

การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม*

ADAPTATION OF RADIO BROADCASTING MEDIA TO LEAD TO A NEW MEDIA IN THE ERA OF MEDIA INTEGRATION: A CASE STUDY OF A COMMUNITY RADIO STATION IN NAKHON PATHOM PROVINCE

พนม วรรณศิริ* และ ชนณเกษม โคตรบัว

Phanom Wannasiri and Chanakasem Khotbua

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Bangkok Thonburi University, Thailand

*Corresponding author E-mail: panom855@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียง 2) รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านเนื้อหา และ 3) รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางการบริหารจัดการองค์การสื่อ ซึ่งนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรที่ทำงานในสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม ที่มีสิทธิในการประกอบกิจการ จำนวน 8 สถานี เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากบุคลากรตำแหน่งต่าง ๆ ด้วยสัดส่วนที่เท่ากัน สถานีละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 80 คน เครื่องมือที่ใช้วิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สเปียร์แมน แปลความหมายตามเกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบอย่างสูงต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียง คือ ปัจจัยด้านนโยบายการบริหารจัดการงบประมาณ องค์กร พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไปและกฎหมาย 2) รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านเนื้อหา คือ การปรับเปลี่ยน ช่องทางใหม่ การแสดงความคิดเห็น (comment) การเข้ามาพูดคุยผ่านช่องทางออนไลน์ การเผยแพร่ทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น Facebook Youtube Tiktok หรือการเปิด Podcast มีเนื้อหาใหม่ เนื้อหาภาพ (video content) ผ่านการถ่ายทอดสด (live) และ 3) รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางการบริหารจัดการองค์การสื่อของสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม คือ การลดจำนวนบุคลากร เพื่อลดต้นทุนการผลิต การลดทีมงานและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถทำงานได้หลากหลาย การปรับโครงสร้างองค์กร การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด การปรับเปลี่ยนทางลงทุนเพิ่มทางเทคโนโลยี

คำสำคัญ: การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียง, การบริหารจัดการองค์การสื่อ, สื่อใหม่, ยุคหลอมรวมสื่อ, สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม



Abstract

This research article aims to study 1) factors affecting radio broadcasting media adaptation, 2) forms of content adaptation of radio broadcasting media, and 3) forms of radio broadcasting media adaptation. in the management of media organizations which leads to a new media in the era of media convergence A Case Study of a Community Radio Station in Nakhon Pathom Province is a quantitative research The sample group was personnel working at a community radio station in Nakhon Pathom Province. with the right to operate a business, amounting to 8 stations, selected by purposive sampling From personnel in different positions with equal proportions, 10 people per station, a total of 80 people Research tools as a questionnaire The statistics used in the research were the mean value, the deviation of the gauge. correlation coefficient using Spearman coefficient statistics Interpret the meaning according to the criterion for dividing the mean score. The results of the study revealed that 1) The factors that highly affect the adaptation of radio broadcasting media are management policies, budgets, organizations, changes in listening behavior of listeners, and laws; The content of the radio broadcasting media is the addition of new channels, commenting, and talking through online channels. Publishing via social media (Social Media) such as Facebook, Youtube, Tiktok or opening a podcast with new content, video content through live broadcasts (live) and 3) the form of adaptation of radio broadcasting media. The management of the community radio station's media organization in Nakhon Pathom Province is to reduce the number of personnel. to reduce production costs Reducing the team and developing the potential of personnel to be able to work in a variety of ways. organizational restructuring marketing strategy building Adjustment of additional investment in technology

Keywords: Adaptation of Radio Broadcasting Media, Media Organization Management, New Media, Media Convergence Era, Community Radio Station in Nakhon Pathom Province

บทนำ

พัฒนาการของสื่อสารมวลชนในสถานการณ์ปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นอย่างมากมายมหาศาล เนื่องจากผลกระทบของเทคโนโลยีและสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้คน Marshall McLuhan (Burnett, R. & Marshall, 2003) นักวิชาการทางด้านสื่อสารมวลชนแคนาดา นักคิดสำนักการสื่อสารจากโทรอนโต ได้เสนอว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถส่งผลทำให้สังคมเปลี่ยนได้ ช่วยให้ประสบการณ์ของมนุษย์แผ่ขยายกว้างออกไป ขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (Extension of experience) ในขณะเดียวกันความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวกลับส่งผลกระทบต่อสื่อเอง โดยเฉพาะองค์การสื่อการมีหรือไม่มีของสื่อบางประเภทที่ต้องปิดตัวลงไปอย่างถาวรหรือเปลี่ยนแปลง สื่อเก่าถูกแทนที่ สื่อกระแสหลักที่เคยครองความนิยมมาอย่างยาวนานต้องตกอยู่ในสภาพขาลงและมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีสื่อใหม่ในนาม สื่อออนไลน์ เข้ามาแทนที่ ซึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมา สื่อสิ่งพิมพ์ กลายเป็นสื่อประเภทแรกทีลดจำนวนลงอย่างน่าใจหาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อประเภทยุติสารต่างออกมาประกาศปิดตัวและทิ้งภาพความรุ่งเรืองครั้งเก่าให้เหลือไว้เป็นเพียงตำนาน ซึ่งสาเหตุหลักของปรากฏการณ์เหล่านี้ ได้รับการประเมินว่าเป็นผลมาจากการที่ผู้ประกอบการเหล่านี้ไม่สามารถแบกรับภาระขาดทุนที่สะสมพอกพูนเพิ่มขึ้นได้ ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวเรียกได้ว่า “การเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน” (Digital Disruption)

