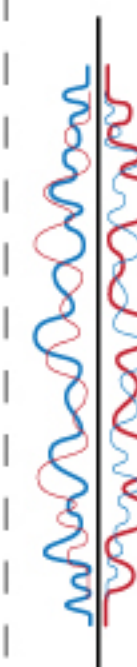




๙ ย้อนอดีต ๙ สู่ปัจจุบัน ๙ มองอนาคต เสี่ยงวิทยุไทย



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กทม. 10400
โทรศัพท์ 0 2271 7632
www.nbtc.go.th

๙ ย้อนอดีต ๙ สู่ปัจจุบัน ๙ มองอนาคต

เสี่ยงวิทยุไทย



ย้อนอดีต สู่ม้าทุบดิน มอฆอนาคต
เส้นทางวิทยุไทย

♪ ย้อนอดีต ♪ สู่ปัจจุบัน ♪ มองอนาคต

เส้นทางวิทยุไทย



ชื่อหนังสือ : ย้อนอดีต สู่ปัจจุบัน มองอนาคต: เส้นทางวิทยุไทย

เจ้าของ : สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

จัดทำโดย : ส่วนวิชาการในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ : 978-616-416-036-1

พิมพ์ครั้งที่ 1 : กันยายน 2564

ออกแบบและพิมพ์ที่

บริษัท ลัคเฮง สตูดิโอ จำกัด

15/22 หมู่ 5 ต.บางรักน้อย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

ย้อนอดีต สู่ปัจจุบัน มองอนาคต: เส้นทางวิทยุไทย. -- กรุงเทพฯ : สำนักงาน
คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคมแห่งชาติ, 2564. 90 หน้า.

1. วิทยุกระจายเสียง. I. ชื่อเรื่อง.

384.54

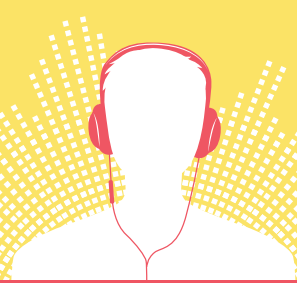
ISBN 978-616-416-036-1



“สื่อวิทยุ” เป็นสื่อหนึ่งที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ การปรับตัวและพัฒนาารูปแบบรายการเพื่อให้ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ฟังแต่ละยุคสมัย ตลอดจนการเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและพฤติกรรมของผู้รับฟัง สิ่งที่เกิดขึ้นเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงในแต่ละยุคแต่ละสมัยต้องปรับตัวเพื่อขับเคลื่อนวิทยุกระจายเสียงเพื่อให้ “วิทยุกระจายเสียง” สามารถเป็นเครื่องมือสื่อสารที่เผยแพร่ไปยังประชาชนทั่วประเทศในวงกว้าง

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) โดยสำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแล เล็งเห็นว่า การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ของคนในแวดวงและการศึกษาพัฒนาการความเป็นมาของวิทยุกระจายเสียง จะทำให้เข้าใจและมองภาพกิจการกระจายเสียงได้รอบด้านมากยิ่งขึ้น จึงได้รวบรวมข้อมูลพัฒนาการของกิจการกระจายเสียงแต่ละยุคแต่ละสมัย รวมทั้งข้อคิดและประสบการณ์ของบุคคลในวงการที่ฟันฝ่าอุปสรรคและความท้าทายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไว้ในหนังสือเรื่อง “ย้อนอดีต สู่วันปัจจุบัน มองอนาคต: เส้นทางวิทยุไทย” นอกจากนี้ หนังสือเล่มนี้ยังได้สะท้อนแนวโน้มของกิจการกระจายเสียงในอนาคตผ่านมุมมองของ กสทช. ที่กำกับดูแลนโยบายด้านนี้โดยตรง ทั้งในแง่มุมมองด้านเทคโนโลยี กฎหมาย และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเรื่อง “ย้อนอดีต สู่วันปัจจุบัน มองอนาคต: เส้นทางวิทยุไทย” เล่มนี้จะสามารถให้ข้อมูลพัฒนาการของวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี โดยผ่านเรื่องราวประสบการณ์และบทเรียนของผู้ที่มีบทบาทในกิจการวิทยุกระจายเสียงตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา กระทั่งถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับกิจการวิทยุกระจายเสียงของไทยภายใต้ระบบการกำกับดูแลที่เป็นสากลซึ่งมีบริบทภายในประเทศและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยขับเคลื่อน อันจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายสามารถมองภาพอนาคตเพื่อนำมาเชื่อมโยงและวางบทบาทใหม่ของกิจการกระจายเสียงได้



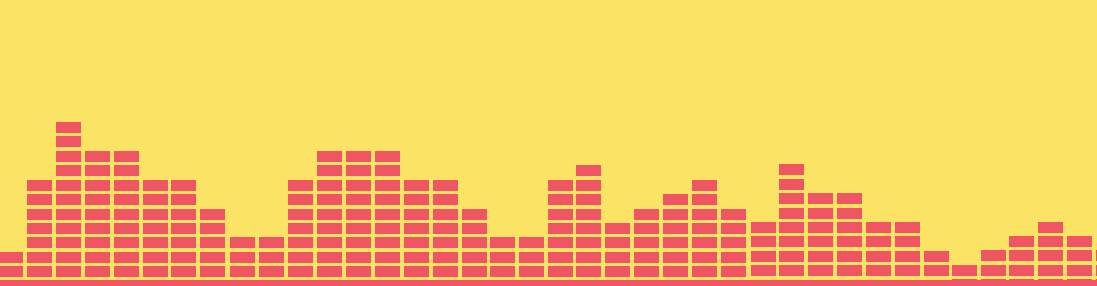
คำนิยาม

กิจการกระจายเสียงเป็น “สื่อ” ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากยุคเริ่มต้นในปี 2493 เรื่อยมาจนเข้าสู่ยุคการปฏิรูปสื่อในปี 2540 ซึ่งต่อมาเกิดการแพร่ขยายของวิทยุชุมชน จนนำไปสู่การกำหนดกรอบการกำกับดูแลภายใต้ กทช. และภายใต้ กสทช. ในปัจจุบัน ตามลำดับ ทั้งนี้ ตั้งแต่ยุคอดีตจนถึงปัจจุบัน กิจการกระจายเสียงได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า เป็น “สื่อ” ที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกกลุ่ม ทุกวัย ทุกอาชีพ อย่างทั่วถึง ทั่วทั้งประเทศ

“หากปลายปี 2556 เป็นจุดสตาร์ทของวงการทีวีดิจิตอลของประเทศไทย ปลายปี 2564 นี้ จะเป็นการเริ่มปฐมบทใหม่ของวงการวิทยุในประเทศไทยเช่นกัน”

ภายใต้กรอบของกฎหมายซึ่งมี กสทช. ทำหน้าที่กำกับดูแลนั้น ได้กำหนดให้ผู้ถือครองคลื่นความถี่อยู่เดิม ซึ่งคือหน่วยงานของรัฐเป็นหลัก ต้องส่งคืนคลื่นความถี่ให้แก่ กสทช. เพื่อนำมาจัดสรรใหม่ สิ่งนี้จะนำไปสู่การจัดประมูลคลื่นวิทยุกระจายเสียงทางธุรกิจขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย โดยกำหนดไว้ในช่วงปลายปี 2564 ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบการอนุญาตอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ ในส่วนของกิจการประเภทบริการสาธารณะและประเภทบริการชุมชน หน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการอยู่เดิมก็สามารถให้บริการต่อไปได้ โดยเข้าสู่ขั้นตอนการขอรับใบอนุญาตภายใต้การส่งกระจายเสียงแบบกำลังส่งคลื่นความถี่ต่ำ (Low Power Transmission)

“ความน่าตื่นเต้นของอุตสาหกรรมกระจายเสียงกำลังจะเริ่มต้น ซึ่งการประมูลคลื่นความถี่วิทยุบริการธุรกิจจะเปิดทางให้ทั้งผู้ประกอบการรายเก่าและรายใหม่ มีโอกาสเข้ามาเป็นผู้รับใบอนุญาตในประเทศไทยเป็นครั้งแรก”



อนึ่ง แม้ว่าสภาพเศรษฐกิจในประเทศและทั่วโลกกำลังได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 อีกทั้งพัฒนาการทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เปิดโอกาสให้เกิดช่องทางสื่อวิทยุในรูปแบบออนไลน์ได้สร้างความท้าทายให้กับผู้ประกอบการวิทยุเรื่อยมา แต่ในความเห็นของผม คุณค่าของ “สื่อวิทยุ” ยังคงอยู่เสมอ ส่วนเทคโนโลยีออนไลน์สมัยใหม่คือช่องทางที่จะช่วยให้ “คอนเทนต์” จากสื่อวิทยุสามารถเข้าถึงผู้ฟังได้มากขึ้น ขณะที่สื่อวิทยุที่ใช้คลื่นความถี่จะยังคงเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนกลุ่มใหญ่ได้โดยตรง รวดเร็ว และต้นทุนไม่สูง

หนังสือเรื่อง “ย้อนอดีต สู่ปัจจุบัน มองอนาคต: เส้นทางวิทยุไทย” เล่มนี้ ได้รวบรวมข้อมูลของวงการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต มีการถอดบทเรียนความล้มเหลวและความสำเร็จของผู้ประกอบการกิจการในวงการนี้ อีกทั้งได้สื่อสารความคืบหน้าระดับนโยบายและทิศทางการกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียงทั้งระบบ รวมถึงความคืบหน้าการทดลองทดสอบวิทยุดิจิทัล ซึ่งได้เปิดให้เป็นวิทยุทางเลือกภายใต้แผนแม่บทฯ ฉบับที่ 2 ด้วย ผมจึงเชื่อมั่นว่า หนังสือเล่มนี้จะเป็นหนังสือที่ให้ข้อมูลความรู้ รวมทั้งประสบการณ์ที่น่าสนใจ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนอย่างสมบูรณ์เล่มหนึ่ง

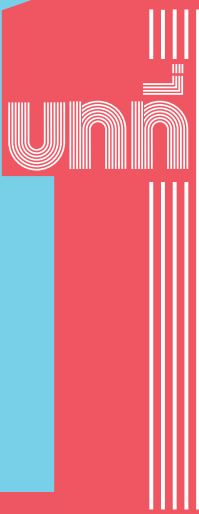


พ.อ. นท ๑๙๐๒๗

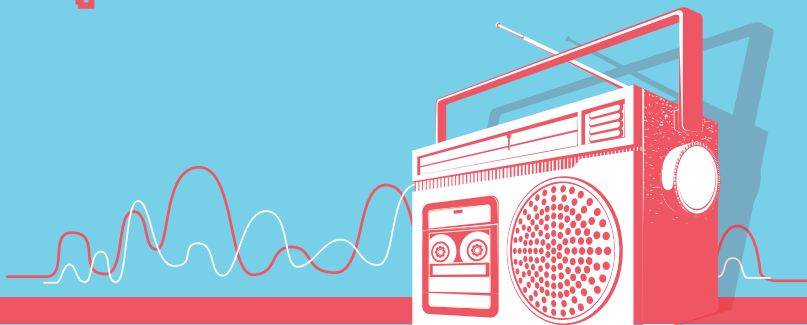
พันเอก ดร. นที ศุกลรัตน์
รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)
(กันยายน 2564)

สารบัญ

บทที่ 1 เส้นทางวิทยุไทย จากกระบอกเสียงภาครัฐสู่ผลประโยชน์สาธารณะในวงกว้าง.....	7
1.1 ช่วงที่ 1 ยุคเริ่มต้นกิจการวิทยุไทย จนถึงยุคก่อนปฏิรูปสื่อตามรัฐธรรมนูญ.....	9
1.2 ช่วงที่ 2 ยุคปฏิรูปสื่อ และการขยายตัวของวิทยุชุมชนทั่วประเทศ.....	11
1.3 ช่วงที่ 3 ยุคบทเฉพาะกาล (การจัดระเบียบกิจการวิทยุแบบชั่วคราว โดย กทช.).....	13
1.4 ช่วงที่ 4 การกำกับดูแลภายใต้ กสทช.....	15
 บทที่ 2 ถอดบทเรียนและประสบการณ์ของกิจการวิทยุกระจายเสียงของไทย :	
เสียงสะท้อนจากคนในแวดวง.....	17
2.1 ผู้ประกอบกิจการวิทยุธุรกิจบนคลื่นหลัก.....	20
2.1.1 ความท้าทายของผู้ประกอบกิจการวิทยุธุรกิจ.....	21
2.1.1.1 ตามล่าหา “คลื่น” เพื่อจัดรายการวิทยุ : ส่วนผสมของ “งานศิลปะและธุรกิจ” ที่ต้องพึ่งพาเม็ดเงิน	21
2.1.1.2 ความท้าทายในการหารายได้.....	27
2.1.2 กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ.....	29
2.1.2.1 ยืนหยัดด้วยการหาเอกลักษณ์ สร้างจุดเด่นให้ธุรกิจ.....	29
2.1.2.2 เพิ่มช่องทางหารายได้ ด้วยการต่อยอดทางธุรกิจ.....	38
2.1.3 “คลื่นวิทยุและรายการวิทยุ” สื่อที่ไม่ตาย	40
2.2 กลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง.....	43
2.2.1 ผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทกิจการทางธุรกิจ.....	44
2.2.2 ผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการสาธารณะ.....	47
2.2.3 ผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการชุมชน.....	50
 บทที่ 3 ก้าวต่อไปของกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย.....	59
3.1 แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการกระจายเสียงในประเทศไทย.....	61
3.2 ประสบการณ์กิจการวิทยุระบบดิจิทัลในต่างประเทศ.....	69
3.3 การทดลองทดสอบวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัลในประเทศไทย.....	73
3.4 บริการ OTT Audio คู่แข่งยุค Digital Disruption.....	75
 บทที่ 4 บทส่งท้าย.....	79
ภาคผนวก (มูลค่าตลาดกิจการกระจายเสียง).....	82
บรรณานุกรม.....	84



เส้นทางวิทยุไทย จากกระบอกเสียงภาครัฐ สู่พลประโยชน์สาธารณะในวงกว้าง



เส้นทางของสื่อวิทยุกระจายเสียง ก่อกำเนิดและเริ่มต้นบทบาทของสื่อด้วยการเป็นกระบอกเสียงของรัฐ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารในยุคแรกมักเป็นรูปแบบของการสื่อสารทางเดียว นอกจากนี้ ด้วยความที่สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ขยายไปในวงกว้างและเข้าถึงประชาชนทั้งในเขตเมืองและชนบทอย่างทั่วถึงตั้งแต่ พ.ศ. 2493 ซึ่งเป็นปีที่รัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติการโฆษณากระจายเสียง ทำให้จำนวนเครื่องรับวิทยุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนถึงช่วง พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา เครื่องรับวิทยุหรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า “วิทยุทรานซิสเตอร์” ได้แพร่หลายสู่ทุกหย่อมหญ้าของประเทศไทย สื่อวิทยุจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเรื่องราวข่าวคราวให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และควบคุมทิศทางการสื่อสารจากภาครัฐสู่ประชาชน อันส่งผลต่ออำนาจทางการเมืองการปกครอง รวมทั้งเพื่อการโฆษณาชวนเชื่อ โดยเป็นเช่นนั้นในทุกยุคสมัย และถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงชั่วคราว สื่อวิทยุกระจายเสียงก็ยังคงเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการสร้างความน่าเชื่อถือ ปลูกฝัง ตอกย้ำแนวคิด และค่านิยม เพื่อโน้มน้าวจิตใจ ซึ่งเป็นการสร้างฐานอำนาจให้กับภาครัฐบาลและผู้บริหารปกครองประเทศ โดยคัดกรองข่าวสารที่ถูกลำเลียง จนทำให้ประชาชนสั่งสมความรู้สึกด้านลบและเกิดเป็นกระแสเรียกร้องให้มีการบริหารจัดการสื่อให้ทำหน้าที่สื่อสารมวลชนอย่างเหมาะสม จนก่อให้เกิดการปฏิรูปสื่อขึ้นในเวลาต่อมา โดยการปฏิรูปสื่อนี้เป็นผลพวงหนึ่งจากเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ ในปี 2535 ซึ่งเป็นที่มาของบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มาตรา 40 ที่ระบุให้คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยให้มี

องค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ดังกล่าว และการกำกับดูแลจะต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ซึ่งเป็นที่มาขององค์กรที่ทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ ได้แก่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ในปัจจุบัน



เส้นทางการเดินของกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย อาจแบ่งได้เป็น 4 ช่วงเวลาสำคัญ

