รายงานการเข้าร่วมประชุม Radio Asia 2015 Conference

“The Creative Power of Radio”

ณ กรุงย่างกุ้ง สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

28-30 พฤษภาคม 2558

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ 0 2271 0151-60 ต่อ 883 เว็บไซต์: www.nbtc.go.th

รายงานการเข้าร่วมประชุม Radio Asia 2015 Conference “The Creative Power of Radio”

1. รายละเอียดการประชุม

การประชุม Radio Asia 2015 Conference “The Creative Power of Radio” ระหว่างวันที่ 28-30 พฤษภาคม 2558 ณ กรุงย่างกุ้ง สหภาพสาธารณรัฐเมียนมาร์ เพื่อศึกษาเทคโนโลยีใหม่และแนวทางการกำกับและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงรวมทั้งแสวงหาความร่วมมือในกิจการกระจายเสียงในระบบดิจิตอลร่วมกับองค์การต่างๆ ซึ่งจัดโดย สหภาพกิจการวิทยุและโทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก และ กระทรวงสารสนเทศแห่งสหภาพสาธารณรัฐเมียนมาร์ ร่วมเป็นเจ้าภาพ

2. ผู้เข้าร่วมประชุม

ผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและผู้ประกอบกิจกิจการกระจายเสียงประเทศในภูมิภาคเอเชีย รวมไปถึงเจ้าหน้าที่กระทรวงสารสนเทศแห่งสหภาพสาธารณรัฐเมียนมาร์และผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงภายในประเทศ จำนวน 225 คน ในการประชุมครั้งนี้มี เป็นประธาน โดยมี Dr.Javard เลขาธิการสหภาพกิจการวิทยุและโทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก (ABU) เป็นผู้กล่าวรายงาน และ พณ ท่าน Mr U Ye Htut รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสารสนเทศ แห่งสหภาพสาธารณรัฐเมียนมาร์ เป็นประธานเปิดงาน ซึ่งสำนักงาน กสทช. ได้ส่งผู้แทนเข้าร่วมการประชุม **Radio Asia 2015 Conference “The Creative Power of Radio”** ประกอบด้วย

(1) กสทช. สุภิญญา กลางณรงค์
คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

(2) นางสาวโสภิดา วีรกุลเทวัญ
ผู้ปฏิบัติงานประจำ กสทช. กสทช. สุภิญญา กลางณรงค์

(3) นางสาวอรศรี ศรีระษา
ผู้ชำนาญการ (ช3) ผู้แทนสำนักกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล (จส.)

(4) นายอาคม สุวรรณรักษา
พนักงานปฏิบัติการระดับสูง (ก2) ผู้แทนสำนักอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง (ปส.1)

3. การประชุม Radio Asia 2015 Conference “The Creative Power of Radio”

การประชุม Radio Asia 2015 Conference “The Creative Power of Radio” เป็นการประชุมประจำปีด้านวิทยุกระจายเสียงในระดับภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (ABU) โดยรูปแบบการประชุมแบ่งการบรรยายร่วมกับการแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแต่ละช่วง โดยมีกำหนดการดังต่อไปนี้

CONFERENCE PROGRAMME

Day 1: 28 May 2015 (Thursday)	
Opening 1400 - 1500	**Opening** **Emcee:** Ms ZAZA Majid, Senior Producer, MediaCorp, Singapore **Welcome Address:** Dr Javad Mottaghi, Secretary-General, ABU **Ministerial Address:** His Excellency Mr U Ye Htut, Union Minister for the Ministry of Information, Republic of the Union of Myanmar
Industry Session 1500 - 1530	**Chair:** Ms Zakiah Halim, Vice-President, Malay Programming, MediaCorp, Singapore **Invited Address: Radio in Europe:** Simon Spanswick, Chief Executive, Association for International Broadcasting(AIB) **Radio Industry Keynote:** Radio's Hybrid Future: Ms Joan Warner, Chief Executive Officer, Commercial Radio Australia and Vice-Chair World DMB Forum
1530 - 1600	Coffee Break
Session 1 1600 - 1730	**Creative Power of Radio** In the recent past challenges thrown up be other mass-media have been tackled by the radio industry, some of these very successfully. Solutions devised and implemented by broadcasters and other segments of the industry have completely transformed radio. What is the creative power of radio and how does it manifest itself in the media landscape time and over again? **Chair:** Neil Curry, Director, Beyond Broadcasting, UK **Public Radio And National Values:** Ovidiu Miculescu, President Director General, Radio Romania **TBC**: Ms Shanthi Bhagirathan, Group Director, MTV Channel, Stein Films, MBC Board Director, Capital Maharaja Organisation, Sri Lanka **Challenges of World Radio Japan, NHK, Japan:** Ms Yoko Satake, Managing Producer, NHK world Radio Japan **Public Service Broadcasting in a Market-Driven Environment:** Fayyaz Sheheryar, Director General, All India Radio, India **Radio Cinema-Improvisation and Power of Sound:** Ms Fiona Ledger, Executive Editor Drama, BBC Media Action's, Myanmar

GALA DINNER: **7.30PM, HOTEL SHANG-RILA, YANGON, MYANMAR**	
Day 2: 29 May 2015 (Friday)	
Session 2 0900 - 1030	**Transforming Radio into Multimedia Player: Content** Radio has transformed and emerged as a multimedia player, both over the air broadcasting and on the Internet. Digital radio platforms offer providing interesting video and textual content. OTT streams provide great opportunities for all kinds of media distribution - graphics, images and videos - that supplement the spoken word and music. This transformation is predicated on creation of multimedia content in the radio industry. And this is where the radio broadcasters need to exhibit their creativity and depth. This session will address how content creativity has catalysed the transformation of radio from mono-media to multi-media. Chair:Simon Spanswick, Chief Executive, AIB **Radio stations as Media Centres:** Ms Niken Widiastuti, Radio Republik Indonesia **Curiosity - The Key Journalistic Tool:** Mick Slatter, Director, Beyond Broadcasting, UK **The Rise of Music Streaming Services and how they affect Radio:** Steve Ahern, CEO, International Media & Broadcasting Academy **Topic – TBC:** Hla Yin Aye, General Manager, Mandalay FM & Pyinsawadi FM, Forever Group, Myanmar
1030 - 1100	**Coffee Break**
Session 3 1100 - 1230	**Implementation of Digital Radio in the Asia-Pacific: Success Stories and On-going Breakthroughs** There are several success stories of digital radio implementation in the region, from Australia to Korea, Hong Kong and Japan. Quite a few digital radio projects are under way, including in Thailand, Indonesia, India and Malaysia. These are interesting stories, full of opportunities and challenges. This session will hear about the successes and what made these successes possible. It will also hear about the progress of the on-going digital radio projects in various countries. **Chair:** **FM Radio in Golden Land:** Min Min, Executive Technical Officer, Shwe Than Lwin Media, Myanmar **Implementation of Digital Radio in the Asia Pacific:**

	Ms Joan Warner, CEO, Commercial Radio Australia **Managing Evolution of Digital Radio in Thailand:Content and Public Interest:** Ms.Supinya Klangnarong, Commissioner of NBTC, Thailand **Topic:** **TBC:** Peter Streader, Regional Manager Oceania and S.E. Asia, Ampegon AG
1230 - 1400	**Lunch**
Session 4 1400 - 1600	**Case Studies: Leading the Way in Competitive Markets** Getting to number one and staying there. How is it accomplished in a highly crowded market? Radio broadcasters have different challenges to overcome. What does it take to get to the top of the market, more so in the face of competition in the market place for 'ears and eye balls'? Radio stations are no longer deal with only content creation, acquisition and broadcast. These have now become media centres dealing with content of all types, mashing it together and creating commercial opportunities from this content. The experts tell us how? Chair: Mick Slatter, Director, Beyond Broadcasting, UK Planet Music Awards–The Radio Experience: Hassan Salleh, Assistant Vice President (Programming), Malay Community, MediaCorp Radio Industry in Myanmar: Zeyar, Director of Broadcasting, Myanmar Radio and Television Opportunities in the Outback: Martin Corben, Radio Broadcast and Media Trainer, Australia Developing, implementing and operating community radio: opportunities and challenges: Ms Cheri Mangrai, Media Consultant, Australian Broadcasting Corporation International Development (ABC-ID) How Commercial FM generates its income through Content in Myanmar: Ms Thida Swe, Director Padamyar FM, MRTV 7 Days, 7 Billion People: Creating World's Biggest Pop-up Radio Station: Ms Deena Saeed, Head of Partnerships, Radio Everyone
3rd ABU Song Festival 2015 Gala Event	
Day 3: 30 May 2015 (Saturday)	
Session 5 0900 - 1030	**Accessing the Two-generations on Social Media: How Does Radio Do It** A dramatic transformation in radio has evolved by interaction of radio with the social media and all those connected with the Internet. Currently,

	a palpable achievement of the social media forums is bridging two generations of on-line content consumers, no longer only the new generation. This together with changing media consumption patterns, selectivity in content genres, different mix of programming is an on-going challenge for the radio industry. Youth stations are the flagship outlets for content in most radio organisations, with an ongoing battle to get the attention of the young audience. Mobile phones and Apps offer radio broadcasters unique opportunities that really work and earn revenue, too. This session will address interesting issues on this subject. Chair:Steve Ahern, CEO, International Media & Broadcasting Academy **An overview of radio and social media in Australia:** Ms Joan Warner, CEO, Commercial Radio Australia **Are You Audience-Connected?** Jim Gould, Head of Radio 3, RTHK, Hong Kong **From Traditional Radio to Social Media: How to Have All**: Barry Keohane, Radio Consultant,Top of Mind Media and Entertainment, Australia **Power of Storytelling and Social Generation:** Wolfram Tech, Senior consultant & Partner, BCI,Germany
1030 - 1100	**Coffee Break**
Session 6 1100 – 1230	**Panel Discussion: Radio for the Next Generation** What are the media needs of the next generation? Is there a way to predict that requirement? What role can radio play in meeting those needs? Is the 'Creative Power" of radio creative enough to fulfil its role in the new society? Is our emphasis on going digital, being on social media and mobile, and not being just radio enough? How should radio reshape services for the next generation. The panellists will deliberate on the creative requirements for the future. **Moderator:** Ms Joan Warner, CRA, Australia **Panel:** • Kabul Budiono, Director, Programme and Production, RRI, Indonesia • Ms Joan Warner, CRA • Ms Zakiah Halim, MediaCorp, Singapore • Parameswaran Ponnudurai, Vice-President (Programming), Radio FreeAsia • Simon Spanswick, Chief Executive, AIB • Ms Shanthi Bhagirathan, Capital Maharaja Organisation,Sri Lanka • Neil Curry, Director, Beyond Broadcasting,UK

Conference Concludes

HALF DAY EXCURSION ON 1500PM BY MRTV

4. สรุปสาระสำคัญจากการประชุม

Industry Session: Radio Industry Keynote Radio Hybrid Future

โดย Joan Warner

วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับวิวัฒนาการของวิทยุที่แต่เดิมวิทยุระบบแอนะล็อกจะรองรับเพียงการให้บริการเสียง ต่อมาเป็นวิทยุระบบดิจิตอลสามารถรองรับการให้บริการเสียงและข้อมูล และล่าสุดเป็นวิทยุระบบไฮบริดที่สามารถรองรับบริการแบบโต้ตอบและรายการเสริมรูปแบบใหม่ เช่น ข้อมูลข่าว ข้อมูลจราจร เตือนภัยพิบัติ และการโฆษณาสินค้า

