



บันทึกข้อความ

สำนักงานประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
 เลขที่รับ 379
 วันที่ 10 มี.ค. 54
 เวลา 15.19 น.

ส่วนราชการ... สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๓ ฝ่ายบริหารทั่วไป โทร. ๐-๕๓๒๘-๓๗๓๔ โทรสาร ๒๘๘๗๓๘
 ที่ นร. ๐๒๐๑.๐๑/ ๗๙๐ วันที่ ๙ มีนาคม ๒๕๕๔
 เรื่อง... รายงานการเข้าร่วมประชุม Radio Asia ๒๐๑๑ ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย

เรียน อปส. ผ่าน รปส.(นายธีระพงษ์ โสดาศรี), ผอ.สปต.

เพื่อโปรดพิจารณา

ข้อเท็จจริง

หนังสือของสำนักงานการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ ที่ นร ๐๒๐๙.๐๓/๒.๑๖๓๓ ลงวันที่ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๕๔ เรื่อง การคัดเลือกและอนุมัติผู้แทน กปส. เข้าร่วมประชุม Radio Asia ประจำปี ค.ศ. ๒๐๑๑ ซึ่ง กปส. ได้คัดเลือกข้าราชการ สปข. 3 จำนวน 1 ราย คือ น.ส.ธนวันต์ ชุมแสง นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ สวท.เชียงใหม่ เข้าร่วมประชุม ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย ระหว่างวันที่ ๒๑-๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

ข้อพิจารณา

สปข.๓ พิจารณาแล้วเห็นว่า รายงานการเข้าร่วมประชุมดังกล่าวฯ มีประเด็นสำคัญและเป็นประโยชน์ต่องานราชการของ กปส. รายละเอียดตามรายงานฯ ที่แนบมาพร้อมนี้

ความเห็น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบควรมอบ สลก.แจ้งเวียนให้หน่วยงานในสังกัด กปส.

ทราบต่อไป

ที่ นร ๐๒๐๑.๐๑/๖๕๗

เรียน ผอ.สำนัก, ผอ.กอง และหัวหน้าหน่วยงาน เพื่อโปรดทราบ

(Signature)
 (นายเสมอ นิ่มเงิน)
 เลขานุการกรม
 17 มี.ค. 2554

(Signature)
 (นายธีระพงษ์ โสดาศรี)
 รปส.
 14 มี.ค. 2554

(Signature)
 (นางจินตนา สิงห์สุรเมธ)
 ผอ.สปข.๓

เรียน อปส.

เพื่อโปรดพิจารณาตามที่
 อปส. เห็นชอบต่อไป และส่งต่อ
 สปข. 3 รวมรวมไว้

(Signature)
 (นายธีระพงษ์ โสดาศรี)
 รปส.
 9 มี.ค. 2554

(Signature)
 (นายทฤษฎพร เจริญพานิช)
 อปส.
 14 มี.ค. 2554

สำนักประชาสัมพันธ์เขต

วันที่ 10 มี.ค. 54
 เวลา 14.00

รปส. (นายธีระพงษ์ โสดาศรี)
 11 มี.ค. 2554

นายทฤษฎพร เจริญพานิช 392
 17 มี.ค. 54
 นายทฤษฎพร เจริญพานิช ๑๒๐๖
 14 มี.ค. 2554



บันทึกข้อความ

สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3
ได้รับ 90๓๕
วันที่ 9 มี.ค. 2554
เวลา

ส่วนราชการ สวท.เชียงใหม่ โทร.0-5381-9105 โทรสาร 0-5327-5294

ที่ นส.02๐4 21 /

วันที่ 9 มีนาคม 2554

เรื่อง ขอส่งรายงานการประชุม Radio Asia 2011 ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย

เรียน ผ.สวท.เชียงใหม่

ตามที่ กปศ.ได้อนุมัติให้ดิฉัน นางสาวชนวันต์ ชุมแสง นักสื่อสารมวลชน(ชำนาญการ) เชียงใหม่ เข้าร่วมประชุม Radio Asia 2011 ณ โรงแรม Lalit กรุงนิวเดลี สาธารณรัฐ อินเดีย ระหว่างวันที่ 21-23 กุมภาพันธ์ 2554 นั้น

ดิฉันขอรายงานการประชุมดังกล่าวดังนี้

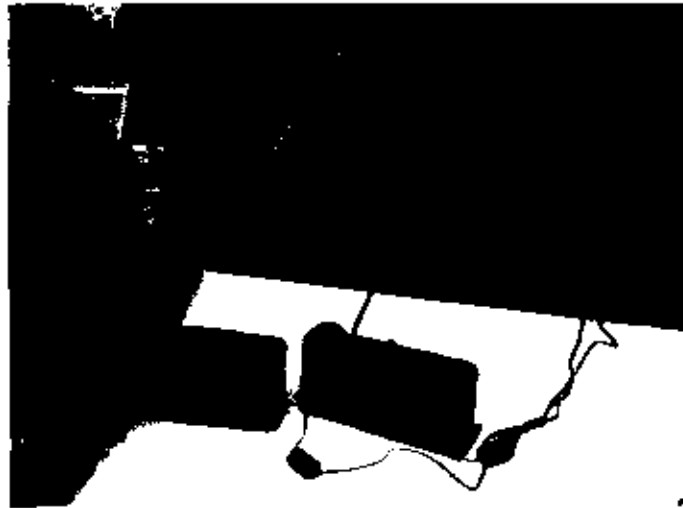
การประชุม Radio ASIA 2011 ณ The Lalit Hotel กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย ระหว่างวันที่ 21-23 กุมภาพันธ์ 2554 ภายใต้แนวคิดการประชุม Radio on-Air Everywhere –Adopting Multi-platform Strategies หรือการเข้าถึงวิทยุกระจายเสียงได้ทุกสถานที่และการดำเนินแผนกลยุทธ์ เพื่อให้บริการในรูปแบบที่หลากหลาย มีผู้บริหารและตัวแทนจากวิทยุประเทศต่าง ๆ เข้าร่วมประชุม ประมาณ 100 คน แบ่งการประชุมออกเป็น 3 วัน 11 Session ได้ข้อสรุปดังนี้

พิธีเปิดมี Director ของ ABU เป็นประธาน กล่าวว่ Non Linear เทคโนโลยีกำลังมาแรง มากกว่าวิทยุปัจจุบันซึ่งเป็น Linear ในอนาคตคนจะสนใจเรื่องธุรกิจ และจะมีความแตกต่างในเรื่องข่าวและบันเทิง และการออกอากาศจะไม่เพียงแต่เฉพาะท้องถิ่น แต่จะเป็นทั่วโลก ขณะที่ Mrs.Luxandra Obreaga DRM Consolutium Chair กล่าวว่ วิทยุดิจิทัลกำลังเปิดตัว ที่ผ่านมามีวิทยุ 1 โครงสร้าง 1 เทคโนโลยี ซึ่งไม่ตอบสนองต่อปัจจุบันที่มีความต้องการเทคโนโลยีมาก วิทยุดิจิทัลคือคำตอบ เพราะมีประสิทธิภาพกว่า ราคาถูกกว่า สะดวกกว่า และออกอากาศกว้างไกลกว่า ระบบเสียงดีกว่า ให้ทั้งสาระและบันเทิงไปพร้อม ๆ กัน วิทยุจะกลายเป็นศูนย์กลางของคนฟัง มีคุณภาพที่คุ้มค่าเมื่อฟัง เข้าถึงคนฟังจำนวนมาก ส่งกระจายเสียงได้ทั้ง Long Wave ,Medium Wave ,Short Wave