- ช่วงที่ **1** ยุคเริ่มต้นกิจการวิทยุไทย จนถึงยุคก่อนปฏิรูปสื่อตามรัฐธรรมนูญ (พ.ศ. 2470 - พ.ศ. 2540)
- ช่วงที่ **2** ยุคปฏิรูปสื่อ และการขยายตัวของวิทยุชุมชนทั่วประเทศ (พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2551)
- ช่วงที่ **3** ยุคบทเฉพาะกาล (การจัดระเบียบกิจการวิทยุแบบชั่วคราว โดย กทช.) (พ.ศ. 2551- พ.ศ. 2553)
- ช่วงที่ **4** การกำกับดูแลภายใต้ กสทช. (ตั้งแต่ พ.ศ. 2554)

1.1

ช่วงที่ 1

ยุคเริ่มต้นกิจการวิทยุไทย จนถึงยุคก่อนปฏิรูปสื่อ ตามรัฐธรรมนูญ (พ.ศ. 2470 – พ.ศ. 2540)

วิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2470 โดยมีพลเอก พระเจ้าบรมวงศ์เธอพระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน เสนาบดีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมในรัชกาลที่ 7 เป็นผู้บุกเบิก ด้วยทรงซื้อเครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ชนิดใช้หลอด 3 อิเลคโตรด ซึ่งใช้ความถี่สูง (คลื่นสั้น) กำลังส่งประมาณ 200 วัตต์ มาติดตั้งที่วังดอกไม้ในกรุงเทพมหานคร และทรงทดลองส่งเสียงพูดและเสียงดนตรี จนเป็นที่กล่าวกันต่อมาว่าทรงเป็น “บิดาแห่งวงการวิทยุกระจายเสียงไทย”

หลังจากนั้นฝ่ายกองช่างวิทยุ กรมไปรษณีย์โทรเลข ได้ดำเนินการทดลองส่งวิทยุกระจายเสียง โดยใช้เครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ขนาดเล็ก กำลังส่งประมาณ 200 วัตต์ ณ ที่ตั้งของกองช่างวิทยุในตึกที่ทำการกรมไปรษณีย์โทรเลขในยุคนั้น ณ บริเวณปากคลองโอ่งอ่าง หน้าวัดราชบูรณะ (วัดเลียบ) ซึ่งปัจจุบันได้รื้อถอนไปหมดแล้ว ต่อมามีการย้ายการทดลองไปที่สถานีวิทยุศาลาแดง โดยมีการเปลี่ยนมาใช้ขนาดคลื่นความถี่ปานกลาง ซึ่งได้ผลการรับฟังดีกว่าเมื่อใช้ความถี่ที่สูงขึ้น จึงได้ใช้คลื่นวิทยุขนาดความถี่ปานกลางนี้ สำหรับการส่งวิทยุกระจายเสียงภายในประเทศ ส่วนการทดลองส่งวิทยุกระจายเสียงด้วยความถี่สูงคงใช้สำหรับการส่งวิทยุกระจายเสียงไปต่างประเทศเท่านั้น และเมื่อปรากฏว่าประชาชนสนใจและนิยมรับฟังวิทยุกระจายเสียงกันมากขึ้น กองช่างวิทยุ กรมไปรษณีย์โทรเลข จึงได้จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงถาวรขึ้นที่บริเวณทุ่งพญาไท กรุงเทพมหานคร ให้ชื่อว่า “สถานีวิทยุกรุงเทพฯ ที่พญาไท” โดยตัวอาคารเครื่องส่งอยู่ในบริเวณทุ่งนาหน้าโรงแรมพญาไท (เดิมเป็นวังพญาไท) ส่วนห้องส่งกระจายเสียง อยู่บนชั้นสองของโรงแรมพญาไท ดำเนินการสร้างโดยห้างเกียร์สัน และมีพิธีเปิดสถานีวิทยุกระจายเสียงถาวรแห่งแรกของประเทศไทยนี้เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2473

ต่อมาในปี 2484 ยุคที่จอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ได้เปลี่ยนการเรียกขานจาก “สถานีวิทยุกรุงเทพฯ ที่พญาไท” เป็น “สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย” โดยที่กิจการวิทยุกระจายเสียงในช่วงเริ่มต้นนี้ ถูกใช้เพื่อเสนอข่าวและประกาศของทางราชการ รวมทั้งนำเสนอรายการปาฐกถาและสุนทรพจน์ของบุคคลสำคัญในคณะรัฐบาล แม้กระทั่งในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 (ระหว่างปี 2484-2488) สื่อวิทยุ

ก็เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารและโฆษณาชวนเชื่อความคิดทางการเมืองของทั้งฝ่ายรัฐบาลและกลุ่มเสรีไทย ซึ่งนำโดยนายปรีดี พนมยงค์

ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (ปี 2492-2500) จอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้กลับมาเป็นนายกรัฐมนตรีอีกครั้งและได้เปลี่ยนโฉมวงการวิทยุกระจายเสียงของประเทศไทยในหลายมิติ เริ่มต้นจากการจัดตั้งบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด ซึ่งเป็นการดำเนินการวิทยุเชิงธุรกิจ ในชื่อสถานีวิทยุ ท.ท.ท. ซึ่งถือเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งแรกที่จดทะเบียนในรูปบริษัท โดยมีกรมโฆษณาการเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ และยังเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งแรกของประเทศไทยที่ออกอากาศในระบบเอฟเอ็ม

ในปี 2493 รัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติการโฆษณากระจายเสียง ซึ่งผลจากพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าว ได้ยกเลิกการจดทะเบียนเครื่องรับวิทยุ ทำให้ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากทางราชการ รวมทั้งยังเปิดโอกาสให้หน่วยงานราชการอื่นๆ จัดตั้งสถานีวิทยุได้ ผลที่เกิดขึ้นคือหน่วยราชการทหารได้เริ่มจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงขึ้นในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด และเริ่มเปิดโอกาสให้เอกชนมารับช่วงผลิตรายการ เช่น รายการเพลง ละครวิทยุ ลิเก และรายการตอบปัญหา ทำให้หลายสถานีได้รับความนิยมจากประชาชน นอกจากหน่วยงานทหารแล้ว ยังมีส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจอื่นๆ ที่มีการจัดตั้งสถานีวิทยุของตนเอง เช่น องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย กรมตำรวจ และหน่วยงานของรัฐอื่นๆ

การจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงของหน่วยงานรัฐ ส่งผลให้รัฐสามารถใช้สื่อวิทยุเป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารไปยังประชาชน โดยหน่วยงานของรัฐเริ่มมีการขยายเครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงไปทั่วประเทศ เช่น ในยุคจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ (ปี 2502-2506) มีการขยายเครือข่ายวิทยุกระจายเสียงในส่วนของเครือข่ายของกองทัพอากาศครอบคลุมทุกพื้นที่ จนในปี 2515 กองทัพบกมีสถานีวิทยุทั้งสิ้น 64 แห่ง และกรมประชาสัมพันธ์มีสถานีวิทยุทั้งสิ้น 21 แห่งทั่วประเทศ ทั้งนี้ เนื้อหาส่วนใหญ่ที่ปรากฏในรายการวิทยุ คือ เนื้อหาประเภทบันเทิงต่างๆ ขณะที่เนื้อหาประเภทข่าวสารและสาระถูกรัฐบาลควบคุมอย่างเข้มงวด แม้กระทั่งในช่วงเหตุการณ์ “14 ตุลาคม 2516” สื่อวิทยุก็ยังเป็นช่องทางของรัฐในการโฆษณาชวนเชื่อเช่นเคย จนทำให้เกิดเหตุการณ์เผากรมประชาสัมพันธ์และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความไม่พอใจของประชาชนที่รู้สึกว่าคุณบิดเบือนบิดาจากข้อมูลข่าวสาร

ต่อมาในยุครัฐบาลของ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ได้เริ่มมีการปฏิรูประบบวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เป็นครั้งแรกเพื่อลดทอนอิทธิพลทางการเมืองของฝ่ายทหาร โดยมีการตั้งคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือ กบว. ในปี 2518 และมีการออกกฎระเบียบการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2518 สำหรับการควบคุมการขออนุญาตจัดตั้งสถานีและควบคุมเนื้อหารายการซึ่งมุ่งเน้นไปที่การควบคุมเนื้อหาโดยมีอนุกรรมการตรวจเซ็นเซอร์รายการด้านโฆษณา ภาพยนตร์ และละคร ซึ่งการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองและสังคมในรายการข่าวและบันเทิงเป็นสิ่งต้องห้าม นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดเวลาโฆษณารายการวิทยุได้ไม่เกิน 8 นาทีต่อชั่วโมงด้วย อย่างไรก็ตาม หลังเหตุการณ์รัฐประหาร 6 ตุลาคม 2519 การดำเนินงานของ กบว. ก็ยิ่งเข้มงวดขึ้นในด้านการควบคุมเนื้อหาข่าวสารและความคิดเห็น โดยกำหนดให้เนื้อหาสาระของข่าวและรายการต่างๆ ต้องส่งเสริมความรักชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ รวมถึงห้ามนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมลัทธิคอมมิวนิสต์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เกิดขึ้นหลังจากเหตุการณ์ “พฤษภาทมิฬ” ในปี 2535 ซึ่งเป็นวิกฤตการณ์ของประเทศที่จุดประกายให้ประชาชนใคร่รับรู้ข่าวสารจากสื่อที่มีการดำเนินการอย่างอิสระ เนื่องจากในยุคนั้น สื่อโทรทัศน์และวิทยุอยู่ในการควบคุมของหน่วยงานภาครัฐ จนเป็นที่มาของการเคลื่อนไหวเรื่องการปฏิรูปสื่อ และเกิดมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540

1.2 ช่วงที่ 2 ยุคปฏิรูปสื่อ และการขยายตัวของวิทยุชุมชน ทั่วประเทศ (พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2551)

พ.ศ. 2540 ประเทศไทยเกิดการปฏิรูปสื่อครั้งใหญ่ในประวัติศาสตร์ มีกฎหมายมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ที่กำหนดให้คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ และให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ดังกล่าว และการกำกับดูแลจะต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น จนมีการประกาศใช้ “พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรร

คลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543” ที่กำหนดให้ดำเนินการจัดตั้งองค์กรอิสระ 2 องค์กร คือ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) เพื่อกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง และคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) เพื่อกำกับกิจการโทรคมนาคมของประเทศ

กระบวนการการสรรหาคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) เพื่อกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง ที่เกิดขึ้นในช่วงระหว่างปี 2543-2544 ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากภาคส่วนต่างๆ อย่างกว้างขวางเกี่ยวกับประเด็นความไม่โปร่งใสในกระบวนการสรรหา ตลอดจนประเด็นที่ว่าด้วยผลประโยชน์ทับซ้อนระหว่างคณะกรรมการสรรหา กสช. และผู้ได้รับการเสนอชื่อให้เป็น กสช. จนมีการยื่นเรื่องฟ้องร้องต่อศาล และได้ข้อสรุปในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546 โดยศาลปกครองสูงสุดได้มีคำพิพากษายืนตามศาลปกครองชั้นต้นว่า กระบวนการสรรหา กสช. ผิดกฎหมายปกครองตามพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 และมีสภาพความไม่เป็นกลางอย่างร้ายแรง อันมีผลทำให้การสรรหา กสช. เป็นโมฆะและจำเป็นต้องคัดเลือกกรรมการ กสช. ใหม่เป็นครั้งที่ 2 ซึ่งกระบวนการเลือกคณะกรรมการ กสช. ที่เกิดขึ้นอีกครั้ง มีบทสรุปเช่นเดิม โดยในเดือนกันยายน พ.ศ. 2549 ศาลปกครองสูงสุดพิพากษาให้เพิกถอนประกาศของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง คณะกรรมการสรรหาคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ และประกาศของคณะกรรมการสรรหา กสช. ที่คัดเลือกผู้สมัครจำนวน 14 คน และให้ถือเสมือนว่าผู้ได้รับการคัดเลือกดังกล่าวไม่เคยได้รับการคัดเลือก

ในช่วงสัญญาภาคระหว่างที่รอการจัดตั้งองค์กรอิสระที่มากำกับดูแลกิจการกระจายเสียง หรือ กสช. นี้ มีการเกิดวิทยุชุมชนขึ้นเป็นครั้งแรกที่จังหวัดกาญจนบุรี โดยกลุ่มประชาชนได้ใช้สิทธิตามรัฐธรรมนูญมาตรา 40 เพื่อทดลองออกอากาศสถานีวิทยุชุมชนที่เป็นของประชาชน ดำเนินการโดยประชาชน และเพื่อประโยชน์ของประชาชนขึ้น ซึ่งนำไปสู่การจัดตั้งและออกอากาศกิจการกระจายเสียงในรูปแบบวิทยุชุมชนมากมายทั่วประเทศในช่วงปี 2544 ประกอบกับรัฐบาลในช่วงเวลานั้น ส่งเสริมให้แต่ละชุมชนมีสถานีวิทยุชุมชนเพื่อเป็นกลไกในการสื่อสารภายในชุมชน โดยกรมประชาสัมพันธ์ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนดำเนินการด้านวิทยุชุมชนภายใต้โครงการจัดปฏิบัติการเรียนรู้

วิทยุชุมชน และอนุญาตให้มีโฆษณาได้ไม่เกินชั่วโมงละ 6 นาที ทำให้ประชาชนบางกลุ่มเห็นโอกาสและช่องทางในการแสวงหารายได้จากการดำเนินการสถานีวิทยุกระจายเสียง จนเกิดวิทยุชุมชนเพิ่มขึ้นจำนวนมากกว่า 1,500 สถานี ส่งผลให้เกิดปัญหาคลื่นความถี่รบกวนสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีอยู่เดิม ระบบโทรคมนาคม วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุการบิน นอกจากนี้ ยังมีบางสถานีออกอากาศเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ซึ่งกระทบต่อความมั่นคงและศีลธรรมอันดีของชาติ และถูกใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อสู้ทางการเมืองทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น

1.3 ช่วงที่ 3 ยุคบทเฉพาะกาล (การจัดระเบียบกิจการวิทยุแบบชั่วคราว ไทย กทช.) (พ.ศ. 2551– พ.ศ. 2553)

แม้ว่าจะยังไม่มีองค์กรกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงตามกฎหมาย แต่เมื่อกิจการวิทยุชุมชนขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จนกระทั่งสร้างผลกระทบทางสังคมในวงกว้างโดยที่ไม่มีกฎหมายในการกำกับดูแล ทำให้คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ต้องเข้ามาปฏิบัติหน้าที่แทนเป็นการชั่วคราว โดยอ้างอิงอำนาจทางกฎหมายจากบทเฉพาะกาล มาตรา 78 ของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

บทเฉพาะกาลได้กำหนดให้ กทช. เป็นองค์กรกำกับดูแลและให้ใบอนุญาตแก่วิทยุชุมชนชั่วคราวก่อนที่องค์กรกำกับดูแลใหม่ (กสทช.) จะได้จัดตั้งขึ้นมา โดยคณะรัฐมนตรีต้องแต่งตั้งคณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 22 คน แต่เนื่องจากคณะอนุกรรมการชุดดังกล่าว ส่วนหนึ่งเป็นข้าราชการระดับสูง ซึ่งไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มเวลา ดังนั้น เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คณะอนุกรรมการฯ จึงได้แต่งตั้ง “คณะทำงานด้านกิจการกระจายเสียงชุมชน” เพื่อทำหน้าที่รวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ตลอดจนจัดทำข้อเสนอเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตและกำกับดูแลกิจการวิทยุชุมชนขึ้น

คณะทำงานด้านกิจการกระจายเสียงชุมชน ได้เริ่มรวบรวมข้อมูลและร่างหลักเกณฑ์การกำกับดูแล โดยมีการรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน และได้จัดทำร่าง

ประกาศ กทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนชั่วคราว (วิทยุกระจายเสียงชุมชน) โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2552 เพื่อบังคับใช้เป็นการทั่วไป

หัวใจสำคัญของประกาศ กทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนชั่วคราว (วิทยุกระจายเสียงชุมชน) คือ การให้ผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงทุกรายที่ดำเนินกิจการมาก่อนที่กฎหมายมีผลบังคับใช้เข้าสู่ระบบการกำกับดูแล โดยในบทเฉพาะกาลของประกาศฯ กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการในลักษณะวิทยุกระจายเสียงชุมชนมาก่อนที่ประกาศ กทช. มีผลบังคับใช้ มาแจ้งความประสงค์ประกอบกิจการวิทยุชุมชน แล้วจะได้รับการอนุญาตให้ดำเนินการต่อไปในลักษณะพิเศษที่เรียกว่า “ผู้ทดลองออกอากาศเป็นการชั่วคราว” ซึ่งยังไม่ใช้ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุชุมชน แต่สามารถดำเนินการต่อไปได้ภายใต้การคุ้มครองของบทเฉพาะกาลของประกาศฯ ฉบับดังกล่าว แล้วให้ดำเนินการขอใบอนุญาตภายใน 300 วัน เพื่อให้สามารถดำเนินการได้โดยไม่ผิดพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ การเป็นผู้ทดลองออกอากาศเป็นการชั่วคราว จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการ กทช. กำหนด โดยเงื่อนไขสามข้อแรกที่คณะกรรมการกำหนดก็คือ ข้อแรก จะต้องไม่มีการนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมืองในการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข จะต้องไม่ใช่เพื่อปลุกระดมมวลชนหรือสร้างความแตกแยกในชาติ และจะต้องไม่มีการออกอากาศเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของชาติ ข้อสอง จะต้องมีการบันทึกเทปการออกอากาศย้อนหลังอย่างน้อยเป็นระยะเวลาสามสิบวัน และข้อสาม การปฏิบัติผิดเงื่อนไขสองข้อแรกจะถือว่าการแจ้งความประสงค์ประกอบกิจการวิทยุชุมชนเป็นโมฆะซึ่งจะทำให้การได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ทดลองออกอากาศเป็นการชั่วคราวสิ้นสุดลงด้วย