Session 1: Creative Power of Radio

เป็นการนำเสนอรูปแบบและลักษณะบริการวิทยุของแต่ละประเทศ

หัวข้อ Radio Cinema - A different drama model

โดย BBC Media Action

วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับบริการภาพยนตร์ทางวิทยุ ความแตกต่างของรูปแบบภาพยนตร์ขึ้นอยู่กับส่วนประกอบที่สำคัญ เหล่านี้ เพลงประกอบ บทภาพยนตร์ การคัดเลือกนักแสดง ระดับเสียง สถานที่ และการสื่อสารโต้ตอบ

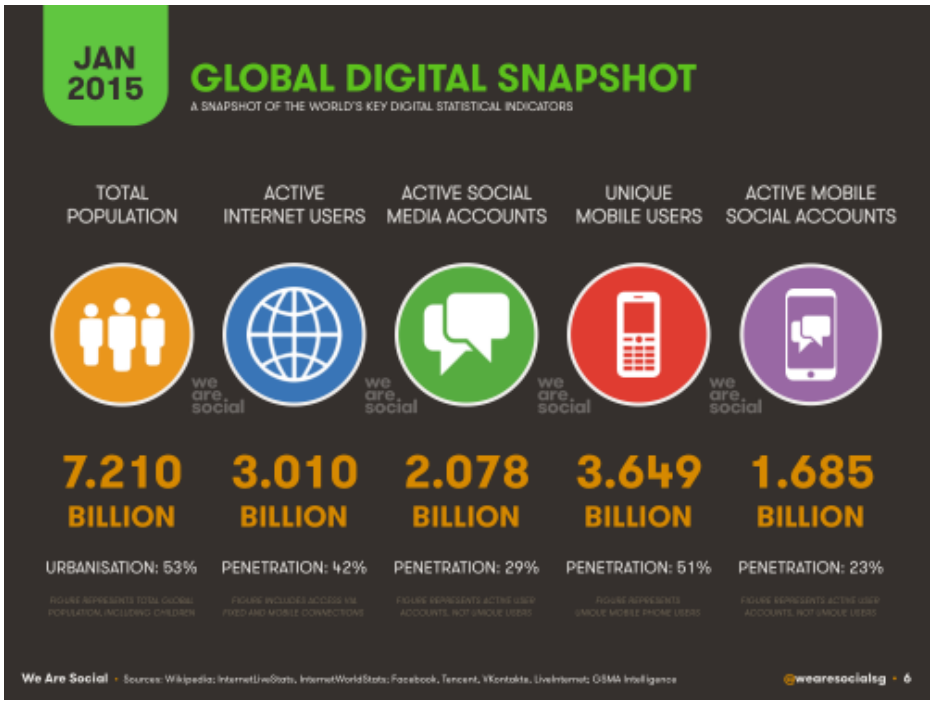
Session 2: Transformation Radio into Multimedia Play

เป็นการนำเสนอวิวัฒนาการของกิจการวิทยุกระจายเสียง

หัวข้อ TRANSFORMING RADIO INTO MULTIMEDIA PLAYERS: CONTENT RADIO STATIONS AS MEDIA CENTRES

โดย R. Niken Widiastuti, RRI President Director

วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับวิวัฒนาการของวิทยุเพื่อรองรับบริการแบบมัลติมีเดีย



บริการมัลติมีเดียเสมือนเป็นการเล่นเครื่องมัลติมีเดียแพร่สัญญาณผ่านสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ดังนั้น หน่วยงานข้องเกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ควรมีความรู้ความเข้าใจผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเพศผู้หญิง เยาวชน และผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ต

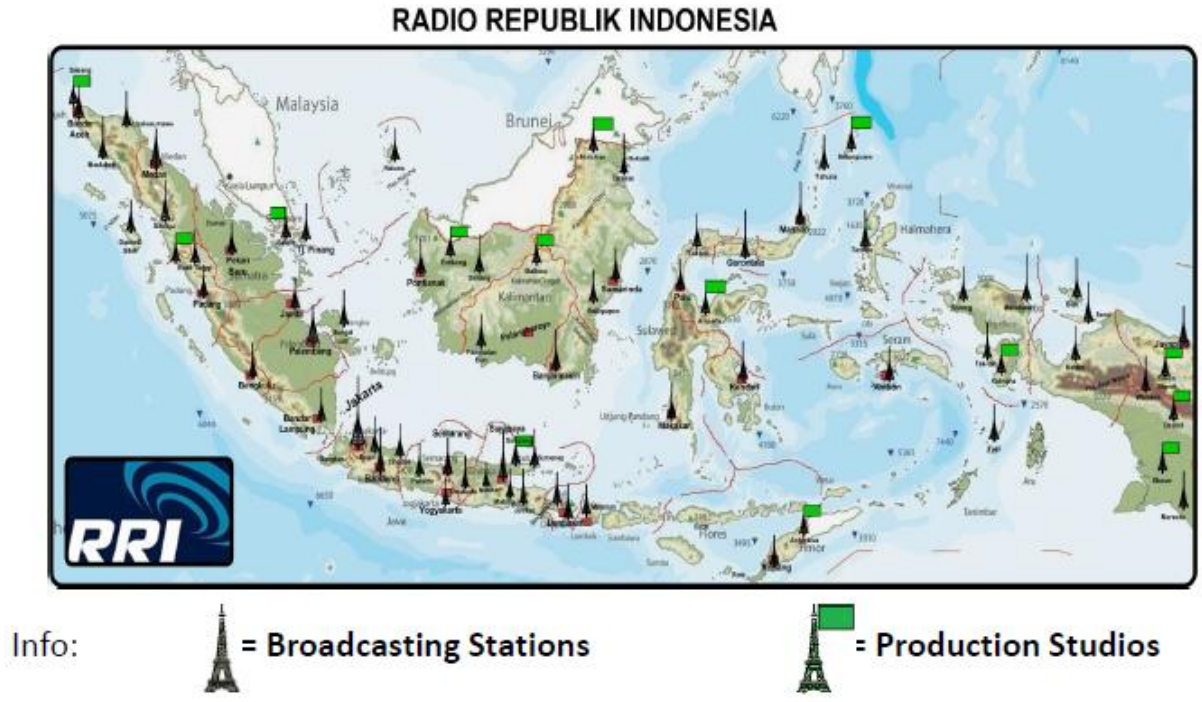
FB : No 4

Country	Users	Penetration (% of Population)
United States	166,029,240	51.80%
India	62,713,680	35,2%
Brazil	58,565,700	30,2%
Indonesia	51,096,860	27.5%

Twitter: No 5

Country	Users (in Million)	Tweet (% Total Tweet Nov 2010-Agustus 2012)
United States	143	27%
Brazil	41	23%
Japan	34	-
United Kingdom	32	-
Indonesia	29	11%

ภาพแสดงผู้ใช้บริการโซเชียลมีเดียในประเทศอินโดนีเซีย



ภาพแสดงสถานีรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงของประเทศอินโดนีเซียทั้ง 88 สถานี

โปรแกรมวิทยุ Radio Republik Indonesia (RRI)

- โปรแกรม 1 = 88 ช่อง
- โปรแกรม 2 = 64 ช่อง
- โปรแกรม 3 = 64 ช่อง

- โปรแกรม 4 = 23 ช่อง
- ช่องรายการพิเศษ วิทยุดิจิตอลระบบ Digital Audio Broadcasting (DAB) : 6 ช่อง

– RRI World Service ช่องรายการต่างประเทศ

– Voice of Indonesia ออกอากาศ 8 ภาษา

– รวมทั้งหมดมีรายการวิทยุ จำนวน 241 รายการ

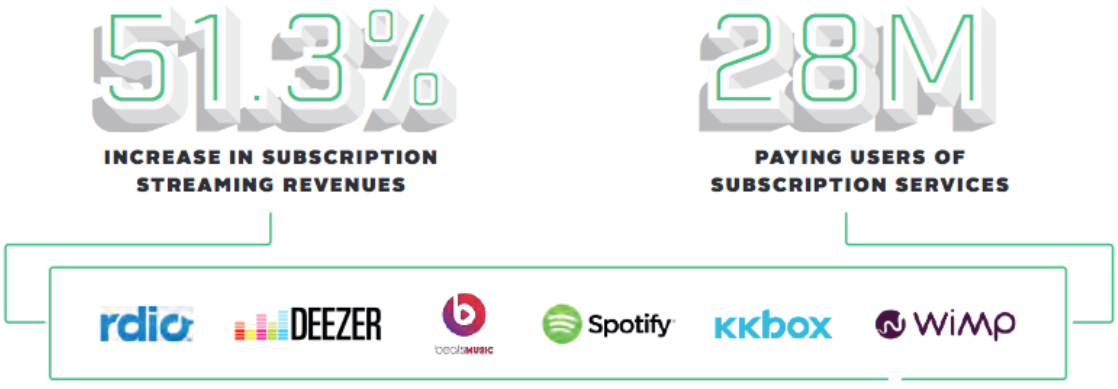
– 6 รายการร่วม (ผู้สื่อข่าว) ในต่างประเทศ: ประเทศมาเลเซีย, ออสเตรเลีย, ฮ่องกง, ญี่ปุ่น, อียิปต์แดน สหรัฐอเมริกา (นิวยอร์ก)

หัวข้อ ASIA RADIO TODAY

โดย Steve Ahern Ahern Media & Training Pty Ltd, CEO I.M.B.A. Proprietor Radioinfo & AsiaRadioToday

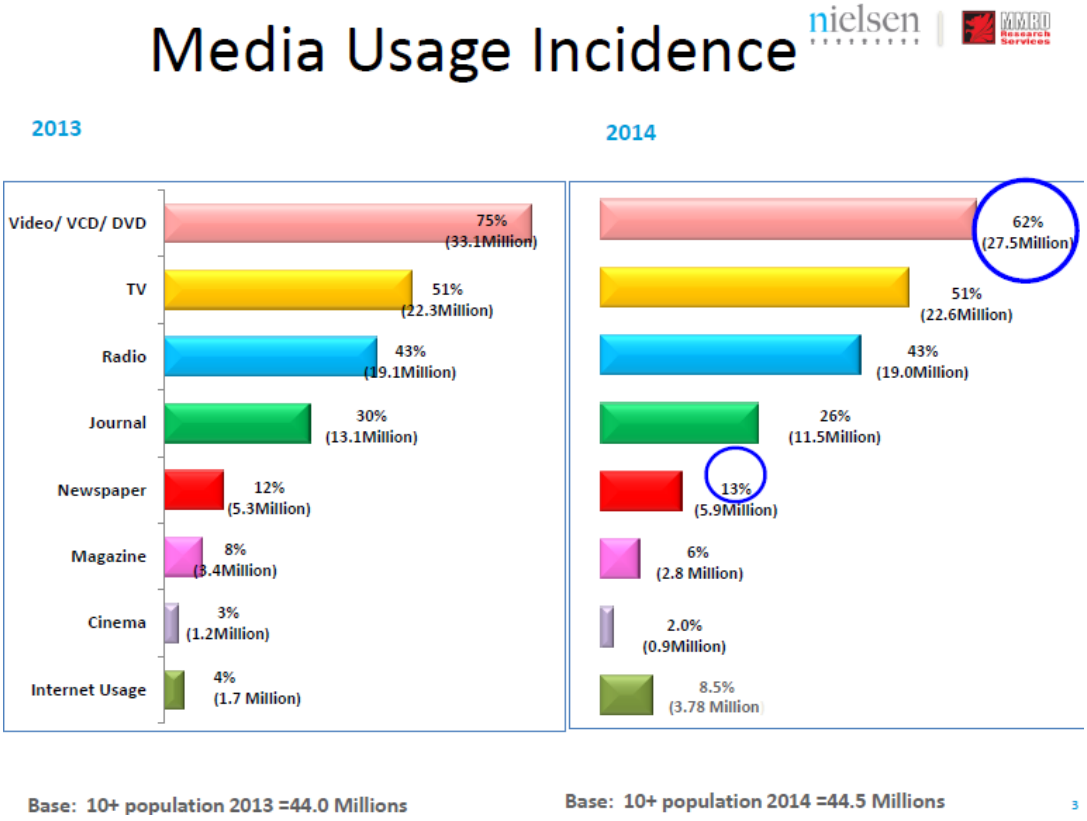
วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับลักษณะการประกอบกิจการทางธุรกิจของวิทยุกระจายเสียงแบบดั้งเดิม