พร้อม ๆ กับการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ขณะนี้มีโทรทัศน์ท้องถิ่น โทรทัศน์ Network เข้ามาแย่งตลาด วิทยุมีตลาดเฉพาะ จำเป็นต้องพัฒนาเทคโนโลยี วิทยุดิจิทัลจะเป็นทางออก อินเทอร์เน็ต เรดิโอ หรือการออกอากาศผ่านโทรศัพท์มือถือ น่าจะเป็นการต่อลมหายใจของวิทยุ

Mark Nealsen Regional Director Radio Asia/Pacific กล่าวถึงผลการออกสำรวจเก็บ ตัวอย่างจากเมืองใหญ่ ๆ ทั่วโลก โดยพบว่าคนฟังวิทยุมากเป็นอันดับสาม รองจากโทรทัศน์และ อินเทอร์เน็ตหรือมือถือ โดยกล่าวว่า VDO ไม่ได้มาวิทยุ วิทยุยังคงเป็นหนึ่งใน และยังสามารถได้อย่างดี มี ตลาดเฉพาะของมัน แต่ต้องรู้เท่าทันและปรับตัว



ระบบ DRM (Digital Radio Mondiale) หรือระบบวิทยุดิจิทัลที่สามารถออกอากาศได้ทั้ง ระบบ AM. และ FM. ทั้งคลื่นสั้น คลื่นระยะกลางและระยะยาว โดยปราศจากเสียงรบกวน สามารถ ออกอากาศได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ ส่งสัญญาณกว้างไกลทั่วโลก ตัดปัญหา เสียงรบกวนหรือคลื่นแทรก มีการแสดงหน้าจอในลักษณะตัวหนังสือหรือภาพนิ่ง ทำให้วิทยุไม่น่าเบื่อ อีกต่อไป ผู้ฟังสามารถทราบล่วงหน้าว่ารายการต่อไปใครเป็นผู้จัด เพลงที่จะเปิดต่อไปคือเพลงอะไร

นับเป็นวิทยาการใหม่ที่เกิดขึ้นในวิทยุโลกที่กำลังปรับเปลี่ยนเพื่อผลักดันสร้างความโดดเด่นให้ตนเอง เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่และวัยทำงาน โดยได้นำเสนอผลการวิจัยจาก Mark Neilsen ซึ่งเข้าไปสำรวจวิทยุจากทั่วโลกพบว่ากลุ่มผู้ฟังวิทยุในวัยเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยเฉพาะที่ประเทศสิงคโปร์กลุ่มคนอายุ 18 ปีขึ้นไป ฟังวิทยุมากที่สุด ส่วนใหญ่จะฟังในรถ ซึ่งแสดงว่าในสังคมที่พัฒนาขึ้น ผู้ฟังอดการฟังวิทยุลง เนื่องจากมีทางเลือกของสื่อที่หลากหลาย ทั้ง โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์และสื่ออื่นๆ การฟังวิทยุในรถยนต์ขณะเดินทาง จึงเป็นอีกทางรอดของวิทยุ โดยเฉพาะในเมืองที่เจริญแล้ว ส่วนเมืองที่ยังมีประชากรหนาแน่นมาก เช่นอินเดีย กลับพบว่ามีความนิยมฟังวิทยุที่บ้านมากที่สุด ขณะที่เมืองที่กำลังพัฒนา มีการเปิดวิทยุฟังในที่ทำงาน น้อยกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งอาจจะเป็นกฎ ระเบียบของที่ทำงาน หรือผู้ฟังอาจปรับเปลี่ยนไป รับชมโทรทัศน์หรือฟังผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ในที่ทำงานแทน โดยมีสูตรคำนวณคือ

OES Frequency Turn Over = Cumulative audience

Average audience

หรือความถี่ในการกลับมาของผู้ฟัง เท่ากับ ผู้ฟังที่เพิ่มขึ้นหารด้วยค่าเฉลี่ยของผู้ฟัง

ทั้งนี้ OES Consideration หรือค่าเฉลี่ยในการพิจารณาคำนี้ถึงสินค้าใหม่ หรือโปรแกรมวิทยุ จะต้องการความถี่มากกว่าการเข้าถึงสินค้า

Alexander zing กล่าวว่า DRM สามารถรองรับมากกว่า 4 โปรแกรมใน 1 ความถี่ ด้วยระบบเครื่องเสียงขั้นยอด ปรากฏจาก Noise ครอบคลุม ระบบ Strio 5.1 เซอร์วิวด์ ระบบมัลติมีเดีย แจ็ง ล่วงหน้าทำให้ผู้ฟังไม่พลาดการฟังและสามารถรู้ล่วงหน้าได้ว่าจะมีรายการอะไรต่อไป ผ่านหน้าจอ ดิจิตอล ที่สามารถประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้ตลอดเวลา ปรับจูนอัตโนมัติด้วยชื่อสถานี ไม่จำเป็นต้อง จำความถี่ จดจำได้ง่ายโปรแกรมยังตอบรับซึ่กษรและอัตเพศตลอดเวลา ให้ทั้งสาระและบันเทิงไปพร้อม ๆ กัน สามารถฟังได้ในโทรศัพท์มือถือและผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งระบบ AM และ FM พร้อมรองรับโปรแกรมอื่น

Ludo Maes กล่าวว่า ปัจจุบัน DRM เริ่มใช้แล้วในประเทศออสเตรเลีย จีน อินเดีย มาเลเซีย นิวซีแลนด์ รัสเซีย ศรีลังกา อังกฤษ บราซิล แคนาดา เอกวาดอร์ สาเหตุที่ยังไม่แพร่หลายมากนักเนื่องจากวิทยุทั่วโลกระบบเก่าเป็นระบบ Analog

Multi platform strategies of NHK language programs

Masahiko Hattori Senior Producer NHK education corporation Japan กล่าวว่า วิทยุ NHK ของญี่ปุ่น เริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ.1925 ออกอากาศเกี่ยวกับกีฬาและบันเทิง ต่อมาในปี ค.ศ.1931 ได้เริ่มออกอากาศเกี่ยวกับการศึกษา และภาษา 12 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หลังจากนั้นในปี ค.ศ.1963 ได้

ออกอากาศภาษาอังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส จีน สเปน รัสเซีย เกาหลี และอื่นๆ ปี 1929 เริ่มออกอากาศเกี่ยวกับเด็ก พร้อมกันนี้ได้เพิ่มภาษาอื่น ๆ เพิ่มขึ้นทุกปี โดยไม่ละทิ้งภาษาญี่ปุ่นซึ่งเป็นภาษาประจำชาติ มีแผนรายการจำนวนมาก รายการที่น่าสนใจเช่น English program การเริ่มต้นภาษาอังกฤษ การสนทนา การฟัง ฟังนากับภาษาอังกฤษ เป็นต้น ทั้งนี้ได้ประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือ และซีดี. รวมทั้งสื่อดิจิทัล ทั้ง e-book ,i-tune ,app-store และ app-droid market โดยมีเว็บไซต์ของ NHK โดยเฉพาะเพื่อให้ผู้ฟังได้ติดตามความเคลื่อนไหวและเป็นการสื่อสารช่องทางในอนาคตจะพัฒนาเครื่องมือสอนภาษา บนคอมพิวเตอร์ หรือ ดิจิตอล เช่น โทรศัพท์มือถือ ผ่านรายการวิทยุ