สื่อเก่า ทั้งนิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ หรือแม้แต่ สื่อวิทยุ ต้องจัดวางหรือดัดแปลงค้นหาเส้นทางใหม่เพื่อความอยู่รอด สื่อวิทยุกระจายเสียงนับว่าเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตทางสังคม ซึ่งสามารถกระจายข่าวสารออกไปสู่สาธารณชนอย่างทั่วถึง แม้ว่าจะเป็นชุมชนที่อยู่ในระยะทางไกล หากพิจารณาจากมูลค่าการโฆษณาในสื่อวิทยุกระจายเสียง ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา (2552 - 2561) สื่อวิทยุกระจายเสียงประสบปัญหาต่าง ๆ ทำให้รายได้จากธุรกิจลดลงอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณาข้อมูลจากรายงานของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. มูลค่าตลาดโฆษณาโดยรวมของตลาดวิทยุ FM ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่เก็บข้อมูลโดย Nielsen พบว่า ในปี พ.ศ. 2557 มูลค่าตลาดโฆษณารวมทั้งปีอยู่ที่ 5,609.39 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2556 ที่มีมูลค่ารวมอยู่ที่ 6,319.63 ล้านบาท ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2557 มีเหตุการณ์รัฐประหารในประเทศไทย ทำให้มีผลกระทบต่อรายได้ของทั้งวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงที่รัฐใช้เป็นช่องทางการสื่อสาร จึงเป็นปีที่มูลค่าโฆษณา ตลาดวิทยุ FM ลดลงมาก แต่เริ่มฟื้นตัวขึ้นมาเล็กน้อยในปี พ.ศ. 2558 โดยมีมูลค่าโฆษณารวม 5,675.43 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2560 มูลค่าโฆษณาตลาดวิทยุ FM ลดลงอย่างต่อเนื่อง และเริ่มกลับมามีมูลค่า เพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2561 โดยมีมูลค่ารวม 4,801.54 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 7.27% จากปี 2560 ทิศทางมูลค่าโฆษณาที่เพิ่มขึ้นนี้มีสาเหตุหลักมาจากการที่ธุรกิจวิทยุเริ่มมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ทางเทคโนโลยีที่เข้าสู่ วิทยุออนไลน์ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2562) โดยสรุปจากข้อมูลดังกล่าว ปัจจุบันสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียง ได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็น วิทยุออนไลน์ ซึ่งมีรูปแบบและลักษณะที่ไม่เหมือนกับวิทยุกระจายเสียงมีความแตกต่างหลากหลาย อย่างไรก็ตามมีความเหมือนซึ่งเป็นหลักสำคัญของวิทยุกระจายเสียงคือ “เสียง” การเป็นสื่อที่ผู้รับสารสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเสียงและผู้ส่งสารต้องใช้เสียงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งในปัจจุบันการเป็น วิทยุออนไลน์ เป็นสื่อสมัยใหม่ที่อยู่ใน Platform รูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ซึ่งได้กลายเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่สร้างผลกระทบทางวัฒนธรรมอย่างมาก และดำรงตนอยู่ในฐานะเครื่องมือสื่อสารซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแบบบูรณาการ เพื่อเชื่อมโยงเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง สังคมและวัฒนธรรม (ณัฐดนัย ไค่นุ่นภา และพนิดา จงสุขสมสกุล, 2563)

ทั้งนี้ สื่อใหม่ คือ สื่อที่นำภาพ เสียงและข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อเก่ามารวมกับสื่อในระบบเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านระบบเครือข่ายกลายเป็นสื่อแบบประสม (multimedia) (Burnett, R. & Marshall, 2003) ในการศึกษาของ สุณิสา เมืองแก้ว และธีรภัทร วรรณฤมล พบว่า การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ วิทยุกระจายเสียงมิได้เป็นเพียงการให้บริการผ่านคลื่นวิทยุดังเช่นอดีตที่ผ่านมา แต่มีการปรับตัวเพื่อประยุกต์ใช้สื่อใหม่ในการนำเสนอมากขึ้นจากวิทยุที่กระจายเสียงผ่านคลื่นในช่องทางออนแอร์ (on air) ไปสู่การกระจายเสียงและภาพ ผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่ในช่องทางออนไลน์ (on line) ควบคู่กันไปในลักษณะการหลอมรวมสื่อ ซึ่งถือเป็นทางเลือก ทางรอดของสื่อวิทยุในยุคปัจจุบัน ซึ่งการหลอมรวมสื่อนี้เป็นการผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารทุกอย่างทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ การผสมผสานระหว่างสื่อดิจิทัลด้วยกัน รวมถึงการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มพลังของการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพสูงสุดทำให้เส้นแบ่งระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้พังทลายลงไปในอดีตรายการวิทยุถือว่า เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา อุตสาหกรรมบันเทิงไทยที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ และส่วนหนึ่งของการ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สุณิสา เมืองแก้วและธีรภัทร วรรณฤมล, 2562) ถือว่าเป็นองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาประเทศ การดำเนินของหน่วยงานทั้งราชการและเอกชนจึงต้องมีการบุคลากรผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านรายการวิทยุออนไลน์ เป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาดังกล่าว รายการวิทยุออนไลน์ จึงนับได้ว่าเป็นวิชาชีพที่ได้รับความนิยมขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลให้รายการวิทยุออนไลน์ ในประเทศไทยมีมูลค่าการตลาดสูงนับพันล้านบาท