- ระบุกลุ่มเป้าหมายผู้ฟังและให้การสนับสนุน
- เล่นเพลงที่ผู้ฟังต้องการ
- เล่นเพลงผสมกับการให้ข้อมูลรายการ ข้อมูลทั่วไป และโฆษณา
- ให้บริการฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย
- สำรวจพฤติกรรมการรับฟังเพลงของผู้ฟังโดยวิธีสุ่มตัวอย่าง
- จ่ายส่วนแบ่งรายได้ให้ผู้ผลิตเพลง
- ชำระเงินค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- รักษากำไรในการดำเนินการ



หัวข้อ Our way of powerful radio

โดย Hla Yin Aye General Manager MandalayFM & PyinsawadiFM Radio Stations



- มีผู้ฟังวิทยุ จำนวน 19 ล้านคนในประเทศพม่า
    - เมืองหลวง: 1.6 ล้านคน
    - เขตเมือง: 3.1 ล้านคน
    - ชนบท: 14.3 ล้านคน

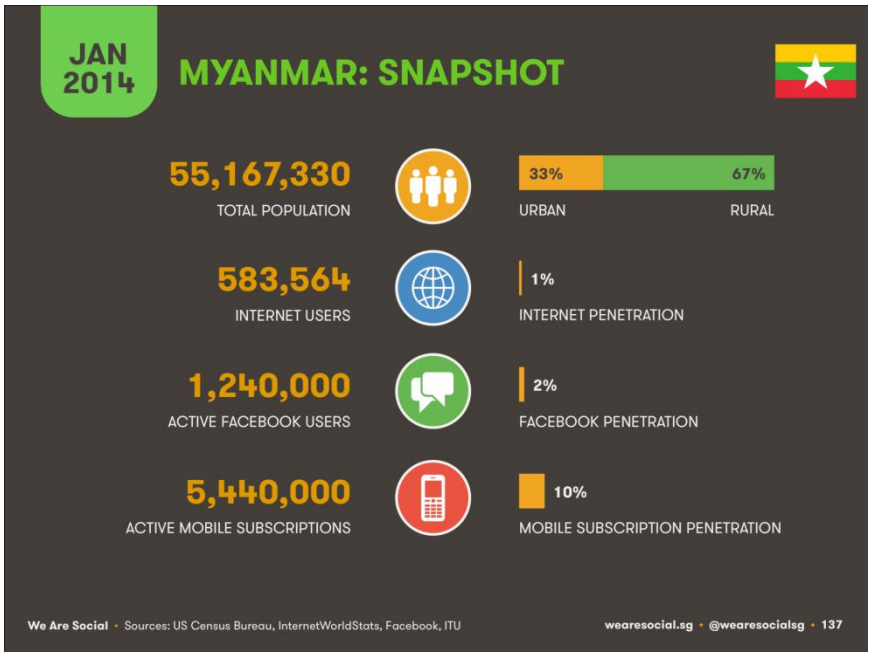
- มีผู้รายการวิทยุผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ประมาณ 5%

- มีผู้ฟังรายการวิทยุผ่านเครื่องรับวิทยุ ประมาณ 95%

    - 83% ของผู้ฟังวิทยุ รับฟังที่บ้าน

- 11% ของผู้ฟังวิทยุ รับฟังในรถยนต์

- 2% ของผู้ฟังวิทยุ รับฟังที่ทำงาน



Session 3: FM Radio in Golden Land

หัวข้อ FM Radio in Golden Land

โดย Min Min Executive Technical Officer Shwe Than Lwin Media Co., Ltd.

วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับสถานะการณ์ปัจจุบันของกิจการวิทยุและแผนรับส่งวิทยุระบบดิจิตอลในอนาคตของประเทศพม่า

สถานะปัจจุบันของวิทยุกระจายเสียงในประเทศพม่า

- พื้นที่บริการระดับประเทศสามารถรองรับการให้บริการแบบโครงข่ายหลายความถี่ และแบบโครงข่ายความถี่เดียว มีสถานีถ่ายทอด 2 สถานี ตั้งอยู่ในย่างกุ้งและเนปีดอ
- มี 6 ผู้ประกอบการวิทยุ FM ภาคเอกชน ได้แก่ Shwe FM, PADAMYAR FM, MANDALAY FM, PYINSAWADI FM CHERRY FM และ FM BAGAN ดำเนินการร่วมกับ MRTV
- โครงข่ายสำหรับรองรับการออกอากาศวิทยุในระบบ AM และ FM อยู่ภายใต้กระทรวงกลาโหม
- สถานีวิทยุระบบ FM อยู่ภายใต้ YCDC
- ไม่มีวิทยุชุมชนในประเทศพม่า
- รับส่งโปรแกรมวิทยุผ่านระบบดาวเทียม

อนาคตกิจการวิทยุกระจายเสียง

- พัฒนาโครงข่ายหลายความถี่และโครงข่ายความถี่เดียวในลักษณะของการแทนที่และขยายโครงข่ายโดยผู้ประกอบการภาครัฐ 2 ราย
- การขยายโครงข่ายวิทยุ FM จะถูกดำเนินการเป็นประจำทุกปีโดยผู้ประกอบการภาครัฐและผู้ประกอบการภาคเอกชน
- กำลังพิจารณาแผนการรับส่งสัญญาณวิทยุดิจิตอล ระบบ DRM, DRM+ และDAB+

หัวข้อ Implementation of DAB+ in the Asia Pacific

โดย Joan Warner, Asia Pacific Chair WorldDMB

วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับการดำเนินกิจการวิทยุระบบดิจิตอลระบบ DAB+ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

วิทยุดิจิตอลระบบ DAB+ ในออสเตรเลีย

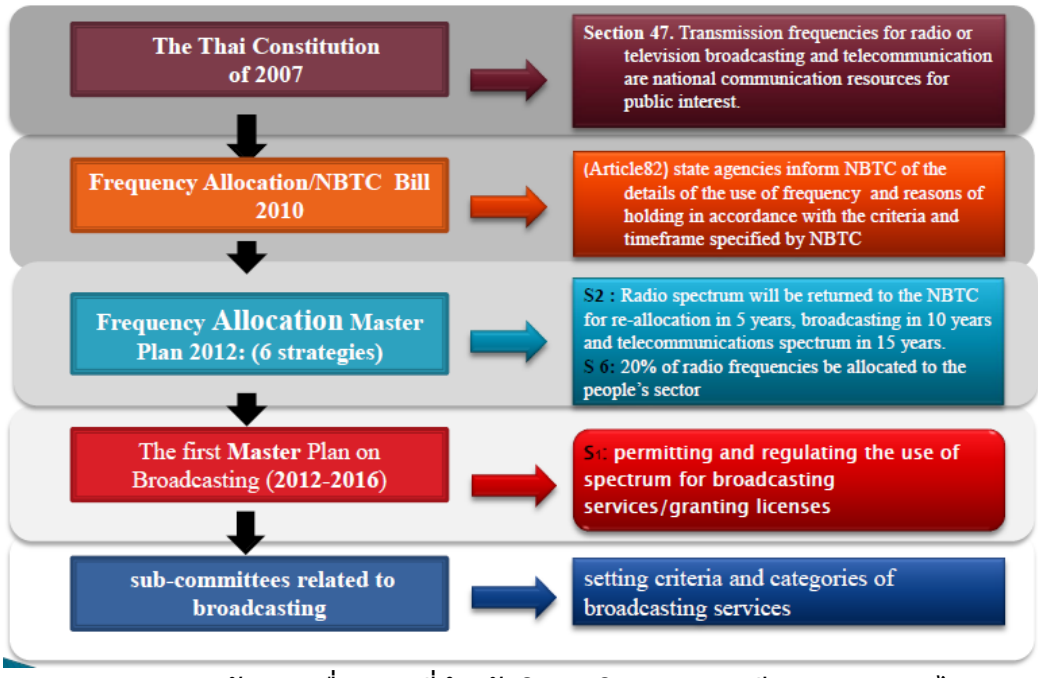
- มีผู้ฟังวิทยุระบบ DAB+ มากกว่า 3,200,000 คน ในแต่ละสัปดาห์
- มีประมาณ 25% ของประชากร ใน 5 เมืองใหญ่รับฟังวิทยุดิจิตอล ระบบ DAB+
- ในปัจจุบันมีถึง 64% ของประชากรในประเทศออสเตรเลียสามารถเข้าถึงบริการวิทยุดิจิตอล ระบบ DAB+
- โดยเฉลี่ยแล้วประมาณสองเท่าของการฟังวิทยุเป็นการฟังวิทยุระบบ DAB+ TSL ผ่านทางสตรีมมิ่ง
- เครื่องรับวิทยุระบบ DAB+ ขายแล้วประมาณ 3 ล้านเครื่อง ในประเทศออสเตรเลีย ตั้งแต่เปิดตัวในปี 2009
- มีเครื่องรับวิทยุระบบ DAB+ มากกว่า 300 รุ่น และมีราคาเริ่มต้นที่ AUD $17

โครงการ Universal Phone

- สมาคมระดับโลก 2 สมาคม กำลังทำงานร่วมกันเพื่อผลิตโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่ติดตั้งชิป DAB+ ด้วยแล้ว
- นักเทคนิคพยายามผลักดันเทคโนโลยี DAB+ ให้เป็นมาตรฐาน API คล้ายกับ API ทั่วไปที่กล้องถูกนำมารวมไว้ในโทรศัพท์
- World DMB ยังคงพยายามเจรจากับองค์กรการสื่อสารโทรคมนาคมระดับโลกอย่างต่อเนื่อง

หัวข้อ Managing Evolution of Digital Radio in Thailand: Content and Public Interest
โดย Supinya Klangnarong, NBTC Commissioner

วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับการดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิตอลของประเทศไทย



ภาพแสดงการจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับกิจการวิทยุกระจายเสียงของประเทศไทย