Mr.Prateep Hejmadi Senior vice president พูดถึงเรื่องวิทยุ FM ในอินเดียว่า อินเดียเป็นตลาดใหญ่ แต่การเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ ๆ นี้ไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากคนอินเดียมีแนวทางในการบริโภคสื่อที่ต่างจากที่อื่น จึงใช้แนวคิด ลูกค้านึงคนต่อหนึ่งบ้าน มองหาตลาดเฉพาะที่สามารถจะเจาะเข้าไปหาลูกค้าเหล่านี้และต้องประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

Steve Ahem AMT Pty Ltd for commercial radio Australia วิทยุที่ใช้ชื่อสถานีว่า DAB+ ซึ่งเป็นการรวมตัวของการบริการและการฟังเข้าด้วยกัน เนื่องจากปัจจุบันมีวิทยุการที่ทันสมัยมาก เกิดสื่ออื่นขึ้นมาอีกมากมาย ไม่มีคนพูดถึงวิทยุมากเหมือนในอดีต เป็นการยากที่จะหาส่วนแบ่งตลาด วิทยุจึงต้องปรับตัว แม้แต่วิทยุ บีบีซี ในลอนดอน ซึ่งต้องปรับตัวให้เป็นมัลติมีเดีย มีหลายฟังก์ชันเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้า DAB+ ออกอากาศ 18 เดือนใน 5 รัฐในออสเตรเลีย มีผู้ฟังกว่าหกแสนคน และผู้ฟังผ่านระบบดิจิทัลอีกกว่าสองแสนราย นอกจากนี้ยังออกอากาศผ่านอินเทอร์เน็ต

มีช่องทางเผยแพร่ผ่านระบบดิจิตอลมากกว่า 18 ช่องทาง ในหนึ่งสถานีฯ แต่ละตลาด หรือมีช่องทางรับสื่อได้มากกว่า 70 ช่องทาง ทั้งนี้วิทยุดิจิตอล ส่งสัญญาณถึงผู้ฟังได้ทุกที่ในโลกและกว้างไกลกว่า และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ไม่จำกัดจำนวน โดยเนื้อหาของ DAB+ คือ commercial station on digital radio หรือวิทยุเชิงพาณิชย์ผ่านระบบดิจิตอล มีการประชาสัมพันธ์เช่น Pop up ให้ผู้ฟังทราบกิจกรรมของสถานี มุ่งตลาดเฉพาะ มีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าว่ารายการมีอะไร ใครจัด มีรายชื่อเพลงที่จะนำเสนอในรายการ เป็นต้น ตั้งเป้าจะเพิ่มจำนวนผู้ฟังร้อยละ 16 ภายในอีก 3 ปีข้างหน้า

Nicolas levitte vp client service ,Steaming Radio เป็นผู้นำวิทยุในอเมริกาเหนือ ซึ่งครองอันดับ 9 ใน 10 ของสหรัฐอเมริกา ออกอากาศ 2,000 สถานีใน 25 ประเทศ ทั้งวิทยุและโทรทัศน์ เป็นเจ้าของ Streaming Technology ในปัจจุบัน มีการวัดผลผู้ฟังอย่างสม่ำเสมอ มีการโฆษณา ในรูปแบบและกลยุทธ์ที่หลากหลาย มีเว็บไซต์ของตนเองโดยใช้หลักการวิทยุต้องแพร่กระจายในทุกที่

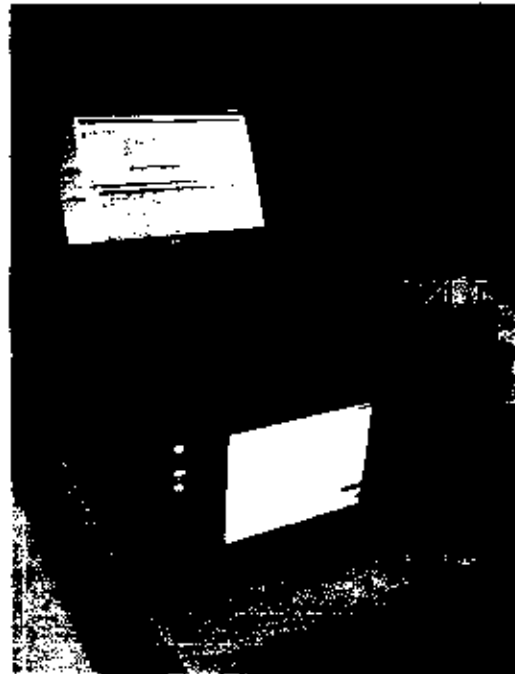
DR.Seedher จากอินเดีย พูดในหัวข้อ Radio in a public sphere วิทยุในแวดวงสาธารณะ โดยเฉพาะวิทยุชุมชน ไม่ได้กำหนดตัวเองในท้องถิ่น แต่ต้องการกระจายเสียง และผลสะท้อน โดยเริ่มจากปี ค.ศ.1956 มุ่งเน้นสร้างบรรทัดฐานสังคม ปี ค.ศ.1984 มีวิทยุท้องถิ่นครั้งแรกใน Nagercoil วิทยุดังกล่าวเพื่อการพัฒนา พูดเกี่ยวกับแรงงาน โรงงาน หัตถกรรมและคนรับใช้ในบ้าน ปัจจุบันไม่มีแล้ว แต่ก็นับว่าเป็นการเริ่มแนวคิดดังกล่าว โดยมีการทำโครงการ Preal Experiment ซึ่งเป็นโครงการวิทยุเพื่อการศึกษาสำหรับเด็กไม่รู้หนังสือ เพื่อเป็นกระบอกเสียงส่งไปยังรัฐบาล กระจายเสียง 15-20 นาที ทุกสัปดาห์ และออกซ้ำ ในกลุ่ม

Mr.Sajan Vennipoor ,Country Representative of Deutsche Welle in India กล่าวว่า เมื่อไม่นานมานี้ วิทยุชุมชนในอินเดียผุดราวดอกเห็ด ส่วนใหญ่ที่ทำสำเร็จคือกลุ่ม NGO แรกๆ ก็จะพูดเรื่องนโยบายรัฐ แต่สิ่งที่ Pearl Experiment ทำหรือเป็นตัวบาลานซ์ระหว่างวิทยุชุมชนและวิทยุของรัฐ การเปลี่ยนแปลงของสังคม และการพัฒนาการสื่อสารได้ถูกออกอากาศให้ประชาชนรับทราบ

Mr.M C Rasmi จากศรีลังกา พูดถึงความหลากหลายของการสื่อสาร ซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาที่ดี ความหลากหลายเชื่อมั่นในประชาธิปไตย และถ่วงดุลโครงสร้างระหว่างความแตกต่าง ของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ความหลากหลายสนับสนุนให้สังคมหันหน้าเข้าหากันและยอมรับความแตกต่าง ความแตกต่างหลากหลาย กระตุ้นให้เกิดการรวมกันในความหลากหลาย เข้าใจในสิ่งที่ต่างเป็นบรรทัดฐานของประชาธิปไตย ทั้งนี้ Public service broadcasting PSB หรือวิทยุของรัฐมีหน้าที่ทำความเข้าใจสู่ภาคประชาชน ประชาสัมพันธ์ พัฒนาและผลานความหลากหลายด้วยความเข้าใจในแนวทางเดียวกัน