ข้อมูลของคณะทำงานวิทยุชุมชนระบุว่า ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงวันสุดท้าย (24 สิงหาคม 2552) มีวิทยุชุมชนมากกว่า 6,000 สถานี มาลงทะเบียนแจ้งความประสงค์ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ทั้งนี้ เมื่อครบกำหนดระยะเวลาทดลองออกอากาศเป็นการชั่วคราวระยะเวลา 300 วันแล้ว กทช. ได้มีมติขยายระยะเวลาทดลองออกอากาศต่อไปอีก 300 วัน โดยให้มีผลนับตั้งแต่วันที่ 21 พฤษภาคม 2553 เป็นต้นไป

1.4

ช่วงที่ 4

การกำกับดูแลภายใต้ กสทช. (ตั้งแต่ พ.ศ. 2554)

ในปี 2550 มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 และในมาตรา 47 ของรัฐธรรมนูญฉบับนี้ ได้มีการบัญญัติให้เมืองครุฑของรัฐที่เป็นอิสระองค์กรหนึ่งทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคม และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จากบทบัญญัติดังกล่าวจึงได้มีการประกาศพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นที่มาของการจัดตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในปี 2554 เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จนถึงปัจจุบัน

ภายหลังจากที่ กสทช. ได้ถูกจัดตั้งขึ้น กสทช. ได้เร่งดำเนินการจัดทำแผนแม่บทกิจการตามที่กฎหมายกำหนด โดยในวันที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2555 แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาและมีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นอย่างเป็นทางการของการจัดทำหลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง จนมีประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง พ.ศ. 2555 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2555 โดยให้ผู้มีสิทธิทดลองออกอากาศเป็นการชั่วคราวตามประกาศ กทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนชั่วคราว (วิทยุกระจายเสียงชุมชน) สามารถยื่นคำขอตกลงประกอบกิจการโดยมีระยะเวลาการทดลองประกอบกิจการ 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ได้รับอนุญาต และสามารถยื่นต่ออายุการทดลองประกอบกิจการได้ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การกำกับดูแลการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง พ.ศ. 2556 โดยต่ออายุการทดลองประกอบกิจการได้ครั้งละ 1 ปี

ในส่วนของหน่วยงานที่ถือครองคลื่นความถี่ในกิจการวิทยุกระจายเสียงนั้น ภายใต้มาตรา 83 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ผู้ที่ถือครอง

คลื่นความถี่สำหรับการวิทยุกระจายเสียง มีเวลาให้ใช้งานคลื่นได้สูงสุดไม่เกิน 5 ปี นับแต่วันที่แผนแม่บทบริหารคลื่นความถี่ของ กสทช. มีผลบังคับใช้ในวันที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2555 โดยจะสิ้นสุดระยะเวลาถือครองคลื่นความถี่ในปี 2560 อย่างไรก็ดี เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2559 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) มีคำสั่งหัวหน้า คสช. ที่ 76/2559 ระบุให้ยืดยาวระยะเวลาในการเรียกคืนคลื่นความถี่วิทยุออกไปอีก 5 ปี โดยจะสิ้นสุดระยะเวลาถือครองคลื่นความถี่ในวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2565

เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรับการสิ้นสุดการอนุญาตการใช้คลื่นความถี่ในปี 2565 สำนักงาน กสทช. ได้มีประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 โดยระบุให้ผู้ได้รับใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่วิทยุ ที่ประสงค์จะให้บริการกระจายเสียงจะต้องยื่นแผนประกอบกิจการกระจายเสียงก่อนวันที่ 3 เมษายน 2564 ซึ่งเป็นการยื่นล่วงหน้า 1 ปี ก่อนกำหนดสิ้นสุดการใช้งานคลื่นความถี่

ในปัจจุบัน หน่วยงานที่ถือครองคลื่นความถี่ในการวิทยุกระจายเสียงเป็นหน่วยงานของรัฐโดยมีทั้งหมด 27 หน่วยงาน รวมทั้งหมด 512 คลื่นความถี่ ซึ่งครอบคลุมถึงคลื่นสาธารณะและคลื่นธุรกิจ

ท่ามกลางกระแสเทคโนโลยีและสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เส้นทางวิทยุกระจายเสียงของไทยกำลังจะถึงจุดเปลี่ยนอีกครั้ง โดยเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2563 แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) เริ่มมีผลใช้บังคับ และได้กำหนดให้มีการพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียงเพื่อยกระดับมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับ จึงเป็นที่น่าจับตามองว่า กสทช. จะวางยุทธศาสตร์อย่างไรเพื่อให้เกิดการพัฒนากิจการวิทยุในประเทศไทยอย่างเหมาะสม และเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับพัฒนาการของเทคโนโลยี ซึ่งได้ก้าวไปสู่การเกิดวิทยุดิจิทัล รวมถึงวิทยุออนไลน์

ฉะนั้น วงการสื่ออาจต้องย้อนกลับสู่วัฏจักรเดิม

กอดบทเรียนและประสบการณ์ของ กิจการวิทยุกระจายเสียงของไทย : เสียงสะท้อนจากคนในแวดวง



ในยุคแรกที่มีการก่อตั้งสถานีวิทยุในประเทศไทย คลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียง ที่ถูกจัดสรรไว้อยู่ในความครอบครองของหน่วยงานรัฐทั้งหมด โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่รัฐต้องการควบคุมช่องทางการสื่อสารไปสู่ภาคประชาชน จนยุคต่อมากิจการวิทยุกระจายเสียงเริ่มมีวิทยุในรูปแบบธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้นตามลำดับ ทำให้ประชาชนมีโอกาเข้าถึงสื่อเพื่อความบันเทิง และยังก่อให้เกิดอาชีพใหม่ๆ เช่น นักจัดรายการวิทยุ หรือ Disc Jockey (DJ) และผู้ผลิตรายการ เป็นต้น รวมทั้งภาคเอกชนที่เริ่มเข้ามาเกี่ยวข้องกับกิจการวิทยุกระจายเสียงเป็นจำนวนมาก

นับตั้งแต่ปี 2500 เป็นต้นมา สื่อวิทยุกระจายเสียง ที่แม้จะเป็นสื่อที่มีเพียงเสียง แต่ก็มียอดผู้ฟังอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายและครอบคลุมไปทั่วประเทศ สื่อวิทยุกระจายเสียงจึงทำหน้าที่เป็นทั้งกระบอกเสียงของภาครัฐ และเป็นสื่อที่สร้างความบันเทิงให้กับผู้รับฟังอย่างกว้างขวาง ซึ่งเนื้อหารายการที่ครองใจนักฟังมีทั้งเพลง ละคร นิยายขำขัน รวมทั้งการเล่าข่าว เป็นต้น

การได้มาซึ่งเวลาออกอากาศ หรือ “Air time” สำหรับการจัดรายการวิทยุของบรรดาผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงประเภทธุรกิจมีหลากหลายวิธีและช่องทางซึ่งแปรเปลี่ยนตามพัฒนาการของอุตสาหกรรมกิจการกระจายเสียงของไทย โดยมีทั้งการจัดรายการวิทยุได้อย่างอิสระโดยการเช่าช่วงเวลา จนกระทั่งการจัดรายการที่อยู่ภายใต้นโยบายของสถานีในรูปแบบของสัมปทานคลื่นวิทยุ

ในบทนี้จะเป็นการถอดบทเรียนด้านการประกอบธุรกิจ
วิทยุกระจายเสียงของไทยที่ได้จากการรวบรวมบทสัมภาษณ์
ของผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบกิจการในอุตสาหกรรม
ในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งประกอบด้วย

ประเสริฐ พงษ์ธนนิกร

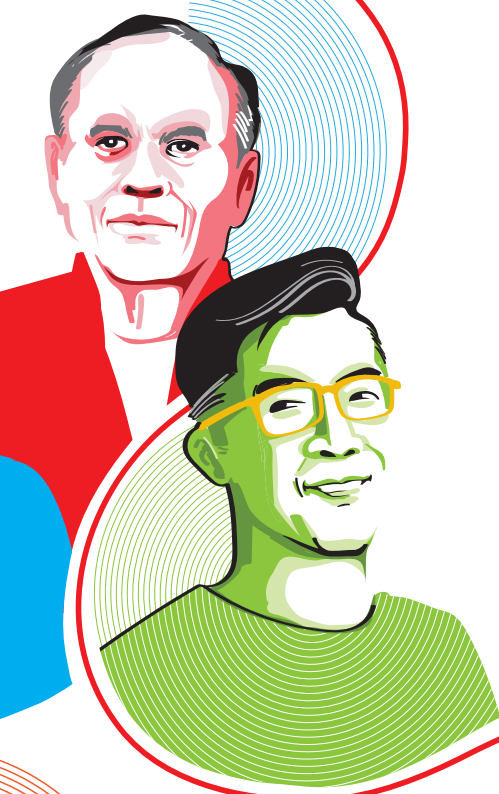
หรือ “ระย้า” เจ้าของรายการ Music Train หรือรถไฟดนตรี
ผู้เข้าสู่วงการวิทยุจากการเป็นนักจัดรายการวิทยุอิสระ
ที่ต้องฝ่าฟันนานาอุปสรรค ก่อนจะมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ
และต่อยอดธุรกิจด้วยความสำเร็จในการบริหารค่ายเพลง
รถไฟดนตรี

สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุรยา

หรือ “พี่จอด” นักจัดรายการวิทยุชื่อดังที่ยืนยงข้ามเวลา
และเป็นที่ยอมรับของนักฟังรายการจวบจนทุกวันนี้
ทั้งยังเคยเป็นผู้บริหารคลื่นวิทยุของบริษัท
จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ผู้จัด
คอนเสิร์ต และปัจจุบันเพิ่มบทบาทด้วยการ
เป็นผู้ผลิตงานบันเทิง ทั้งรายการและละคร
ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์

ณฐมน พรหมสุภา

อดีตผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท โน้ต พับบลิชชิง จำกัด
ในเครือโน้ต โปรดักชั่น ซึ่งเป็นอดีตบริษัทผู้เช่าช่วงเวลา
จากหน่วยงานภาครัฐที่ได้รับการจัดสรรคลื่น หนึ่งใน
บริษัทที่มีบทบาทสำคัญในช่วงการเติบโตของธุรกิจ
วิทยุกระจายเสียง



ไพพงษ์ เตชะณรงค์

เจ้าของธุรกิจโบนันซ่า เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา นักธุรกิจผู้ที่มีบทบาทในการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่ได้รับการจัดสรรคลื่นวิทยุ และภาคธุรกิจ

พงศ์นรินทร์ อุลิส

หรือที่รู้จักกันในนาม “พีจ่อง” ผู้บริหารสถานีวิทยุ แคท เรดิโอ ซึ่งเป็นผู้บริหารรุ่นใหม่ ที่ก้าวผ่านการทำธุรกิจวิทยุโดยการเช่าคลื่น จนกระทั่งเข้าสู่วิทยุออนไลน์ ที่ทำให้แคท เรดิโอ เป็นที่ยอมรับและสามารถขยายธุรกิจได้อย่างสร้างสรรค์

นอกจากนี้ ยังมีบทสัมภาษณ์กลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทบริการสาธารณะ บริการชุมชน และกิจการธุรกิจ ซึ่งได้แก่

อมรรัตน์ ตั้งขันติธรรม

สถานีวิทยุลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก จากกลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทกิจการทางธุรกิจ

ณัฐกุล ทิพย์อาสน์

สถานีวิทยุ R – Radio จากกลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทบริการสาธารณะ

ประสิทธิ์ ภูมาศ และเสนห์ จินาจันทร์

สองผู้ดำเนินการหลักของสถานีวิทยุชุมชนคนเมืองลี จากกลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทบริการชุมชน

ทั้งนี้ ได้เรียบเรียงบทสัมภาษณ์ของแต่ละบุคคล ตามประสบการณ์การเข้าสู่วงการวิทยุ กลยุทธ์และบทเรียนสู่ความสำเร็จ ตลอดจนการจัดหาคลื่นความถี่ในการประกอบกิจการ โดยจะแบ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบกิจการด้านธุรกิจบนคลื่นหลัก และกลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง

2.1

ผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงคลื่นหลัก¹

บนเส้นทางความสำเร็จในกิจการวิทยุกระจายเสียงของบรรดาผู้มีชื่อเสียงในวงการวิทยุธุรกิจของประเทศไทยนั้น มีความหลากหลายแตกต่างกัน ถึงแม้จะต้องล้มลุก แต่ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะเผชิญกับความท้าทาย ในวันนี้จึงมีบทพิสูจน์ความสำเร็จที่แตกต่างกัน โดยตัวอย่างแรกของกลุ่มผู้อยู่ในวงการวิทยุธุรกิจ คลื่น FM ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่

คุณประเสริฐ พงษ์ธนานิกร หรือ “ระย้า” เจ้าของค่ายเพลง “รถไฟดนตรี” ซึ่งมีชื่อเสียงโด่งดังในช่วงยุค 1980 - 1990 คุณระย้าชื่นชอบเรื่องเมโลดี้ดนตรีมาตั้งแต่เล็ก แม้จะเรียนจบคณะนิติศาสตร์ แต่ก็เดินเข้าสู่เส้นทางนักเขียนคอลัมน์เพลงที่นิตยสารสตาร์พิกส์และทำงานบริษัทนำเข้าแผ่นเสียงเพลงต่างประเทศ EMI อีกทั้งยังเป็นนักจัดรายการวิทยุหลายคลื่น หลายสถานี จนกระทั่งเป็นที่รู้จักจากรายการวิทยุ “รถไฟดนตรี”

คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา หรือ “พีชอด” อดีตดีเจชื่อดัง ที่เริ่มต้นมาจากรายการ “ผิวปากตามเพลง” และ “ร่มไม้รายทาง” ก่อนจะก้าวสู่ระดับบริหาร ด้วยการเป็นผู้บริหาร เอ ไทม์ ที่มีคลื่นฮิต อย่าง ฮอต เวฟ (Hot Wave) และ กรีน เวฟ (Green Wave) ในยุค 1990s และเปลี่ยนบทบาทมาสู่การเป็นผู้จัดละครและผู้ผลิตคอนเทนต์ชื่อดังในปัจจุบัน

คุณณฐมน พรหมสุภา อดีตผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท โน้ตพับบลิชชิง จำกัด ในเครือโน้ต โปรดักชั่น ของคุณพันธุทิพา ศกุนต์ไชย หรือ “เจ็ทตี้ ทวีพูล” ซึ่งมีส่วนขับเคลื่อนให้เครือโน้ต โปรดักชั่น เปลี่ยนจากบริษัทขนาดเล็ก ก้าวสู่การเป็นบริษัทผู้รับสัมปทานคลื่นวิทยุรายใหญ่ของหน่วยงานความมั่นคง โน้ต โปรดักชั่น ประสบความสำเร็จจนสามารถปูทางให้ “เจ็ทตี้” เข้าสู่เส้นทางนิตยสารบันเทิง และวงการโทรทัศน์ในเวลาต่อมา

¹ หมายถึง สถานีวิทยุธุรกิจที่เข้าช่วงเวลานหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งดำเนินการในฐานะผู้ประกอบกิจการรายเดิมตามบทเฉพาะกาล พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และพ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2564

คุณไพพงษ์ เตชะณรงค์ เจ้าของธุรกิจโบนันซ่า เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นนักธุรกิจที่คร่ำหวอดในวงการการเมืองและธุรกิจในบทบาทนักประสานงานที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวงการวิทยุกระจายเสียง ทั้งในด้านการประสานหาคลื่นวิทยุ และส่วนการประสานกับระดับนโยบายของประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เพลงลูกทุ่งมาโลดแล่นอยู่บนคลื่นวิทยุ FM