ต่อปี สื่อวิทยุกระจายเสียง หากพิจารณาจากประวัติศาสตร์สื่อสารมวลชนในประเทศไทยไปจนถึงแนวทางการพัฒนาประเทศ สื่อวิทยุกระจายเสียง คือ เครื่องมือที่เป็นกลไกหนึ่งในการใช้ในการพัฒนาประเทศด้วยความที่มีราคาถูกและสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มากและง่าย ประกอบในอดีตกับบริบทเชิงพื้นที่ในประเทศไทย สัญญาณการสื่อสารจากสื่อประเภทอื่น ๆ โดยเฉพาะสัญญาณภาพยังไม่สามารถเข้าไปได้อย่างทั่วถึง หน้าที่ในการเป็นสื่อสารมวลชนที่สามารถถ่ายทอด ทั้งข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการให้ความรู้ความบันเทิงจึงเป็นบทบาทที่สำคัญที่สุดของสื่อวิทยุกระจายเสียง (สมสุข หินวิมาน, 2561) นอกจากนี้ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีการขยายตัวแบบก้าวกระโดด โดยเฉพาะสื่อกระแสรอง เช่น วิทยุชุมชน และความเป็นเจ้าของสื่อเองที่เพิ่มจำนวนขึ้นจนสามารถครอบคลุมพื้นที่การกระจายเสียงได้ทั่วประเทศ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550) อย่างไรก็ตามเมื่อเกิดสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน Digital Media Disruption สถานการณ์ของสถานีวิทยุชุมชนเกิดสถานการณ์การถดถอยลง มีการประกาศขายคลื่นสถานีวิทยุชุมชนกันเป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีรายใดสนใจเข้ามาซื้อกิจการเพื่อลงทุนต่อ อีกทั้ง การซื้อคลื่นวิทยุชุมชนไม่สามารถโอนได้ เพราะการทำธุรกรรมเจ้าของเดิมต้องร่วมด้วย ยิ่งไปกว่านั้นในปัจจุบันสถานีวิทยุชุมชนมีราคาไม่สูงนัก เกิดสถานการณ์การคืนคลื่นสถานีวิทยุชุมชนให้กับ กสทช.ไปจำนวนหลายคลื่น อย่างไรก็ตามยังมีสถานีวิทยุชุมชนที่สามารถเอาตัวรอดได้จากสถานการณ์ดังกล่าว โดยการปรับกลยุทธ์ ปรับตัว ลดค่าใช้จ่ายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ รวมถึงการลดงบประมาณในการบริหารจัดการ และการปรับตัวให้เข้าสู่ยุคหลอมรวมสื่อ การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม จึงเป็นงานวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาแนวทางการเปลี่ยนแปลงของลักษณะของการนำเสนอสัญญาณเสียงออกอากาศโดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางหรือ สื่อวิทยุออนไลน์ เป็นการติดต่อสื่อสารได้สองทาง ผู้ฟังสามารถตอบโต้กลับได้ทันที นอกจากนี้การเผยแพร่แม้ว่าจะเป็นการสื่อสารด้วยเสียงเป็นหลักแต่มีการนำเสนอภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวเพื่อประกอบการนำเสนอ รวมไปถึงช่องทางในการรับสารอาจไม่ใช่ วิทยุกระจายเสียงหรือเครื่องเสียงอีกต่อไปแต่เป็น โทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต ซึ่งเป็นลักษณะการหลอมรวมสื่อ (สุภารักษ์ จูตระกูล, 2557)

ดังนั้น สถานีวิทยุกระจายเสียงไม่ว่าจะเป็นทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน ต่างมีความพยายามที่จะก้าวให้ทันต่อเทคโนโลยีและรักษาสถานภาพความอยู่รอดของตนเอง เช่นเดียวกับ สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม และการเป็นผู้ฟังที่เหนียวแน่นเป็นแฟนคลับที่ยังคงติดตามอยู่แม้จะเปลี่ยนแปลงเครื่องมือหรือกลไกที่อยู่ในการรับฟัง และในการดำรงอยู่ของสื่อวิทยุกระจายเสียงต่อไปในยุคของการหลอมรวมสื่อ จึงกลายเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจ สถานีวิทยุชุมชนที่แม้จะมีปัญหาเรื่องงบประมาณไปจนถึงการก้าวไม่ทันความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยเฉพาะกรณีศึกษาของผู้วิจัยที่เป็น สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐมที่แม้จะมีความเข้มแข็งด้านเนื้อหา แต่จะมีการปรับตัวอย่างไรบนเงื่อนไขของสถานการณ์แตกต่างกัน