อินเดียมีวิทยุชุมชนมาหลายปีแล้ว รวมทั้งในเนปาลและบังคลาเทศด้วย ปัจจุบันมีชาวท้องถิ่นที่ออกจากวิทยุชุมชน เนื่องจากวิทยุชุมชนมีความเป็นกันเอง เป็นพวกเดียวกับผู้ฟัง

ตอบสนองได้ถึงใจกว่า ปัญหาเดียวของวิทยุชุมชนคือ ไม่มีเงินสนับสนุน ถ้าวิทยุชุมชนเลือกทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ก็จะเป็นระบบความเสี่ยงสำคัญ ขณะที่คนฟังจะต้องไตร่ตรองอย่างรอบคอบ ทั้งนี้อยากให้อยอมรับความต่าง

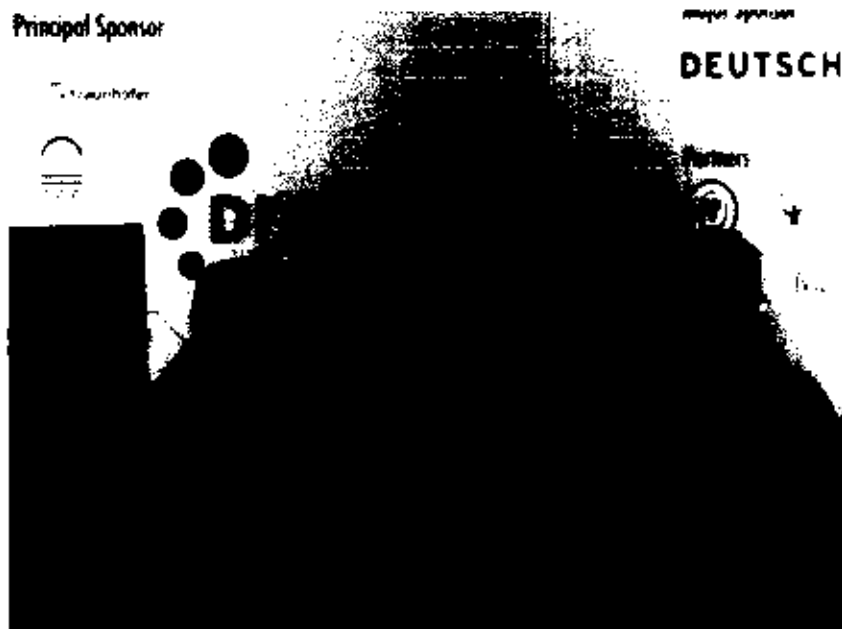


ที่ประชุมได้พูดคุยเกี่ยวกับเรื่องวิทยุ บทบาทในแง่บวกของการรายงานความขัดแย้ง บทบาทของวิทยุในเนปาล อธิบายข้อขัดแย้ง เหตุผลต่าง กับวิทยุ ข้อเสนอแนะเป็นแนวทางปฏิบัติ สิ่งที่ได้จากการรายงานความขัดแย้งในเนปาล คือ มนุษยชนในกลุ่มชน ความหลากหลายในวงกว้าง ขณะที่วิทยุมีแนวทางได้หรือไม่ ในการรายงานความรุนแรง ต้องหลีกเลี่ยงความเป็นพวกเขา พวกเขาไม่คาดการณ์และต้องเป็นกลางในมากที่สุด ห้ามตัดสินโดยเด็ดขาด สื่อต้องพัฒนา และกลับไปสู่จุดเริ่มต้น ก่อนจะพัฒนา เพื่อมองวัตถุประสงค์เดิมที่ก่อตั้ง

Dr. Michael McCluskey ,Chief Executive Officer, Radio Australia กล่าวว่ วิทยุมีหน้าที่ รายงานให้ประชาชนรับทราบความจริง รวมประชาชนเข้าด้วยกัน ท่ามกลางความขัดแย้ง และความแตกต่าง เราต้องทำความเข้าใจและต้องรู้ว่าเราออกอากาศได้แค่ไหน นั่นคือหน้าที่ของวิทยุ

Mr. Bryan Curtis ,Head of English Channel, RTHK, Hongkong กล่าวว่ในฮ่องกง มีวิทยุมากมาย ขณะที่ฮ่องกงปกครองหนึ่งเมืองสองระบบ อยู่ภายใต้การปกครองของจีน แต่ก็ไม่มีปัญหา คนฮ่องกงมีความเป็นชาตินิยม มีการแสดงออก ผู้คนน่ารัก เมืองสงบสุข จึงเป็นเหมือนเมืองพัฒนาแล้วทั่วไป ที่วิทยุไม่มีปัญหามากนัก

Mr.Neil Curry หัวหน้าฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก บีบีซี.ลอนดอน เคยทำงานในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หลายประเทศ ที่มีความขัดแย้ง เช่น ตอนกลางอินเดีย และประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย พบว่าประชาชนไม่ชอบฟังวิทยุของรัฐ เพราะสื่อต้องทำงานภายใต้นโยบายรัฐ วิทยุของรัฐมีระบบระเบียบ บางครั้งน่าเบื่อ และบางครั้งผู้ฟังมองว่าวิทยุของรัฐอยู่คนละข้างกับคนฟัง ผู้ฟังมีทางเลือกที่น่าสนใจหลากหลาย และสื่อของรัฐก็ไม่ได้ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นเมื่อมีวิทยุชุมชนที่ใกล้ชิดและตอบสนองประชาชนได้ตรงจุด ตรงใจกว่า ทำงานภายใต้ข้อเท็จจริง นำเสนอให้สนุกและน่าสนใจ



Changing management : Increasing Listenership among younger audiences การเพิ่มจำนวนผู้ฟังในกลุ่มวัยรุ่น

Ashok Ogra ,Director ,Apeejay Institute of Mass Communication ,New Delhi กล่าวว่า วิทยุในปัจจุบันเป็นมากกว่านำเสนอเพลง ข่าวและบันเทิง แต่ต้องเชื่อมโยงผู้ฟัง ในกลุ่มประชากรที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนฟังวัยรุ่น ที่จะเป็นคนฟังอนาคตที่เหนียวแน่น

Shashwati Goswami ,Associate Professor ,Indian statute of mass communication ,new Delhi กล่าวว่า สื่อปัจจุบันให้ความสำคัญกับบันเทิงมากกว่าความยากจน ดูแค่ผลผลิตทางการตลาดจนไม่ได้สนใจเด็ก ในโลกประชาธิปไตยเช่นนี้ เรายังตามหาความรับผิดชอบให้สื่อหันกลับมาดูแลเด็กด้วย

Nelson จาก Radio Australia กล่าวว่า การฟังวิทยุในเอเชียแปซิฟิก พบว่า ในเมืองที่ใหญ่ ๆ ของหลายประเทศ เวลาในการฟังของคนอายุน้อยมีน้อยด้วย ทั้งนี้อาจจะจากหน้าที่ เช่น ต้องเรียน

หนังสือ ต้องทำงาน ต้องทำกิจกรรมและที่สำคัญ คนเหล่านี้มีทางเลือกมากมาย เนื่องจากสามารถเข้าถึงสื่อใหม่ ๆ หรือนิวมีเดียได้มากกว่าคนรุ่นเก่า ระบบทัชสกรีน หรือวิทยุดิจิทัล น่าสนใจในกลุ่มวัยรุ่น เพราะเป็นเทคโนโลยีใหม่ แต่ก็ยังตอบสนองระบบเก่า วิทยุดิจิทัลสามารถบอกถึงเพลงที่รอลำดับเพลงที่จะเปิด รายการต่อไป สิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ระหว่างฟัง คนรุ่นใหม่ใช้โทรศัพท์มือถือเกือบทุกคนอยู่แล้ว นอกจากนั้นยังมีการเดินทางจอตีจอตอลกรณีสืบค้นคนโปรดจะมาออกอากาศ เป็นจุดดึงดูดอย่างดี