สภาพปัญหาและความท้าทายในกิจการวิทยุกระจายเสียงของประเทศไทย

- วิธีการควบคุมสถานีวิทยุท้องถิ่น?
    - เพื่อให้สามารถออกอากาศวิทยุกระจายเสียงโดยไม่มีปัญหาการรบกวนคลื่นความถี่
    - การกำกับดูแลผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตทดลองประกอบกิจการ
    - กฎหมายควบคุมเนื้อหาของรายการวิทยุที่ผิดกฎหมาย เช่น การโฆษณาอาหารและสิ่งยาเสพย์ติด
- วิธีส่งเสริมกิจการวิทยุชุมชน
- วิธีการจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับภาคประชาชน
- วิธีที่การเรียกคืนคลื่นความถี่จากผู้ประกอบการที่มีอยู่เดิมเพื่อการจัดสรรคลื่นความถี่ใหม่สำหรับกิจการวิทยุดิจิตอล

Session 4 Case studies: Leading the Way in Competitive Market

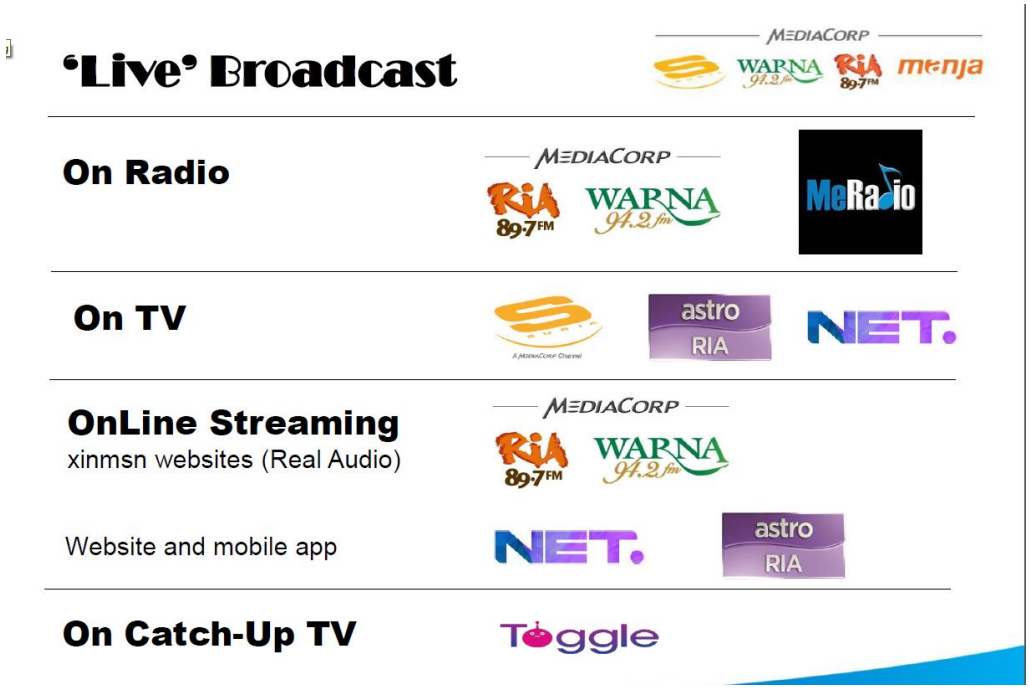
เป็นการนำเสนอกรณีศึกษาของ แต่ละประเทศ เกี่ยวกับสภาพตลาดและการให้บริการวิทยุกระจายเสียง โดยมีวิทยากร ดังนี้

หัวข้อ Planet Music Awards-The Radio Experience

โดย Hassan Salleh, Assistant Vice President (Programming), Malay Community, MediaCorp, Singapore

วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับความสำเร็จในการนำเสนอเนื้อหารายการที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาท้องถิ่นหรือภามาเลย์ของกลุ่ม MediaCorp ผ่านสื่อที่เป็นวิทยุ โดยกลุ่ม MediaCorp ได้มีการจัดตั้งและมอบรางวัลให้ศิลปินในงาน Anugerah Planet Muzik (APM) ซึ่งได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2001 โดยความร่วมมือของสถานีวิทยุ Rai 89.7 FM และ Warna 94.2 FM ซึ่งจะมีศิลปินจากประเทศสิงโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซียที่เข้าร่วมการในกิจกรรมดังกล่าวที่นำเสนอผลงานโดยใช้ภาษามาเลย์ หรือภาษาถิ่นในการนำเสนอ

ปัจจุบันนอกจากการให้บริการผ่านวิทยุแล้ว ยังมีการให้บริการผ่าน TV และ online Streaming รวมทั้งที่เป็น On catch-up TV และในการจัดงาน APM ในปี 2013 ก็ได้มีการถ่ายทอดผ่าน Streamed online ซึ่งเป็นครั้งแรกที่มีการถ่ายทอดผลการมอบรางวัลดังกล่าวผ่านช่องทาง online เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้ารับชมได้ทั่วโลก และยังมีการใช้สื่อโซเชียลอย่าง Twitter เพื่อเป็นการสื่อสารระหว่างผู้รับชมรายการในช่วงเวลาดังกล่าวด้วย และในปี 2014 การใช้สื่อดังกล่าวก็ประสบความสำเร็จในด้านของผู้เข้าใช้งานมากเป็นอันดับหนึ่งจากทั่วโลก และมีแนวโน้มของการเติบโตจากการจำนวนของผู้รับชมที่ได้รับจากการสำรวจในปีที่ผ่านมาจากสถิติที่ได้มีการเก็บรวบรวม ซึ่งนับเป็นรายการมอบรางวัลที่ประสบความสำเร็จรายการหนึ่งของ MediaCorp



หัวข้อ Radio Industry in Myanmar

โดย Zeyar, Director of Broadcasting, Myanmar Radio and Television

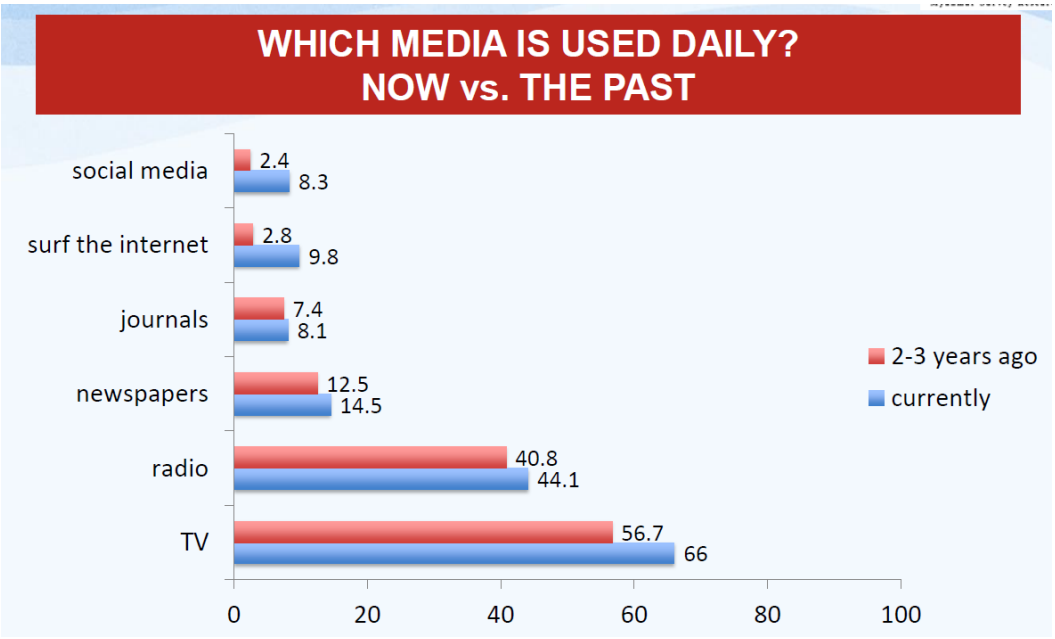
วิทยากรได้มานำเสนอภาพรวมของอุตสาหกรรมวิทยุกระจายเสียงในประเทศพม่า ซึ่งมีผู้ให้บริการดังนี้

และมีพื้นที่การให้บริการในแต่ละเมืองครอบคลุมดังนี้

MRTV's JV REGIONAL PRIVATE FM STATIONS

No.	FM names	Launching dates	Coverage area
1	Mandalay FM	17.4.2008	Sagaing, Mandalay and Yangon Divisions, Naypyitaw, Taungngoo and Pyinmana
2	Pyinsawaddy FM	31.10.2009	Ayeyawaddy Division and Rakhine State
3	Shwe FM	14.8.2009	Bago, Tanintharyi , Magway and Sagaing Divisions, Kayin and Mon States and Naypyitaw
4	Padamyar FM	1.11.2009	Sagaing, Mandalay and Magway Divisions, Kachin State and Naypyitaw
5	Cherry FM	15.8.2009	Shan, Kayah and Mon States, Yangon, Mandalay and Sagaing Divisions and Nay Pyi Taw
6	FM Bagan	1.1.2010	Magway, Sagaing, Mandalay and Yangon Divisions, Chin State and Naypyitaw

โดยสื่อวิทยุของประเทศพม่าจะเป็นช่องที่มีการเข้าถึงของประชาชนประมาณ 30% ของครัวเรือนที่สามารถเข้าถึงไฟฟ้าได้ โดยส่วนใหญ่จะใช้ภาษาถิ่นในการนำเสนอ และมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดก็ยังเป็นโทรทัศน์ ประมาณ 60% ในขณะที่วิทยุก็จะรองลงมา คือประมาณ 44% ในขณะที่สื่อสังคมออนไลน์ยังมีการใช้งานน้อยคือประมาณ 8.3% อย่างไรก็ตามก็มีการเติบโตมากที่สุดเมื่อเทียบกับช่องทางอื่นๆ จากเดิมเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมาสื่อสังคมออนไลน์มีการเข้าถึงเพียง 2.4%



สำหรับสาเหตุที่สื่อวิทยุได้รับความนิยม เนื่องจากมีการขยายตัวของการเป็นรถยนต์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในย่างกุ้งที่มีการเพิ่มขึ้นของแท็กซี่ ซึ่งคนขับรถส่วนใหญ่ก็จะเปิดฟังรายการผ่านวิทยุ โดยเนื้อหารายการที่ได้รับความสนใจจากผู้ฟังก็จะเป็นรายการเพลง และข่าวการจราจร หากจะพิจารณาแยกตามพื้นที่ของการรับฟัง จะพบว่าสื่อวิทยุจะได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่ง สำหรับในพื้นที่นอกเมือง ในขณะที่สื่อ Social media จะมีการใช้งานมากที่สุดในเขตเมือง และยังมีข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าถึงสื่อในแต่ละช่วงอายุด้วย รวมทั้งการสำรวจความนิยมของแต่ละคลื่นที่จะมีกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน

