป กล่าวคือเป็นกระบวนการถ่ายทอดแบบมืออาชีพจะไม่ผิดนัก

เทคโนโลยีสมัยใหม่และการพัฒนาศักยภาพของเครื่องมือเพื่อการกระจายเสียงวิทยุทำให้เกิดการเอื้ออำนวยต่อการจัดรายการสดออกอากาศแทนรายการอัดเทปล่วงหน้า อีกทั้ง

ก่อให้เกิดผลดีด้านการนำประสิทธิภาพของสื่อวิทยุในด้านการสื่อสารที่รวดเร็ว จับใจ ทันเหตุการณ์มาใช้ประโยชน์ กล่าวคือ ทำให้ผู้ส่งสารสื่อสารกับผู้รับสารได้และโต้ตอบได้ เกิดปฏิกริยาสัมพันธ์จากมวลชนหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นกับเรื่องราวและประเด็นที่ผู้ส่งสารหยิบยกขึ้นมาสนทนาในรายการ เกิดการถ่ายทอดระดับชาติ (Transnationalization) ตอบสนองประสิทธิภาพสื่อที่ไร้พรมแดนโดยการส่งสัญญาณเสียงผ่านดาวเทียมมายังรายการ ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีความเป็นสากล หรือเป็นเศรษฐกิจสากล และเป็นเสมือนการเติบโตของสื่อวิทยุอีกทางหนึ่ง เทคโนโลยีนำสมัยที่บริษัท มีเดียพลัส จำกัด นำมาใช้ในธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียง มีดังนี้คือ

1. ระบบโทรศัพท์ไฮบริดจ์ (hybrid line/ conference line)

ระบบโทรศัพท์ไฮบริดจ์คือระบบโทรศัพท์ที่สามารถสื่อสารนักจัดรายการและผู้ฟัง โดยการที่ผู้ฟังใช้โทรศัพท์ แต่นักจัดรายการจะใช้ไมค์พูดคุย และออกอากาศได้ บริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ได้นำเข้ามาใช้เพื่อสร้างวิทยุกระจายเสียงให้เป็นเวทีการแสดงความคิดเห็นของมวลชน ในลักษณะการสื่อสารสองทาง (two-way communication) คือจากนักจัดรายการสู่ผู้ฟังและผู้ฟังโต้ตอบได้ทันที โดยจะมีการติดตั้งระบบเซนเซอร์ควบคู่กันไปเพื่อป้องกันการพูดจาในทางเสื่อมเสีย หรือคำหยาบคายออกอากาศ

2. การถ่ายทอดสดนอกสถานที่ (outdoor live broadcast)

การถ่ายทอดสดนอกสถานที่ทางวิทยุกระจายเสียงกระทำได้เช่นเดียวกับโทรทัศน์ แต่จะใช้เครื่องมือระบบถ่ายทอดสดขนาดเพียงกล่องสี่เหลี่ยมเล็กๆ รุ่นเครื่องกับโทรศัพท์ 3 สาย ถ่ายทอดสัญญาณเสียงจากต้นทางไปยังปลายทาง ก็สามารถถ่ายทอดสดการแสดงคอนเสิร์ต การถ่ายทอดสดกิจกรรมเคลื่อนออกอากาศทางวิทยุได้

3. ระบบ DLP (digital listening program)

เป็นระบบการกระจายเสียงแบบดิจิทัล ให้อะเอียดและไพเราะกว่าการเล่นแผ่นเสียงธรรมดา เริ่มใช้ที่คลื่นเอฟเอ็ม. 105.0 มช. (Soft One-O-Five) ด้วยการนำคอมแพคดิสก์ (CD) เข้ามาเปิดออกอากาศแทนแผ่นเสียง (LP) 7 นิ้ว หรือ 11 นิ้ว จนกระทั่งปัจจุบัน สถานีวิทยุทั่วไปจะใช้แผ่นคอมแพคดิสก์เปิดออกอากาศแทนแผ่นเสียง

4. ระบบ DBS (direct broadcasting satellite)

ระบบ DBS คือการกระจายเสียงข้ามชาติโดยยิงสัญญาณดาวเทียมลงมายังสถานีวิทยุโคจรดาวเทียมหนึ่ง ตัวอย่างเช่น รายการเสียงจากอเมริกา หรือ Voice of America (VOA) หรือรายการข่าว BBC จากลอนดอนประเทศอังกฤษ เป็นต้น

5. การถ่ายทอดเสียงข่าวต่างประเทศผ่านดาวเทียม IRN และ CNN

การถ่ายทอดเสียงข่าวต่างประเทศผ่านดาวเทียมทางวิทยุกระจายเสียง เป็นการเปิดโลกทัศน์ของสื่อวิทยุให้มีความทัดเทียมกับสื่อโทรทัศน์ โดยการกระจายเสียงข่าวต่างประเทศในภาคภาษาอังกฤษ โดยบริษัท มีเดียพลัส จำกัดในยุคเริ่มต้น ได้ซื้อลิขสิทธิ์ข่าวจากสำนักข่าว IRN (Independent Radio Network) จากประเทศอังกฤษ และ CNN จากประเทศสหรัฐอเมริกา

ความเป็นสากลในเรื่องเทคโนโลยีที่บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้นำมาใช้ในรายการดังกล่าวก่อให้เกิดผลดีกับอุตสาหกรรมวิทยุโดยรวมในด้านการรับฟังรายการทางวิทยุกระจายเสียง ซึ่งผู้ฟังจะรับอรรถรสได้ผ่านทางเสียงออกอากาศที่ชัดเจนมากขึ้น และผู้ฟังจะรับรู้บรรยากาศของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้จากการถ่ายทอดเสียง (live broadcast) โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปยังสถานที่นั้นๆ แต่ในอีกมุมมองหนึ่ง เทคโนโลยีนำสมัยดังกล่าวต้องใช้เวลาเงินลงทุนจำนวนไม่น้อย ซึ่งมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตยิ่งสูงขึ้น

บริษัท มีเดียพลัส จำกัด เริ่มต้นดำเนินงานด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยผู้ร่วมทุนจำนวน 3 คน ได้แก่

1. พันตำรวจโท อิทธิวัฒน์ เพียรเลิศ ถือหุ้น 73.96%
2. นางสาวนิตา ทักษิณานันทน์ ถือหุ้น 26%
3. หม่อมราชวงศ์รจยาภา อภากร ถือหุ้น 0.06%

จากนั้นมีการเพิ่มทุนเป็น 2 ล้านบาทและ 3 ล้านบาทตามลำดับในปีต่อมา เมื่อได้รับอนุมัติให้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์สถานีวิทยุเพิ่มขึ้น

เงินทุนในระบบกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของใช้การระดมทุนจากผู้ถือหุ้น พร้อมกับควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุมเพื่อมิให้เงินทุนหมดไปกับค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองอื่นๆ และเมื่อผลประกอบการจากรายการเป็นที่น่าพอใจ จึงนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการขยายการดำเนินงานธุรกิจกับสถานีวิทยุคลื่นอื่นๆ ต่อไป

ในปี พ.ศ. 2529 - 2534 บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ให้ความสำคัญเปรียบการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์เนื้อหาคลื่นทั้งวันดำเนินแผนการตลาดที่สำคัญ กล่าวคือ ในธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงในช่วงปีดังกล่าวของผู้ประกอบการสื่อวิทยุรายอื่นๆ เป็นลักษณะ “รายการย่อย” คือการซื้อรายการรายชั่วโมง แต่สื่อวิทยุของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เป็นลักษณะ “รายการเนื้อหาคลื่น” ผลิตรายการที่เจาะกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ผู้สนับสนุนที่ต้องการนำเสนอถึงกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจึงสามารถวางแผนการโฆษณาในเวลาที่ต้องการ และสามารถประเมินผลความนิยมในรายการ ผลประกอบการที่เป็นรายได้จึงเข้ามาในลักษณะเป็นกอบเป็นกำและประมวลยอดขายจากผู้สนับสนุนโฆษณาของแต่ละบริษัทในรูปแบบคำนวณต้นทุนทั้งหมดหักลบค่าใช้จ่ายทั้งหมด คงเหลือเป็นผลกำไรที่น่าพอใจ

กล่าวสรุปถึงโครงสร้างธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ในปี 2529 - 2534 ซึ่งเป็นโครงสร้างธุรกิจขนาดเล็ก ผู้บริหารสูงสุดจะเป็นผู้กำหนดนโยบายและทิศทางการทำงาน ประกอบกับผู้บริหารองค์กรเป็นผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญการจัดรายการวิทยุมาก่อน การขยายธุรกิจเพื่อเพิ่มรายได้เป็นไปอย่างค่อยๆ เติบโต โดยมุ่งเน้นการครอบครองสัมปทานคลื่นเฉพาะในสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์เท่านั้น