Mr.Binod C Agrawal ,Director,Taleem Research Foundation,New Delhi กล่าวว่า ในอินเดีย หลายคนคิดว่าการพัฒนาของวิทยุ เป็นเหมือนตัวแทนรัฐบาล จึงได้เกิดวิทยุเอกชนมากมาย ที่มาเป็นทางเลือกให้คนฟัง และวิทยุเอกชนก็ประสบความสำเร็จจากการตอบสนองของคนฟังแบบไม่น่าเบื่อ ขณะที่วิทยุของรัฐมักมีข่าวสารและรายการที่คนฟังเห็นว่าเป็นลาระเกินไป ต่อมาหลังปี ค.ศ. 1992 วิทยุสามารถปรับปรุงและครองพื้นที่สื่อ ผู้จัดปรับเปลี่ยนเป็นการนำเสนอเรื่องราวของวัยรุ่น เรื่องงาน สากลขึ้น บางสถานีมีความโดดเด่นเฉพาะ เช่น พุดเรื่องเฮดส์ ซึ่งดึงดูดวัยรุ่นบางกลุ่มได้ดี โดยกลุ่มวัยรุ่นที่ฟังวิทยุ มีทั้งกลุ่มวัฒนธรรม กลุ่มที่มีภูมิภาคน้อย ซึ่งส่วนใหญ่จะฟังตอนเช้า



Radio programming and station management (รายการวิทยุและการบริหารจัดการสถานี)

Ms.Jignesh จาก Non-Metro India กล่าวว่า ความยั่งยืนในรูปแบบของการถ่วงดุลระหว่างการแข่งขัน สิ่งที่น่าสนใจ ระหว่างวิทยุชุมชน หนทางสู่กระบวนการสร้างการเรียนรู้ โดยได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาของวิทยุชุมชน KSR ขณะที่วิทยุเชิงพาณิชย์เองก็ต้องแข่งขันกับวิทยุชุมชนและวิทยุของภาครัฐเช่นกัน ซึ่งวิทยุชุมชนในความหมายก็คือ เสี่ยงสำหรับผู้ไม่มีเสียงหรือผู้ด้อยโอกาส บริการกระจายเสียงเพื่อชุมชนและมวลชน แข่งขันในสิ่งที่น่าสนใจ เป็นการรวมกลุ่มของชุมชนโดยแท้จริง

เป็นการรวมกลุ่มของชุมชน เป็นสถาบันของชุมชน มีนักเรียนกว่า 2,500 คนและมหาวิทยาลัย และ
ประชากรครึ่งล้านเป็นแฟนรายการ มีระเบียบแบบแผนและการจับคู่ที่ลงตัว

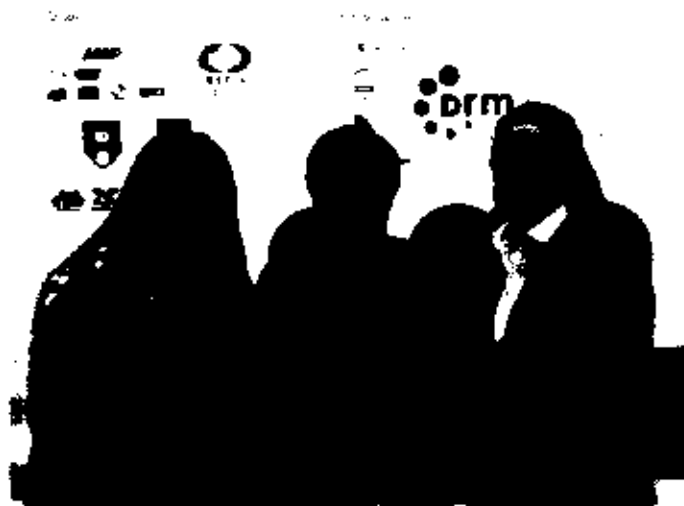
Mr.Amritendu Roy จาก Private FM กัลกัตตา กล่าวถึงวิทยุในยุคก่อน มักทำอะไรที่เป็น
แบบแผนคล้ายกัน เปลี่ยนจาก AM เป็น FM เพิ่มพื้นที่ครอบคลุม 80 เมือง เป็นคลื่นเพลงฮิต และดี
เจ.คุณภาพ ซึ่งเกือบทุกสถานีใช้ระบบฟอร์มนี้เหมือนกัน คนตรีที่ดีที่สุด สถานีที่ดีที่สุดของวัยรุ่น เป็น
สถานียอดนิยม สินค้าดีที่สุดที่ได้เลือกสรร โฆษณาต้องคัดแล้ว มีความเป็นสากลในภาษาท้องถิ่น
แต่หลังจากนั้น 5 ปีก็พบว่า ทุกสถานีเลียนแบบกัน เล่นเพลงเหมือนกัน รูปแบบเหมือนกัน โดยพบว่า
ระยะหลัง วิทยุทุกสถานีสนใจแต่วัยรุ่นอย่างเดียว ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดที่ว่า ควรจะมีอะไรที่แตกต่าง
โดยไม่เป็น CHR (Contemporary Hit Radio) หรือวิทยุร่วมสมัยที่ฮิตเหมือน ๆ กัน เกิดเป็นช่อง
เฉพาะที่เสนอแต่ข่าว หรืออื่น ๆ ที่เฉพาะ ในกลุ่มคนทั้งธรรมดา โดยอาจไม่นำเสนอเพลงหรือดนตรีใน
คลื่น หรืออาจจะเป็นสถานีเฉพาะคนตรียอดนิยม หรือกลุ่มเฉพาะอื่น ๆ ที่มีคนชอบกลุ่มหนึ่งได้
หรือไม่

Jignesh vasavada พูดถึงวิวัฒนาการของรายการวิทยุ ใน non metro ของอินเดีย ซึ่งจะนำ
ดนตรีท้องถิ่นมานำเสนอ โดยกล่าวว่า วิทยุเป็นเพียงจึงเกิด แพงเกินไปที่จะโฆษณา และนานกว่าจะ
สร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างความนิยม ทำได้ดีที่สุดคือการโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ ที่นี่จึงเป็น
จุดเริ่มต้นของความดึงความเป็นสากล มองมุมไป แต่พูดลอนดอน พูดอินเดียในความรู้สึกอังกฤษ ดู
บอลลิวูดแต่พูดฮอลลีวูด พบว่าได้รับความนิยมอย่างมาก โดยพบว่าโฆษณาในภาษาอังกฤษจะขาย
ดีกว่า เพลงอังกฤษดีกว่า เนื่องจากคนฟังเห็นว่าเป็นการยกระดับความเป็นสากล และที่สำคัญพบว่า
ดีเจพูดน้อย ๆ ดีกว่าดีเจที่พูดมาก ทักษะความสามารถพิเศษเป็นสิ่งสำคัญที่สุด สร้างความแตกต่าง
สร้างชื่อเสียงในท้องถิ่นอย่างยิ่ง เป็นการระดมสมองกลับอย่างไม่น่าเชื่อ ทักษะเป็นเรื่องธรรมดา ที่
เป็นธรรมชาติ โดยต้องเข้าใจคนอินเดียที่มีความเฉพาะคือ มีอาชีพเริ่มสาย ,การจับตอนปลายเป็น
เรื่องปกติ, การเสียเวลากับการขับรถเป็นเรื่องธรรมดา ,คนชอบพูดและฟังอย่างอดทน ,คนแสดง
ความรู้สึกง่าย ,ชอบมุงดูเมื่อเกิดเหตุการณ์ ,ดนตรีเป็นเรื่องเฉพาะ,ศาสนาเป็นกฎ ,คนฟังเพื่อล่า
รางวัล,คนฟังนานกว่า ,เทคโนโลยียอดเยี่ยม