คุณพงศ์นรินทร์ อุลิต หรือ “พีจ๋อง” อดีต Producer ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จในการเป็นคลื่นอันดับหนึ่งของกรีน เวฟ ทั้งยังเป็นผู้ปลุกปั้น แพต เรดิโอ (FAT Radio) จนมาเป็นผู้ก่อตั้ง แคท เรดิโอ (CAT Radio) ในเวลาต่อมา นับว่าเป็นผู้บริหารสถานีวิทยุรุ่นใหม่ ที่กล้าที่จะแตกต่างจากคนอื่น ทั้งยังเป็นกลุ่มแนวหน้าที่มุ่งสู่นวนวิทยุออนไลน์อีกด้วย

ประสบการณ์ชีวิตของพวกเขาเหล่านี้ ควรค่าอย่างยิ่งต่อการนำมาถอดบทเรียนเพื่อศึกษาการก้าวเดินและความเป็นไปของกิจการวิทยุธุรกิจในประเทศไทย

2.1.1 | ความท้าทาย ของผู้ประกอบการวิทยุธุรกิจ

การเดินทางในวงการวิทยุกระจายเสียง นอกจากจะเป็นช่วงเวลาที่ต้องคิดกลยุทธ์ และสร้างสรรค์รูปแบบรายการแล้ว ยังเป็นช่วงเวลาที่ต้องวิ่งหา “คลื่นวิทยุ” เพื่อออกอากาศ รวมทั้งหารายได้เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์รายการต่อไปได้อีกด้วย

2.1.1.1 | ตามล่าหา “คลื่น” เพื่อจัดรายการวิทยุ : ส่วนผสมของ “งานศิลปะและธุรกิจ” ที่ต้องพึ่งพาเม็ดเงิน

สิ่งสำคัญที่สุดของการจัดรายการวิทยุ คือ คลื่นความถี่ที่จะช่วยส่งต่อสารภายใต้ระบบแอนะล็อกไปยังผู้ฟังทั่วประเทศ โดยตามหลักการทำงานของ การรับส่งคลื่นความถี่วิทยุ นั้นจะต้องมีเครื่องรับวิทยุ เป็นเครื่องมือสื่อสารทางเดียวชนิดหนึ่ง ทำหน้าที่รับและเลือกคลื่นวิทยุจากสายอากาศแล้วนำไปสู่การขยายต่อไป โดยมีความกว้างของช่วงความถี่ที่แตกต่างกัน แล้วแต่ประเภทของการใช้งาน ซึ่งผู้ฟังสามารถ

เลือกรับความถี่วิทยุที่ต้องการฟังจากบรรดาสถานีที่ออกอากาศในคลื่นความถี่ต่างๆ ใฝ่ไรก็ดี เพราะความนิยมของผู้ชมของแต่ละสถานีวิทยุธุรกิจนั้น ยังคงขึ้นอยู่กับเครือข่ายและความครอบคลุมของคลื่นความถี่ที่ใช้ในการออกอากาศด้วย และความนิยมของสถานียังส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของรายการวิทยุที่ต่องฟังพารายได้จากผู้สนับสนุนรายการหรือสปอนเซอร์ที่อาจอยู่ในรูปแบบของค่าโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อม การไขว่คว้าสิทธิในการดูแลคลื่นวิทยุจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง และไม่ใช่สิ่งที่ทำได้ง่าย

ประสบการณ์ในการตามหาคลื่นความถี่ของผู้ประกอบกิจการแต่ละคนก็แตกต่างกันออกไป เริ่มจากประสบการณ์ของคุณระย้า ที่ผ่านการจัดรายการวิทยุมาหลายคลื่น หลายสถานี จนมาถึงรายการรถไฟดนตรี (Music Train) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความสำเร็จในเวลาต่อมา คุณระย้าให้สัมภาษณ์ว่า การจัดรายการวิทยุเป็นงานที่เริ่มต้นมาจากใจรัก โดยไม่มีประสบการณ์ หรือพี่เลี้ยง ทุกอย่างเป็นบทเรียน ให้คิดหาทางออก เดินหน้าเริ่มต้นใหม่หลายครั้งหลายหน

“ต้นทุนของการทำรายการวิทยุหลักๆ มาจากค่าเช่าเวลาในคลื่นวิทยุ ที่ในช่วงเวลานั้น คลื่นวิทยุไม่ได้มีมากมาย แต่ละสถานีจะแบ่งช่วงเวลาให้เช่า ยังไม่ได้มีใครเป็นเจ้าของทุกรายการทั้งย่านคลื่น ทำให้มีผู้จัดรายการวิทยุที่หลากหลาย ซึ่งนักจัดรายการวิทยุแต่ละรายมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว สร้างฐานผู้ชมให้สนใจติดตามรับชมได้เสมอไม่ว่าจะย้ายไปอยู่ในคลื่นใดก็ตาม”

ในเวลาต่อมา ชื่อเสียงของคุณระย้าโด่งดังมากขึ้น เพราะเป็นผู้จัดรายการเพลงที่มีเอกลักษณ์ จากบทเพลงที่ถูกรสนิยมผู้ฟัง และการเสนอข่าวสารล่าสุดของวงการเพลงต่างประเทศ เจ้าของสินค้าได้ติดต่อเข้ามาขอซื้อโฆษณาโดยตรง จนไม่ต้องพึ่งพาโบรกเกอร์อีกต่อไป แต่อย่างไรก็ดี ช่วงเวลาที่รุ่งเรืองของรายการ “รถไฟดนตรี” ผ่านไปเพียง 1 ปี ก็ถูกเรียกเวลาคืน จนต้องวิ่งเต้นหาคลื่นใหม่

“ช่วงนั้นคลื่นวิทยุ มีการซื้อขายเวลาผ่านเอเจนซีที่เป็นนายหน้าประสานงานให้เช่าช่วงเวลา แต่ยังไม่รุนแรงแบบผูกขาดเหมือนในปัจจุบัน แม้เราจะเป็นผู้จัดรายการที่สร้างชื่อเสียงให้กับคลื่นวิทยุ ก็ไม่อยู่ในข่ายยกเว้นที่ต้องไปหาเวลาใหม่เมื่อมีบริษัทนายทุน ที่มีกำลังเงินมากกว่า มาเหมาคลื่นไป”

เหตุการณ์เช่นนี้ไม่ได้เกิดเพียงครั้งเดียว คุณระย้าต้องย้ายคลื่นอยู่เสมอ จนไม่ใช่เรื่องที่น่าตื่นเต้นอีกต่อไป แต่ด้วยความเป็นนักสู้ที่ไม่เคยท้อถอย ในช่วงปี 2520 คุณระย้า ตระลุ่ยทำรายการถึง 3 คลื่น โดยจัดรายการเพลงสากลเท่านั้น ต้องตื่นตี 5 เข้าไป จัดรายการที่สถานีวิทยุ ททบ. 94.0 MHz ช่วง 6 โมงเช้าถึง 9 โมง แล้ววิ่งไปอัดเทป รายการเพื่อส่งไปออกอากาศในสถานีวิทยุต่างจังหวัด โดยผู้สนับสนุนรายการหลักเป็นสินค้าของบริษัท สหพัฒน์ปิบูล จำกัด ที่ต้องการเจาะตลาดต่างจังหวัด ในหนึ่งสัปดาห์ ต้องอัดเทปรายการสำหรับสถานีวิทยุในต่างจังหวัดถึง 20 ชั่วโมง

จนกระทั่งปี 2524 รายการรถไฟดนตรีได้เป็นที่ยอมรับ สปอนเซอร์เข้ามาจนเต็มรายการ แต่ช่วงเวลารุ่งเรืองมีไม่นาน จัดรายการได้ราว 2 ปี ก็ถูกเบียดออกจากคลื่นอีกครั้ง แคมยังเป็นการแจ้งยกเลิกการออกอากาศแบบกะทันหัน ไม่มีแม้โอกาสจะรำล้าแฟนเพลง หรือแจ้งให้ทราบว่า “รถไฟดนตรี” จะย้ายไปอยู่ที่คลื่นใด

คุณระย้าที่อยู่ในช่วงสถานการณ์ลำบาก ต้องพยายามหาคลื่นวิทยุเพื่อให้รายการรถไฟดนตรีคืนสู่หน้าปัดวิทยุให้ได้ โดยในช่วงนั้นมีรายการวิทยุอยู่เกือบเต็มหน้าปัด แต่ในที่สุดก็ได้เวลาที่คลื่น 106.5 MHz ของ 1 ปณ. คลื่นขาวสุดของหน้าปัด ซึ่งเป็นสถานีเปิดใหม่ที่เครือข่ายกระจายเสียงยังไม่ครอบคลุม ทำให้การรับฟังยังไม่ชัดเจน เสียงหวูดของรายการรถไฟดนตรีได้มาดังที่คลื่นนี้อีกครั้ง แต่ด้วยความที่เป็นคลื่นใหม่ อยู่ริมสุดของแผงหน้าปัด จึงต้องใช้เวลานานเป็นปี กว่าจะกู้คืนฐานความนิยมกลับมาได้ จนบรรดาค่ายเพลงต่างหันมาส่งแผ่นเสียงให้เปิดในรายการอีกครั้ง หลังจากที่หลายค่ายระงับการส่งแผ่นเสียงเพลงใหม่มานานเกือบปี ก่อนที่รายการรถไฟดนตรีจะทำให้คลื่น 106.5 MHz เป็นที่รู้จักของนักฟังเพลงอย่างกว้างขวาง จากคลื่นสุดท้ายขาวสุดของหน้าปัดที่ไม่มีใครสนใจ กลายเป็นชุมทองแห่งใหม่ อย่างไรก็ดี หลังเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ทางคลื่นเปลี่ยนการบริหารไปเป็นการให้สัมปทานแบบเหมาคลื่น จึงทำให้รายการ “รถไฟดนตรี” ต้องยุติลงอีกครั้งหนึ่ง

ทั้งนี้ รายละเอียดในส่วนของพัฒนาการการให้เช่าเวลาคลื่นวิทยุ นั้น คุณไพบงษ์ เตชะณรงค์ นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจากการทำธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นเจ้าของโบนันซ่า เขาใหญ่ และเป็นบุคคลที่อยู่ในแวดวงการเมือง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ประสานงานในการหาคลื่นวิทยุให้กับหลายกลุ่มธุรกิจ เช่น คลื่นวิทยุของ

กลุ่มช่อง 3 ในบริษัท ยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่ดำเนินงานรายการ “ผิวปากตามเพลง” ซึ่งมีดีเจชื่อดังในช่วงทศวรรษ 2520 ที่ได้รับความนิยมสูงหลายคน เช่น “ดีเจเล็ก” กิตติศักดิ์ นภาพรณวรัตน์ “ดีเจพีชอด” สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา “ดีเจต่าย” สุทัศน์ แสงวรจิธรรม เป็นต้น ได้อธิบายไว้ว่า ในยุคแรกๆ ของธุรกิจวิทยุกระจายเสียงในระบบ FM การเช่าช่วงเวลาเพื่อจัดรายการวิทยุมีราคายังไม่สูงนักและยังเป็นช่วงที่ยังหาคนจัดรายการยาก ในยุคนี้ มีการแบ่งให้เช้าคลื่นเป็นช่วงเวลา โดยคนที่มาเช่าเวลาจัดรายการส่วนใหญ่เป็นคนที่อยู่ในวงการดนตรี ซึ่งมีความรักในดนตรีและเสียงเพลงจริงๆ

ต่อมาในช่วงที่สื่อวิทยุ FM ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ทำให้มีการแข่งขันเพื่อแย่งชิงช่วงเวลาออกอากาศกันสูงมาก จนทำให้เกิดการเช่าแบบเหมาคลื่นวิทยุ โดยเป็นกลุ่มทุนรายใหญ่ที่เข้ามาในรูปแบบการได้สัมปทานทั้งคลื่น ซึ่งคุณไพลงษ์ก็เป็นหนึ่งในผู้ที่ช่วยประสานหาคลื่นให้กลุ่มบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด ได้สัมปทานคลื่นวิทยุทั้งคลื่นเป็นครั้งแรกที่คลื่นของกองพันทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยาน (คลื่น ปตอ.) นอกจากนี้ คุณไพลงษ์ยังได้สรุปให้ฟังเพิ่มเติมว่า

“ในยุคที่วงการวิทยุเฟื่องฟูมากนั้น สิ่งสำคัญที่จะอยู่รอดได้ในสภาพของการแข่งขันสูงมาก ประกอบไปด้วย 3 ส่วน เงิน Connection และการเป็นเจ้าของค่ายเพลงเสียเอง จึงได้เกิดระบบสัมปทานเหมาคลื่น และเกิดการวาง Concept ของสถานีเพื่อให้เป็นจุดขายที่ชัดเจน”

โดยในยุคของการประกอบกิจการวิทยุที่เริ่มมีการเหมาสัมปทานคลื่นวิทยุนั้น โน้ต โปรโมชั่น ก็เป็นอีกผู้เล่นหนึ่งในตลาดที่นับได้ว่าเป็นเจ้าของสัมปทานคลื่นวิทยุรายใหญ่ โดยในปี 2531 ซึ่งเป็นปีที่คนไทยภาคภูมิใจกับ ภรณ์ทิพย์ นาคหิรัญกนกสาวไทยที่ได้ครองมงกุฎนางงามจักรวาลเป็นคนที่ 2 ต่อจากอาภัสรา หงสกุล ก็เป็นปีเดียวกันกับที่บริษัท โน้ต โปรโมชั่น จำกัด ของคุณพันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย ที่คนในวงการบันเทิงรู้จักกันดีในนาม “ติ่ม ทิวูล” สร้างปรากฏการณ์ในวงการวิทยุ ด้วยการเป็นบริษัทแรกที่ได้สัมปทานคลื่นสถานีกรมการรักษาดินแดน หรือ รด. รวม 3 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และมหาสารคาม

ณฐมน พรหมสุภา อดีตผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท โน้ต พับบลิชชิง จำกัด ในเครือโน้ต โปรดักชั่น ในฐานะมือขวาของ “เจ็ดมี” ในขณะนั้น ได้เล่าประสบการณ์ของ โน้ต โปรดักชั่น ว่า

“กฎหมายของไทยกำหนดให้คลื่นความถี่เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติ เพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นแนวทางการบริหารคลื่นความถี่มาโดยตลอด ในช่วงก่อน ปี 2530 สถานีวิทยุแต่ละแห่งมักจะดำเนินธุรกิจด้วยการแบ่งให้เช่าเวลาเป็นช่วงของเวลาระหว่างวัน ไม่ใช่แบบเหมาทั้งคลื่นเช่นในปัจจุบัน ทำให้คลื่นวิทยุหลายแห่งประสบปัญหาในการเรียกเก็บค่าเช่าเวลา ผู้จัดบางรายทำรายการแล้วขาดทุนก็ไม่จ่ายค่าเช่าเวลา ส่วนราชการที่บริหารคลื่นวิทยุต้องตามทวงหนี้ ซึ่งบางครั้งก็ทวงไม่ได้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายใหม่ในการบริหารจัดการคลื่นความถี่เป็นการให้เข้าสัมปทาน ด้วยเหตุผลที่ว่าเพื่อการจัดการที่เป็นระบบมากขึ้น”

การเปิดให้เข้าสัมปทานคลื่นวิทยุนี้ ทำให้หน่วยงานราชการได้รับประโยชน์ในหลายมิติ เช่น เพื่อพัฒนาเครือข่ายและสัญญาณการออกอากาศให้ครอบคลุมมากขึ้น และช่วยการบริหารจัดการคลื่น เป็นต้น นโยบายนี้เองที่ส่งผลให้บริษัท โน้ต โปรดักชั่น จำกัด ได้รับสัมปทานทำสัญญาเช่าคลื่นวิทยุ รด. เป็นเวลา 10 ปี และสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นอิสระ ทั้งด้านเนื้อหารายการ การตลาด และการหาโฆษณา เพื่อชำระค่าสัมปทาน รวมทั้งยังได้รับผิดชอบในการขยายเครือข่ายสัญญาณออกอากาศอีกด้วย

คุณณฐมนกล่าวว่า ในช่วงปีแรก เป็นช่วงของการเร่งขยายสัญญาณเครือข่ายทั้งที่จังหวัดภูเก็ตและมหาสารคาม ทั้งด้านสถานที่และอุปกรณ์ในการดำเนินงานด้านเทคนิค ทั้งนี้ ระบบการจัดการบริหารคลื่นวิทยุของ โน้ต โปรดักชั่น ที่ได้รับสัมปทานมาในระยะแรก คือ การจัดแบ่งช่วงเวลาให้กับผู้จัดรายการ ที่ทั้งเช่าอยู่เดิมและรายใหม่ โดยเก็บเวลาไพรม์ไทม์เอาไว้เอง โดยที่เวลาไพรม์ไทม์ของคลื่นวิทยุในช่วงนั้น ได้แก่ ช่วงเวลา 10.00 -12.00 น. และ 17.00 – 19.00 น. ของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ รายได้นอกจากจะเป็นค่าเช่าเวลาที่ได้รับจากผู้เช่าแล้ว ก็จะมาจากการขายสปอตโฆษณา และสร้างสรรค์จัดหารายได้ใหม่ โดยผู้สนับสนุนในการเทียบเวลาในบางช่วงของวัน เช่น ขณะนี้เวลา 20 นาฬิกา โดยสินค้า A เป็นต้น