WHICH MEDIA IS USED DAILY? – BY AGE & REGION

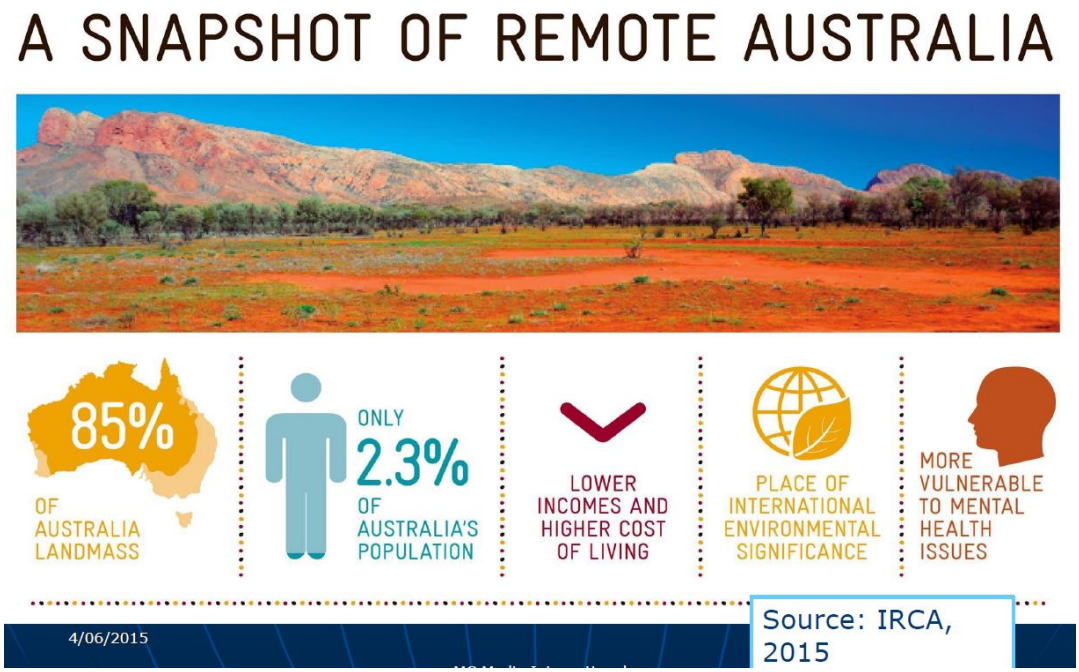
		Age				
		14-18	19-29	30-39	40 – 49	50 +
TV:	urban	76,5%	81,6%	94%	93,5%	91%
	semi-urban	68%	82,4%	83,8%	82,2%	79,8%
	rural	40%	51,6%	60,8%	50%	55%
RADIO:	urban	35,3%	28,6%	42%	37%	32,1%
	semi-urban	36%	38,2%	36,8%	28,9%	50,5%
	rural	49,1%	48,4%	42,5%	44,7%	58,1%
INTERNET:	urban	23,5%	36,7%	24%	17,4%	11,5%
	semi-urban	16%	33,8%	17,6%	5,6%	4,6%
	rural	3,6%	14,3%	3,2%	2,7%	0,9%
SOCIAL MEDIA:	urban	41,2%	38,8%	38%	21,7%	7,7%
	semi-urban	16%	25%	8,8%	5,6%	2,8%
	rural	1,8%	7,7%	3,2%	1,1%	0,4%
NEWSPAPER	urban	17,6%	42,9%	32%	41,3%	53,8%
	semi-urban	20%	10,3%	22,1%	12,2%	21,1%
	rural	5,5%	6%	4,8%	4,3%	7%

เมื่อพิจารณาจากสถิติที่เกี่ยวข้องแล้ว จะเห็นว่าการเติบโตของการบริโภคสื่อของประเทศพม่าในส่วนของวิทยุกระจายเสียง ก็ยังมีความจำเป็นสำหรับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนชาวพม่า โดยเฉพาะประชาชนในเขตชนบท

หัวข้อ Opportunities in the Outback

โดย Martin Corben, Radio Broadcast and Media Trainer, Australia

วิทยากรได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่ซึ่งมีประชากรอยู่น้อย และไม่คุ้มค่าต่อการลงทุนในการให้บริการ แต่ก็ยังมีความจำเป็นต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน โดยมีการจัดตั้งเป็นสถานีแบบ Remote ให้กับประชาชนในพื้นดังกล่าวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้



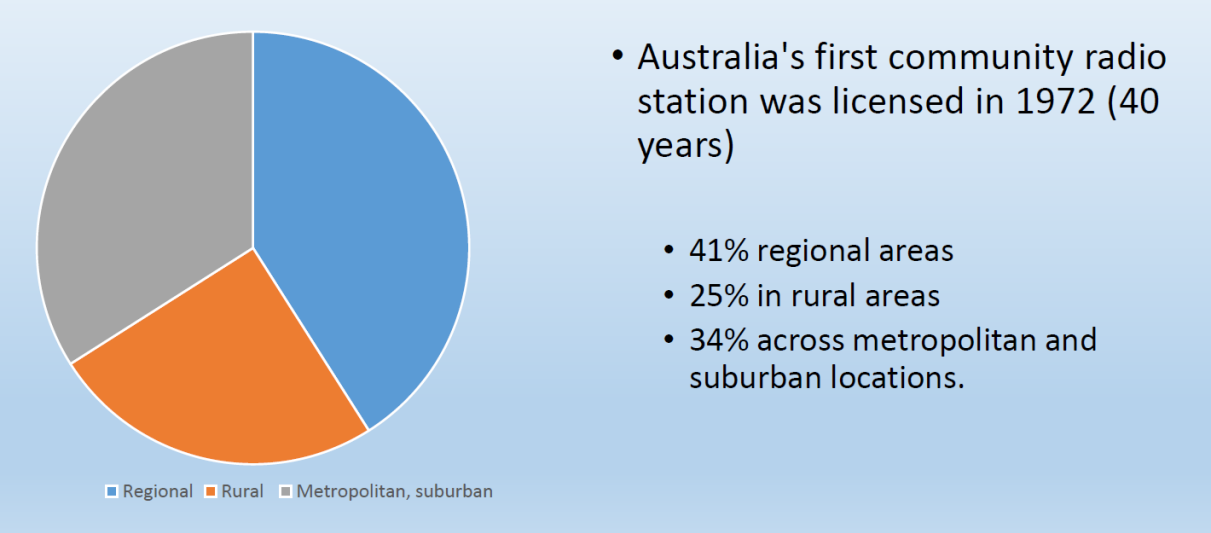
ดังตัวอย่างของสถานีที่มีให้บริการกับชาว ABORIGIN ในลักษณะของการใช้คลื่น AM ในการให้บริการ

โดยผลที่คาดว่าจะได้จากการดำเนินการ คือ ความชำนาญในการนำเสนอสื่อให้ตรงกัลป์กลุ่มเป้าหมาย ช่วยลดช่องว่างในการได้รับข้อมูลข่าวสารและได้ประโยชน์ในเชิงสังคมกับชุมชนที่ได้มีการดำเนินการ

หัวข้อ Developing, implementing and operating community radio

โดย Ms cheri Mangrai, Media Consultant, Australian Broadcasting Corporation International Development (ABC-ID)

ในหัวข้อนี้วิทยากร ได้นำเสนอเกี่ยวกับการดำเนินการของวิทยุชุมชน (Community radio) ตัวอย่างในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งในประเทศออสเตรเลียมีการดำเนินการของกลุ่มชุมชนที่ดำเนินการในลักษณะวิทยุชุมชน จำนวน 444 สถานี เป็นการดำเนินการโดยกลุ่มชุมชนและไม่มีผลกำไรจากการดำเนินการ ซึ่งแต่ละสถานีอาจจะมีกลุ่มความสนใจในเรื่องต่างๆ ที่แตกต่างกันไป เช่น กลุ่มที่มีความสนใจทางด้านการศึกษา ศาสนา การช่วยเหลือของผู้ด้อยโอกาส กลุ่มที่มีความสนใจทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม เป็นต้น โดยสถานีวิทยุชุมชนแห่งแรกจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 1972



นอกจากนี้ ด้วยความแตกต่างด้านภาษาก็เป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสำคัญให้เกิดวิทยุชุมชน ซึ่งในกรณีของประเทศออสเตรเลียก็มีความแตกต่างด้านภาษาที่มีมากกว่า 200 ภาษาที่ใช้งานแตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน เช่น มีการนำเสนอรายการโดยใช้ภาษาถิ่นของชาวอะบอริจิ้น

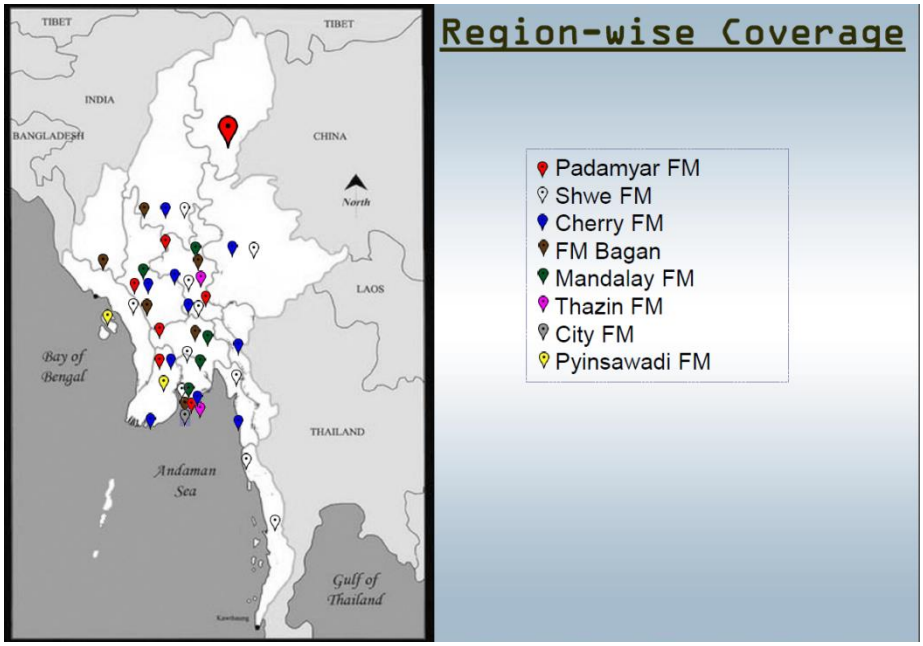
สำหรับการประกอบกิจการของวิทยุชุมชนในประเทศออสเตรเลีย มีการออกใบอนุญาตให้ประกอบกิจการโดยสถานีจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของการประกอบกิจการ ซึ่งใบอนุญาตจะมีอายุ 5 ปี และการต่ออายุใบอนุญาตจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของการประกอบกิจการที่กำหนดไว้ และในการพิจารณาใบอนุญาตใหม่ AMCA จะพิจารณาอนุญาตให้ประกอบกิจการก็เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่เป็นการดำเนินการโดยตอบสนองต่อการต้องการของชุมชนที่ได้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตมา นอกจากนี้ผู้รับใบอนุญาตจะต้องปฏิบัติตาม Code of Practice ในการให้บริการของสถานี

โดยสรุปของการดำเนินการของวิทยุชุมชน ผู้รับใบอนุญาตก็ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนด การปฏิบัติตาม Code of Practice และควรแผนการดำเนินงานเพื่อรองรับการให้บริการที่ยังยืน รวมทั้งการหาเงินมาสนับสนุนมาเพื่อดำเนินการ และการจัดหาบุคลากรมาเพื่อรองรับการให้บริการ