Mark nielson สัมภาษณ์ผู้ฟัง 11 เมืองรวมทั้งกรุงเทพมหานครด้วย พบว่าวิทยุเข้าถึง
ประชาชนต่อสัปดาห์ ในแอฟริกาใต้ คนฟังวิทยุมากที่สุด เทคโนโลยีเข้าถึงสื่อวิทยุ และพบว่าคนฟัง
คนฟังจากมือถือมากขึ้น

Shailendra Nigam ,Vice-President Techno Media ,India กล่าวระหว่างปี ค.ศ.2008-
2009 คนฟังเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และเป็นชายร้อยละ 70 ส่วนใหญ่ชอบฟังเพลงอินเดียและเพลงฮินดีป๊อป
ระยะเวลาที่ผ่านไป ได้เพิ่มวิทยุ FM จำนวนมาก และพบว่าในอินเดียคนชอบฟังเพลงจาก
ภาพยนตร์อย่างมากรวมทั้งเพลงฮินดี ผู้ฟังวัยรุ่นจะสนใจบันเทิงมากกว่าสาระ

Dr.Kanchan K Malik กล่าวว่า การปรับตัวเข้าหากลุ่มวัยรุ่นเป็นสิ่งที่วิทยุต้องทำ เนื่องจากเป็นกลุ่มคนฟังขนาดใหญ่ที่สามารถพัฒนาเป็นแฟนรายการที่เหนียวแน่นในอนาคต ขณะที่มองว่าวิทยุจะไม่ได้รับการสนับสนุนอีกต่อไป เนื่องจากรัฐไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร ความต้องการอยู่ภายใต้สถานการณ์แต่ละสถานการณ์ไปเท่านั้น จึงจำเป็นต้องปรับตัวให้ออกอากาศเป็น Good Radio ทำรูปแบบใหม่ มีความหมายในการออกอากาศ บรรณาธิการก่อนออกอากาศ คัดสรรเพลงดนตรี ผสมผสานเข้าด้วยกันให้น่าสนใจ หากเล่นแต่เพลง และดนตรีโดยไม่มีการเล่นกรอง เด็กฟังแล้วก็ทำตาม หากดีก็ดี หากไม่ดี วิทยุควรมีความรับผิดชอบมากกว่าที่เคย ขอให้พัฒนาอย่างชาญฉลาด สร้างสรรค์ มีอาชีพ มอบโอกาสให้คนฟังอื่น ๆ ถ่วงน้ำหนักระหว่างบันเทิงและประชาธิปไตย สร้างความมีส่วนร่วม และการตอบสนองระหว่างวิทยุกับผู้ฟัง



การทำตลาด และการขายในโลกดิจิทัล

เนื่องจากการติดต่อสื่อสาร ในปัจจุบัน มีมากมาย คนมี Face Book อีเมลล์ สามารถสืบค้นได้จากเว็บไซต์ต่าง ๆ ทั้ง Google ,ping ,wikipedia เป็นต้น วิทยุเป็นเหมือนโรงภาพยนตร์ในดวงใจ สามารถบรรยายสร้างมโนภาพ ดังนั้นเราต้องขายความต่าง วิทยุดิจิทัลเป็นทางออกสำหรับวิทยุในอนาคต คนที่ถูกค้าเชือถือ มีทั้งครอบครัว เพื่อน สื่อผ่านระบบออนไลน์และสื่อที่มาจากแหล่งอื่น โดยเปรียบเทียบว่า Bought + Own =Earn (ซื้อ +เป็นเจ้าของ = หาได้)

วิทยุในอนาคตจะต้องเป็นนิวมิตีเดีย ตามเทรนด์ของเทคโนโลยีเนื่องจากคนฟังมองไม่เห็นและส่วนใหญ่ใช้อินเตอร์เน็ต การส่งกระจายเสียงผ่านมือถือเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่น่าสนใจ ปัจจุบันมีคนใช้ส่วนใหญ่ สืบค้นคนใช้ในเนเธอร์แลนด์ นับเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่

Kalinga athulathmudali จากศรีลังกา กล่าวว่า การจัดการรายการแนวคิดใหม่ หยุคความแตกต่างด้านภาษา แบ่งปันประสบการณ์ และความรู้ ตอบคำถามที่ผู้ฟังสงสัย สนับสนุนชุมชน และบอกกล่าวถึงการพัฒนาทางเทคโนโลยี เทคนิคต่างๆ เข้าถึงในทุกสื่อที่ผู้ฟังรับได้ ทั้ง เอสเอ็มเอส,อีเมลล์ ,สไกป์ ,โทรศัพท์มือถือ,บลูทูธ ,ไอจูน และดาวเนทโหดผ่านเว็บไซต์ มีเว็บแชท สำหรับให้

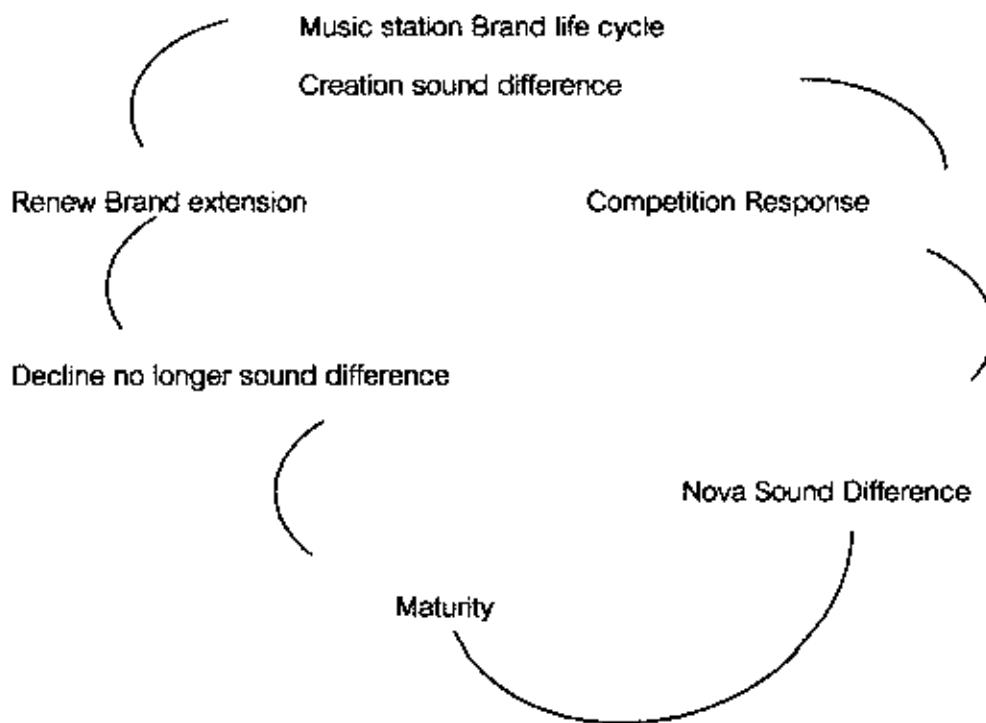
ผู้ฟังสะท้อนความคิดเห็นและความต้องการ เพียงระยะเวลาสองปีที่ดำเนินการพบว่าประชาชนดาวนโหดกว่าสองหมื่นครั้ง ขณะที่รายการหนึ่งมีผู้คลิกเข้ามาชมหรือฟังมากกว่าตามร้อยละ การดำเนินการดังกล่าวผ่านสื่อที่เปิดทั้งหมด ใช้ฟรีซอฟต์แวร์ที่เปิดให้ ส่งผลให้ได้รับรางวัลระดับโลก