รายการที่นำเสนอออกอากาศมีกลุ่มเป้าหมายผู้ฟังแตกต่างกันทั้ง 3 สถานีเพื่อจะไม่แย่งกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน นอกจากนี้ยังใช้นักจัดรายการวิทยุเป็นผู้สร้างภาพลักษณ์ของรายการและบริษัทต่อสาธารณชน โดยนำเอากิจกรรมต่างๆ เข้ามาทำให้ผู้ฟังนิยมในรายการวิทยุมากขึ้น เมื่อมีโครงการใดก็จะมีการเผยแพร่ข่าวสารออกไปทางสื่ออื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร ซึ่งเป็นการโฆษณาชื่อเสียงของรายการและบริษัทในทางอ้อม แต่ส่งผลทางตรงด้านรายได้จากการโฆษณา ทั้งนี้รวมไปถึงกิจกรรมด้านคอนเสิร์ตต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นธุรกิจเสริมรายการวิทยุอีกทางหนึ่ง ที่สามารถสร้างการรวมกลุ่มของผู้ฟังที่ชอบแนวเพลงและดนตรีประเภทเดียวกัน โดยอาศัยการโฆษณาคอนเสิร์ตต่างประเทศผ่านทางสื่อวิทยุที่เป็นเจ้าของสัมปทาน ทั้งในรูปแบบลดโฆษณา การพูดเสริมรายละเอียดจากนักจัดรายการ และการเปิดเพลงของศิลปินที่จะมาเปิดการแสดงในรายการวิทยุโดยไม่จำกัดความถี่เสมือนการโฆษณาผ่านทางสื่อวิทยุ แนวทางการดำเนินธุรกิจดังกล่าวส่งผลให้บริษัท มีเดียพลัส จำกัด เป็นที่รู้จักกันดีในฐานะผู้จัดการแสดงคอนเสิร์ตต่างประเทศ เป็นผู้ผลิตรายการวิทยุที่มีสัมปทานคลื่นครอบครองถึง 3 คลื่น ซึ่งเป็นผู้ที่ครอบครองสัมปทานคลื่นมากที่สุดในขณะนั้น และมีนักจัดรายการวิทยุที่มีชื่อเสียงหลายๆ ท่านที่ยังคงเป็นนักจัดรายการวิทยุในสังกัดบริษัท มีเดียพลัส จำกัด หรือในสังกัดบริษัทผู้

ผลิตรายการวิทยุอื่น ๆ หรือกล่าวได้ว่าความเป็นมืออาชีพทางด้านสื่อวิทยุกระจายเสียง (Radio Professionals) ส่งผลให้รายการต่างๆของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้รับความนิยมจากผู้ฟังอย่างมาก

สื่อวิทยุในธุรกิจขนาดเล็กได้มีการลงทุนอย่างมากเกี่ยวกับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นอุปกรณ์ด้านการจัดรายการ โดยการซื้อเครื่องมือจัดรายการทุกประเภทเป็นของบริษัทเอง มีการนำเครื่องมือและอุปกรณ์ทางเทคนิคใหม่ๆ เข้ามาใช้ในสื่อวิทยุจนกระทั่งได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับกันในปัจจุบัน นอกเหนือจากการลงทุนทางด้านเครื่องส่งกระจายเสียง (transmitter) เพื่อการกระจายเสียงการรับฟังที่ชัดเจนมากขึ้น

การบริหารเงินทุนอย่างใกล้ชิด ควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างละเอียด ประกอบกับดำเนินแผนการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์และโอกาสทางการตลาดทำให้บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ในปี พ.ศ. 2529 - 2534 ได้รับผลประกอบการที่น่าพอใจจนสามารถขยายธุรกิจออกไปได้ในแต่ละปี

โครงสร้างธุรกิจขนาดเล็กในปี พ.ศ. 2529 - 2534 ทั้งนี้กรมประชาสัมพันธ์ได้ใช้นโยบายประมวลการเข้าเวลาเพื่อครอบครองสัมปทานการผลิตรายการ โดยให้สิทธิกับผู้ประกอบการที่น่าเสนอผลประโยชน์ด้านค่าเข้าเวลาในจำนวนสูงสุด ซึ่งปรากฏว่าบริษัทที่ได้สัมปทานการผลิตรายการทั้ง 3 สถานีที่บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ดำเนินธุรกิจในขณะนั้นได้แก่ บริษัท มาสเตอร์แพลน จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท แกรมมี เอ็นเทอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ได้รับสัมปทานคลื่นเอฟเอ็ม 88.0 มช. ช่วงเวลา 06.00 - 12.00 น. และบริษัท ยูแอนด์ไอคอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้รับสัมปทานคลื่นเอฟเอ็ม 88.0 มช. ตั้งแต่เวลา 12.00 เป็นต้นไป รวมไปถึงสัมปทานเต็มเวลาของคลื่นเอฟเอ็ม 95.5 มช. และเอฟเอ็ม 105.0 มช.

2. โครงสร้างธุรกิจด้านการร่วมทุน (Strategic partnership)

ปี พ.ศ. 2535 - 2537

จากการที่ไม่ได้รับสัมปทานเข้าเวลาทางคลื่นเอฟเอ็ม 88.0 95.5 และ 105.0 ในปลายปี พ.ศ. 2534 ทำให้บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ไม่สามารถคงสถานภาพการเป็นธุรกิจแบบองค์กรเดียวได้อีกต่อไป จึงเข้าร่วมทุนกับหลายบริษัทที่เกี่ยวข้องในด้านสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อ

โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อเคเบิลโทรทัศน์ ในแบบการร่วมทุนต่างๆ เช่น การร่วมลงเงินทุน การร่วมทุนโดยการแลกหุ้นบริษัท การร่วมทุนโดยผู้ได้สัมปทานเวลาจ่ายค่าเช่าเวลาและบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ผลิตรายการ เป็นต้น

การร่วมทุนกับบริษัท ทีเคแอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ถือเป็นจุดเริ่มต้นโครงสร้างธุรกิจ การร่วมทุนในปี พ.ศ. 2536 ซึ่งบริษัท ทีเค แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด เป็นผู้ครอบครองสัมปทานคลื่น เอฟเอ็ม 98.0 เมกกะเฮิรตซ์ และสถานีวิทยุภูมิภาคในหน่วยงานกองทัพหลายสถานี บริษัท มีเดียพลัส จำกัด จึงเข้าผลิตรายการทางสถานีเอฟเอ็ม 98.0 เมกกะเฮิรตซ์ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2536 ซึ่งเป็นธุรกิจการร่วมทุนในลักษณะที่บริษัท ทีเค แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด จ่าย ค่าเช่าเวลา และบริษัท มีเดียพลัส จำกัดผลิตรายการ เมื่อได้รายได้จากรายการจะปันผลในสัดส่วน 50/50

นอกเหนือจากนี้บริษัท ทีเค แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ยังได้นำสถานีวิทยุภูมิภาค จำนวน 8 สถานีเข้ามาเป็นสถานีเครือข่ายดาวเทียม (satellite network) โดยมีคลื่นเอฟเอ็ม 98.0 เมกกะเฮิรตซ์เป็นสถานีแม่ข่ายส่งกระจายเสียง ทำให้เกิดการขยายฐานผู้ฟังรายการออกไปมากขึ้น ในจังหวัดต่างๆ และเป็นจุดเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอุตสาหกรรมสื่อวิทยุในด้านการครอบครอง สื่อวิทยุกระจายเสียงด้านการครอบคลุมรัศมีกระจายเสียงได้ทั่วประเทศ

บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้นำเสนอรายการ "สไมล์เรดิโอ" รายการเพลงไทย สากลซึ่งได้รับความนิยมมาจากเอฟเอ็ม 88.0 เมกกะเฮิรตซ์ โดยใช้นักจัดรายการชุดเดิมจัดรายการทางสถานีเอฟเอ็ม 98.0 เมกกะเฮิรตซ์ที่ได้มาจากการร่วมทุนกับบริษัท ทีเค แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด และต่อเมื่อมีสถานีอื่นจึงเพิ่มเติมชื่อรายการเป็นรายการ "สไมล์เรดิโอวัน" (Smile Radio One)

เมื่อรายการสไมล์เรดิโอทางเอฟเอ็ม 98.0 เมกกะเฮิรตซ์และสถานีเครือข่าย สามารถสร้างอัตราความนิยมรายการได้มากแล้ว จึงมีการร่วมทุนกับบริษัท ทีเค แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด โดยการผลิตรายการทางสถานีวิทยุเอฟเอ็ม 94.5 เมกกะเฮิรตซ์ ซึ่งเป็นสัมปทานเวลาเดิม ของบริษัท ทีเค แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด จัดรายการ "สไมล์เรดิโอทู" (Smile Radio Two) ผลิตรายการเพลงสากลแนว Easy Listening โดยนักจัดรายการไทยซึ่งเป็นที่รู้จัก และนักจัดรายการหลายคนสามารถสร้างชื่อเสียงจากการจัดรายการสไมล์เรดิโอทู อาทิเช่น คุณเทวีญ วนะภูติ คุณ

อลงกรณ์ จุฬารัตน์ คุณน้ามนต์ พรหมเปี่ยม คุณโชติเยย วงศ์ศิริเดช คุณธานินทร์ ลียากาศ
คุณวริยา พรหมใจรักษ์ เป็นต้น