หัวข้อ How commercial FM generates its income through Content in Myanmar
โดย Ms Thida Swe, Director Padamyar FM, MRTV

วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับความเป็นมาของการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ของประเทศพม่า ที่ได้มีการดำเนินการมาตั้งแต่ปี 1937 และเป็นการดำเนินการภายใต้รัฐ และได้ยกตัวอย่างของการให้บริการของสถานี Mandalay FM ที่เป็นการดำเนินการร่วมกันของกลุ่ม Forever Group ร่วมกับ MRTV ในการดำเนินการให้บริการวิทยุกระจายเสียง และได้เริ่มดำเนินการเมื่อปี 2007 โดยใช้คลื่นความถี่ 87.9 MHz และในกรณีของ CITY FM (Yangon) ที่ดำเนินการโดย Yangon City Development Committee ที่ดำเนินการร่วมกับ Shwe Nay Chi Co., ltd เปิดให้บริการมาตั้งแต่ปี 2002

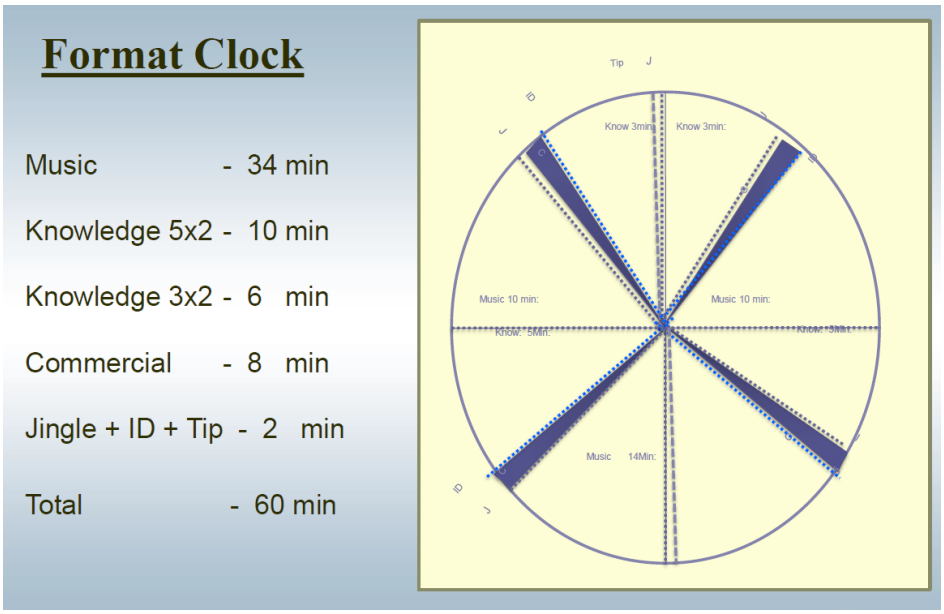
ในปี 2009 ก็มีผู้ให้บริการที่เป็นผู้รับใบอนุญาตในเชิงธุรกิจอีก 6 ราย ประกอบด้วย Padamayar FM, Pyinsawadi FM, FM Bagan, Cherry FM, THazin FM และ Shwe FM ซึ่งมีพื้นที่การให้บริการในแต่ละพื้นที่แตกต่างกันไป



ในส่วนของโครงสร้างการกำกับดูแลการประกอบกิจการ ปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานที่เป็นอิสระในการดำเนินการในเรื่องดังกล่าว แต่ได้มีการจัดตั้ง Broadcasting Governing Body (BGB) เมื่อปี 2013 ซึ่งมีผู้แทนจากหน่วยงานต่างๆ เข้ามาเป็นสมาชิก โดยประธาน คือ Deputy Minister for information (MOI) และเลขาธิการ คือ Director-General of MRTV รวมจำนวน 15 คน และในอนาคตจะมีกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาของรัฐสภาและคาดว่าจะมีผู้ประกอบการที่สนใจเข้ามาเป็นผู้รับใบอนุญาต

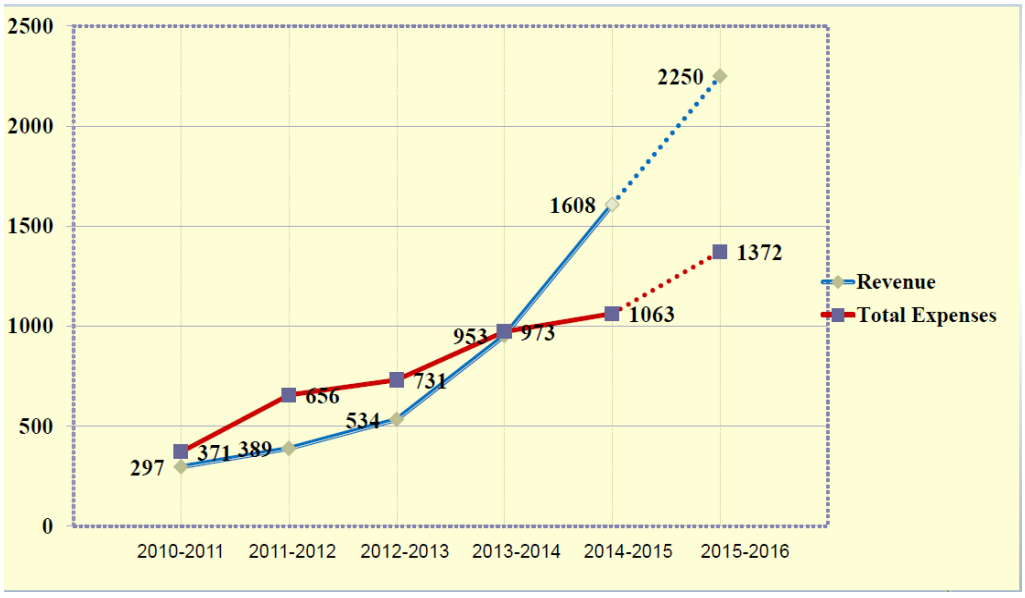
สำหรับ Padamyar FM เป็นหนึ่งในผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง มีพื้นที่การให้บริการที่ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ โดยมีการวางกลุ่มเป้าหมายในการรับฟัง คือ กลุ่มคนในวัย 18-40 ปี เนื้อหารายการ

ส่วนใหญ่ก็จะเน้นไปที่กลุ่มบันเทิง มีการให้น้ำหนักกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและสาระความรู้ประมาณร้อยละ 20 ของช่วงเวลาที่ออกอากาศ โดยรูปแบบของการออกอากาศในหนึ่งช่วงโมง จะประกอบไปด้วยดังตัวอย่างตามภาพข้างล่างนี้



โดยการแบ่งเวลาการออกอากาศดังกล่าว เพื่อเป็นการสร้างความสมดุล และให้ผู้ฟังก็จะได้ประโยชน์ในการรับฟังด้วย และการจัดช่วงเวลาที่เหมาะสมและรายการที่เหมาะสมก็เพื่อเหมาะกับกลุ่มผู้ฟังที่รับฟังในช่วงเวลานั้นๆ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อให้สอดคล้องกับช่วงเวลาในขณะนั้น เช่น การนำเสนอเพลงหรือสาระให้เหมาะกับช่วงวันแห่งความรัก เป็นต้น

สำหรับแหล่งที่มาของรายได้จากการประกอบกิจการ จะมาจากการให้ช่วงเวลาออกอากาศผู้สนับสนุนรายการต่างๆ การรับผลิตรายการ การจัดกิจกรรมต่างๆ โดยรายได้ในปัจจุบันมากกว่า 80% มาจากการให้ช่วงเวลาในการโฆษณา และปัจจุบันยังเหลือเวลาว่างประมาณ 20% โดยในช่วงแรกของการประกอบการยังประสบภาวะขาดทุน และเริ่มมีกำไรในปีที่ 5

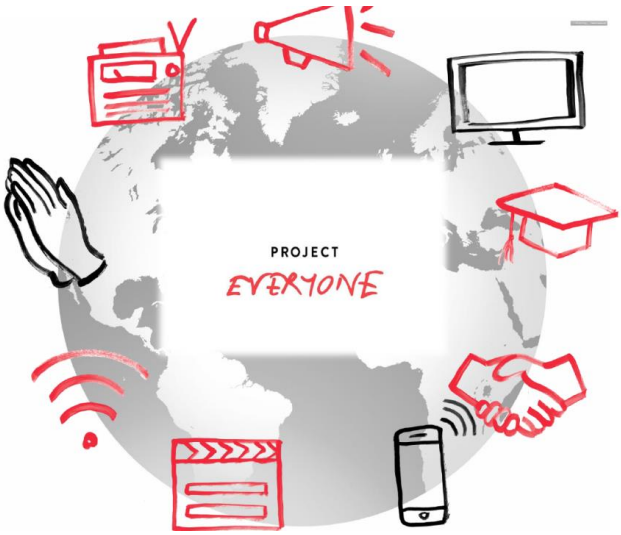


อย่างไรก็ตาม สถานีก็ยังมีการทำกิจการต่างๆ เพื่อเป็นการตอบแทนสังคม

โดยความท้าทายที่สถานียังคงต้องดำเนินการต่อไป เช่น การเพิ่มความรู้และประการณ์ทางด้านทฤษฎี และเทคนิคให้กับบุคลากร และการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ที่จะเข้ามีบทบาทมากขึ้นกันกลุ่มผู้ฟัง

หัวข้อ 7 Days, 7 Billion People: Creating World's Biggest Pop-up Radio Station
โดย Ms Deena Saeed, Head of Partnership, Radio Everyone

วิทยากรได้นำเสนอแนวทางการดำเนินการของโครงการที่เรียกว่า Project everyone ซึ่งเป็นโครงการที่ริเริ่มโดย Richard Curtis ร่วมกับ United Nations ในการดำเนินการโครงการดังกล่าว ซึ่งจะเริ่มต้นในเดือนกันยายน 2015 โดยมีวัตถุประสงค์ในการช่วยกันรณรงค์เกี่ยวกับการสร้างการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate change) ในปี 2030 เพื่อตัวเราและโลกของเราในวันข้างหน้า โดยเป้าประสงค์ต้องการที่จะให้มีการแชร์เป้าหมายนี้ร่วมกันให้เกิดขึ้นกับผู้คน 7 ล้านคนใน 7 วัน ผ่านการทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งผ่านวิทยุ โทรทัศน์ สังคมออนไลน์ ความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ สถาบันการศึกษา การจัดทำภาพยนตร์สั้น