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจที่จะศึกษา การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงประโยชน์ในเชิงวิชาการให้แก่ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการเป็นวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ของสื่อสาร ารณะ เช่น สถานีวิทยุชุมชน สถานีวิทยุขององค์กร เช่น มหาวิทยาลัย วัด หรือโรงเรียน เป็นต้น และสามารถเป็นต้นแบบและเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าทางด้านรายการวิทยุออนไลน์ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีปัจจุบันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษารูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านเนื้อหาเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษารูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านการบริหารจัดการองค์การสื่อเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียง รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษาสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม ความคาดหวังของสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐมต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ บุคลากรที่ทำงานในสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วยผู้อำนวยการสถานี เจ้าหน้าที่เทคนิค เจ้าหน้าที่รายการ เจ้าหน้าที่ธุรการ ผู้ประกอบการสถานี ผู้รับใบอนุญาต ผู้จัดการรายการ ผู้ดำเนินรายการ อาสาสมัครจัดรายการวิทยุ นักวิชาการด้านวิทยุชุมชน ภายในจังหวัดนครปฐม ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จากบุคลากรที่ทำงานในสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีสิทธิในการประกอบกิจการ จำนวน 8 สถานี ประกอบด้วย 1) สถานีวิทยุพระพุทธศาสนา สำนัก ปฏิบัติธรรมเอี่ยมอินทร์ (FM 87.70 MHz) 2) สถานีวิทยุชุมชน TC GROUP ร่วมใจ 2 (FM 95.25 MHz) 3) สถานีวิทยุชุมชนเสียงธรรมลำพญา (FM 99.00 MHz) 4) สถานีวิทยุชุมชนพระพุทธศาสนาปรีชาธรรม (FM 95.25 MHz) 5) สถานีวิทยุชุมชนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน (FM 98.75 MHz) 6) สถานีวิทยุชุมชนจูนเรดิโอ (FM 97.75 MHz) 7) สถานีวิทยุชุมชนวิทยุศาลาเรดิโอ (FM 90.75 MHz) และ 8) สถานีวิทยุชุมชนสคูเลเวฟ (FM 107.50 MHz) ได้กลุ่มตัวอย่าง จากบุคลากรตำแหน่งต่าง ๆ ด้วยสัดส่วนที่เท่ากันสถานีละ 10 คน รวมทั้งสิ้นกลุ่มตัวอย่าง 80 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบการสำรวจข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) (Questionnaire) มี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ กฎหมาย บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม งบประมาณ นโยบายการบริหารจัดการองค์กร การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไป

ตอนที่ 2 รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านเนื้อหา เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ ปรับเพิ่ม ช่องทางใหม่ เช่น เว็บไซต์ (website) แอปพลิเคชัน (application) การเผยแพร่ทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น Facebook Youtube Tiktok หรือการเปิด Podcast การมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง โดยการรับส่งเป็นการแลกเปลี่ยนเนื้อหา เช่น การโทรศัพท์ร่วมรายการ (phone-in) การแสดงความคิดเห็น (comment) การเข้ามาพูดคุยผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อใหม่ การมีเนื้อหาใหม่ เช่น เนื้อหาภาพ (video content) ผ่านการถ่ายทอดสด (live)



การมีการหาข้อมูลแบบใหม่ เช่น การรับฟังรายการสด หรือการค้นหาข้อมูล (search) เพื่อรับฟังรายการย้อนหลัง (radio on demand)

ตอนที่ 3 รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านการบริหารองค์กร ของสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐมต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ การลดต้นทุนการผลิต พัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถทำงานได้หลากหลาย การปรับโครงสร้างองค์กร การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด การปรับเปลี่ยนทางลงทุนเพิ่มทางเทคโนโลยี