โครงสร้างธุรกิจด้านการร่วมทุนของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เริ่มขยายธุรกิจ
เพิ่มเติมต่อไปโดยการเจรจาร่วมทุนกับ บริษัท โน้ตโปรดโมชัน จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือครองสัมปทาน
สถานีวิทยุกองทัพอากาศทั้งภาคเอเอ็มและเอฟเอ็มในประเทศไทยทั้งหมด 28 สถานี โดยร่วมกัน
จัดตั้ง บริษัท มีเดียพลัสโน้ต จำกัด โดยการร่วมลงเงินทุนและถือหุ้นฝ่ายละ 50% พร้อมเข้า
บริหารสถานีวิทยุเอฟเอ็ม. 99.5 เมกกะเฮิรตซ์ ผลิตรายการ “สไมล์เรดิโอทรี” (Smile Radio Three)
ในต้นปี พ.ศ. 2536 โดยนำเสนอรายการเพลงไทยวัยรุ่นเน้นแนวเพลงในจังหวัดเด่นรำ โดยใช้นัก
จัดรายการนามแฝง อาทิเช่น โชกุน เงินอ้วนลึง เสม่า มาลินี ศรีธัญชัย ชูไม้ ดร.สลับป์
ผลิตรายการแนวสนุกสนานโดยใช้สโลแกนรายการว่า “หมู่บ้านแห่งรอยยิ้ม”

ขณะเดียวกันได้เจรจาร่วมทุนกับ บริษัท ไอที อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ประเภท
ร่วมเงินทุนประมุขสัมปทานสถานี วิทยุ อสมท.เอฟเอ็ม 107.0. เมกกะเฮิรตซ์ผลิตรายการภาค
ภาษาอังกฤษและดำเนินรายการเพลงสากลแนววัยรุ่นจังหวัดเร็วโดยผู้ดำเนินรายการชาวต่างชาติ
ในชื่อรายการ “สไมล์เรดิโอโฟร์” (Smile Radio Four) มีนักจัดรายการที่สร้างชื่อเสียงกับรายการ
สไมล์เรดิโอโฟร์หลายคน คือ Trevor Tan Martina Jalley Gerwin Tuason เป็นต้น

เมื่อธุรกิจการร่วมทุนกับบริษัทต่างๆ เป็นไปอย่างราบรื่น และสามารถสร้างผล
ประกอบการจากสถานีต่างๆได้ บริษัท มีเดียพลัส จำกัด จึงซื้อกิจการสัมปทานสถานีวิทยุกระจาย
เสียงของบริษัทโน้ตโปรดโมชัน จำกัด ด้วยเงินลงทุน 90 ล้านบาท ทำให้มีสถานีวิทยุเอเอ็มและ
เอฟเอ็มทั่วประเทศของสถานีวิทยุกองทัพอากาศอีก 28 สถานี และสถานีในเขตกรุงเทพมหานคร
1 สถานีคือสถานีวิทยุเอฟเอ็ม 102.5 เมกกะเฮิรตซ์ ผลิตรายการข่าวสารและสนทนาโดยใช้ชื่อราย
การ “สไมล์เรดิโอไฟว์” (Smile Radio Five) มีนักจัดรายการที่มีชื่อเสียงหลายคน เช่น คุณพิสิทธิ์
เกียรติการกุล คุณอัญชลี ไพรีรักษ์ คุณบุญยอด สุทธิณไทย คุณช่อผกา วิริยานนท์ คุณโอวาท
พรหมรัตนพงศ์ เป็นต้น

รายการสไมล์เรดิโอไฟว์ทางเอฟเอ็ม 102.5 เมกกะเฮิรตซ์เป็นรายการแรกที่นำ
เสนอรายการประเภทข่าวสารและสนทนาตลอด 24 ชั่วโมง จนกระทั่งรูปแบบรายการข่าวเป็นรูป
แบบรายการที่มีสาระ ทันเหตุการณ์ และเป็นที่ยอมรับมีผู้ประกอบการอื่นๆนำไปผลิตในรูปแบบเดียว

กัน ส่วนสถานีวิทยุเอเอ็มและเอฟเอ็มทั่วประเทศของกองทัพอากาศอีก 28 สถานี ได้ขายเวลายาวชั่วโมงแก่นักจัดรายการอิสระต่างๆ

จากการผลิตรายการข่าวสาร 24 ชั่วโมงซึ่งจำเป็นต้องใช้บุคลากรรายงานข่าวจำนวนมาก บริษัท มีเดียพลัส จำกัด จึงเข้าร่วมทุนธุรกิจกับบริษัท สหชินเนมา จำกัด ในเครือทรพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตข่าวต้นชั่วโมงทางสถานีกองทัพ โดยจดทะเบียนร่วมจัดตั้งสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น ในนาม บริษัท ไอเอ็นนิวส์เอเจนท์ จำกัด โดยใช้เงินทุน 40% ร่วมทุนโดยให้สำนักข่าวไอเอ็นเอ็นผลิตข่าวต้นชั่วโมงแก่สถานีวิทยุของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ที่มีสัมปทานทั้งหมด

เมื่อรายการสไมล์เรดิโอไฟฟ์ รายการข่าวและสมทนาเป็นที่นิยม จึงได้รับการติดต่อจากบริษัท วัฏจักร จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตข่าวนำเสนอทางหนังสือพิมพ์วัฏจักรรายวัน และมีความสนใจจะดำเนินธุรกิจวิทยุข่าว และได้ซื้อกิจการของบริษัท สยามบรอดคาสติ้งแอนด์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ซึ่งผลิตรายการไทยสกายเคเบิลทีวีไว้แล้ว จึงนำเสนอการร่วมทุนในลักษณะการแลกหุ้นของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด กับหุ้นของ บริษัท วัฏจักร จำกัด ซึ่งกำลังดำเนินการจดทะเบียนบริษัทเป็นมหาชน และหุ้นของบริษัท สยามบรอดคาสติ้งแอนด์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด สัดส่วนหุ้นของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด โดยพันตำรวจโทอิทธิวัฒน์ เพียรเลิศ ถือสัดส่วน 50.98% บริษัท วัฏจักร จำกัด ถือสัดส่วน 24.5% และบริษัท สยามบรอดคาสติ้งแอนด์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ถือสัดส่วน 24.5% และ 0.02% สำหรับผู้ถือหุ้นรายย่อย

ในการขยายธุรกิจสื่อวิทยุต่อไป บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้เช่าเวลาสถานีวิทยุเอฟเอ็ม. 94.0 เมกกะเฮิรท์ ในช่วงเวลา 16.00 - 02.00 น. ผลิตรายการสไมล์เรดิโอแอนด์ทีพี รายการเพลงสากลแนว Heavy Metal โดยมีคุณวาสนา วีระชาติพลี จัดรายการ

นอกเหนือจากนี้บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ยังมีการเจรจาร่วมทุนกับบริษัทที่ผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อสร้างสื่อประเภทครบวงจร ได้แก่ การร่วมทุนกับบริษัท เบสไลน์ โปรดักชั่น จำกัด ผลิตรายการสัมหล่นออกอากาศทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 11.30 - 12.00 น.ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 สี ร่วมทุนกับบริษัท ฟิล์มคลาส จำกัด จัดตั้งบริษัท มีเดียออนแอร์ จำกัด ผลิตรายการสไมล์ทีวีทุกวันเสาร์เวลา 21.00 - 22.00 น.ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. เป็นต้น

นโยบายการร่วมทุนทำให้ผู้บริหารองค์กรเดิมสามารถขยายธุรกิจออกไปได้ภายในระยะเวลาไม่นาน ทิศทางการบริหารองค์กรยังคงอยู่ในลักษณะแสวงหาพันธมิตรที่มีความสนใจในธุรกิจสื่อสารมวลชนนานาประเภทเพื่อสร้างโครงสร้างองค์กรให้ใหญ่ขึ้นด้วยความต้องการที่จะผูกขาดธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงไว้เพียงรายเดียว และขยายงานธุรกิจออกไปในสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากในอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน และเมื่อมีสถานีวิทยุในครอบครองจากการร่วมทุนในลักษณะต่าง ๆ 40 สถานี มีการนำสถานีภูมิภาคหลายๆ สถานีเข้ามาเป็นสถานีเครือข่ายในระบบดาวเทียม จึงทำให้เกิดค่าใช้จ่ายด้านค่าเช่าเวลาสถานีในคลื่นเครือข่ายดาวเทียม และเมื่อปรับอัตราโฆษณาสูงขึ้นจึงไม่สามารถหาผู้สนับสนุนรายการได้ มีการยุบสถานีหรือเปลี่ยนแปลงสถานีเครือข่ายหลายครั้ง

การเร่งขยายธุรกิจในช่วงปี พ.ศ. 2535 - 2537 ทำให้บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ไม่สามารถหาผลประโยชน์ประกอบรายได้พอเพียงกับค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและเมื่อ บริษัท วัฏจักร จำกัด เสนอการให้เงินทุนโดยการแลกหุ้นของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ในสัดส่วน 49% ผู้บริหารเดิมคือพันตำรวจโท อิทธิวัฒน์ เพียรเลิศจึงเหลือสัดส่วนหุ้น 24.5% แปรสภาพจากเจ้าของบริษัท เป็นลูกจ้างโดยยังคงดำรงตำแหน่งประธานกรรมการภายใต้โครงสร้างการบริหารในรูปแบบเดิม