และมีผู้สนับสนุนการดำเนินการโครงการดังกล่าว ดังตัวอย่างข้างล่างนี้

Session 5 Accessing Two-generation on Social Media: How Does Radio do it

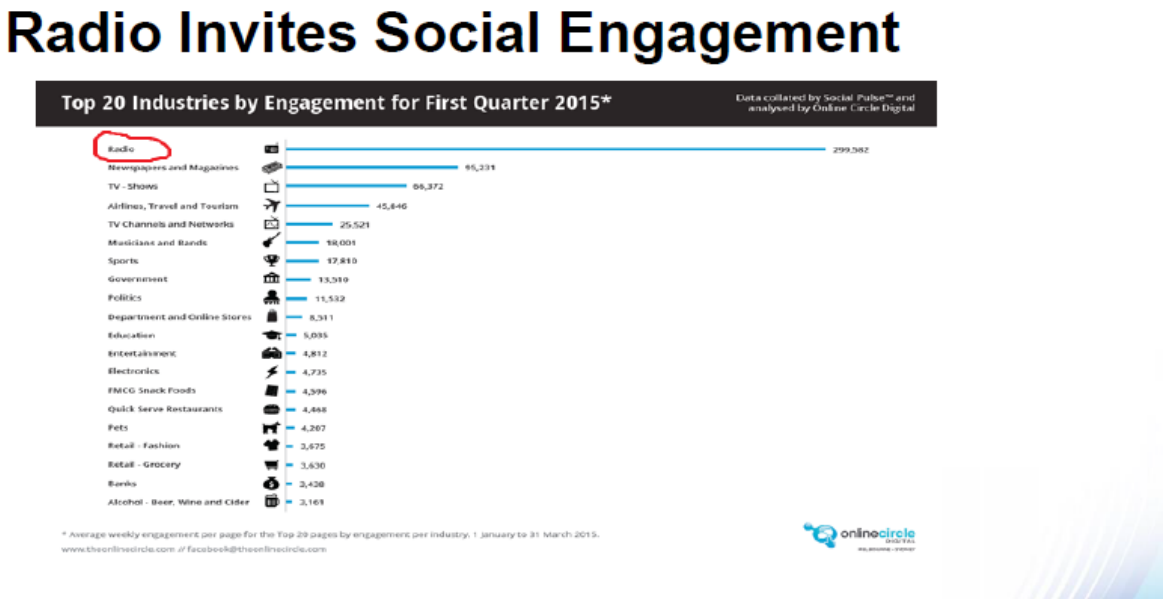
เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงจะมีการดำเนินการอย่างไรในการใช้หรือรับมือกับการเกิดขึ้นของสื่อประเภทนี้อย่างไร

หัวข้อ An overview of radio and social media in Australia

โดย Ms Joan Warner, CRA

วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการประกอบกิจการของผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง เช่น กรณีตัวอย่างของ The Twitter Green Room

จากการสำรวจพบว่า สื่อวิทยุเป็นสื่ออันดับหนึ่งที่รสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ฟังให้เข้าสู่การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความเห็นกัน



นอกจากนี้ยังใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเช่น Facebook ในการสร้าง Brand ให้กับสถานีวิทยุ และการสร้างการรับรู้และวัดเรตติ้งผ่านช่องทางนี้

อย่างไรก็ตาม แม้การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์จะเข้ามามีบทบาทต่อการประกอบกิจการของผู้ให้บริการ แต่การให้บริการวิทยุกระจายเสียงก็ยังเป็นคงเป็นช่องทางที่นำเสนอเนื้อหารายการเป็นหลัก แต่จะนำเอาสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาช่วยเสริมและติดต่อ สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ฟังได้ และอาจจะช่องทางในการรับฟังของผู้ฟังที่สามารถเป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มจำนวนของผู้ฟังให้มากขึ้นจากเนื้อหารายการที่ได้มีการ

ผลิตขึ้นแล้ว ท้ายที่สุดแล้วช่องทางของวิทยุที่แพร่สัญญาณผ่านคลื่นความถี่ก็ยังมีความได้เปรียบเกี่ยวกับคุณภาพที่จะได้ และที่สำคัญฟรี ไม่ต้องเสียค่าเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหากรับฟังผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ

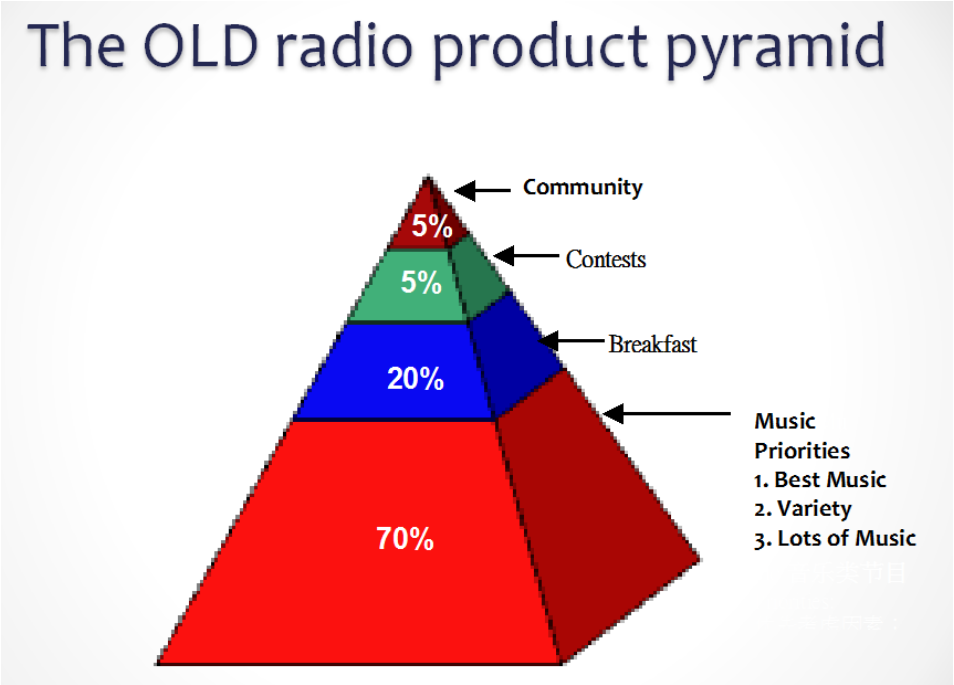
หัวข้อ Are You Audience-Connected
โดย Jim Gould, Head of Radio 3, RTHK, Hong Kong

วิทยากรได้นำเสนอเกี่ยวกับการให้บริการของสถานีที่ชื่อว่า Radio3 ซึ่งมีกลุ่มผู้ฟังประมาณ 237,000 คนในแต่ละสัปดาห์ ซึ่งโดยสรุปของการติดตามฟังของผู้ฟังส่วนใหญ่ก็จะติดตามฟังกับดีเจที่ชื่นชอบ เช่น Phil Whelan ที่จัดรายการ Morning Brew ในช่วงวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 9.00 ถึง 13.00 น. ที่เน้นพูดคุยเกี่ยวกับการทำอาหาร หรือดีเจคนอื่นๆ เช่น Uncle Ray ที่จะเน้นการฟังเพลง POP เก่าๆ เป็นต้น

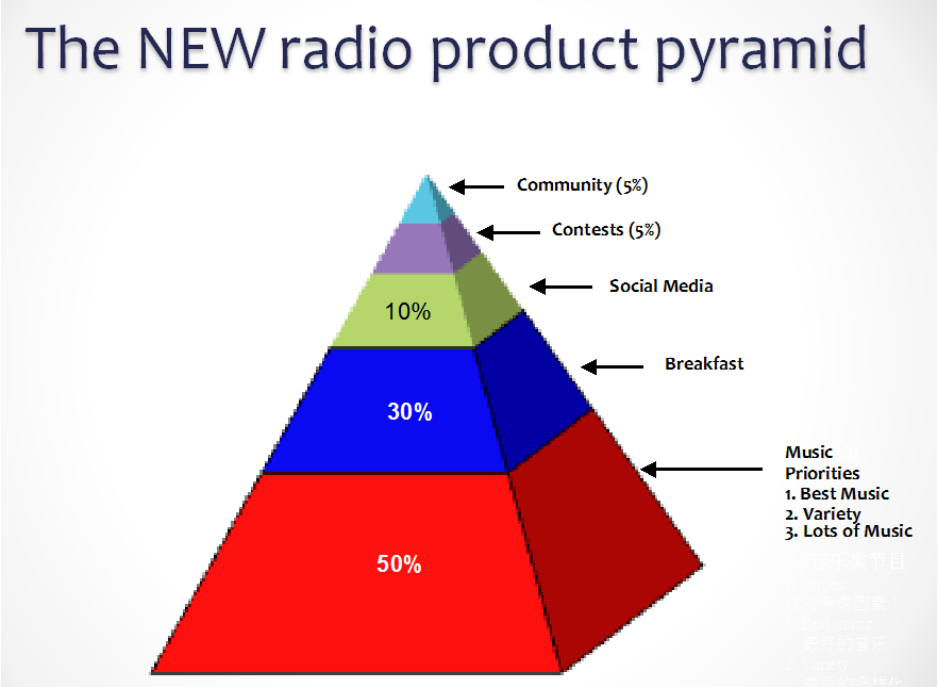
สำหรับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก็อาจจะมีการสื่อสารกับผู้ฟัง เพื่อร่วมทำกิจกรรมต่างๆ และมีการใช้ช่องทางอื่นๆ ในการเพิ่มช่องทางการรับฟังของผู้ฟัง เช่น การสร้าง Application ให้ผู้ฟังสามารถติดตามรายการผ่าน Application ได้

หัวข้อ From Traditional Radio of Social Media: How to Have All
โดย Barrey Kehane, Radio Consultant, Top of Mind Media and Entertainment, Australia

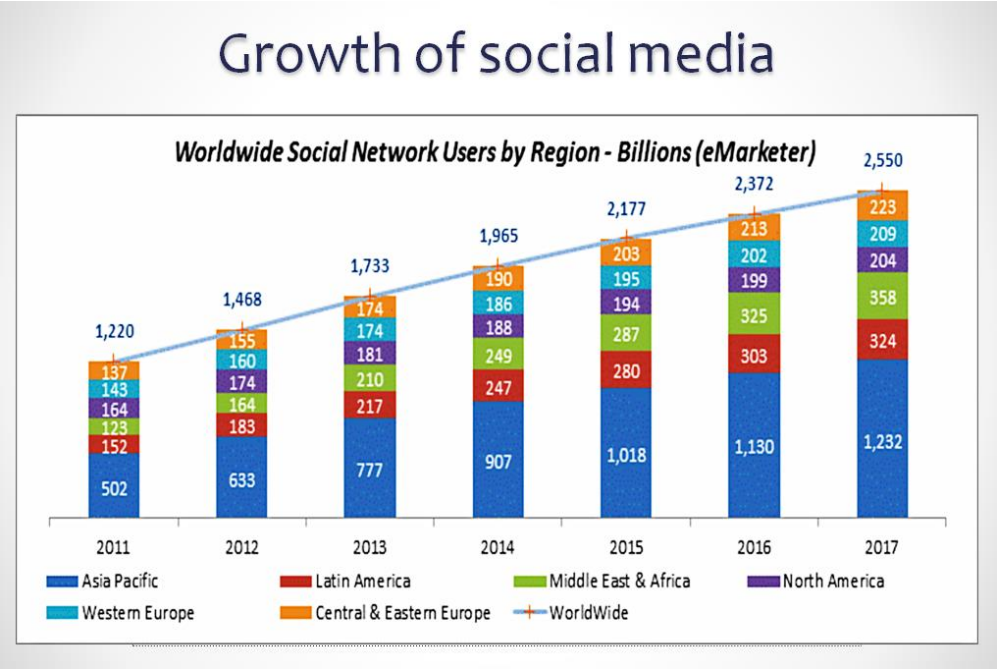
สำหรับวิทยากรท่านนี้ ได้นำเสนอให้เห็นความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยนำเสนอให้เห็นเกี่ยวกับการให้บริการวิทยุกระจายเสียงในอดีตที่เน้นการทำรายการประเภทต่างดังรูป