ที่ประชุมได้พูดถึง convergence media หรือการรวมสื่อ เพื่อลดต้นทุน เพื่อความสะดวกเพื่อการเข้าถึงลูกค้า กลุ่มคนฟังได้กว้างขวางกว่าเดิม เพื่อตอบสนองเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อการตอบสนองสองทางระหว่างผู้จัดกับผู้ฟัง

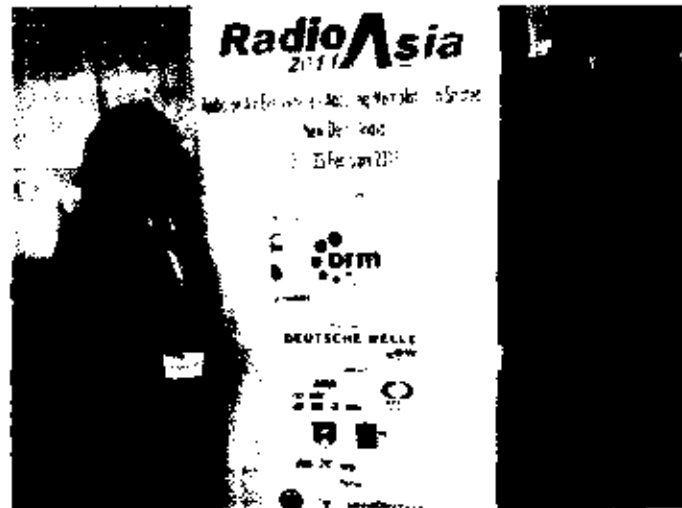
Amarendra srivastava กล่าวว่า การรวมสื่อเพื่อรวมการพัฒนาเข้าด้วยกัน โดยยกตัวอย่างในประเทศอินเดีย ประชากร 1.2 ล้านล้านคน มีมือถือ 700 ล้านเครื่อง ในจำนวนนี้ดูทีวี 150 ล้านคน ฟังวิทยุ 120 ล้านคน และเล่นอินเทอร์เน็ต 50 ล้านคน โดยลักษณะเฉพาะของคนอินเดีย คือ ชอบอะไรที่ต้นทุนต่ำ ไม่รู้หนังสือ ชอบความเป็นชุมชน ต่อมาในศตวรรษที่ 21 สังคมเปลี่ยนเป็นยุคข้อมูลข่าวสาร ทำอย่างไรจะรวบรวมคนฟัง เป็นโจทย์ที่ยาก แต่ที่ยากยิ่งกว่าคือ ทำอย่างไรจะรวบรวมหัวข้อที่น่าสนใจมาออกอากาศมากกว่า โดยกล่าวว่า วิทยุทำงานคล้ายผู้คุมเกม น่าสนใจกว่าและเป็นปัจจุบัน รวมคนฟังให้เป็นหนึ่งเดียว ทั้งนี้การรวมสื่อและโครงสร้างพื้นฐาน ต้องตอบสนองประชาชน กระบวนการ สินค้า เครื่องมือ เทคโนโลยี การขนส่งและอื่น ๆ

ทำอย่างไรจึงจะอยู่อันดับสูงสุดของตลาด

Mr. Steve Ahem ,Australia กล่าวว่า แบบฟอร์มเดิมของวิทยุ คือ คนฟัง การจัดรายการและดนตรี แต่เนื่องจากออสเตรเลียมีสถานีเพลงจำนวนมาก รวมทั้งรายการทอล์ค จิตนีย์เรดิโอจึงมีแนวคิดว่าจะทำรายการที่แตกต่าง เพื่อหาส่วนแบ่งตลาดใหม่ โดยมีการสำรวจเพื่อหาลูกค้า โดยมีวงจรคือ



Jake Abdula จากอินโดนีเซีย กล่าวว่า ควรเปิดเพลงผ่านวิทยุ ในสิ่งที่คนฟังอยากฟัง เปิดเพลงที่ดีที่สุด ทำวิจัยผู้ฟังตลอดเวลา การมีสื่อออนไลน์จะสามารถสะท้อนความต้องการของคนฟัง ได้ทันที ลองศึกษาจากรายการดนตรีทางโทรทัศน์ที่มีการเปิดเพลงตามคำขอที่พบว่าเป็นที่นิยมในขณะนี้ เปลี่ยนแปลงโดยให้คนฟังเป็นผู้จัดรายการ หรือมีส่วนร่วมในการส่งกระจายเสียง ทำให้เหมือนเรียลลิตี้โชว์ ใช้การสื่อสารทุกทางเพื่อเอาใจคนฟัง



Radio broadcaster' case study กรณีศึกษาของรายการวิทยุที่ออกอากาศ

ดำเนินรายการโดย Dr.Michael McCluskey ,Chief Executive Officer,ABC Radio Australia

Mr.Tomohiro Kato ,Senior Program Direator ,Radio Program Center,NHK,Japan ยกตัวอย่างรายการ ของ Shibu Maga z ซึ่งเข้าตรงกลุ่มเป้าหมายผู้ฟังวัยรุ่น โดยกล่าวว่า รายการของเราเป็นรูปแบบนิตยสารทางอากาศ ออกแบบมาเพื่อคนฟังกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา นักเรียน โดยมีการเปิดตัวตามมหาวิทยาลัย สถานศึกษาต่างๆ มีแฟนคลับ โดยไม่ละเลยวัฒนธรรมญี่ปุ่น ออกอากาศในมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะช่วงพักรับประทานอาหารกลางวันเพื่อให้เด็กเหล่านั้นร่วมเป็นนักข่าวอาสา และเป็นเครือข่าย ให้เด็ก ๆ ได้เรียนรู้ความสนุกในการจัดรายการวิทยุ ร่วมทำรายการ โดยบางรายการที่เหมาะสมกับเด็กอาจมีความยาวไม่มากนัก อาจจะเป็นรูปแบบละคร วาไรตี้ หรือสารคดี ไม่เจาะจงเฉพาะ ทำรายการให้เหมือนปะหมี่ถึงสำเร็จรูป แต่ชงในน้ำร้อน ก็ทานได้ไม่เกิน

สามนาที่ เด็ก ๆ ก็ชอบและอยากมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้เด็ก ๆ มาร่วมจัดรายการ โทรทัศน์ร่วมรายการ จัดหารางวัลล่อใจ และมีกิจกรรมร่วมกันเป็นระยะ