แต่อย่างไรก็ดี ในการบริหารงานด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงของผู้บริหารซึ่งก่อตั้งบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้เกิดความขัดข้องจากการร่วมธุรกิจกับบริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน) หลายครั้ง อาทิเช่น การไม่สามารถอนุมัติเงินทุนสำหรับโครงการต่างๆ ซึ่งเป็นโครงการที่สร้างสีสันให้กับรายการวิทยุ การยกเลิกการนำเข้าคอนเสิร์ตต่างประเทศของผู้บริหารที่ก่อตั้ง ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการไม่มีอำนาจตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้เงิน เป็นต้น ความขัดแย้งหลายต่อหลายประเด็นที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้บริหารมีอาชีพทางสื่อวิทยุกระจายเสียง คือ พันตำรวจโท อิทธิวัฒน์ เพียรเลิศ คุณวนิดา ทักษิณานันทน์ และหม่อมราชวงศ์รุจยมา อภากรได้ขายหุ้นของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ทั้งหมดแก่บริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน) พร้อมกับการลาออกของผู้บริหารแต่ละท่านในปลายปี พ.ศ. 2537 ธุรกิจของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด จึงถูกครอบครอง (take over) โดยบริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน)

รูปแบบรายการของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ในลักษณะโครงสร้างการร่วมทุนมีสถานีวิทยุภาคเอฟเอ็มในกรุงเทพมหานครจำนวน 6 สถานีในกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันดังนี้

โครงสร้างธุรกิจด้านการลงทุนของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ในปี พ.ศ. 2535 - 2537 ทั้งด้านการลงทุนทางสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออื่นๆ สรุปเป็นตารางอธิบายได้ดังนี้คือ

ตารางที่ 4 ตารางแสดงการลงทุนกับบริษัทต่างๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด

การลงทุน	ปีพ.ศ.	ผลของการลงทุน
รวมทุนกับบริษัท ทีเคแอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด	2535	ได้สัมปทานสถานี Fm. 98.0 MHz. และสถานีเครือข่ายดาวเทียมภาคเอฟเอ็มในภูมิภาค 8 สถานี ผลิตรายการ Smile Radio One
รวมทุนกับบริษัท ทีเคแอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด	2536	ได้สัมปทานสถานี Fm. 94.5 MHz. ผลิตรายการ Smile Radio Two
รวมทุนกับบริษัท โน็ตโปรโมชัน จำกัด	2536	ได้สัมปทานสถานี Fm. 99.5 MHz. ผลิตรายการ Smile Radio Three
รวมทุนกับบริษัท สหซีเนม่า จำกัด	2536	จัดตั้งสำนักข่าวไอเอ็นเอ็นผลิตข่าวตอนเช้าโมงแก่สถานีวิทยุที่มีสัมปทานทั้งหมด
รวมทุนกับบริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน)	2536	เพิ่มเงินทุนประกอบการแก่บริษัทฯ โดยบริษัท วัฏจักร จำกัด ถือหุ้นของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด สัดส่วน 24.5%
รวมทุนกับบริษัท สยามบรอดคาสติ้งแอนด์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด	2536	เพิ่มเงินทุนประกอบการแก่บริษัทฯ พร้อมกับผลิตรายการ สโมล์ทีวี ออกอากาศทางช่อง 2 ของไทยสกายเคเบิลทีวี โดยบริษัท สยามบรอดคาสติ้งแอนด์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ถือหุ้นของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด สัดส่วน 24.5%
รวมทุนกับบริษัท ไอที อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	2537	ได้สัมปทานสถานี Fm. 107.0 MHz. ผลิตรายการ Smile Radio Four

ชื่อกิจการทั้งหมดจากบริษัท โน้ต โปรโมชัน จำกัด	2537	ได้สัมปทานสถานี Fm. 102.5 MHz. ผลิตรายการ Smile Radio Five และสถานีเอเอ็มและเอเอ็มของสถานีวิทยุสังกัดกองทัพอากาศจำนวน 28 สถานี
ชื่อสัมปทานจากคุณวาสนา วีระชาติพลี	2537	ได้สัมปทานสถานี Fm. 94.0 MHz. ช่วงเวลา 16.00 - 02.00 น. ผลิตรายการ Smile Radio Active
รวมทุนกับบริษัท เบสไลน์ โปรดักชั่น จำกัด	2537	รวมเป็นผู้ถือหุ้นในรายการโทรทัศน์สมัคร ออกอากาศทางช่อง 7 สี
รวมทุนกับบริษัทฟิล์มคลาส จำกัด	2537	ผลิตรายการโทรทัศน์สโมล์ทีวี ออกอากาศทางช่อง 9 อสมท.

ธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงในโครงสร้างธุรกิจด้านการร่วมทุนของบริษัทมีเดียพลัส จำกัด มีสัมปทานสถานีครอบคลุมทั้งสิ้น 40 สถานี โดยนำเสนอรายการที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

1. Fm. 98.0 รายการสโมล์เรดิโอวัน รายการเพลงไทยกลุ่มวัยรุ่น
2. Fm. 94.5 รายการสโมล์เรดิโอทู รายการเพลงสากลแนว Easy Listening
3. Fm. 99.5 รายการสโมล์เรดิโอทรี รายการเพลงไทยแนว Easy Listening
4. Fm. 107.0 รายการสโมล์เรดิโอโฟร์ รายการเพลงสากลจังหวะ Pop Dance
5. Fm. 102.5 รายการสโมล์เรดิโอไฟว์ รายการข่าวและสนทนา
6. Fm. 94.0 (เฉพาะช่วงเวลา 16.00 - 02.00) รายการสโมล์เรดิโอแอ็คทีฟ รายการเพลงสากลแนว Heavy Metal
7. สถานีวิทยุเอฟเอ็มและเอเอ็มในภูมิภาคของสถานีกองทัพอากาศอีก 28 สถานี
ถือครองโดยขายเวลาให้ผู้เช่าเวลาขายย่อยผลิต
8. สถานีในเครือข่ายกองทัพอีก 6 สถานี ใช้เป็นสถานีเครือข่ายดาวเทียมของคลื่นเอฟเอ็ม 98.0 เม็กกะเฮิรตซ์

จากแนวทางธุรกิจด้านการร่วมทุน วิเคราะห์ถึงสภาพการณ์ของผู้เป็นเจ้าของสื่อพยายามปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในด้านที่สื่อมวลชนพยายามแข่งขันกันเสนอเนื้อหา แนวคิดข่าวสารและวัฒนธรรมต่อประชาชน เพราะความสนใจของสาธารณชนจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบของธุรกิจ ทิศทางธุรกิจของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด จึงพยายามเป็นผู้ผูกขาด เพื่อให้เกิดภาวะที่ตลาดมีการแข่งขันกันน้อยราย เนื่องจากผู้ประกอบการรายอื่นไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งสามารถทำให้ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาได้ กำหนดตลาดได้ เนื้อหาที่ผลิตจึงจริงจังน่าเสนอแก่สาธารณชนทุกระดับเพื่อการผูกขาดมวลชนทุกกลุ่ม โดยรูปแบบรายการแต่ละสถานีที่ไม่ซ้ำกันเพื่อการสร้างผู้ฟังในระดับต่างๆ

โครงสร้างธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงในปี พ.ศ. 2535 - 2537 ได้ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา สร้างความน่าสนใจให้รายการได้มากขึ้น และสามารถขยายกลุ่มผู้ฟังออกไปกว้างไกล เทคโนโลยีใหม่ๆ ดังกล่าวได้แก่

1. ระบบเครือข่ายดาวเทียม (Satellite Network)

การส่งสัญญาณดาวเทียมไปยังสถานีเครือข่ายในภูมิภาคในจังหวัดต่างๆ รายการและโฆษณาผลิตที่กรุงเทพฯ เป็นสถานีแม่ข่าย สถานีภูมิภาคจะเป็นสถานีเครือข่ายรับสัญญาณการส่งกระจายเสียงและออกอากาศในรายการนั้นๆ ตามสถานีแม่ข่าย

2. ระบบเคเบิลทีวีข้ามทวีป (National Cable TV Broadcast)

ระบบเคเบิลทีวีข้ามทวีป คือ การนำเทปรายการที่ผลิตจากสื่อไทยสกายเคเบิลทีวี โดยเช่าเวลาของสัญญาณเคเบิลทีวีในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เสนอข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยเป็นหลัก เพิ่มเติมด้วยข่าวสารในประเทศเอเชีย ออกอากาศสัปดาห์ละ 1 ครั้งต่อ 2 ชั่วโมง เน้นกลุ่มไปยังคนเอเชีย ทั้งคนไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และจีน ที่อาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกา

3. ระบบเคเบิลวิทยุข้ามทวีป (National Cable Radio Broadcast)

ระบบเคเบิลวิทยุข้ามทวีป คือ วิทยุออกับสมาชิกตามสายในเมืองลอสแอนเจลิส มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกระจายเสียงออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง เสนอข่าวสารจากภูมิภาคอาเซียนและรายการเพลงแนวเพลงนานาชาติทั้งเพลงไทย จีน ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น รูปแบบรายการจะมีทั้งข่าวสารและความบันเทิงในภูมิภาคเอเชียทุกประเทศ เพื่อบริการ