หลังจากนั้นไม่นาน โน้ต โปรโมชัน ก็ขยายได้สัมปทานคลื่นวิทยุเพิ่มขึ้นอีก เช่น คลื่น ปตอ.104.5 MHz คลื่น พล.1 90.0 MHz และอีกหลายคลื่นในเครือข่ายทหารอากาศ ถือเป็นหนึ่งในยุคทองของโน้ต โปรโมชัน สำหรับการจัดรายการวิทยุ FM ในต่างจังหวัด ในช่วงนั้น ใช้วิธีการส่งเทปผ่านไปรษณีย์ล่วงหน้า และเนื่องจากต้องจัดรายการล่วงหน้า หลายรายการและหลายสถานี ทำให้การส่งเทปแต่ละครั้งมีจำนวนมาก

คลื่นวิทยุ FM ที่ โน้ต โปรโมชัน เคยได้สัมปทาน จากหน่วยงานรัฐ	wa.1 90.0 MHz	กรุงเทพมหานคร
	สจ. 96.0 MHz	กรุงเทพมหานคร
	วส. 101.0 MHz	กรุงเทพมหานคร
	สจ. 102.25 MHz	ภูเก็ต
	ทอ.102.5 MHz	กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด
	ปตอ.104.5 MHz	กรุงเทพมหานคร
	สจ. 105.5 MHz	มหาสารคาม

คุณณฐมนยังเล่าเพิ่มเติมอีกว่า จากธุรกิจบริหารคลื่นวิทยุได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นที่ต่อมา “เจ็ดมี” จะขยายธุรกิจไปธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสาร ที่มีทั้งหนังสือบันเทิง “ทีวี่พูล” นิตยสารผู้หญิง “คุณหญิง” นิตยสารเจาะกลุ่มผู้บริหาร “บอส” และอีกหลายฉบับ ซึ่งคุณณฐมนยังระบุว่า ในช่วงเวลาต่อมาที่วงการเพลงรุ่งเรือง รายได้ของคลื่นวิทยุไม่ได้มีจำกัดแค่รายได้จากสปอตโฆษณา หรือการโฆษณาเทียบเวลาเท่านั้น แต่ยังมีรายได้เสริมจากคิวเพลงที่บรรดาค่ายเพลงต้องจ่ายให้กับรายการวิทยุเพื่อการโปรโมทเพลงด้วย อย่างไรก็ตาม ภาสิดจินที่ว่า “ไม่มีงานเลี้ยงใดที่ไม่เลิกรา” ก็เป็นสัจธรรมของบริษัท โน้ต โปรโมชัน จำกัด เช่นกัน

“โน้ต โปรโมชัน” ยืนยงอยู่ในวงการวิทยุเกือบ 20 ปี ก่อนที่จะลาจากวงการนี้เมื่อสถานการณ์ธุรกิจเปลี่ยนไปหลังจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 การเปิดเพลงในรายการวิทยุ แทนที่ผู้จัดหรือเจ้าของคลื่นจะได้รับเงิน กลับกลายเป็นว่าผู้จัดรายการหรือคลื่นวิทยุ ต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ในการเปิดเพลงให้กับค่ายเพลง จากนั้นมาตลาดคลื่นวิทยุจึงกลายเป็นตลาดของค่ายเพลง ซึ่งมีรายใหญ่เพียงไม่กี่ค่าย

2.1.1.2 | ความท้าทายในการหารายได้

นอกจากค่าใช้จ่ายในการเช่าเวลาออกอากาศแล้ว การประกอบกิจการวิทยุธุรกิจ โดยเฉพาะรายการเพลง ยังมีต้นทุนหลักอีกส่วนเป็นค่าแผ่นเสียงที่นำมาเปิดในรายการ โดยเฉพาะรายการเพลงในคลื่น FM ที่ช่วงนั้นมีลักษณะเป็นรายการเพลงต่างประเทศ เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นสิ่งสำคัญที่สุดคือ ต้องหารายได้จากการจัดรายการวิทยุ หรือการหาสปอนเซอร์โฆษณาจากสินค้าต่างๆ นั่นเอง

ประสบการณ์ของคุณระย้าในฐานะนักจัดรายการ ไม่เพียงแต่ต้องวิ่งรอกไปตามคลื่นต่างๆ แล้ว ยังรวมไปถึงการวิ่งหาสปอนเซอร์ด้วยตัวเองอีกด้วย เพราะช่วงแรกของการจัดรายการ รายการรถไฟดนตรีให้ค่าเช่าเวลามาจากเงินเดือนประจำที่บริษัท EMI ที่คุณระย้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายเท่านั้น หากทำรายการวิทยุต่อไปโดยไม่มีสปอนเซอร์ รายการก็จะดำรงต่อไปไม่ได้

อย่างไรก็ตาม ประสบการณ์ในการหาสปอนเซอร์ในช่วงระยะแรกของคุณระย้า ก็พบกับความล้มเหลว จากความตั้งใจแรกที่จะเดินหน้าหาสปอนเซอร์เอง โดยไม่ผ่านเอเจนซีหรือโบรกเกอร์ ทั้งการหาซื้อบริษัทที่น่าจะเป็นสปอนเซอร์จากสมุดโทรศัพท์ หน้าเหลืองหรือไดเรกทอรี ที่เป็นที่ยอมรับในยุคนั้น หรือเดินเข้าหาบริษัทใหญ่ด้วยตัวเอง ทำให้สุดท้ายต้องหันหน้าพึ่งพาโบรกเกอร์ จนเริ่มมีผู้สนับสนุนรายการขึ้นแรก จากบริษัท ดีทีเอสส์ จำกัด นอกจากนี้ คุณระย้ายังจำเป็นต้องรับการสนับสนุนรายการของสินค้ารายหนึ่ง ทั้งที่ใจจริงจะอยากปฏิเสธเต็มที่ เนื่องจากสินค้านั้นคือ “โกเด็ก” ผ่าอนามัยสตรี ที่ในตอนนั้นแม้แต่ผู้หญิงยังไม่กล้าพูดชื่อ

“เวลาพูดโฆษณาสโลแกนของสินค้า “อิสระเสรีเหนืออื่นใด ใช้โกเด็ก” จึงเป็นช่วงที่ขายชื่อระย้า ต้องพูดออกไปด้วยความขมขื่น รายได้จากสปอนเซอร์รายการเดือนละ 5,000 บาท จ่ายค่าเช่าเวลาไป 4,000 บาท เงินที่เหลือ 1,000 บาท ไม่พอกับค่าใช้จ่ายและค่าแผ่นเสียงที่ต้องซื้อมาเปิดในรายการ สรุปแล้วไม่มีกำไรจากการจัดรายการอยู่นั่นเอง”

ผู้สนับสนุนรายการรายที่ 2 เป็นวิสกี้ไทยยี่ห้อไก่แดง ซึ่งเป็นสินค้าที่สดฮือฮาในยุคนั้น เนื่องจากมี ศิริขวัญ นันทศิริ ดาราสาวสุดเซ็กซี่ที่ร้อนแรงที่สุด แถมความสวยงามยังการันตีด้วยตำแหน่งนางสาวไทยจักรวาลปี 2518 เป็น Presenter สินค้ารายนี้ ซึ่งเธอเคยเป็น ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ตอนสวมหมวกตำรวจจราจรใส่ชุดบิกินี ยืนโบกรถยนต์กลางถนนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นฉากหนึ่งในภาพยนตร์เรื่อง เดียมห์

นอกเหนือไปจากการหารายได้ผ่านการหาสปอนเซอร์แล้ว คุณสายทิพย์ยังได้เล่าประสบการณ์เกี่ยวกับ “การรับคิวเพลง” ของนักจัดรายการวิทยุในสมัยนั้นเพิ่มเติม โดยคุณสายทิพย์เล่าว่า เหตุการณ์ชีวิตของเธอตอนนั้น มีชื่อเสียงมากจากรายการ “ผิวปากตามเพลง” แต่วันหนึ่งมีเหตุให้ต้องเดินจากมา ต้องหาเวลาจัดรายการใหม่ จนเกิดเป็นรายการใหม่ชื่อ “ร่มไม้รายทาง” โดยต้องวิ่งหาคู่คลื่นวิทยุสถานีใหม่เพื่อมาจัดรายการเพลงต่อไป

“ราคาค่าเช่าเวลาคลื่นวิทยุยุคนั้น เป็นราคาที่พอจับต้องได้ อัตราราคาสปอตโฆษณาราคายังเป็นหลักร้อย ในยุคนั้น นักจัดรายการที่ร่ำรวยคือนักจัดรายการที่มีโอกาสรับคิวเพลง เป็นยุคที่คำกล่าวขาน “คิวละพัน วันละเพลง” มีผลอย่างมาก กลายเป็นว่า ดีเจที่อยู่อุดและร่ำรวยโดยไม่ลำบาก คือ คนที่รับคิวเพลง”

“ คิวละพัน วันละเพลง ”

การออกอัลบั้มเพลงในยุคนั้น มีค่าเปรียบเปรยว่าเหมือนกับการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ถ้าโชคดีเพลงได้รับความนิยมสูงมาก อาจนำมาซึ่งความร่ำรวยเหมือนถูกรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาล จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ผลิตและค่ายเพลงยอมจ่ายเงิน “คิวละพัน วันละเพลง” เพราะหวังผลจากการโปรโมท ในช่วงนั้นคิวเพลง นำมาซึ่งผลประโยชน์มหาศาลจนเกิดการจับกลุ่มคุมการซื้อขายคิวเพลง โดยรายได้หลักของการจัดรายการวิทยุเกือบทุกราย มาจากการรับเงินค่าเปิดเพลง มากกว่ารายได้จากค่าโฆษณา

และเช่นเดียวกันกับคุณสายทิพย์ คุณระย้าเองก็เป็นอีกคนหนึ่งที่ถูกเลือกมารับคิวเพลงเช่นกัน โดยคุณระย้ายังเล่าถึงอุปสรรคสำคัญในการการจัดรายการเพลงไทยสากลช่วง 7 เดือนแรก ของรายการ “รถไฟดนตรี” ไว้อีกด้วยว่า นอกจากไม่มีรายได้จากคิวเพลงแล้ว รายได้จากสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนรายการก็แทบไม่มี

“เพราะเราเป็นรายการเพลงไทยแนวใหม่ ยังไม่เป็นที่ยอมรับ ต้องพิสูจน์คุณภาพให้นักฟังเพลงที่คลั่งไคล้เพลงสากล หันมาเปิดใจยอมรับเพลงไทย ที่ผู้ฟังบางส่วนยังมีแนวคิดต่อต้านว่า เพลงไทยสากลบ้านเรายังเขย ไม่ทันสมัยเหมือนเพลงฝรั่ง ในขณะที่เพลงจากค่ายรถไฟดนตรี ก็ยังไม่ค่อยได้รับการยอมรับ หรือการสนับสนุนเอาไปเปิดในรายการอื่นๆ มากนัก ต้องอาศัยคุณภาพของเพลงและการโปรโมทผ่านสื่อของตนเองเท่านั้น”

2.1.2 | กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ

2.1.2.1 | ยืนหยัดด้วยการหาเอกลักษณ์ สร้างจุดเด่นให้ธุรกิจ

ในช่วงปี 2523 อ.ส.ม.ท. ได้มีการเปลี่ยนนโยบาย โดยให้บริษัท แว่วหวาน จำกัด ซึ่งเป็นผู้เช่าคลื่น 97.5 MHz และจัดรายการเพลงสากล 24 ชั่วโมง เปลี่ยนเป็นคลื่นวิทยุเพลงไทยทั้งหมด ทำให้ “รถไฟดนตรี” ได้เข้าไปจัดรายการในช่วงเวลา 3 ทุ่มถึงเที่ยงคืน ในช่วงนั้น เพลงไทยสากลเริ่มได้รับความนิยมจากวัยรุ่นมากขึ้น มีวงดนตรียอดนิยม เช่น ชาตรี, Grand Ex, Royal Sprites, The Innocent และ McIntosh เป็นต้น

คุณระย้าและคุณตะวัน หรือประสิทธิ์ พงษ์ธนาณิกр ซึ่งเป็นพี่ชายของคุณระย้า สร้างสรรค์รูปแบบในการจัดรายการเพลงไทยสากล ให้แตกต่างจากรายการอื่นในยุคนั้น ที่รายการเพลงส่วนใหญ่นิยมเปิดเพลงลูกกรุง คำพูดและรูปแบบของผู้ดำเนินรายการจะค่อนข้างเป็นทางการ แต่รายการรถไฟดนตรีสร้างสรรค์ความต่างด้วยการเจาะเข้าหาวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา คนรุ่นใหม่และคนทำงาน ด้วยการเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอแบบเป็นกันเองกับผู้ฟัง เปิดแต่เพลงสตริงล้วนๆ เจาะตรงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างประสบความสำเร็จ

อีกหนึ่งความต่างที่คุณระย้าสร้างสรรค์ คือ การทำให้ “รถไฟดนตรี” เป็นรายการเพลงไทยสากลรายการแรกที่บันทึกเสียงผู้ฟังที่โทรเข้ามาขอเพลง แล้วนำมาเปิดออกอากาศก่อนนำเข้าเพลง ทำให้เป็นกระแสที่ผู้ฟังรายการจำนวนมากโทรเข้ามาในรายการแบบถล่มทลาย เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้รายการได้รับความนิยมสูงมากในยุคนั้น

นอกจากนี้ ในระหว่างการจัดรายการวิทยุ ควบคู่ไปกับการทำค่ายเพลงของตัวเอง สิ่งหนึ่งที่เจ้าของเพลงจะต้องทำคือ การเดินสายส่งแผ่นเพลงในค่าย เพื่อโปรโมทในรายการทางคลื่นวิทยุ จนเป็นช่องทางธุรกิจและเกิดเป็นวลีฮิต “คิดละพัน วันละเพลง” การจะให้เพลงออกอากาศในแต่ละคลื่นวิทยุ ก็ต้องมีการจ่ายเงินค่าเปิดเพลง ซึ่งสำหรับค่ายเล็กค่ายใหม่ของคุณระย้า นับเป็นเรื่องยากลำบาก ต้องเหนื่อยกว่าค่ายใหญ่ เนื่องจากการเสนอนักร้องหน้าใหม่ ออกเพลงแนวใหม่ที่ไม่คุ้นเคยสำหรับผู้ฟัง จำเป็นต้องพึ่งพารายการวิทยุให้ช่วยโปรโมทอย่างมาก แต่ใช้ว่ามีเงินแล้วจะจ่ายเพื่อซื้อช่องทางโปรโมทได้ เพราะเวลาของรายการที่ออกอากาศกับเพลงมากมายที่ต้องการโปรโมทไม่พอติดกันในด้าน Demand และ Supply จึงเกิดระบบคัมคิว ซึ่งจะต้องฝ่าด่านไปให้ได้ เพลงของค่ายรถไฟดนตรีในฐานะค่ายใหม่ จึงไม่อาจฝ่าด่านระบบคัมคิวเพลงไปได้

เพลงของค่ายรถไฟดนตรี ถูกปฏิเสธการขอซื้อคิวเพลงอย่างไม่มีเยื่อใย คุณระย้าถือเป็นบทเรียนสำคัญ บางรายไม่ขายคิวให้ แล้วยังดูแคลนเพลงของค่ายรถไฟดนตรีอีกด้วย แต่นั่นทำให้คุณระย้าเกิดแรงฮึดสู้และประกาศกับตัวเองว่า จะตั้งใจผลิตงานเพลงที่ดี ให้ประสบความสำเร็จ เพื่อลบคำสบประมาทให้ได้ และส่งผลต่อเนื่องถึงรายการรถไฟดนตรีที่คุณระย้าตั้งปณิธานไว้ว่า จะไม่รับเงินคิวเพลงอย่างเด็ดขาด แต่จะพิจารณาเปิดเพลงฟรีจากคุณภาพของผลงานเพลงเท่านั้น ซึ่งการไม่รับเงินโปรโมทเพลงนี้เองได้กลายเป็นจุดเด่น สร้างชื่อเสียงให้รายการรถไฟดนตรี จนเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ฟังเพลงและคนในวงการเพลงในเวลาต่อมา และทำให้รายการรถไฟดนตรี คือหนึ่งช่องทางที่เป็นความหวังของค่ายเพลงทั้งเก่าและใหม่ ในการโปรโมทเพลงโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เนื่องจากเป็นที่รู้กันว่า คุณระย้าปฏิเสธการรับจ้างเชียร์เพลงอย่างเด็ดขาด รายการรถไฟดนตรีมีการสัมภาษณ์ศิลปินทุกค่ายสลับกันไปต่อเนื่อง จนเป็นอีกหนึ่งในไฮไลต์ของการทำรายการในวันนั้น