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการดังนี้ 1) ใช้การเก็บข้อมูลโดยวิธีการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลขององค์กรทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ผลการศึกษาร่วมกับแบบสอบถาม 2) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเองมีทั้งการเก็บแบบสอบถามทางตรงและแบบสอบถามออนไลน์ 3) ทำการรวบรวมแบบสอบถามเพื่อนำไปตรวจสอบความถูกต้องและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้ดำเนินการดังนี้ 1) วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อกำหนดค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบสอบถาม ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคะแนนระหว่างข้อคำถาม ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สเปียร์แมน (Spearman's Rank Coefficient: ρ) เมื่อตัวแปรทั้งสองที่นำมาหาความสัมพันธ์มีระดับการวัดแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale) และแปลความหมายตามเกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ประเมิน 2) วิเคราะห์รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านการบริหารองค์กร เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม โดยระดับการวัดของตัวแปรและเงื่อนไขเฉพาะเป็นเชิงคุณภาพแบบ Nominal Scale (ใช่/ไม่ใช่) ซึ่งใช้สถิติทดสอบที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ ประเภทไคสแควส์ Chi Square test เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปรระดับมาตรฐานบัญญัติ (Nominal Scale) 3) วิเคราะห์รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านการบริหารองค์กร ของสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐมต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม โดยระดับการวัดของตัวแปรและเงื่อนไขเฉพาะเป็นเชิงคุณภาพแบบ Nominal Scale (ใช่/ไม่ใช่) ซึ่งใช้สถิติทดสอบที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ ประเภทไคสแควส์ Chi Square test เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปรระดับมาตรฐานบัญญัติ (Nominal Scale)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ความต้องการปรับตัวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียง เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Spearman's Rho	p-value	แปลความ
1. กฎหมาย	3.66	0.980	-0.000	0.997	เห็นด้วย
2. บริบทด้านการเมือง	2.04	0.434	-0.074	0.517	ไม่เห็นด้วย
3. เศรษฐกิจ	1.84	0.770	-0.069	0.542	ไม่เห็นด้วย
4. สังคม	2.31	0.851	-0.127	0.262	ไม่เห็นด้วย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Spearman's Rho	p-value	แปลความ
5.งบประมาณ องค์กร	3.83	0.991	-0.282	0.011**	เห็นด้วย
6. นโยบายการบริหารจัดการ	4.56	0.633	-.352	0.001**	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
7. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	4.14	0.707	-0.468	0.000***	เห็นด้วย
8. พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไป	3.75	1.373	-0.222	0.048**	เห็นด้วย
ภาพรวม	3.37	0.399	-0.420	0.000***	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมมีความเห็นด้วยระดับปานกลางกับการปรับตัวซึ่งมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลกระทบการปรับตัวของสื่อ ในทิศทางลบ ค่าความสัมพันธ์สเปียร์แมนเท่ากับ -0.420 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณารายปัจจัยจะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการในการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงฯ คือ ปัจจัยด้านนโยบายการบริหารจัดการ งบประมาณ องค์กร พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไปและกฎหมาย

2. การศึกษารูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านเนื้อหา เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ความต้องการปรับตัวกับรูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านเนื้อหา

รูปแบบด้านเนื้อหา	ค่าไคสแควร์	p-value
1.การปรับเพิ่ม ช่องทางใหม่ เช่น เว็บไซต์ (website) แอปพลิเคชัน (application)	43.540	0.000***
2. การเผยแพร่ทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น Facebook Youtube Tiktok หรือการเปิด Podcast	29.106	0.000***
3. การมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง โดย การรับส่งเป็นการแลกเปลี่ยนเนื้อหาเช่น การโทรศัพท์ร่วมรายการ (phone-in) การแสดงความคิดเห็น (comment) การเข้ามาพูดคุยผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อใหม่	37.857	0.000***
4. การมีเนื้อหาใหม่ เช่น เนื้อหาภาพ (video content) ผ่านการถ่ายทอดสด (live)	20.838	0.000***
5. การมีการหาข้อมูลแบบใหม่ เช่น การรับฟังรายการสด หรือการค้นหาข้อมูล (search) เพื่อรับฟังรายการย้อนหลัง (radio on demand)	9.987	0.041**

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับความต้องการในการปรับตัว เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่า ควรมีการปรับเพิ่ม ช่องทางใหม่ เช่น เว็บไซต์ (website) แอปพลิเคชัน (application) มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง โดย การรับส่งเป็นการแลกเปลี่ยนเนื้อหาเช่น การโทรศัพท์ร่วมรายการ (phone-in) การแสดงความคิดเห็น (comment) การเข้ามาพูดคุยผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อใหม่การเผยแพร่ทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น Facebook Youtube Tiktok หรือการเปิด Podcast มีเนื้อหาใหม่ เช่น เนื้อหาภาพ (video content) ผ่านการถ่ายทอดสด (live) และควรมีการหาข้อมูลแบบใหม่ เช่น การรับฟังรายการสด หรือการค้นหาข้อมูล (search) เพื่อรับฟังรายการย้อนหลัง (radio on demand) โดยมีค่าไคสแควร์ เท่ากับ 43.540 , 37.857, 29.106, 20.838 และ 9.987 ตามลำดับ และมี p - value < 0.05 ทุกข้อคำถามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



3. การศึกษารูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านการบริหารจัดการองค์การสื่อ เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม ปรากฏตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงรูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านการบริหารองค์การสื่อวิทยุ

รูปแบบด้านการบริหารองค์การ	ค่าไคสแควร์	P - value
1. การลดต้นทุนการผลิต	11.572	0.021**
2. พัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถทำงานได้หลากหลาย	17.125	0.002**
3. การปรับโครงสร้างองค์กร	16.439	0.002**
4. การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด	26.604	0.000***
5. การปรับเปลี่ยนทางลงทุนเพิ่มทางเทคโนโลยี	9.713	0.046**