คนเอเชียที่อาศัยอยู่ในอเมริกา กลุ่มเป้าหมายจะเน้นชาวเอเชียเป็นหลัก โดยที่ผู้ฟังต้องเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 5 เหรียญ โดยคาดว่าจะมีสมาชิก 20,000 - 30,000 คน

4. ระบบวิทยุผ่านดาวเทียมข้ามทวีป (National Radio Satellite Broadcast)

ระบบวิทยุผ่านดาวเทียมข้ามทวีป คือ การจัดรายการวิทยุในประเทศไทย และออกอากาศพร้อมกันในเมืองลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา โครงการนี้ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของบริษัท วัจจักร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทแม่ ประกอบกับการยื่นลาออกของหม่อมราชวงศ์ รุจยาภา อากาศกร โครงการนี้จึงไม่สามารถดำเนินการได้

5. ระบบโลคอลไลเซชัน (Localization)

ระบบโลคอลไลเซชัน คือการแยกการขายโฆษณาในแต่ละจังหวัดโดยที่โปรแกรมรายการออกอากาศจากกรุงเทพฯ ทำให้ผู้สนับสนุนสามารถเลือกซื้อรายการในพื้นที่การออกอากาศที่ต้องการได้ โดยการแบ่งขายเป็น 2 แบบคือ การขายแบบแซทเทลไลท์เน็ตเวิร์ค (satellite network) โดยระยะเวลาในช่วงกลางวันและดึกซึ่งเป็นช่วง non prime time¹ และส่วนการขายที่นักโฆษณาสามารถเลือกเสียงโฆษณาออกอากาศในจังหวัดเฉพาะที่ต้องการได้โดยไม่สูญเสียการซื้อโฆษณาในส่วนพื้นที่ออกอากาศที่สินค้าไม่ต้องการโฆษณา เรียกว่า ระบบโลคอลไลเซชัน (localization) โดยระยะเวลาในช่วงเช้าและเย็นที่เป็นช่วง prime time²

สถาบันวิทยุบริการ

1. Non Prime Time คือ การเรียกเวลาของรายการและโฆษณาทางสื่อวิทยุในช่วงเวลาไม่รีบเร่ง คือ ช่วงกลางวันและดึก โดยให้การนับช่วงการจราจรไม่แออัดมากเท่าช่วงเช้าและเย็น ส่วนมากกำหนดเวลา Non Prime Time ไว้ในเวลาตั้งแต่ 09.00 - 16.00 และเวลา 21.00 - 05.00 น.

2. Prime Time คือ การเรียกเวลาของรายการและโฆษณาทางสื่อวิทยุในช่วงเวลารีบเร่ง อาจจะเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า Drive Time คือช่วงเวลาที่ได้รับรถออกจากบ้านและกลับบ้าน กำหนดช่วงเวลาตั้งแต่ 05.00 - 09.00 และ 16.00 - 21.00 น. ราคาโฆษณาคงแพงกว่าเวลา Non Prime Time

อนึ่ง กำหนดคร่าวๆเวลาทั้งสองแบบนี้เฉพาะในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจราจรหนาแน่นกว่าจังหวัดอื่นในจังหวัดอื่น ๆ อาจกำหนดช่วงเวลา Prime Time สั้นลง

เทคโนโลยีใหม่ๆที่บริษัท มีเดียพลัส จำกัด นำเข้ามาใช้ มีเพียงเทคโนโลยีระบบเครือข่ายดาวเทียมเท่านั้นที่สามารถดำเนินการได้ ส่วนเทคโนโลยีอื่นๆ มีการทดลองดำเนินการ แต่ยังไม่เรียบร้อย และเมื่อผู้บริหารที่มีความรู้ทางสื่อวิทยุโดยตรงลาออกจากบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ทั้งหมดจึงไม่มีผู้ดำเนินการทางเทคโนโลยีต่างๆต่อไป เนื่องจากขาดความรู้และความชำนาญการเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ส่วนเงินทุนการดำเนินงาน จากการร่วมทุนกับบริษัทต่างๆในหลายๆ รูปแบบ ได้ขยายทุนจดทะเบียนจาก 3 ล้านบาทในโครงสร้างธุรกิจขนาดเล็กเป็นเงินทุน 200 ล้านบาท มีผู้ถือหุ้นประกอบด้วย พันตำรวจโท อิทธิวัฒน์ เพียรเลิศ ถือหุ้น 61% บริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 24.5% บริษัท สยามบรอดคาสติ้งแอนด์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ถือหุ้น 24.5% และที่เหลือสำหรับผู้ถือหุ้นรายย่อย การใช้เงินทุนในโครงสร้างธุรกิจด้านการร่วมทุน ได้ใช้ไปกับการขยายธุรกิจร่วมทุนจำนวนหลายๆสื่อธุรกิจโดยมิได้วิเคราะห์ผลประโยชน์ประกอบการธุรกิจก่อน

การเร่งขยายธุรกิจในลักษณะต่างๆ ทำให้ไม่สามารถสร้างแผนการตลาดที่ดีเข้ามารองรับงานที่ขยายออกไปอย่างรวดเร็วได้ ผลประกอบการที่กลับเข้ามาจากธุรกิจวิทยุคลื่นต่างๆ ถูกนำไปลงทุนกับธุรกิจที่บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ขยายงานออกไป

กล่าวสรุปถึงการวิเคราะห์การเติบโตของสื่อวิทยุในการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ปี พ.ศ. 2536 - 2537 ซึ่งเป็นโครงสร้างธุรกิจด้านการร่วมทุน ได้มีการปรับปรุงสื่อให้มีสีสันน่าสนใจมากขึ้น และการติดตั้งขยายสถานีไปเป็นระบบเครือข่ายดาวเทียมสู่ภูมิภาค สร้างความตื่นตัวให้กับนักจัดรายการท้องถิ่นที่ต้องปรับตัวเองเพื่อรองรับการแข่งขัน รวมทั้งการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจต่างๆ และสื่อวิทยุนี้ว่ามีการพัฒนาศักยภาพของสื่อขึ้นอย่างมาก

ธุรกิจด้านการร่วมทุนของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด สิ้นสุดลงโดยการดำเนินการขายกิจการทางธุรกิจทั้งหมดและการลาออกของผู้บริหารที่ก่อตั้งบริษัท มีเดียพลัส จำกัด จากนั้นบริษัท มีเดียพลัส จำกัด จึงปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางธุรกิจเข้าสู่โครงสร้างธุรกิจบริษัทมหาชน ซึ่งเป็นการดำเนินการทางธุรกิจภายใต้นโยบายการบริหารของบริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน) ที่พยายามนำบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เข้าจดทะเบียนได้สำเร็จในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อการระดมทุนจากประชาชนทั่วไป

ในการวิเคราะห์โครงสร้างการดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงในธุรกิจด้านการร่วมทุนของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ในปี พ.ศ. 2535 - 2537 กล่าวได้ว่าเน้นการขยายธุรกิจด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงอย่างมาก โดยเน้นการร่วมทุนกับบริษัทสื่อสารมวลชน มีการร่วมทุนและขยายโครงสร้างทางธุรกิจออกไปอย่างมากรวมถึงการใช้นโยบายการขยายธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงอย่างไม่หยุดยั้ง ธุรกิจทั้งหมดของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้ถูกครอบครองจากบริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน) ด้วยการชำระเงินแก่พันตำรวจโท อิทธิวัฒน์ เพียรเลิศ ในมูลค่า 440 ล้านบาท และพันตำรวจโท อิทธิวัฒน์ เพียรเลิศ ได้ออกไปจัดตั้ง บริษัท สยามเรดิโอ จำกัด โดยได้นำสัมปทานเช่าเวลาของคลื่นเอฟเอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิรตซ์ และเอฟเอ็ม 102.5 เม็กกะเฮิรตซ์ ไปผลิตรายการต่อไป (คู่มือรายวัน, 15 กันยายน 2538 : 15.)

การขยายตัวทางธุรกิจอย่างรวดเร็วของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ในปี 2535 - 2537 มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างธุรกิจลักษณะองค์กรเดี่ยวเป็นโครงสร้างแบบองค์กรขยายโดยใช้ลักษณะการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ขณะเดียวกันผู้บริหารของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ในขณะนั้น ก็ได้วิเคราะห์และศึกษาสถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางการตลาดในธุรกิจที่จะขยายอย่างลึกซึ้ง การตัดสินใจร่วมทุนโดยการแลกหุ้นกับบริษัทอื่นที่มีชื่อเสียงในแวดวงสื่อสารมวลชน เป็นเพราะความต้องการเร่งสร้างการเติบโตขององค์กรให้เร็วที่สุด การตัดสินใจขยายธุรกิจเร็วจนเกินไปกับความสามารถในการควบคุมงาน ได้ก่อให้เกิดความขัดแย้งกับผู้ร่วมทุน ประกอบกับนโยบายของผู้ร่วมทุนอื่นมีวัตถุประสงค์จะเข้าครอบครองธุรกิจของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด สามารถวิเคราะห์ให้เห็นถึงเล่ห์เหลี่ยมและชั้นเชิงในการดำเนินธุรกิจเพื่อเข้าครอบครองบริษัทใดบริษัทหนึ่ง และบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เป็นกรณีศึกษาได้อย่างดีเกี่ยวกับการสูญเสียบริษัทอย่างจำยอมให้กับผู้ร่วมทุนเช่นบริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน)