Ishwar Singh Mehka, Director, Broadcast Engineering Consultants India Ltd(BECIL), India กล่าวว่า เทคโนโลยีและการแสวงหากำไรเชิงพาณิชย์ ทำให้วิทยุต้องปรับเปลี่ยนเนื้อหา ทั้งนี้อะไรคือสิ่งที่คนต้องการฟัง ปัจจุบันวิทยุตั้งเดิมออกอากาศภายใต้กฎเกณฑ์ ในกลุ่มคนฟังเดิม วิทยุพาณิชย์ไม่เพียงเติมเต็มให้กลุ่มคนฟังที่ต้องการ แต่ประสบความสำเร็จในธุรกิจด้วย เนื่องจากเขาต้องออกอากาศเพื่อการค้า ต้องคุ้มค่าที่สุดและเป็นไปตามความต้องการของคนฟังมากที่สุด การออกอากาศที่มีเวลามากกว่าและเงินทุนสนับสนุนที่คิดว่า ย่อมได้คนฟังที่ดีกว่า

ขณะนี้เราจำเป็นหรือยังสำหรับการเป็นวิทยุดิจิทัล สัญญาณดิจิทัลจะมั่นคงและแรงกว่าระบบ Analog และสามารถเชื่อมโยงระยะไกล แม้จะมีทรานสมิตเตอร์กำลังอ่อน ระบบดิจิทัลใช้ Code Multi Modulation ซึ่งสามารถเข้าถึงมือถือ รถและอื่น ๆ ซึ่งจะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เป็นเทคโนโลยีที่น่าสนใจอย่างมาก

National and International Radio

ที่ประชุมกล่าวถึงความจำเป็นในการเป็นวิทยุดิจิทัล เพราะมีพลังมากกว่า มีระยะคลื่นที่กว้างกว่า ให้ทางเลือกที่ดีกว่าสำหรับคนฟัง ให้ข้อมูลเยอะกว่า เสียงเคลียร์ ปราศจาก Noise รบกวน โดยที่ผ่านมาระบบ Analog ปัญหาเยอะ

ข้อเสนอแนะจากการเข้าร่วมประชุม

1. ควรมีการตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษาเรื่องวิทยุ DRM หรือ Digital Radio Mondiale เนื่องจากแนวโน้มของวิทยุโลกกำลังเปลี่ยนแปลง เพื่อแสวงหาความอยู่รอดของตัวเองและปรับตัวให้เข้ากับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยี เนื่องจากวิทยุ DRM สามารถตอบโจทย์ของการดำเนินวิทยุได้มากกว่าระบบ Analog เดิมที่มีเสียง Noise รมกวน และการเกิดคลื่นแทรกต่าง ๆ รวมทั้งความทันสมัยและสร้างความจดจำในกลุ่มคนฟัง ซึ่งไม่ต้องจดจำคลื่นอีกต่อไป เพียงจำชื่อสถานีก็สามารถค้นหาได้และกลับมาฟังได้อีกจากทุกมุมโลก โดยเฉพาะในพื้นที่เท่านั้น
2. สถานีวิทยุต่าง ๆ ควรแปลงคลื่นหรือหารูปแบบรายการที่เป็นตลาดเฉพาะที่มีในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดกลุ่มคนฟังที่เป็นกลุ่มเฉพาะ ซึ่งสามารถวัดผลได้ง่ายกว่าการเหวี่ยงแหกระจายเสียงเพื่อมุ่งคนฟังทุกกลุ่ม
3. เมื่อเข้าสู่ระบบ DRM หมายความว่าวิทยุต้องมีการชอกอากาศในลักษณะสากลมากขึ้น อาจจะมีรายการที่ออกอากาศภาษาอังกฤษ โดยเริ่มบางรายการ เพื่อรองรับความเป็นสากลที่หลายประเทศในโลกได้เริ่มทำแล้ว
4. จากการยกตัวอย่างโดยนำผลงานของหลายประเทศที่ส่งสารคดีเข้าประกวดได้รางวัลวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยควรมีการเก็บข้อมูลการจัดทำข่าวหรือรายงานพิเศษ หรือรายการ และนำไปดัดแปลงแปลภาษาส่งประกวด เพื่อสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งนี้ควรมีการอบรมให้ความรู้กับผู้ปฏิบัติ ทั้งเรื่องเทคนิคการจัดรายการ การทำรายงานพิเศษและการติดต่อ เพื่อความสมบูรณ์ของชิ้นงานและเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
5. ควรมีการศึกษารูปแบบของวิทยุชุมชนที่สามารถสร้างกลุ่มแฟนรายการเป็นกลุ่มเฉพาะโดยไม่อาจมองข้ามได้ และหากกรณีศึกษาของวิทยุชุมชนเหล่านั้นเพื่อนำมาปรับกระบวนการทำงานในฐานะสื่อรัฐ ให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล แต่เข้าถึงประชาชน เพื่อจะได้ไม่เสียฐานผู้ฟังเดิมที่ค่อย ๆ หายไปกับวิทยุชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งหากเสียฐานคนฟังไป ก็หมายถึงการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของภาครัฐจะไม่ถึงประชาชนอย่างแท้จริง
6. ควรมีการตั้งคณะทำงานศึกษาเรื่องนิวมีเดีย ทั้งอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และอื่น ๆ เพื่อความเท่าทันเทคโนโลยี
7. ผลสำรวจของ Mark Neilsen ที่พบว่าคนอายุ 18 ปีขึ้นไป ฟังวิทยุมากที่สุด และส่วนใหญ่จะฟังในรถยนต์ขณะขับกลับบ้านหรือออกไปทำงาน โดยผลสำรวจพบว่าวัยรุ่นชอบฟังวิทยุผ่าน

- มือถือและอินเตอร์เน็ตด้วย เป็นสัญญาณแสดงว่า คนฟังวิทยุนี้ลดลง เนื่องจากมีสื่อหลากหลายเป็นทางเลือก ซึ่งต้องเร่งหาทางเพื่อเข้าถึงตลาดดังกล่าวและมุ่งเน้นเป็นพิเศษ
8. ควรมีการตั้งทีมที่สามารถนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ โดยอาจจะมีผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา 1 คน ผู้ปฏิบัติงานจริงในสายงาน ช่าง ช่างและรายการอย่างละคน เพื่อเข้าร่วมประชุม ในครั้งต่อไป เพื่อนำสิ่งที่ได้จากการประชุมมาขยายผลในวงกว้าง เนื่องจากมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่ไม่เหมือนกัน
 9. ควรมีการอบรมให้ความรู้ภาษาอังกฤษให้แก่เจ้าหน้าที่เพิ่มขึ้น เพื่อพัฒนาศักยภาพสู่ความเป็นสากล เนื่องจากการในอนาคตจะต้องมีการเชื่อมโยงเครือข่าย และกันมากกว่าเดิม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและกรุณานำเรียน อปต. ผอ.สปค.และ ผอ.สปข. 3 ทราบด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ที่ นร.๐๒๐๗.๒๑/ 155

นางสาววันดี รุ่งแสง

(นางสาววันดี รุ่งแสง)

นักสื่อสารมวลชน(ชำนาญการ)

ต.จ.เชียงใหม่

เรียน ผอ.สปค.3 จ.น.เชียงใหม่

เพื่อโปรดทราบเรื่อง

นร ๐๒๐๗

(Signature)

(นายชรรองที่ สมจิตต์)
ต.จ.เชียงใหม่

๑ ส.ค.๕๗

เรียน ผอ.สปค.3

เพื่อโปรดทราบ

เรื่อง...

๐๒๐๗, ๒๐๗.๒๑/๒๑

✓

น.เชียงใหม่

๑ ส.ค.๕๗

๕

- 3๒๓๓๓๓ ๒๐๗.๒๑/๒๑

- นร/๒๐๗.๒๑/๒๑
๒๐๗.๒๑
๑๕๐๕๗

๒๕๕๗
๑ ส.ค. ๒๕๕๗