ส่วนประสบการณ์ของคุณสายทิพย์ หรือพีชอด ที่เติบโตจากการเป็นดีเจเป็นผู้บริหารคลื่นวิทยุ บริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ของกลุ่มบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด ซึ่งในช่วงแรกมี 2 คลื่นฮิต ได้แก่ ฮอต เวฟ (Hot Wave) และ กรีน เวฟ (Green Wave) ซึ่งก็มีเอกลักษณ์ในการดำเนินรายการที่แตกต่างกันออกไป

ในปี 2532 คุณไพบุลย์ ดำรงชัยธรรม และคุณเรวัตี พุฒินันท์ จากบริษัท แกรมมี่ฯ ชวนคุณสายทิพย์มาร่วมงาน เนื่องจากบริษัท แกรมมี่ฯ มีนโยบายขยายธุรกิจเพลงโดยใช้สื่อวิทยุในการสร้างการรับรู้ของกลุ่มผู้ฟัง ด้วยเล็งเห็นว่าสื่อวิทยุเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงและคาดว่าจะสามารถเพิ่มยอดขายได้ตามเป้าหมาย ก่อเกิดเป็น เอ โทม์ (A Time) ที่มีความหมายว่า Prime Time โดยที่ในช่วงแรก บริษัท แกรมมี่ฯ ยังไม่ได้หมายความว่าทั้งคลื่น มีเพียงเวลาจัดรายการ ซึ่งเป็นช่วงเวลาในระหว่างวันเท่านั้น ในขณะที่นั้นนอกจากเป็นดีเจแล้ว คุณสายทิพย์ยังต้องไปขายงานลูกค้าเอง เขียนสปอตโฆษณาเอง ทำเองแทบทุกอย่าง จากทีมงาน 1-2 คน ก็ขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ ทำให้รายได้จากการบริหารงานวิทยุในเครือแกรมมี่ จากราคาสปอตโฆษณาหลักพัน ก็ขยายยอดขายไปได้มากถึงปีละ 700 ล้านบาทในเวลาต่อมา

หลังจากบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ขยายงานจนบริษัทเติบโต ในปี 2536 บริษัท แกรมมี่ฯ ก็ได้ล้มปทานคลื่น 2 คลื่น ได้แก่ คลื่น ฮอต เวฟ 91.5 MHz และ คลื่น กรีน เวฟ 99.5 MHz ที่ต่อมาย้ายมาอยู่ที่คลื่น 106.5 MHz ซึ่งทั้ง 2 คลื่น อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของคุณสายทิพย์ทั้งหมด

คุณสายทิพย์กล่าวว่า เธอได้อยู่ในช่วงรอยต่อของธุรกิจวิทยุ ตั้งแต่ยังไม่เป็น Format station จนมาเป็น Format station จากยุคที่โทรทัศน์เหมือนจะเป็นสื่อที่ทรงพลังมากกว่า เดินมาถึงช่วงเวลาที่สื่อวิทยุในความดูแลมีพลังมากขึ้น ราคาขายสปอตโฆษณาจากหลักสิบเป็นหลักพัน โดยเฉพาะคลื่น ฮอต เวฟ ที่มีชื่อเสียงมากจนเกิดกระแสที่เด็กวัยรุ่น และนักศึกษาจบใหม่ อยากจะเป็นดีเจที่คลื่นนี้กันมากมาย

คลื่น ฮอต เวฟ 91.5 MHz สร้างจุดขายที่โดดเด่น ด้วยการเปิดเพลงที่โดนใจ ดีเจมีลีลาเฉพาะตัว สร้างความสนุกสนาน เป็นคลื่นวิทยุที่ได้รับความนิยมสูงมากในหมู่วัยรุ่น ตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษา รวมถึงเหล่านักศึกษามหาวิทยาลัย

นอกจากนี้ ฮอต เวฟ 91.5 MHz ยังสร้างกิจกรรมที่เป็นประโยชน์อย่างมากกับกลุ่มเป้าหมายหลัก เช่น โครงการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย รวมทั้งยังสร้างเอกลักษณ์ที่เป็นภาพจำด้วยการจัดประกวด “ฮอต เวฟ มิวสิค อวอร์ด” ที่เป็นเวทีประกวดวงดนตรีของเหล่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาที่จัดขึ้นต่อเนื่องหลายปี และเป็นเวทีการประกวดวงดนตรีที่แจ้งเกิดวงดนตรีนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา ให้กลายเป็นศิลปินดัง กีกก้องวงคารเพलगไทยมากมายหลายวง ไม่ว่าจะเป็น วงบอดี้แอสลม วงแคลช วงกะลา ลูลา นิหน้า สุจิตา และวง 25 Hours เป็นต้น ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อเหล่านักเรียนที่มีใจรักดนตรีให้ได้มีสนามประลอง และยังถือเป็นคุณูปการกับวงการดนตรีของไทยอีกด้วย

นอกจากนี้ ฮอต เวฟ 91.5 MHz ยังเป็นแหล่งกำเนิดและแหล่งรวมดีเจชื่อดังระดับตำนานมากมาย ไม่ว่าจะเป็น ดีเจไ้ก่ สมพล ปิยะพงศ์สิริ พิ๋อ้อย นภาพร ไตรวิทย์วารีกุล ดีเจโป้ง ญัฐพงศ์ แดงเกษม ดีเจเป้ วิศวะ กิจตันขจร รวมทั้งดีเจรุ่นต่อมาอีกหลายคนก็แจ้งเกิดจากคลื่นนี้ ไม่ว่าจะเป็น หน้าเน็ค เกตุเสพสวัสดิ์ จอห์น วิญญู เป็ก เปรมณัช และ พุฒ พุฒิชัย เป็นต้น

ความแรงของคลื่นวิทยุของบริษัท เอ-โทม มีเดีย จำกัด ที่คุณสายทิพย์เป็นผู้บริหารนั้น แม้ในช่วงปีที่กรุงเทพมหานครเกิดวิกฤตน้ำท่วมใหญ่ แต่คุณสายทิพย์เล่าว่า ยอดขายของบริษัท เอ-โทม มีเดีย จำกัด ยังคงสูงตลอด ในขณะที่คลื่นอื่นที่ความนิยมน้อยกว่าเกิดปัญหาด้านรายได้ กล่าวได้ว่าช่วงที่มีวิกฤตเศรษฐกิจ เม็ดเงินโฆษณาที่มีจำกัด การใช้เงินของเอเจนซีจะมีการเลือกใช้อย่างระมัดระวัง แสดงให้เห็นว่า ด้วยเอกลักษณ์ที่มีทำให้คลื่นของบริษัท เอ-โทม มีเดีย จำกัด มีความแข็งแกร่งด้านความนิยม และสามารถมีรายได้สูงต่อเนื่องได้แม้ในภาวะวิกฤติ

นอกจากรายการเพลงของบริษัท เอ-โทม มีเดีย จำกัด จะได้รับความนิยมแล้ว รายการ คลับ ฟรายเดย์ (Club Friday) เป็นอีกรายการที่กำเนิดขึ้นโดยคุณสายทิพย์และได้รับความนิยมสูง เริ่มออกอากาศครั้งแรกในช่วงปี 2548 โดยแนวคิดที่ว่ารายการนี้จะไม่เปิดเพลง แต่ใช้การพูดคุยสร้างเป็น Content ที่แตกต่าง ทำให้รายการ Club Friday ประสบความสำเร็จอย่างสูงต่อเนื่องและยาวนาน มีแฟนรายการโทรศัพท์เข้ามาพูดคุยในรายการมากมาย

ในขณะที่คุณพงศ์นรินทร์ซึ่งเติบโตมาในอีกยุคสมัยถัดมา เขาเป็นหนึ่งในผู้บริหารแนวอินดี้ ที่กล้าที่จะใช้ความแตกต่างมาเปิดตลาดคนฟังเพลง จุดเริ่มต้นจากการได้มาเป็น Producer หนุ่มในวัยเพียง 23 ปี ของรายการ กรีน เวฟ เป็นหนึ่งในรายการหลักของกลุ่มบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด สถานีวิทยุกรีน เวฟ เริ่มต้นจากการเป็นสถานีวิทยุที่เปิดเพลงแนวรักโลก รักสิ่งแวดล้อม โดยมีดีเจชวนผู้ฟังพูดคุยในแนวคิธรธรรมชาติ ชวนทำประโยชน์กับสังคม อย่างไรก็ตาม ความนิยมของคลื่น กรีน เวฟ กลับอยู่อันดับท้ายๆ ของแผงหน้าปัด และเป็นคลื่นที่ขายออกขายได้น้อยที่สุดในกลุ่มบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด

สิ่งที่คุณพงศ์นรินทร์มาปฏิวัติใหม่ เสนอแนวคิดไว้ว่า หากต้องการให้คลื่น กรีน เวฟ ประสบความสำเร็จในด้านการเป็นประโยชน์ต่อสังคม รายการจะต้องได้รับความนิยมเสียก่อน จากนั้นการรณรงค์ต่างๆ ก็จะง่ายขึ้น รวมทั้งรายได้ทางธุรกิจก็จะดีขึ้น

การพูดของดีเจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจึงถูกลดการนำเสนอลง และทุกครั้งที่น่าเสนอต้องเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจจริงๆ เพราะยิ่งพูดเรื่องสิ่งแวดล้อมมากเท่าไร ก็อาจทำให้ผู้ฟังเบื่อได้ นอกจากนี้ การจัดรายการในสมัยนั้นมักจะมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใหญ่หรือเด็กวัยรุ่น ในขณะที่รายการที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นคนที่เพิ่งเรียนจบจนถึงคนทำงานหรือกลุ่มอายุ 20 ถึง 35 ปี ยังไม่มีมากนัก คุณพงศ์นรินทร์ในฐานะ Producer จึงเริ่มวางกลุ่มเป้าหมายของคลื่น กรีน เวฟไว้ที่คนกลุ่มนี้

คุณพงศ์นรินทร์เริ่มเข้ามาดูแลคลื่น กรีน เวฟ ของบริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด โดยวางภาพลักษณ์ให้เป็นคลื่นแนวเพลง Easy Listening ภายใต้แนวคิด “เพลงดีๆ กับความรู้สึกดี” เจาะกลุ่มคนในวัยทำงานอายุ 20-35 ปี ที่ต้องการฟังเพลงเพราะที่เปิดฟังจากคลื่นวิทยุ ซึ่งพบว่า แนวทางดังกล่าวคือคำตอบที่สามารถสร้างกระแสให้คลื่นกรีน เวฟ ได้ เรียกว่าใช้เพลงไพเราะมาเปิดให้คลื่นได้รับความนิยมจากผู้ฟังก่อน เมื่อคลื่นเป็นที่นิยมแล้ว การเติมเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเข้าไปก็จะไม่ใช่เรื่องยาก

แม้จะพบแรงต้านในช่วงแรกจากที่ทำงานบ้าง แต่ภายใน 1 ปี หลังจากการวาง Concept การเปิดเพลงและการนำเสนอใหม่ ความนิยมของคลื่น กรีน เวฟ ก็ทะยานจาก

อันดับ 18 ขึ้นมาอยู่อันดับ 1 ตั้งแต่ปี 2537 และครองอันดับ 1 ด้านความนิยมมาโดยตลอด รายได้จากปีละ 1 ล้านบาท ก็เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนเป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังสูงมาก ผลประกอบการทางธุรกิจดีมาก ทั้งยังส่งผลต่อกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของคลื่น และหนึ่งในกิจกรรมที่โดดเด่นมากทั้งภาพลักษณ์และธุรกิจก็คือ Green Concert ที่ประเดิมเวทีด้วย “เบิร์ด กับ ฮาร์ด” ซึ่งได้รับผลตอบรับดีมากจนต้องย้ายที่จัดและเพิ่มรอบการแสดง

Green Concert ครั้งที่ 2 เป็นคอนเสิร์ตของ “ป๊าน ไพนุลย์เกียรติ เขียวแก้ว” ตามมาด้วยครั้งที่ 3 เป็นคอนเสิร์ต “เบิร์ด ธงชัย แมคอินไตย์” ในสไตล์ Green Concert ในชื่อ “Singing Bird”

คุณพวงศันรินทร์ทำงานที่กรีน เวฟ ได้ 5 ปี ก็ขอลาออก แต่คุณไพนุลย์ดำรงชัยธรรม และคุณบุษบา ดาวเรือง 2 ผู้บริหารสูงสุดของบริษัท ได้เสนอให้ย้ายงานมาอยู่ในเครือข่ายเพลง แกรมมี โกลด์ ก่อนจะออกมาโลดแล่นภายนอก โดยได้มีโอกาสร่วมงานในช่วงสั้นๆ กับชินทร์ โปธาภิวัฒน์ ก่อนจะกลับสู่เส้นทางวิทยุอีกครั้ง

จากนั้นประมาณปี 2541-2542 คุณพวงศันรินทร์ได้ทำงานที่ BNT ของคุณอิทธิวัฒน์ เพียรเลิศ คลื่น Click Radio ซึ่งกำหนดแนวทางเป็นคลื่นเพลงวัยรุ่น และย้ายมาทำคลื่น FAT Radio ที่มีคุณชยเชนทร์ คำนวน เป็นเจ้าของ

คุณพวงศันรินทร์อธิบายว่า การตั้งชื่อ FAT Radio มาจากหลักการเพียงว่าอยากได้ชื่ออะไรก็ได้ ที่คนจะจดจำกันได้ง่ายๆ เป็นสไตล์อินดี้ ระดมความคิดจากทีมงานกันจนออกมาเป็น FAT Radio โดยช่วงเวลานั้นการดำเนินงานคลื่นวิทยุได้รับอิทธิพลตามแนวทางของคลื่นวิทยุต่างประเทศที่ใช้ผลการวิจัยมากำหนดรูปแบบ ทำให้เปิดเพลงตามการวิจัยประเภทเดียวกัน สไตล์เดียวกันหมด

“ผมเป็นคนที่ไม่เชื่อใน research พวกนี้ เราอยู่ในวงการเพลงมาตลอด เรารู้จักคนฟังเพลง ที่ research บอกว่าคนไม่ชอบ เพราะเขาไม่รู้จักเพลงมากกว่า แต่ถ้าเขารู้จักเพลงแล้วเขาจะชอบ จึงเริ่มทำรายการเพลงที่ต่างจากคนอื่น ด้วยการเปิดเพลงที่คนไม่ค่อยรู้จัก”

นอกจากคลื่นที่เน้นการเปิดเพลงไทยสากลดังที่กล่าวมาแล้ว อีกหนึ่งรูปแบบรายการวิทยุที่ต้องเผชิญความท้าทายในตลาดการประกอบกิจการวิทยุธุรกิจ โดยเฉพาะบนคลื่นวิทยุ FM คือรายการเพลงลูกทุ่ง ซึ่งคุณไพบรุษ เตชะณรงค์ ที่นอกจากจะสืบบทบาทเป็นมือประสานในการหาคลื่นวิทยุให้กับหลายกลุ่มธุรกิจแล้ว ยังเป็นอีกหนึ่งในกลุ่มของนักธุรกิจที่ถนัดคิดต่าง ฉีกกฎเกณฑ์และค่านิยมเดิม ทำให้คลื่นวิทยุ FM ของไทยได้เปิดคลื่นเพลงลูกทุ่ง โดยเส้นทางการหาเอกลักษณ์ที่ได้รับการยอมรับของคลื่นลูกทุ่งในประเทศไทยเริ่มต้นในปี 2540 โดยคุณวิทยา ศุภพรโภาส นักจัดรายการวิทยุชื่อดังร่วมมือกับคุณสุรพงษ์ เจริญชาญชัย เจ้าของบริษัท ทราฟฟิค คอนเนอร์ จำกัด และคุณไพบรุษ เตชะณรงค์ ลงหุ้นกันรายละ 3.3 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจวิทยุบนคลื่น 90.0 MHz โดยตั้งเป้าหมายว่า ต้องการจะทำคลื่นเพลงลูกทุ่งบนหน้าปัด FM ให้ได้

อาจกล่าวได้ว่า การเริ่มต้นของ “ลูกทุ่ง FM” คลื่น 90.0 MHz สถานีวิทยุทองพลที่ 1 รัชภาพระองค์ เป็นการเปิดช่องทางให้เพลงลูกทุ่งบุกตลาดสถานีวิทยุ FM จนหลายสถานีปรับเปลี่ยนนโยบายและให้การยอมรับเพลงลูกทุ่งมากขึ้นจนถึงยุคปัจจุบัน