โครงสร้างธุรกิจในลักษณะนี้สะท้อนแนวคิดด้านโครงสร้างสื่อในเชิงเศรษฐศาสตร์ของ Denis Mcquial เกี่ยวกับการเติบโตของธุรกิจสื่อซึ่งมีการขยายตัวออกไปทั้งในระดับแนวตั้ง (vertical concentration) กล่าวคือ บริษัท มีเดียพลัส จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการวิทยุ และสามารถเป็นผู้ถือสัมปทานเช่าเวลาสถานีวิทยุจากหลายหน่วยงานของรัฐเองได้ และมีการขยายตัวออกไปในระดับแนวนอน (horizontal versus) กล่าวคือ สามารถรวมกิจการธุรกิจสื่อวิทยุของหลายบริษัทเข้ามาอยู่ในตลาดเดียวกันในเรื่องที่สามารถจะสร้างอำนาจการต่อรองทางการตลาดได้ โครงสร้างทางธุรกิจขยายตัวมากขึ้นจากการผูกขาดสัมปทานสถานีวิทยุหลายสถานีทั่วประเทศไทย จนกระทั่งได้ปรับเปลี่ยนเข้าสู่โครงสร้างธุรกิจแบบสัมปทานทุนนิยมต่อมา

3. โครงสร้างธุรกิจบริษัทมหาชน (Public company)
ปี พ.ศ. 2538 - 2539

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้บริหารของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ซึ่งถือว่าเป็นมืออาชีพทางสื่อวิทยุกระจายเสียง และได้เข้าสู่เครือข่ายของกลุ่มวังจักรอย่างเต็มรูปแบบในด้านการบริหารที่มาจากนโยบาย บมจ. วังจักร โดยตรง ซึ่งมีนโยบายนำบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสามารถแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนได้ในวันที่ 10 พฤศจิกายน 2538 จากนั้นมีการนำเสนอยุทธศาสตร์เพิ่มทุนแบบเฉพาะเจาะจง แต่ยังไม่สามารถจำหน่ายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนทั่วไปได้เนื่องจากเกิดวิกฤตการณ์ตลาดหลักทรัพย์อยู่ในสภาวะตกต่ำและธุรกิจต่างๆของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ภายใต้งานดำเนินงานของบริษัท วังจักร จำกัด (มหาชน) ไม่ประสบผลสำเร็จทางด้านรายได้

บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ในโครงสร้างธุรกิจบริษัทมหาชน ได้มอบหมายตำแหน่งกรรมการผู้จัดการแก่ ดร. สรจักร เกษมสุวรรณ ซึ่งเป็นกรรมการบริหารในบริษัท วังจักร จำกัด (มหาชน) และคุณชัยยุทธ เลาখনะกูร ดำรงตำแหน่งรองกรรมการผู้จัดการ แทนผู้บริหารของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ที่ลาออกไป

การบริหารสื่อวิทยุโดยคณะกรรมการของบริษัท วังจักร จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่มีความรู้ความชำนาญทางธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียง ทำให้เกิดความขัดแย้งอย่างรุนแรงกับนักจัดรายการมืออาชีพ และทีมงานผลิต จนกระทั่งคุณวินิจ เลิศรัตนชัย และคุณหทัย เกษสังข์ พร้อมทีมงานผลิตจำนวน 30 คนลาออกไป

การขาดอำนาจในการตัดสินใจบริหารงาน และความไม่เข้าใจการผลิตสื่อของกลุ่มวังจักร ทำให้ ดร. สรจักร เกษมสุวรรณ และคุณชัยยุทธ เลาখনะกูร ไม่สามารถบริหารงานได้และลาออกไปในปลายปี พ.ศ. 2538

นอกจากนั้น ภายใต้นโยบายการบริหารทางธุรกิจของกลุ่มวังจักร ได้จัดตั้งบริษัท เทปเพลงขึ้น 2 บริษัท คือ บริษัท เวิลด์มิวสิค เร็คคอร์ด จำกัด (World Music Record) และบริษัท บายมี เอ็นเทอร์เทนเมนต์ จำกัด (By Me Entertainment) โดยใช้ฐานคลื่นเพลงไทยเอฟเอ็ม 98.0 และ 99.5 เมกกะเฮิรตซ์ เป็นสื่อโฆษณา รวมทั้งนโยบายกำหนดการเปิดเพลงทั้ง 2 บริษัท ชั่วโมงละ 2 เพลงและห้ามเปิดเพลงค่ายเทปใหญ่ หรือเปิดได้ไม่เกินชั่วโมงละ 1 เพลง ส่งผลให้เกิดการขัด

ของในแนวผลิตรายการที่บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้วางพื้นฐานไว้ในเรื่องการเปิดเพลงโดยเป็นกลาง ไม่มีคิวเพลง ส่งผลให้นักจัดรายการและคุณสรรเสริญ ปัญญาธิวงศ์ ในฐานะผู้อำนวยการฝ่ายผลิตคลื่น 98.0 เมกกะเฮิรตซ์ ล่าออก

บริษัท วัฏจักร จำกัด ได้ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานการผลิต โดยมอบหมายการผลิตรายการให้กับ บริษัท สแมตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยการบริหารของคุณชวัญชัย กิตติศรีไสว ซึ่งเป็นเจ้าของบริษัทไนท์สปอต โปรดักชั่น จำกัด ในอดีต ดำเนินการในฐานะบริษัทผลิตรายการ ซึ่งระบุน่าทึ่งว่า “.....สแมตส์มีมิด เข้าบริหารวิทยุมีเดียพลัส.....” (บ้านเมือง, 26 ธันวาคม 2539 : 5.)

โครงสร้างธุรกิจบริษัทมหาชนในปี พ.ศ. 2538 - 2539 ครอบคลุมสัมปทานสถานีวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศรวม 77 สถานี ประกอบไปด้วยสถานีภาคเอฟเอ็มในกรุงเทพฯ 6 สถานี สถานีเอเอ็มในกรุงเทพฯ 2 สถานี และสถานีภูมิภาค 69 สถานี ด้านสถานีในกรุงเทพฯ มิได้มีการพัฒนาเนื้อหารายการทางสถานีต่างๆ คงใช้รูปแบบรายการเดิมที่เคยได้รับความนิยมนำเสนอออกอากาศ รายการต่างๆจึงลดความนิยมไปอย่างมาก ส่วนสถานีวิทยุในจังหวัดภูมิภาคดำเนินงานโดยขายเวลาและชื่อรายการ “สไมล์เรดิโอ” แก่ผู้เช่าเวลาขายย่อย ส่วนด้านรายการนั้น ผู้เช่าเวลาสามารถผลิตรายการในรูปแบบใดก็ได้

ตารางที่ 5 แสดงสัมปทานสถานีวิทยุในโครงสร้างธุรกิจบริษัทมหาชน

ลำดับ	หน่วยงานสถานี	คลื่นความถี่ ชื่อรายการ	จังหวัด
1.	กรมการรักษาดินแดน (รด)	Fm. 96.0 วิทยุสังคมไทย คลื่นร้องทุกข์	กรุงเทพ
2.	กองพลที่ 1 รักษาพระองค์ (พล 1)	Fm 98.0 Greet Fm. เพลงไทยสากลจังหวะเต้นรำ	กรุงเทพ
3. *	กองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ (กรป. กลาง)	Fm 99.5 People Fm. เพลงไทยสากลจังหวะช้า	กรุงเทพ
4. **	กองบัญชาการสูงสุด (วส. บก. สูงสุด)	Fm 101.0 News & Talk Fm คลื่นข่าวสารและสนทนา	กรุงเทพ
5.	จเรสื่อสาร (จส.)	Fm 103.0 Smash Fm. เพลงสากลจังหวะเต้นรำ	กรุงเทพ
6.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 107.0 Soft Fm. เพลงสากลจังหวะช้า	กรุงเทพ

8.	กองพลที่ 1 รักษาพระองค์ (พล 1)	Am 999 ชาวกีฬา	กรุงเทพ
9. *	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 93.25	เชียงใหม่
10. *	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท) - สังขละบุรี	Fm 94.25	กาญจนบุรี
11. *	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท) - หงส	Fm 97.0	นครศรีธรรมราช
12. *	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 91.25	ตรัง
13. *	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท) - หาดใหญ่	Fm 102.25	สงขลา
14. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 91.0	เพชร
15. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 97.0	ลำปาง
16. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท) - แม่สะเรียง	Fm 90.5	แม่ฮ่องสอน
17. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 102.0	ตาก
18. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 93.25	นครสวรรค์
19. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 99.75	ชลบุรี
20. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 103.25	สระแก้ว
21. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 90.5	หนองคาย
22. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 92.75	ชัยภูมิ
23. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 99.25	มุกดาหาร
24. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 97.5	สุรินทร์
25. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 90.0	ยโสธร
26. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 101.75	บุรีรัมย์
27. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 95.25	เลย
28. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 99.5	ขอนแก่น
29. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 107.25	ระนอง
30. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 93.5	นครศรีธรรมราช
31. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท) - สุโขทัย	Fm 106.5	นราธิวาส
32. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 100.0	ชุมพร
33. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 101.0	ปัตตานี
34. **	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท) - เบตง	Fm 93.0	ยะลา
35.	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 95.0	ยะลา
36.	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 94.25	ยะลา
37.	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 92.0	ยะลา
38.	สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท)	Fm 95.5	สตูล
39.	กองทัพอากาศที่ 2 (ทภ 2)	Am 666	สุรินทร์
40.	กองทัพอากาศที่ 2 (ทภ 2)	Fm 90.25	สุรินทร์
41.	กองทัพอากาศที่ 2 (ทภ 2)	Fm 88.25	ขอนแก่น
42.	กองทัพอากาศที่ 2 (ทภ 2)	Fm 90.0	เลย