หากแต่ในการทำธุรกิจในอนาคต จำเป็นต้องพิจารณาการใช้ Social Media เข้ามามีส่วนสำคัญต่อการประกอบกิจการ



ทำไม social media จึงมีความสำคัญต่อการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง ก็เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่ใช้เวลาไปกับการใช้งาน social media ที่สามารถรับรู้ข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร รูปภาพ วีดิโอ แม้ว่าวิทยุจะสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้กับผู้ฟังได้อย่างครบถ้วน แต่จะทำอย่างไรให้เราสามารถนำเสนอได้มากกว่า 1 ช่องทาง หรือ 1 platform และด้วยกลุ่มผู้ฟังรุ่นเก่าก็ยังฟังวิทยุ หากแต่กลุ่มคนรุ่นใหม่จะใช้งาน social media เป็นหลัก ดังนั้น หากจะดึงกลุ่มผู้ฟังกลุ่มนี้ จำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสารผ่าน social media หากไม่มีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงอาจจะนำไปสู่หนทางแห่งการยุติการประกอบกิจการ นอกจากนี้ยังมีข้อมูลในเชิงสถิติที่บ่งบอกถึงการเติบโตของ social media



การมีเนื้อหารายการอยู่แล้ว และการนำเสนอให้หลากหลายช่องทางก็มีความจำเป็น แต่อาจจะต้องพิจารณาว่า เนื้อหาประเภทใดควรจะต้องนำเสนอในช่องทางใดให้มีความเหมาะสม เช่น การสัมภาษณ์ดารา อาจจะจำเป็นที่จะต้องนำเสนอให้พร้อมๆ กันทุกๆ Platform ให้กลุ่มผู้ฟังสามารถเข้าถึงได้ หรืออาจจะนำไปเผยแพร่ต่อในช่องทางต่างๆ เช่น facebook หรือ twitters เป็นต้น

สิ่งสำคัญสำหรับการประกอบกิจการ คือ

1. ต้อง โฟกัสเกี่ยวกับการเนื้อหารายการหลักของสถานี
2. การเพิ่มเติมช่องทางในการสื่อสารกับผู้ฟัง หากผู้ฟังให้ความสนใจกับสิ่งๆ นั้นมาก
3. การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ฟังในลักษณะของ 2 way communications และ
4. ต้องคิดขยายหรือส่งเนื้อหารายการไปยังช่องทางต่างๆ ให้ได้มากที่สุด

และสิ่งที่ไม่ควรทำ เช่น

1. การสร้างาความยุ่งยากในการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง
2. อย่าสนใจในเชิงปริมาณแต่ให้สนใจต่อคุณภาพของเนื้อหารายการ และ
3. อย่าหยุดความสุนกสนามให้กับผู้ฟัง

หัวข้อ Power of Storytelling and Social Generation

โดย Wolfram Tech, Senior consultant & Partner, BCI, Germany

วิทยากรมีการนำเสนอเกี่ยวกับความจำเป็น และความสำคัญของ Social media ที่เข้ามามีบทบาทในยุค digital age ซึ่งสามารถดูได้จากสถิติตามรูปข้างล่างนี้

การสร้างความแตกต่างย่อมมีความจำเป็น

แม้บางครั้งผู้ให้บริการอาจจะหลงทางไปบ้างกับสิ่งกระตุ้นภายนอก หากแต่จะต้องกลับมาพิจารณาแล้วว่า ตัวตนหรือแก่นของการให้บริการวิทยุกระจายเสียง คืออะไร

โดยมีกระบวนการในการสร้างเรื่องราว เป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้.

1. เนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้องที่ต้องการสื่อสารคืออะไร คือ ต้องมีความน่าสนใจ และมีความสำคัญ โดยต้องพยายามตอบคำถามให้ได้ว่า “ทำไม” ต้องทำ

2. คุณค่าที่ผู้ฟังจะได้รับ

3. นำเสนอด้วยรูปภาพและตัวอย่าง

4. ต้องแสดงออกถึงความน่าเชื่อถือ ต้องมีความเป็นธรรมชาติ ไม่ใช่การอ่าน

5. ต้องกระชับและเรียบง่าย (Keep it short and simple)

6. ต้องมีความสนุกสนาน

Session 6 Panel Discussion: Radio the Neat Generation

ในหัวข้อนี้มีการนำเสนอเกี่ยวกับแนวโน้มของการประกอบกิจการวิทยุกระจาเสียง โดยมีผู้เข้าร่วมเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งประกอบด้วย

1. Kabul Budiono, Director, Programme and Production, RRI, Indonesia
2. Ms John Warner, CRA
3. Ms Zakiah Halim, MediaCorp
4. Parameswaran Ponnudurai, Vice-President(Programming), Radio FreeAsia
5. Simon Spanwick, Chief Executive, AIB
6. Neil Currt, Director, Beyond Broadcasting, UK

โดยเริ่มจากวิทยากรจาก CRA, Ms John Warner ก็ให้ความเห็นเกี่ยวกับพัฒนาการของการให้บริการวิทยุกระจายเสียง โดยเฉพาะในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งปัจจุบันที่ผู้ฟัง หรือเข้าถึงสื่อวิทยุมากกว่าโทรทัศน์

และการให้บริการผ่านคลื่นความถี่ก็ยังมีความเหมาะสมและยังมีความได้เปรียบมากกว่าการให้บริการในลักษณะ streaming หรือสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันของผู้คน

การวิจัยหรือการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้รับฟังก็มีความจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาวิจัยข้อมูลดังกล่าว ซึ่งในออสเตรเลียมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับฟังปีละ 2-3 ครั้ง การเข้าใจในพฤติกรรมของผู้ฟังว่าต้องการฟังวิทยุในตอนไหน ฟังเพื่ออะไร เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาการให้บริการของสถานี นอกจากนี้การจัดโปรโมทรายการก็เพื่อให้ผู้ฟังได้มีการติดตามและการสร้างการมีส่วนรวมกับผู้ฟัง

วิทยากรลำดับถัดมาคือ Ms Zakiah Halim, MediaCorp ก็ได้นำเสนอเกี่ยวกับการนำสื่อสังคมออนไลน์มาผสานเข้ากับการให้บริการในรูปแบบเดิม โดยได้ยกตัวอย่างของรายการ Starz RedTV ซึ่งเป็นรายการที่มีรูปแบบในการนำเสนอโดยการจัดรายการและมีการถ่ายทอดผ่านอินเทอร์เน็ตให้ผู้ฟังสามารถรับชมไปพร้อมๆ กับการรับฟังรายการ หรือบางช่วงอาจจะมีการเชิญแขกรับเชิญที่เป็นดารามาพูดคุยก็จะสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับรายการ และเห็นว่าการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ก็จะมีส่วนช่วยให้กับประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

วิทยากรลำดับต่อมาคือ Kabul Budiono, Director, Programme and Production, RRI, Indonesia ก็ได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งสื่อโทรทัศน์ก็ยังเป็นสื่อหลักที่ประชาชนสนใจ และในส่วนของอินเทอร์เน็ตก็มีแนวโน้มของการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน หากตรวจสอบข้อมูลลงไปในเชิงลึกของข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของชาวอินโดนีเซีย พบว่า มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตกว่า 38 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 15 จากจำนวนประชากรกว่า 250 ล้านคน มีจำนวนผู้ใช้งาน facebook กว่า 62 รายบัญชีหรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของจำนวนประชากร ในขณะที่จำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มีจำนวนมากกว่า 281 ล้านเครื่อง นอกจากนี้ยังมีสถิติที่น่าสนใจเกี่ยวกับการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ กล่าวคือ เกือบครึ่งหนึ่งของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นคนในวัย 18-24 ปี สำหรับกลยุทธ์ของ RRI ผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงที่มีความพยายามในการเพิ่มจำนวนผู้ฟังที่เป็นวัยรุ่นมากขึ้น การให้บริการในหลายๆ ช่องทาง การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ฟัง

วิทยากรในลำดับถัดมาคือ Parameswaran Ponnudurai, Vice-President(Programming), Radio FreeAsia ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ภายใต้รัฐบาลของสหรัฐอเมริกา ที่ต้องการให้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ให้ประชาชนในกลุ่มประเทศที่อาจจะยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้โดยเสรีมากนัก อันประกอบด้วยประเทศจีน เกาหลีเหนือ ลาว เวียดนาม พม่า และกัมพูชา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อที่ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศดังกล่าวสามารถเข้าถึงได้ ในขณะที่อินเทอร์เน็ตยังมีความยุ่งยากในการเข้าถึง และคลื่นที่ใช้ในการส่งส่วนใหญ่ก็เป็นคลื่นความถี่ในย่าน Short wave ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารลงไปคือกลุ่มคนรุ่นใหม่ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องปรับรูปแบบและเทคนิคในการให้เข้าถึงกลุ่มนี้ได้

วิทยากรในลำดับถัดไปคือ Neil Currt, Director, Beyond Broadcasting, UK ได้นำเสนอเกี่ยวกับการสร้าง landscape ของการให้บริการวิทยุกระจายเสียงที่จำเป็นจะต้องมีความชัดเจนในการวางตำแหน่งของตนเองหรือสถานีในการให้บริการกับกลุ่มผู้ฟัง และต้องมีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อการอยู่รอดต่อไปในการให้บริการ

วิทยากรในลำดับสุดท้ายคือ Simon Spanwick, Chief Executive, AIB ให้ความเห็นว่าการนำเสนอเนื้อหารายการที่ดีมีความจำเป็นสำหรับการให้บริการวิทยุกระจายเสียง หรือจากตัวอย่างในการนำเสนอแบบการเล่า และการให้ความสำคัญกับคำว่า Content is the King นอกจากนี้ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ผู้คนต่างก็เป็นผู้ผลิตเนื้อหารายการต่างๆ ได้ เพราะฉะนั้น การนำเสนอควรจะมีการคัดสรรหรือเลือกสรรรายการที่มีคุณภาพมานำเสนอให้กับผู้ฟัง

4. การประชุมครั้งต่อไป

เลขาธิการสหภาพกิจการวิทยุและโทรทัศฯแห่งเอเชีย-แปซิฟิก (ABU) แจ้งให้ที่ประชุมทราบว่า การประชุม Radio Asia 2016 จัดที่กรุงปักกิ่ง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ภาคผนวก 1

ภาพการเข้าร่วมประชุม Radio Asia 2015 Conference

“The Creative Power of Radio”

ณ กรุงย่างกุ้ง สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

28-30 พฤษภาคม 2558

Conference Organiser
ABU
Radio Asia
2015
ative Power of Radio
8-30 May 2015
gon, Myanmar
Principal Sponsor
Supporting Sponsor &
Online Media Partner
Co-

Conference Organiser
ABU
Radio Asia
2015
The Creative Power of Radio
28-30 May 2015
Principal Sponsors
Major Sponsors
SKY NEWS
Co-Sponsor

ประชุมหารือ Ms.Joan Warner, CEO Commercial Radio Australia

ประชุมหารือ Dr Javad Mottaghi, Secretary-General, ABU

งาน ABU Radio Song Festival 2015