ข้อมูลที่คุณวิทยา ให้สัมภาษณ์นิตยสารผู้จัดการ ในเดือนธันวาคม 2550 ระบุว่าในช่วงปี 2540 เกิดวิกฤตต้มยำกุ้ง ธุรกิจคลื่นวิทยุระส่ำระสาย ขาดทุนกันมากมาย เนื่องจากในช่วงที่เศรษฐกิจดี ก็มีการประมูลราคาการเช่าช่วงเวลาคคลื่นวิทยุในราคาที่สูงมาก เมื่อเกิดวิกฤตฟองสบู่แตก ก็เหมือนสึนามิเศรษฐกิจ ธุรกิจหลายประเภทพังราบเป็นหน้ากลองรวมถึงธุรกิจวิทยุด้วยทำให้ค่าเช่าเวลาที่แสนแพงก็ต้องปรับลดลงมาแต่ก็ยังหาคนทำไม่ได้ เพราะพิษสงของเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังเกิดปัญหาว่า เมื่อทำรายการแล้วไม่รู้ว่าจะหาใครมาเป็นผู้สนับสนุนรายการให้อีกด้วย

คุณวิทยา ซึ่งมีคลื่น FM 90.0 MHz ที่บริหารอยู่ 1 คลื่น จึงต้องหันมาทบทวนแนวทางหาจุดขายว่าจะจัดรายการประเภทไหนบนคลื่นนี้ เพราะหากไม่ทำหรือทำแล้วไปไม่รอด ก็จะต้องคืนคลื่นให้กับกองทัพบก จึงได้ปรึกษากับคุณสุรพงษ์ เจริญชาญชัย จากบริษัท ทราฟฟิค คอนเนอร์ จำกัด ว่าจะสร้างจุดขายอย่างไรเพื่อให้หาผู้สนับสนุนรายการได้ โดยวิเคราะห์สถานการณ์ช่วงนั้นว่า หากทำเพลงสตริงก็ต้องแข่งกันกับคลื่นในเครือแกรมมี่อย่างฮอต เวฟ กรีน เวฟ และคลื่นอื่นๆ มากมายไปหมด ถ้าไปทำเป็นนิวส์เอนด์ ทอล์ค ก็ต้องไปแข่งกับสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น และสำนักข่าวแปซิฟิก หรือหาก

ทำวิทยุรายงานสภาพจราจรก็ต้องไปแข่งกับ จ.ส.100 และ สวพ.91 การหาชื่อในวันนั้นสรุปกันว่าจะทำเป็นคลื่นรายการเพลงลูกทุ่ง โดยออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง

ในสมัยนั้น ผู้บริหารคลื่นวิทยุ FM มีการวางตำแหน่งทางการตลาดของเพลงโดยมองว่าเพลงลูกทุ่งเป็นแนวทางของคนชนบท บางสถานีติดป้ายห้ามเปิดเพลงลูกทุ่งทำให้ในยุคนั้นเพลงลูกทุ่งต้องอยู่บนหน้าปัด AM เป็นหลัก เพราะระบบ AM มีกำลังการส่งไปได้ไกลถึงชนบท ตรงกับภาพลักษณ์ในสมัยนั้นที่มองกันว่ากลุ่มเป้าหมายของเพลงลูกทุ่งคือคนชนบท

การจะปรับเปลี่ยนคลื่นวิทยุ FM ให้เปิดเพลงลูกทุ่ง จึงไม่ใช่งานง่าย เนื่องจาก การปรับเปลี่ยนเนื้อหาหรือแนวทางของเพลงเป็นการปรับเปลี่ยนระดับนโยบาย “ไพวงษ์ เตชะณรงค์” จึงก้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญ ซึ่งคุณไพวงษ์อธิบายที่มาของเรื่องนี้ว่า เขาได้รับการติดต่อจากคุณวิทยาและคุณสุรพงษ์ ให้มาช่วยลงทุนธุรกิจเพลงลูกทุ่งบนคลื่น FM รวม 3 หุ่น โดยคุณไพวงษ์ รับหน้าที่หลักในการประสานงานผู้ใหญ่โดยเจรจาขอให้ปรับเปลี่ยนนโยบาย เพื่อให้มีการเปิดเพลงลูกทุ่งบนคลื่น FM

คุณไพวงษ์เล่าว่า “ผมเข้าไปพบท่านนายกรัฐมนตรี พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ โดยบอกว่าเพลงลูกทุ่งเป็นรากเหง้าวัฒนธรรมของคนไทย ดังนั้นคนไทยทุกคนทุกระดับชั้นควรมีโอกาสได้รับฟังเพลงลูกทุ่งบนคลื่นวิทยุที่มีคุณภาพดี โดยไม่จำเป็นต้องรับฟังจากคลื่นในระบบ AM เท่านั้น ทำไมคลื่นวิทยุ FM ของเราจึงออกอากาศเพลงลูกทุ่งไม่ได้จากประสบการณ์ของผมที่ใช้ชีวิตที่อเมริกา เพลงลูกทุ่งคือ เพลง Country ที่คนอเมริกันฟังได้อย่างทั่วถึงทั่วประเทศ”

เมื่อพล.อ.ชวลิต อนุญาตและสั่งการให้สถานีวิทยุของพลที่ 1 รักษาพระองค์ 90.0 MHz ออกอากาศเพลงลูกทุ่งได้ จึงมีการออกอากาศคลื่นวิทยุเป็นเพลงลูกทุ่งล้วนบนหน้าปัด FM ครั้งแรกของประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2540 ในชื่อว่า “ลูกทุ่ง FM”

คุณวิทยาตีโจทย์การทำเนื้อหารายการเพื่อยกระดับเพลงลูกทุ่งบนคลื่น FM ให้ทัดเทียมเพลงสากล และเพลงสตริง ด้วยการเชิญทั้งนักวิชาการอย่าง เสรี วงศ์มณฑา นักพูดอย่าง อภิชาติ คำดี นักการเมืองอย่าง มนต์รี พงษ์พานิช และ กร ทัพพะรังสี

ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ชอบเพลงลูกทุ่งมาช่วยสร้างสีสันให้กับสถานี และเป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างฐานผู้ฟังให้กล้าเปิดเผยตัวตนและบอกต่อ เป็นแผนการตลาดเพื่อเร่งยกระดับความนิยมให้กับลูกทุ่ง FM

การที่จะทำให้อัปเดตเพลงลูกทุ่งคลื่นแรกของไทยเป็นที่จดจำและรู้จักกันทั่วประเทศ ทีมผู้ถือหุ้นทั้งหมด จึงมีแผนและกิจกรรมการโปรโมตคลื่นอย่างยิ่งใหญ่ว่า เช่น การจัดงาน “ฟริคออนเสิร์ต เพลงลูกทุ่ง” ที่ท้องสนามหลวง เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2540 โดยมี พล.อ.ชวลิต นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นมาเป็นประธานเปิดงาน มีผู้คนเข้าร่วมชมเต็มท้องสนามหลวงรวมกันเป็นหลักแสนคน

เหตุการณ์วันนั้นเป็นเหมือนการจุดพลุให้ตลาดวงการลูกทุ่งของไทยเป็นที่ยอมรับทั่วประเทศ วงการเพลงลูกทุ่งกลับมาคึกคักอย่างมาก “ลูกทุ่ง FM” จัดรายการทั้งเพลงลูกทุ่งที่กำลังได้รับความนิยม เพลงดังในอดีตของศิลปินนักร้องจากทุกค่ายเพลง รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่งอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการต่อยอดทางธุรกิจจาก “ลูกทุ่ง FM”

“ลูกทุ่ง FM” ปลุกให้กระแสเพลงลูกทุ่งกลับมาได้รับความนิยมในวงกว้าง การเปิดตลาดของรายการลูกทุ่ง FM นอกจากทำให้ผลงานของนักร้องลูกทุ่งรุ่นเก่าได้กลับมาสู่ตลาดอีกครั้ง และสร้างงานให้กับนักร้องเหล่านั้นได้ไม่น้อยแล้ว ยังเป็นช่องทางสนับสนุนการสร้างนักร้องลูกทุ่งที่มีชื่อเสียงรุ่นใหม่มากมายในวงการด้วย

รายการ “ลูกทุ่ง FM” จัดที่คลื่น 90.0 MHz ได้เพียงปีเดียว ก็ย้ายมาจัดที่คลื่น 95.0 MHz ของสถานีวิทยุกระจายเสียง อ.ส.ม.ท. เนื่องจาก อ.ส.ม.ท. ในขณะนั้นต้องการจะขยายตลาดกลุ่มผู้ฟังเพลงลูกทุ่งเช่นกัน และต้องการจัดสรรคลื่นที่มีอยู่ทั้งหมดให้รองรับการเจาะตลาดกลุ่มผู้ฟังที่หลากหลาย

ในทางธุรกิจ การหารายได้ของรายการ “ลูกทุ่ง FM” มีทิศทางที่ดี ทำให้ผลประกอบการเริ่มกำไรในปีที่ 3 และเติบโตอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับมีการขยายช่องทางธุรกิจ เช่น จัดคอนเสิร์ตใหญ่ทุกปีที่กองพันทหารราบที่ 11 จัดให้มีรางวัล “มาลัยทอง” มอบให้กับคนในวงการลูกทุ่ง มีรายการโทรทัศน์ “ลูกทุ่ง FM ทิว 9” ทางช่อง 9 รวมถึงสร้างภาพยนตร์ “มนต์เพลงลูกทุ่ง” ในปี 2545 โดยร่วมกับสหสมัคคฟิล์ม

2.1.2.2 | เพิ่มช่องทางหารายได้ ด้วยการต่อยอดทางธุรกิจ

เนื่องจากธุรกิจวิทยุเป็นธุรกิจที่ต้องการเม็ดเงิน ซึ่งหากต้องการให้ธุรกิจสามารถเดินต่อไปข้างหน้าได้ การเพิ่มช่องทางการหารายได้ประเภทต่างๆ นอกเหนือไปจากการพึ่งพาสปอนเซอร์ กลายเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ผู้คร่ำหวอดในวงการวิทยุหลายท่านเลือกใช้ ประสบการณ์ชีวิตของคุณระย้าและรายการรถไฟดนตรี ทำให้คุณระย้ามองทะลุเวลาไปข้างหน้า เห็นโอกาสทางธุรกิจ ด้วยการเปิดค่ายเพลงของตนเอง ในชื่อเดียวกับรายการเพลงที่จัดอยู่ นั่นคือ “รถไฟดนตรี” ดังนั้น เมื่อเส้นทางการจัดการรายวิทยุของคุณระย้าจบลงไป เนื่องจากสถานีวิทยุตกอยู่ในมือของบริษัทใหญ่ที่รับสัมปทาน หรือเช่าทั้งคลื่นไปหมด คุณระย้าจึงได้มาเติบโตบนเส้นทางการผลิตเพลงออกสู่ตลาดของค่ายเพลง “รถไฟดนตรี” แทน ซึ่งนับว่าเป็นการก้าวไปข้างหน้าที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

ค่ายเพลง “รถไฟดนตรี” มีอัลบั้มฮิตสร้างชื่อเสียงมากมายอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ สาว สาว สาว, ฟรีเบิร์ดส์, ภูสุมิ่ง นนอสุวรรณค์, พัฒนิกา เศวตาลัย, สุชาติ ขวางกูร, โดม มาร์ติน, ศุ บุญเลี้ยง, หรั่ง ร็อกเคสตร้า, พงษ์สิทธิ์ คำภีร์, หนู มิเตอร์, อ้อย กะท้อน, เดวิด อินธี, พัทธกัษ, สมชาย ใหญ่ เป็นต้น โดยคุณระย้ามีข้อคิดในการผลิตเพลงไว้ว่า

“การทำเพลงนั้น ทำง่าย มีเงิน มีเพลง มีนักร้อง ก็ทำได้แล้ว แต่ทำเพลงให้คนชอบ มันยากมาก และทำเพลงให้ขายได้ ยิ่งยากเลย”

ส่วนชีวิตการทำงานของคุณสายทิพย์ ได้มีการต่อยอดและขยายสาขาธุรกิจหลายอย่าง จนได้มาเป็นผู้บริหารช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล และล่าสุดเป็นผู้ผลิตละคร และเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหารายการประเภทต่างๆ ในบริษัท เช่นจัน 2561 จำกัด ซึ่งรับผลิตเนื้อหารายการในหลายรูปแบบ ทั้งการจัด Event การจัดคอนเสิร์ต การทำรายการโทรทัศน์ การทำซีรีส์ การทำ Podcast รวมทั้งการพูดคุยผ่าน Club House เป็นต้น

ในส่วนของการต่อยอดธุรกิจของคุณพวงศันรินทร์และ FAT Radio ที่มุ่งเน้นการเปิดเพลงอินดี้ หรือเพลงที่คนไม่ค่อยรู้จักนั้น ในทางหนึ่งก็เป็นเอกลักษณ์ที่แข็งแกร่งของคลื่น ที่ทำให้มีคนติดตามประจำอยู่จำนวนหนึ่ง แต่การเปิดเพลงที่คนไม่รู้จัก ทำให้ไม่ค่อยได้รับความนิยม มีผลต่อรายได้ จนต้องมีการประชุมกับเจ้าของรายการหลายครั้ง

โดยคุณพวงศันรินทร์ยืนยันแนวทางของตนเอง โดยข้อตกลงสุดท้ายที่เจ้าของคลื่นยินยอมให้บริหารโดยอิสระก็คือ คุณพวงศันรินทร์สามารถสร้างรายได้ตามเป้าหมาย

ความสุขในการทำงานเกิดได้ไม่กี่ปี คุณพวงศันรินทร์และทีมงานต้องออกจาก FAT Radio แบบไม่ได้ตั้งใจ เมื่อมีทีมงานออกมาพร้อมกันหลายคน ทำให้คุณพวงศันรินทร์หรือพี่จ๋องของน้องในทีมงานตัดสินใจเปิดบริษัทอแทนไนเซอร์เพื่อหารายได้ดูแลทีมงานรวมทั้งได้ขยายงานมาบริหารโรงภาพยนตร์ House RCA ซึ่งฉายภาพยนตร์แนวอินดี้ รวมถึงธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ตด้วย

เมื่อเปิดบริษัทใหม่และดูแลลูกน้องในทีมได้ประมาณ 3 ปี เขาก็ได้รับการติดต่อให้กลับไปทำ FAT Radio อีกครั้ง ในปี 2549 ซึ่งการยอมกลับไปบริหาร FAT Radio ครั้งนี้ “พี่จ๋อง” ได้รับสิทธิให้อำนาจในการตัดสินใจทุกอย่าง นำเสนอเพลงนอกกระแสของวงดนตรีหน้าใหม่ พร้อมจัดงานเทศกาลดนตรี FAT Festival ที่รวบรวมทั้งศิลปินที่มีชื่อเสียงและศิลปินหน้าใหม่ การทำงานที่ FAT Radio ครั้งนี้ยาวนานถึง 5 ปี ก่อนที่บริษัท จะเกิดปัญหาภายในครั้งใหญ่ ทำให้เขาตัดสินใจอย่างหาญกล้าด้วยการเดินหน้าธุรกิจรายการวิทยุภายใต้ Platform ใหม่ และได้กำเนิดเป็น CAT Radio รายการวิทยุบนช่องทางออนไลน์ขึ้น

การที่ต้องดูแลพนักงานหลายคนทำให้เขาตัดสินใจดำเนินงานรายการวิทยุของตัวเองใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะต้นทุนถูก ไม่ต้องจ่ายค่าเช่าคลื่นวิทยุ แต่ยังคงเป็นการจัดรายการเนื้อหาเหมือนกับรายการวิทยุ โดยมีดีเจจัดรายการ ภายใต้ชื่อ “CAT Radio” โดยที่มาของชื่อ “CAT Radio” อยู่บนพื้นฐานเดียวกับการตั้งชื่อ FAT Radio คือ เรียบง่าย จำง่าย ใช้เวลาคิดชื่อแค่ 15 วินาที เกิดเป็นชื่อ CAT Radio ซึ่งสื่อความหมายถึง “แมว 9 ชีวิต ตายยาก”

แต่ในสภาพความเป็นจริงของวงการวิทยุ รายได้ของธุรกิจมาจากโฆษณาเป็นหลัก เมื่อบริษัทรับจัดงาน Event ก็ต้องมีสื่อของตนเอง เพื่อเป็นช่องทางที่ให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างขึ้น CAT Radio จึงได้เช่าเวลาคลื่น 94.5 MHz จัดรายการของ CAT Radio ในช่วงเวลา 20.00-24.00 น. ด้วย ก่อนจะขึ้นเป็นหนึ่งในรายการหลักที่ได้รับความนิยมของคลื่นดังกล่าว จนผู้ให้เช่าคลื่นชวนทำคลื่นลูกทุ่ง โดยที่ CAT Radio ยังคง

บั๊กหลักที่เวลาเดิม ส่วนเวลาที่เหลือเป็นเพลงลูกทุ่งทั้งหมด อย่างไรก็ตาม แม้ว่ารายการเพลงลูกทุ่งจะได้รับความนิยมสูง แต่รายได้จากการทำคลื่นลูกทุ่งยังคงต่ำ เนื่องจากมีคลื่นลูกทุ่งบางรายการที่ได้รับความนิยมเช่นกัน ได้ตั้งราคาค่าโฆษณาไว้ต่ำมาก ประกอบกับราคาค่าเช่าช่วงเวลาจัดรายการของ CAT Radio เองก็สูงถึงหลักแสนต่อเดือน ทำให้เกิดปัญหาด้านธุรกิจขึ้น