43.	กองทัพภาคที่ 2 (ทภ 2)	Fm 95.75	อุบลราชธานี
44.	กองทัพภาคที่ 3 (ทภ 3)	Fm 101.5	เชียงใหม่
45.	กองทัพภาคที่ 3 (ทภ 3)	Am 585	แพร่
46.	กองทัพภาคที่ 3 (ทภ 3)	Fm 102.25	สุโขทัย
47.	กองทัพภาคที่ 3 (ทภ 3)	Fm 107.5	พะเยา
48.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 96.5	ลำพูน
49.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 91.5	อุดรธานี
50.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 102.0	ชัยภูมิ
51.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 107.0	อุบลราชธานี
52.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 104.5	นครศรีธรรมราช
53.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 102.0	สุราษฎร์ธานี
54.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 90.75	ชุมพร
55.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 91.0	ปัตตานี
56.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 105.0	กระบี่
57.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 96.5	สงขลา
58.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 96.0	นราธิวาส
59.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 104.0	พังงา
60.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 93.25	สตูล
61.	องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท)	Fm 101.5	ภูเก็ต
62. *	กองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ	Fm 100.25	เชียงใหม่
63. *	กองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ	Fm 99.0	เพชรบูรณ์
64. *	กองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ	Fm 94.75	สกลนคร
65. *	กองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ	Fm 99.25	นราธิวาส
66. *	กรมการรักษาดินแดน (รต.)	Fm 105.5	มหาสารคาม
67. *	กรมการรักษาดินแดน (รต.)	Fm 102.25	ภูเก็ต
68.	จเรสื่อสาร 3 (จส 3)	Am 1251	ร้อยเอ็ด
69.	จเรสื่อสาร 6 (จส 6)	Am 1458	ศรีสะเกษ
70.	วิทยุประจำถิ่น (วปถ 7)	Am 1233	อุดรธานี
71.	(กอส 1)	Am 747	สุรินทร์
72.	กรมการพลังงานทหาร (สวท 3)	Am 1422	พิษณุโลก
73.	(คม)	Am 693	สระบุรี
74.	เสียงสามยอด (สสย)	Fm 105.75	เชียงใหม่
75.	(จทบ)	Fm 92.75	กาญจนบุรี
76.	กองพลที่ 2 รักษาพระองค์ (พล 2)	Fm 88.25	ปราจีนบุรี
77. *	มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ (มน.)	Fm 107.25	พิษณุโลก

- * สถานีเครือข่ายดาวเทียมคลื่นแม่ข่าย Fm. 99.5 (People's Fm) ปี พ.ศ. 2539
- ** สถานีเครือข่ายดาวเทียมคลื่นแม่ข่าย Fm. 101.0 (News & Talk Fm) ปี พ.ศ. 2539

ที่มา : แผนกเทคนิคและสถานีเครือข่าย บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน) ปี 2539 และรวบรวม ประมวลจากบทความ ข้อเขียนข่าว จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน คู่แข่งรายวัน มติชน วัฏจักรรายวัน แนวหน้า กรุงเทพธุรกิจ ไทยไฟแนนเชียล ผู้จัดการรายสัปดาห์ ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ ปี พ.ศ. 2534 - 2539

จากการเป็นผู้ถือสัมปทานผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดในประเทศ แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการผูกขาดสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อความต้องการที่จะควบคุมตลาดเพราะเห็นว่าการตลาดที่ใหญ่และไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ผู้ประกอบการรายใหญ่จะเป็นผู้ได้เปรียบที่เป็นผู้สร้างพลังอำนาจ นั่นคือการได้มาซึ่งรายได้โดยพยายามหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่คู่แข่งขันแย้งซึ่งผลประโยชน์จากแหล่งรายได้เดียวกัน บริษัท มีเดียพลัส จำกัดจึงพยายามกำหนดการผูกขาดสื่อวิทยุเพื่อความสามารถในการใช้อำนาจนายทุนรายใหญ่ต่อรองกับธุรกิจใหญ่ๆ

รายการทางสถานีต่างๆ ของกรุงเทพมหานครจะใช้รูปแบบรายการเดิม และมีการปรับเปลี่ยนรายการหลายครั้ง จนทำให้บางรายการไม่มีกลุ่มเป้าหมายผู้ฟังที่ชัดเจน ประกอบกับมีได้นำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆระบบใดเข้ามาใช้ในสื่อวิทยุ คงใช้เพียงเทคโนโลยีเดิมๆที่ใช้อยู่ทำให้สื่อวิทยุหยุดนิ่งอยู่กับที่ ขาดการพัฒนารายการแบบมีอาชีพ

จากการวิเคราะห์สาเหตุการก้าวขึ้นชื่อสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อผูกขาดธุรกิจแล้ว บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ภายใต้การบริหารของกลุ่มวัฏจักร มีความประสงค์จะแสดงศักยภาพความเป็นผู้นำธุรกิจรายใหญ่ที่สุด โดยได้นำบริษัท มีเดียพลัส จำกัด จดทะเบียนบริษัทแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน ด้วยเงินทุนจดทะเบียน 517,500,000 บาท โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 244/4-5 ซอยริมคลองชักพระ ถนนชักพระ แขวงคลองชักพระ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัท วัฏจักร จำกัด มีผู้ถือหุ้นคือ บริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 78% บริษัท ไนท์สโปกด โปรดักชั่น จำกัด ถือหุ้น 10% บริษัท ไทยสกายนิวส์ ถือหุ้น 10% และที่เหลือสำหรับผู้ถือหุ้นรายย่อย

ถึงแม้ว่าบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ในปี พ.ศ. 2538 จะเป็นบริษัทที่ครอบครองสัมปทานสื่อวิทยุกระจายเสียงจำนวน 77 สถานี แต่ในแง่การผลิต รายการหรือผลผลิตมิได้

ถึงแม้ว่าบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ในปี พ.ศ. 2538 จะเป็นบริษัทที่ครอบครองสัมปทานสื่อวิทยุกระจายเสียงจำนวน 77 สถานี แต่ในแง่การผลิต รายการหรือผลผลิตมิได้มีการพัฒนาให้เป็นที่ถูกใจของผู้บริโภค การนำเสนอรายการไม่ได้ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในระบบได้เข้ามาสร้างความน่าสนใจ นอกเหนือจากระบบเครือข่ายดาวเทียม ประกอบกับความพยายามในการแสวงหารายการใหม่ๆ โดยไม่มีความใส่ใจผลิตผลเดิม เช่น การจัดตั้งบริษัทเทปเพลง การเข้าบริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 การซื้อกิจการของไทยสกายทีวีทั้งหมด และความพยายามหลายต่อหลายครั้งที่จะผลักดันโครงการใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในธุรกิจแบบสัมปทานทุนนิยมโดยมิได้วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และได้ตระหนักถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในวงจรชีวิตนานที่สุด ทำให้บริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ของกลุ่มวัฏจักรดำเนินธุรกิจขาดทุนในหลายๆธุรกิจ แม้กระทั่งธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงมีผลกำไรเพียงไม่กี่สถานี ในขณะที่ต้องจ่ายค่าเช่าเวลาจำนวนมากในแต่ละเดือน

เมื่อขาดประสบการณ์การทำงานจึงส่งผลให้แผนการตลาดในลักษณะสื่อผลม คือ การเสนอสื่อต่างๆทั้งวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์แก่ผู้สนับสนุนในทุกรูปแบบล้มเหลวไปด้วย หากวิเคราะห์อีกแง่มุมหนึ่ง การบริหารงานของกลุ่มวัฏจักรซึ่งมิได้เป็นมืออาชีพทางสื่อวิทยุ และไม่ได้มีกระบวนการถ่ายทอดแบบมืออาชีพจากผู้ผลิตมืออาชีพ ผลิตภัณฑ์เช่นสื่อวิทยุที่ต้องอาศัยความชำนาญการเฉพาะด้านหรือเป็นผู้ทางสื่อวิทยุจริงจังเท่านั้น จึงเป็นผู้ที่สามารถกำหนดตลาดและครองความเป็นผู้นำในตลาดได้