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านการบริหารองค์การสื่อวิทยุ มีความสัมพันธ์กับความต้องการในการปรับตัว เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่า ในด้านการบริหารต้องมีสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด สามารถพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถทำงานได้หลากหลาย โดยปรับโครงสร้างองค์กร มีการลดต้นทุนการผลิต และปรับเปลี่ยนทางลงทุนเพิ่มทางเทคโนโลยี โดยมีค่าไคสแควร์ เท่ากับ 26.604, 17.125, 16.439, 11.572 และ 9.713 ตามลำดับ และมี p - value < 0.05 ทุกข้อคำถาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม ประกอบไปด้วยปัจจัย บทบัญญัติและกฎหมาย บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี งบประมาณ นโยบายการบริหารจัดการองค์การ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งโดยภาพรวมมีความเห็นด้วยของบุคลากรในแวดวงวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม โดยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสื่อในทิศทางลบ บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลง แต่ปัจจัยทางด้านบทบัญญัติและกฎหมาย เทคโนโลยี งบประมาณ นโยบายการบริหารจัดการองค์การ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี แต่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบอย่างสูงคือ ปัจจัยด้านนโยบายการบริหารจัดการ งบประมาณ องค์การ พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไปและกฎหมาย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กุลวัฒน์ ทศพระรินทร์ และจิรภัทร กิตติวรากล ที่พบว่า แนวทางการปรับตัวของสื่อวิทยุในยุคดิจิทัล มีดังต่อไปนี้ 1) วิทยุภาคธุรกิจต้องเร่งปรับตัวทุกด้าน 2) วิทยุยุคดิจิทัลต้องมีเอกลักษณ์ชัดเจน 3) ผู้ฟังวัยทำงาน คือผู้ฟังที่เหนียวแน่น 4) วิทยุยุคดิจิทัลต้องทำ Personalize Content 5) นักจัดรายการต้องเปลี่ยนบทบาท 6) การเพิ่มความถี่ในการจัดกิจกรรม 7) การเพิ่มช่องทางในการรับสื่อวิทยุ และ 8) การปรับตัวตามกฎของทฤษฎีสื่อฯ 9) การสร้างแบรนด์ให้ติดตาตรึงใจผู้ฟัง นอกจากนี้ผลการวิจัยทำให้ทราบแนวทางในการประกอบธุรกิจด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงในอนาคต รวมถึงเนื้อหาการเรียนการสอนด้านการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล ควรมีการเตรียมความพร้อมในประเด็นต่อไปนี้ 1) การสร้างรูปแบบและเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ และมีเอกลักษณ์ชัดเจน 2) การทำรายการวิทยุที่ออกอากาศทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน 3) การทำรายการวิทยุแบบ Personalize Content 4) หลักการทำกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างแบรนด์ให้กับสถานีและรายการ 5) การทำกิจกรรมเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างนักจัดรายการกับผู้ฟัง และ 6) กฎของทฤษฎีสื่อคือผู้กำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ (กุลวัฒน์ ทศพระรินทร์และจิรภัทร กิตติวรากล, 2560)

2. จากผลการศึกษารูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านเนื้อหา เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครพนม การปรับเปลี่ยน ช่องทางใหม่ เช่น เว็บไซต์ (website) แอปพลิเคชัน (application) การเผยแพร่ทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น Facebook Youtube Tiktok หรือการเปิด Podcast การมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง โดย การรับส่งเป็นการแลกเปลี่ยนเนื้อหา เช่น การโทรศัพท์ร่วมรายการ (phone - in) การแสดงความคิดเห็น (comment) การเข้ามาพูดคุยผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อใหม่ การมีเนื้อหาใหม่ เช่น เนื้อหาภาพ (video content) ผ่านการถ่ายทอดสด (live) การมีการหาข้อมูลแบบใหม่ เช่น การรับฟังรายการสด หรือการค้นหาข้อมูล (search) เพื่อรับฟังรายการย้อนหลัง (radio on demand) โดยรูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุชุมชน จังหวัดนครพนม ที่นำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ ควรมีการปรับเปลี่ยน ช่องทางใหม่ เช่น เว็บไซต์ (website) แอปพลิเคชัน (application) มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง โดยการรับส่งเป็นการแลกเปลี่ยนเนื้อหาเช่น การโทรศัพท์ร่วมรายการ (phone-in) การแสดงความคิดเห็น (comment) การเข้ามาพูดคุยผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อใหม่การเผยแพร่ทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น Facebook Youtube Tiktok หรือการเปิด Podcast มีเนื้อหาใหม่ เช่น เนื้อหาภาพ (video content) ผ่านการถ่ายทอดสด (live) และควรมีการหาข้อมูลแบบใหม่ ทุกรูปแบบเป็นการปรับตัวเชิงเนื้อหาของสื่อวิทยุชุมชน จังหวัดนครพนม สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กันยิกา ขอว์ ที่พบว่า การปรับตัวของสถานีได้ปรับตัวเพื่อรับกับปัญหาหลายด้าน ได้แก่ ด้านการจัดรายการ ด้านการสร้างเนื้อหาด้วยการตลาดเชิงเนื้อหา และด้านการเพิ่มรายได้ด้วยการตลาดเชิงกิจกรรม ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม สถานีควรใช้ 1) การให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าบริการ โดยให้ผู้สนับสนุนสินค้าหรือบริการนั้นมาร่วมรายการในลักษณะให้ความรู้มากกว่าการขายสินค้า 2) การจัดคอร์สสัมมนา 3) การใช้ผู้เชี่ยวชาญผู้มีชื่อเสียง หรือ Influencer มาเป็นผู้ดำเนินรายการหลัก 4) การจัดกิจกรรมในโอกาสต่าง ๆ 5) การจัดเยี่ยมชมแบบให้ความรู้หรือ Educational Tour 6) การขายแพ็คเกจเหมา (กันยิกา ขอว์, 2562) โดยใช้สื่อวิทยุเป็นหลักด้านการตลาดเชิงเนื้อหา สถานีใช้ 1) การวางแผนแต่ละรายการให้มีความแตกต่าง มีจุดเด่นของตนเอง 2) การใช้ multi-platform แต่ไม่ลงเนื้อหาเดียวกัน 3) การสร้างเนื้อหาพิเศษ (Exclusive Content) 4) การพยายามเชื่อมโยง platform 5) การสร้างเนื้อหารูปแบบใหม่ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ประกอบด้วย การสร้างเนื้อหาด้วยวิดีโอ (Video Content) รายการสถานีระบายนทุกซ์ เพื่อรับฟังและหาหนทางแก้ไขปัญหาคนกรุง และรายการ Rap News เพื่อสรุปข่าวประจำวันโดยใช้เพลงแร็ป และเจาะกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่น การสร้างอัลบั้มภาพการใช้อินโฟกราฟิก (Info-graphic Template, Infographic Visualized Article) การใช้เนื้อหาส่งเสริมการขาย (Promotional Content) และเนื้อหาที่สร้างการมีส่วนร่วม (Engaging Content)

3. จากผลการศึกษารูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางการบริหารองค์กร สื่อวิทยุต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ กรณีศึกษา สถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครพนม รูปแบบที่มีการเปลี่ยนแปลง คือ การลดจำนวนบุคลากร เพื่อลดต้นทุนการผลิต การลดทีมงานและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถทำงานได้หลากหลาย การปรับโครงสร้างองค์กร การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด การปรับเปลี่ยนทางลงทุนเพิ่มทางเทคโนโลยี โดยรูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางการบริหารองค์กรมีความสัมพันธ์กับความต้องการในการปรับตัว เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ ในด้านการบริหารของรูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางการบริหารองค์กร มีสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การรับสมัครสมาชิกรายการ การลดแลกแจกแถม สามารถพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถทำงานได้หลากหลาย การทำให้นักข่าว เป็นได้ทั้งช่างภาพ นักเขียน ไปจนถึงฝ่ายการตลาดในตัวของบุคลากรคนเดียว นอกจากนี้ยังมีการปรับโครงสร้างองค์กรมีการลดต้นทุนการผลิตและปรับเปลี่ยนทางลงทุนเพิ่มทางเทคโนโลยี สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุณิสา เมืองแก้วและธีรภัทร วรรณฤมล ที่พบว่า สถานีวิทยุและบริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุที่ทำการศึกษากว่า 4 แห่ง มีรูปแบบการปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงตามองค์ประกอบ



ของแนวคิด Lifestyle Media ครบทุกองค์ประกอบ คือ มีช่องทางใหม่ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน มีการปฏิสัมพันธ์เนื้อหาแบบใหม่จากรับส่ง เป็นการแลกเปลี่ยนเนื้อหาผ่านช่องทางสื่อใหม่ ก่อเกิดเป็นเนื้อหาใหม่ เช่น การโทรศัพท์ร่วมรายการ (phone-in) การแสดงความคิดเห็น ในแฟนเพจเฟซบุ๊ก ตลอดจนมีการหาข้อมูลแบบใหม่ที่ไม่ได้รับฟังเฉพาะช่วงเวลาปกติ แต่มีการรับฟังรายการย้อนหลัง (radio on demand) ผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน โดยที่ความสามารถและศักยภาพในการไปถึงเป้าหมายตามองค์ประกอบดังกล่าวนี้มีปริมาณหรือจำนวนที่มากขึ้นแตกต่างกันไป ตามประเภทและโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร พันธกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กร บุคลากร ทีมงาน และกลุ่มผู้ฟังรายการ ที่จะต้องพัฒนากลยุทธ์การไปถึงเป้าหมายของแต่ละสถานีต่อไป (สุณิสสา เมืองแก้ว และธีรภัทร วรณมุล, 2562)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ ประกอบด้วยปัจจัย บทบัญญัติและกฎหมาย บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี งบประมาณ นโยบายการบริหารจัดการองค์กร การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งโดยภาพรวมมีความเห็นด้วยของบุคลากรในแวดวงวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม โดยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของสื่อ ในทิศทางลบ บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลง แต่ปัจจัยทางด้านบทบัญญัติและกฎหมาย เทคโนโลยี งบประมาณ นโยบายการบริหารจัดการองค์กร การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี แต่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบอย่างสูงคือ ปัจจัยด้านนโยบายการบริหารจัดการ งบประมาณ องค์กร พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไปและกฎหมาย 2) รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านเนื้อหา เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ การปรับเพิ่มช่องทางใหม่ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน การเผยแพร่ทางโซเชียลมีเดีย หรือการเปิดปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง เป็นต้น โดยการรับส่งเป็นการแลกเปลี่ยนเนื้อหา เช่น การโทรศัพท์ร่วมรายการ การแสดงความคิดเห็น การเข้ามาพูดคุยผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อใหม่ เป็นต้น การมีเนื้อหาใหม่ เช่น เนื้อหาภาพผ่านการถ่ายทอดสด เป็นต้น การมีการหาข้อมูลแบบใหม่ เช่น การรับฟังรายการสด หรือการค้นหาข้อมูล เพื่อรับฟังรายการย้อนหลัง เป็นต้น นำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ และ 3) รูปแบบของการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงทางด้านการบริหารองค์กร สื่อวิทยุต่อการปรับตัวเพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ รูปแบบที่มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การลดจำนวนบุคลากร เพื่อลดต้นทุนการผลิต การลดทีมงานและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถทำงานได้หลากหลาย การปรับโครงสร้างองค์กร การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด การปรับเปลี่ยนทางลงทุนเพิ่มทางเทคโนโลยี ดังนั้น (1) ควรมีการเพิ่มประเด็นรูปแบบรายการ ในลักษณะของการออกแบบสาร ควรพิจารณาเป็นรูปแบบที่นำเอาเนื้อหาของสถานีวิทยุชุมชนจังหวัดนครปฐม ข่าวสารภายในกิจกรรมต่าง ๆ ความรู้ เนื้อหาที่เป็นความบันเทิง เพลง เป็นต้น (2) ควรมีการพิจารณาประเด็นเรื่องของสถานภาพของรายการ เช่น เวลาในการออกอากาศ นักจัดรายการ การเพิ่มภาพการจัดรายการ พูดคุย (Talk Programmed) รูปแบบรายการบันเทิง (Entertainment) รูปแบบการโทรศัพท์พูดคุยกับผู้ฟัง การร่วมสนุกผ่านทางการจัดรายการ (Phone in) (3) รัฐควรส่งเสริมให้สถานีวิทยุชุมชน ในรูปแบบของยุคหลอมรวมสื่อ โดยเฉพาะในระดับชุมชน พื้นที่ตำบลหรือหมู่บ้าน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาชุมชนเป็นสถานีวิทยุออนไลน์ การออกอากาศที่เพิ่มช่องทางที่หลากหลาย เป็นสถานีออนไลน์ที่สามารถใช้เป็นพื้นที่สื่อสารของประชาชนในระดับท้องถิ่น (4) ควรมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยีสถานีวิทยุกระจายเสียง วิทยุชุมชนไปสู่สถานีวิทยุออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพและดำรงตนทำงานเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง (5) ควรจะจัดให้วิทยุออนไลน์กลายเป็นพื้นที่ของชุมชน ที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของชุมชน และ (6) ควรส่งเสริมให้มีเกิด

การร่วมมือในระดับพื้นที่ สร้างเครือข่ายกับพื้นที่ชุมชน สร้างกิจการส่งกระจายเสียงในระบบออนไลน์ ต่อยอดไปสู่ระบบเครือข่ายออนไลน์ (Network) ภาคประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- ณัฏฐ์ดนัย ไคนุ่นภา และพนิดา จงสุขสมสกุล. (2563). โอกาสและความท้าทายในการเปลี่ยนผ่านวิทยุระบบอนาล็อกสู่การกระจายเสียงในระบบดิจิทัล. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 9(1), 68-81.
- สมสุข หินวิมาน. (2561). แนวทางการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในศาสตร์ความรู้ด้านสื่อสารศึกษา. วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 11(2), 8-57.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2562). รายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. 2562. เรียกใช้เมื่อ 22 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.nbtc.go.th/Information/AnnualReport/45173.aspx?lang=th-th>
- สุณิสรา เมืองแก้วและธีรภัทร วรรณฤมล. (2562). การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ. วารสารการสื่อสารมวลชนคณะกรรมการสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 7(1), 25-44.
- สุภารักษ์ จูตระกูล. (2557). 4 SCREENกับการแสวงหาข่าวสารในยุคหลอมรวมสื่อ. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 9(2), 28-42.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กันยิกา ขอวี. (2562). “แร็ปข่าว” การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียง “News Network” ในยุคดิจิทัล. วารสารปัญญาวิวัฒน์, 11(2), 309-302.
- กุลวัฒน์ ทศพระรินทร์และจิรภัทร กิตติวรากุล. (2560). การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียง ในจังหวัด เชียงใหม่ ช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (พ.ศ.2550 - 2560). สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 23(1), 52-63.
- Burnett, R. & Marshall. (2003). Web theory: An introduction. Routledge. Retrieved October 22, 2022, from www.webtheory.nu