โครงสร้างธุรกิจบริษัทมหาชนของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ในปี พ.ศ. 2538 - 2539 ภายใต้การบริหารของบริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรเดียวขนาดใหญ่ที่ไม่มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านธุรกิจสื่อวิทยุบริหารงาน การเข้าครอบครองธุรกิจบริษัท มีเดียพลัส จำกัด วิเคราะห์ได้ว่า บริษัท วัฏจักร จำกัด (มหาชน) มีความต้องการผลักดันบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ให้เป็น บริษัท มหาชน เพื่อการระดมทุนจากมหาชนเข้าสู่เจ้าของกิจการภายใต้รูปลักษณะของสื่อวิทยุที่มีการเติบโตขึ้นมากกว่า 100% ภายในระยะเวลาไม่กี่ปี และแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างที่ไม่มั่นคงจากการประกอบกิจการ และการเร่งขยายธุรกิจอื่นๆทางสื่อสารมวลชนเพราะความมุ่งหวังที่จะอาศัยธุรกิจแต่ละประเภทเอื้ออำนวยกัน หรือสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในลักษณะที่มีการเติบโตมากขึ้น ภาพลักษณ์เหล่านั้นเป็นเพียงมายาคติที่จงใจแต่งขึ้นเพื่อการเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์เท่านั้น

ผู้วิจัยได้แสดงตารางเปรียบเทียบโครงสร้างต่างๆโดยใช้องค์ประกอบของโครงสร้างแสดงผลการวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ปี พ.ศ. 2529 - 2539 ได้ดังนี้คือ

ตารางที่ 6 แสดงโครงสร้างธุรกิจของบริษัท มีเดียพลัส จำกัดปี พ.ศ. 2529 - 2539

องค์ประกอบ โครงสร้างธุรกิจ	โครงสร้างธุรกิจขนาดเล็ก ปี พ.ศ. 2529 - 2534	โครงสร้างธุรกิจขนาดกลางรวมทุกปี พ.ศ. 2535 - 2537	โครงสร้างธุรกิจบริษัทมหาชน ปี พ.ศ. 2538 - 2539
การบริหาร องค์กร	- ดำเนินการขอสัมปทานและ ผลิตรายการและผู้บริหาร ดำเนินกิจการด้วย ประสบการณ์ที่ชำนาญ	- ร่วมทุนกับพีเคแอดเวอร์ไทซิ่ง - ร่วมทุนกับไนต์โปรโมชัน - ร่วมทุนกับไอที อินเตอร์ฯ - ร่วมทุนกับสหชินเนมา - ร่วมทุนกับวัฏจักร - ร่วมทุนกับเบสไลน์ โปรดักชั่น ผลิตรายการสัปดาห์ทางช่อง 7 สี - ร่วมทุนกับฟิล์มคลาส ผลิต รายการสโมล์ทีวี่ทางช่อง 9	- บมจ. วัฏจักร บริหารงาน จากส่วนกลาง ผู้บริหารขาด อำนาจการตัดสินใจ และ บริษัทขาดความรู้เรื่องธุรกิจ วิทยุ ใช้เงินทุนจำนวนมาก ขยายธุรกิจในอุตสาหกรรม สื่อสารมวลชนอื่นคือ สถานี วิทยุของ 11 ไทยสกายเคเบิล ทีวี และค่ายเทป บจก. เวิร์ด มิวสิค เรคคอร์ด และ บจก. บายมีเอ็นเทอร์เทนเมนต์
รายการ	- แนวนับเท็ง - รายการเพลงไทย (Fm.88.0) - รายการเพลงสากล (Fm.95.5 และ Fm. 105.0) รวม 3 สถานี	- แนวนับเท็งและข่าวสาร - รายการเพลงไทย (Fm 98.0 และ Fm. 99.5) - รายการเพลงสากล (Fm.94.5 Fm.107.0 และ Fm. 94.0) - รายการข่าวสารและสนทนา (Fm.102.5) - สถานีเครือข่าย 6 สถานี	- แนวนับเท็งและข่าวสาร - รายการเพลงไทย (Fm 98.0 และ Fm. 99.5) - รายการเพลงสากล (Fm. 107.0 และ Fm. 103.0) - รายการข่าวสารและสนทนา (Fm. 96.0 และ Fm. 101.0) - สถานีเอเอ็ม 999 และ1422

เทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบไฮบริดจ์ - การถ่ายทอดสื่อนอกสถานที่ - ระบบ DLP - ระบบ DBS - การถ่ายทอดเสียงข่าวต่างประเทศผ่านดาวเทียม 	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบไฮบริดจ์ - การถ่ายทอดสื่อนอกสถานที่ - ระบบ DLP - ระบบ DBS - การถ่ายทอดเสียงข่าวต่างประเทศผ่านดาวเทียม - ระบบเครือข่ายดาวเทียม - ระบบเคเบิลทีวีข้ามทวีป - ระบบเคเบิลวิทยุข้ามทวีป - ระบบวิทยุดาวเทียมข้ามทวีป - ระบบโลคอลไอเซชั่น 	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบไฮบริดจ์ - การถ่ายทอดสื่อนอกสถานที่ - ระบบ DLP - - - ระบบเครือข่ายดาวเทียม - - - -
เงินทุนและผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> - 1 - 3 ล้านบาท - พตท. อิทอีแวมน์ เพียร์เล็ค ถือหุ้น 73.95% - คุณวนิดา ทักษิณานันทน์ ถือหุ้น 26% - ม.ร.ว. รุจยภา อภากร ถือหุ้น 0.05% 	<ul style="list-style-type: none"> - 200 ล้านบาท - พตท. อิทอีแวมน์ เพียร์เล็ค ถือหุ้น 24.5% - คุณวนิดา ทักษิณานันทน์ ถือหุ้น 2% - บมจ. วัฏจักร ถือหุ้น 49% - บจก. สยามบรอดคาสติ้ง ถือหุ้น 24.5% 	<ul style="list-style-type: none"> - 517 ล้านบาท - บมจ. วัฏจักร ถือหุ้น 78% - บจก. ไนท์สปอตโปรดักชั่น ถือหุ้น 10% - บจก. ไทยสกายนิวส์ ถือหุ้น 10%
แผนการตลาด	ใช้ความได้เปรียบเรื่องรายการสดที่ออกอากาศทั้งวันเป็นจุดขาย ทำให้นักโฆษณาสนใจลงโฆษณามาก ได้ผลประกอบการที่คุ้มต้นทุน	ใช้ความได้เปรียบเรื่องระบบเครือข่ายดาวเทียมที่สามารถครอบคลุมกลุ่มผู้ฟังที่มากกว่าเป็นจุดขาย นักโฆษณาให้ความสนใจลงโฆษณา แต่บริษัทสูญเสียรายได้ไปมากจากต้นทุนเรื่องเทคโนโลยี	ใช้แผนการตลาดในลักษณะสื่อผสม ระหว่างสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ เคเบิลทีวี แต่ผู้สนับสนุนเห็นว่าสื่อที่ฟังผสมนั้นไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายสินค้า แม้ว่าจะใช้ระบบการขายประเภทลดราคาและแถม

	ประกอบกิจการที่คุ้มต้นทุน	ความสนใจลงโฆษณา แต่บริษัทสูญเสียรายได้ไปมาก จากต้นทุนเรื่องเทคโนโลยี และใช้ผลประกอบการที่ได้ไปขยายธุรกิจอื่น จึงไม่มีผลกำไร	นั้นไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายสินค้า แม้ว่าจะใช้ระบบการขายประเภทลดราคาและแถมโฆษณาในสื่อที่วางก็ตาม รายรับจากการตลาดสื่อผสมยังไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายด้านค่าเช่าสถานีจำนวนมาก
--	---------------------------	---	--

กล่าวโดยสรุปถึงการวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจลักษณะโครงสร้างกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของสื่อวิทยุกระจายเสียงของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 - 2539 มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างธุรกิจเป็น 3 ลักษณะตามรายละเอียดดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้ โครงสร้างดังกล่าวมีปัจจัยเงื่อนไขอื่น ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจ และเป็นสิ่งจำเป็นของผู้ประกอบการสื่อวิทยุ จะต้องทำความเข้าใจและเปรียบเทียบคุณสมบัติสื่อต่างๆ ที่สามารถทำธุรกิจได้ ทั้งนี้ เพราะปัจจัยเงื่อนไขที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่ออาจจะทำให้ธุรกิจสื่อมีการพัฒนาและยังผลได้ถึงผลประกอบการที่จะเข้ามาสร้างให้สื่อสามารถอยู่รอดได้ทางธุรกิจเพราะการทำธุรกิจสื่อเป็นการทำธุรกิจในช่วงเวลาของอากาศที่ผ่านไปในแต่ละนาที หากผู้ประกอบการธุรกิจสามารถสร้างพฤติกรรมการแสดงออกของสื่อทางการตลาดได้อย่างสม่ำเสมอสื่อก็จะเคลื่อนไหวไปพร้อมกับธุรกิจ แต่ถ้าหากสื่อหยุดนิ่ง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องก็จะหยุดนิ่งไปเช่นกัน ยกเว้นแต่ต้นทุนที่เคลื่อนไหวไปกับสื่อเท่านั้น

ปัจจัยเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องดังกล่าวได้แก่ สภาพการแข่งขันทางด้านธุรกิจสื่อ (Media competition) มืออาชีพทางสื่อวิทยุกระจายเสียง (Radio Professionals) กฎระเบียบของรัฐ (State regulations) เทคโนโลยีด้านการสื่อสารสมัยใหม่ (Modern communication technology) และความต้องการและความสนใจของผู้ฟัง (Demand & interest of radio listeners) ซึ่งจะอธิบายรายละเอียดในบทที่ 5 ต่อไป