จากปัญหาดังกล่าว ในที่สุด CAT Radio ก็ต้องคืนคลื่นวิทยุเพลงลูกทุ่งไป คงไว้เพียง CAT Radio บนช่องทางออนไลน์ ซึ่งดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องถึงปัจจุบัน แต่ในทางธุรกิจ CAT Radio บนช่องทางออนไลน์ ก็ยังมีรายได้จากการขายโฆษณาไม่เพียงพอที่จะรองรับต้นทุน จึงจำเป็นต้องหาช่องทางสร้างรายได้จากช่องทางอื่นเพื่อมาสนับสนุนธุรกิจ ซึ่งช่องทางดังกล่าวก็คือ การจัด Event โดย CAT Radio ต้องจัด Event ขนาดใหญ่ ปีละ 3 ครั้ง ได้แก่ CAT Expo CAT T Shirt และ CAT Foodival

นอกจากนี้ นอกเหนือจาก CAT Radio ที่เป็นสื่อวิทยุออนไลน์แล้ว ยังมีการขยายธุรกิจมาที่สื่อโทรทัศน์ด้วยการผลิตรายการที่ชื่อ CAT Radio TV เมื่อปี 2563 โดยเสนอเป็น Seasonal Program จำนวน 13 ตอน ออกอากาศเวลา 23.00 น. สัปดาห์ละ 1 วัน ทางช่อง 3HD ภายใต้คอนเซ็ปต์ละครโทรทัศน์ จากเรื่องจริงบ้างไม่จริงบ้าง เป็นเหมือนรายการวิทยุรายการหนึ่งบนหน้าจอโทรทัศน์

2.1.3 “คลื่นวิทยุและรายการวิทยุ” สื่อที่ไม่ตาย

ปัจจุบันสถานการณ์ของธุรกิจวิทยุกระจายเสียง นอกจากมีการแข่งขันสูงในอุตสาหกรรมด้วยตนเองแล้ว ยังพบว่าเทคโนโลยีใหม่ (Digital Technology) เข้ามามีบทบาทในวงการสื่อมากขึ้นเรื่อยๆ ในช่องทางออนไลน์ ซึ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในสังคม อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงก็ยังเชื่อมั่นว่าไม่ว่าอย่างไร สื่อวิทยุก็จะเป็นหนึ่งในสื่อหลัก ที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึงและยังคงมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่ต่อไป

คุณระย้าเชื่อว่า วิทยุและโทรทัศน์จะยังคงมีบทบาทสำคัญในฐานะสื่อหลักที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ส่วนสื่อออนไลน์ เช่น YouTube เป็นสื่อทางอ้อม โดยที่สื่อวิทยุยังเป็นช่องทางในการต่อยอดเส้นทางของวงการเพลง

“การที่ศิลปินทำเพลงกับค่าย เหมือนกับมีเสื้อใส่ ค่ายมีคอนเนกชันกับวิทยุ นำเพลงไปเปิดให้คนรู้จักได้ง่าย แต่มันอยู่ที่ความรู้สึกของคน เหมือนคนบอกว่า ซิตีตายไหม...ไม่ตาย อยู่ที่คุณมีศิลปินที่เขาชอบไหม ถ้าเขาอยากได้ เขาก็อยากเก็บ แต่ในยุบทูปมันเป็นอากาศ จับต้องไม่ได้”

เมื่อถามถึงแนวทางการจัดสรรคลื่นวิทยุในอุดมคติ อยากให้รัฐทำอะไร คุณระย้ายอมรับว่า กสทช. มีเจตนาดีที่จะเข้ามาจัดระบบกิจการวิทยุในประเทศ แต่ถึงแม้กฎเกณฑ์จะดีเพียงใดก็ตาม ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากเรื่องของคน จึงขึ้นอยู่กับคนที่คุมกฎว่าจะสามารถควบคุมให้ทิศทางการก้าวเดินไม่ให้เกิดการพลิกผันได้หรือไม่

สำหรับความเห็นของคุณสายทิพย์ มีมุมมองของผลกระทบจากการเข้ามาของเทคโนโลยีดิจิทัลไว้ว่า

“ทุกอย่างในโลกนี้มันมีผลกระทบกันหมด สมัยก่อนคนมองว่าสื่อวิทยุเสียเปรียบ เพราะมองไม่เห็นภาพ ในขณะที่โทรทัศน์มีทั้งภาพและเสียง แต่ในความเป็นจริง ธุรกิจวิทยุประสบความสำเร็จได้เพราะศักยภาพของเสียง บางครั้งก็เป็นโอกาสที่มาจากข้อจำกัดในการใช้ชีวิตของผู้คน เช่น ช่วงที่อยู่ในรถยนต์ ขับรถ เราคงไม่ดูโทรทัศน์ ความเป็นสื่อที่มีเพียงเสียงอย่างเดียว ก็มีข้อดีที่ทำให้เดินหน้าต่อไปได้”

นอกจากนี้ คุณสายทิพย์ยังได้ให้แง่คิดไว้อย่างน่าสนใจว่า “ยุคนี้ ถ้าหากไม่มีเครื่องรับวิทยุ เราก็กังฟังเพลงจากสื่ออื่นก็ได้ แต่รายการวิทยุจะยังคงอยู่ ยังไงรายการวิทยุก็ไม่ตาย เพียงแต่การรับฟังอาจต้องเปลี่ยน Device ปรับเปลี่ยนสื่อในการรับฟังให้เป็นไปตามความเจริญของเทคโนโลยีเท่านั้นเอง”

ในขณะที่คุณพงศ์นรินทร์ให้ความเห็นไว้ว่า สิ่งสำคัญเหนืออื่นใดคือเนื้อหา รายการที่ดีมากกว่า

“คลื่นวิทยุ ยังเป็นสื่อที่ในบางจังหวะของการใช้ชีวิตที่ช่องทางออนไลน์ทดแทนไม่ได้ เช่น ตอนขับรถ คนพูดว่ารายการวิทยุตายแล้ว ผมก็คล้อยตามในประเด็นที่รายการวิทยุไม่มีอิทธิพลมากเท่าที่เคยมี เช่นเดียวกับสื่อโทรทัศน์ที่พลังน้อยลง แต่ถ้าเปรียบสิ่งที่นำเสนอหรือ Content จะต้องมีภาษาขณะที่รองรับภาษาก็เปรียบเสมือนสื่อ ผมว่าตัวภาษาตนเองมันอาจจะเปลี่ยนรูปร่างไป สิ่งสำคัญที่สุดคือของที่ใส่ในภาษาหรือ Content ถ้า Content ดี ผู้คนก็จะยังต้องการและยอมรับ”

เมื่อได้ข้อสรุปว่า ไม่ว่าจะอย่างไรสื่อวิทยุก็ไม่มียืนตาย ดังนั้นเมื่อตั้งคำถามสำหรับการจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุที่สำนักงาน กสทช. กำลังกำหนดแนวทางการเรียกคืนคลื่นในปี 2565 และจะเปิดประมูลคลื่นในส่วนของบริการทางธุรกิจ คุณพงศ์นรินทร์ ประกาศชัดเจนทันทีเลยว่าสนใจ และจะเข้าร่วมประมูลด้วยแน่นอน ขอเพียงแค่ให้เป็นรูปแบบที่ยุติธรรมที่สุดเท่านั้น

“การจัดสรรคลื่นวิทยุใหม่ ด้วยรูปแบบประมูลหรือรูปแบบใดก็ตามแต่สิ่งสำคัญที่สุดคือ จะจัดสรรอย่างถูกต้องยุติธรรมที่สุดได้อย่างไร เมื่อมีช่องทางให้ผู้ประกอบการมีโอกาสเป็นเจ้าของคลื่นวิทยุเองได้ รับรองว่ามีคนอยากเข้าร่วมแน่นอน”

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ CAT Radio สนใจอยากเป็นเจ้าของคลื่นวิทยุนั้น มาจากแนวคิดที่ไม่เชื่อว่าออนไลน์คือคำตอบของอนาคต แต่การที่ CAT Radio ต้องเลือกช่องทางออนไลน์นั้น เป็นเพราะเป็นช่องทางของสื่อที่ต้นทุนต่ำที่สุดในสถานการณ์นั้น

โดยภาพรวม จากการสัมภาษณ์เส้นทางของผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงภาคธุรกิจ พบว่า แนวทาง กลยุทธ์ในการเดินทางจัดการทางธุรกิจ และช่องทางการหารายได้จากกิจการวิทยุธุรกิจ ไม่ได้มาจากรายได้โฆษณาเท่านั้น แต่ยังมีหลากหลายรูปแบบในการแสวงหาช่องทางรายได้ที่ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ในขณะนั้น นอกจากนี้จากประสบการณ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ ฉายภาพชัดเจนว่า ธุรกิจวิทยุกระจายเสียงต้องพึ่งพา “คลื่นความถี่วิทยุ” เป็นช่องทางเดินทางธุรกิจ จากยุคที่เปิดให้เช่าคลื่นเป็นช่วงเวลา จนถึงปล่อยให้เช่าคลื่นทั้งคลื่นของแต่ละสถานีวิทยุ หรือแม้กระทั่งในรูปแบบให้สัมปทานบริหารคลื่นทั้งหมด

2.2

กลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลอง ประกอบกิจการกระจายเสียง

ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ทดลองประกอบกิจการกระจายเสียงที่สามารถออกอากาศได้ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เรื่อง หลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง พ.ศ. 2555 สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ กิจการบริการสาธารณะ กิจการบริการชุมชน และกิจการทางธุรกิจ²



บริการสาธารณะ



บริการชุมชน



บริการทางธุรกิจ

หนังสือเล่มนี้ได้มีการสัมภาษณ์ เพื่อถอดบทเรียนจากกลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียงทั้ง 3 ประเภท ซึ่งได้แก่ **คุณอมรรัตน์ ตั้งขันดิธรรม** ผู้บริหารคลื่นลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก ซึ่งเป็นกลุ่มสถานีวิทยุทดลองประกอบกิจการประเภทธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด **คุณณัฐพล ทิพย์อาสน์** ผู้ประสานงาน R Radio Network ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ซึ่งเป็นเครือข่ายสถานีวิทยุเพื่อการศึกษา 142 สถานีทั่วประเทศ หนึ่งในสถานีวิทยุทดลองประกอบกิจการประเภทบริการสาธารณะที่มีเครือข่ายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และ **คุณประสิทธิ์ ภูมาศ และ คุณเสน่ห์ จินาจันทร์** สองผู้บุกเบิกจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนเมืองลี จังหวัดลำพูน คลื่นความถี่ 103.75 MHz สถานีวิทยุชุมชนที่ได้รับรางวัลส่งเสริมชุมชนที่มีความพร้อมและสนับสนุนผู้ทดลองประกอบกิจการกระจายเสียงบริการชุมชนที่มีคุณภาพ ครั้งที่ 1 ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การส่งเสริมชุมชนที่มีความพร้อม และสนับสนุนผู้ประกอบการกระจายเสียงบริการชุมชนที่มีคุณภาพ พ.ศ. 2560

² ฝ่ายวิจัยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2564).

2.2.1

คุณอมรรัตน์ ตั้งขันติธรรม จากลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก : กลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการ กระจายเสียง ประเภทกิจการทางธุรกิจ

ลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก กลุ่มสถานีวิทยุประเภททดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทกิจการทางธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด มีสถานีวิทยุทั้งหมด 79 สถานีทั่วประเทศ จากแม่ข่ายหลัก 2 คลื่น ได้แก่ สถานีวิทยุเพลงลูกทุ่ง ลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก จำนวน 47 สถานี และที่เหลือเป็น สถานีวิทยุเพลงไทยสากล “บิ๊ก เอฟเอ็ม -BIG FM”

หลักเกณฑ์และเงื่อนไขสำหรับผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการ กระจายเสียง ประเภทกิจการทางธุรกิจ

หลักเกณฑ์สำหรับผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียงประเภทกิจการทางธุรกิจของสำนักงาน กสทช. ระบุไว้ว่า ต้องเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ที่มีผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้ลงทุน ไม่น้อยกว่าหนึ่งในสาม มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตพื้นที่ให้บริการ หรือเป็น รัฐวิสาหกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง โดยที่รูปแบบผังรายการจะต้องเป็นรายการข่าวหรือสาระที่เป็นประโยชน์ ต่อสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 25

ทั้งนี้ สามารถหารายได้จากการโฆษณาและบริการธุรกิจได้ไม่เกิน ชั่วโมงละ 12 นาทีครึ่ง โดยรวมเวลาโฆษณาตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้ว ต้องไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที และยังสามารถมีรายได้จากการจัดเก็บค่าสมาชิกได้ด้วย โดยที่ผู้ประกอบการจะมีหน้าที่รับผิดชอบในการคัดเลือก จัดทำ กำกับดูแลสถานีและการโฆษณาให้เป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาชีพ และจริยธรรมของสื่อ มีความเป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด ไม่ใช้สื่อในทางที่ จะก่อให้เกิดการยุยงส่งเสริมให้เกิดความแตกแยก อันจะกระทบต่อสังคม ทั้งระดับครอบครัวและชุมชน ความมั่นคงรัฐ ความสงบเรียบร้อย ศีลธรรม อันติของประชาชน สิทธิส่วนบุคคล และประโยชน์สาธารณะ³

³ ฝ่ายวิจัยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2564).

คุณอมรรัตน์ ตั้งขันติธรรม รองกรรมการผู้จัดการบริษัท ลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก จำกัด เป็นผู้บริหารรุ่นใหม่ที่เข้ามารับช่วงต่อจากครอบครัวตั้งขันติธรรม ให้สัมภาษณ์ถึงเส้นทางการเดินเข้าสู่กลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ ประเภทกิจการทางธุรกิจของสถานีวิทยุลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก ไว้ว่า

“เราเริ่มต้นจากการเป็นผู้หาคลื่นวิทยุเพื่อลงโฆษณาสินค้าของบริษัทที่เป็นผู้ขายการเกษตร และสินค้าในกลุ่มพันธมิตรหลากหลายที่เจาะกลุ่มผู้บริโภคชาวบ้านเกษตรกรทั่วประเทศ จนตัดสินใจมาทำคลื่นเอง โดยมีนายสมิทธิธรรมสโรช อดีตอธิบดีกรมอุตุนิยมวิทยุ และนายปราโมช ไ้มักลัด อดีตอธิบดีกรมชลประทาน เป็นที่ปรึกษา โดยเริ่มจากการเป็นสถานีวิทยุที่เน้นการให้ข่าวสารความรู้เรื่องลมฟ้าอากาศ ภัยพิบัติ และการพยากรณ์อากาศ ไม่ได้เน้นเรื่องทำธุรกิจ และพัฒนาต่อมาเป็นสถานีวิทยุลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก”

คุณอมรรัตน์กล่าวว่า ในช่วงแรก สถานีลูกทุ่งเน็ตเวิร์กมีเครือข่ายเป็นวิทยุชุมชนในต่างจังหวัด และมีคลื่นหลักในกรุงเทพที่คลื่น 101.75 MHz ต่อมา มีการขยายธุรกิจลูกทุ่งเน็ตเวิร์กไปทั่วประเทศ ซึ่งเคยมีสถานีเครือข่ายมากที่สุดถึง 150 สถานีบนคลื่นวิทยุชุมชน อย่างไรก็ตาม ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนมาเช่าคลื่นวิทยุหลัก คลื่น 94.5 MHz ของเรทหารสื่อสาร หรือ จส. ตั้งแต่ปี 2557 ด้วย

ในช่วงที่เกิดคณะรักษาความสงบแห่งชาติ หรือ คสช. ในปี 2557 เป็นจุดเริ่มของช่วงเวลาที่เริ่มมีการจัดระเบียบกลุ่มวิทยุชุมชนทั่วประเทศโดยสำนักงาน กสทช. เป็นช่วงที่ทุกสถานีวิทยุชุมชนต้องปฏิบัติตามระเบียบของสำนักงาน กสทช. เพื่อเข้าสู่การเป็นผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ ที่แยกตามประเภทธุรกิจ สาธารณะ และชุมชน จากขั้นตอนการเตรียมเอกสารและจดทะเบียน ทำให้คลื่นวิทยุในกลุ่มของลูกทุ่งเน็ตเวิร์กเหลือเพียง 85 สถานี ซึ่งตามหลักเกณฑ์สำหรับผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ นั้น ผู้ได้รับอนุญาตฯ จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของสำนักงาน กสทช. อย่างเคร่งครัด และมีการต่ออายุใบอนุญาตทุกปี ทำให้ในปี 2564 เครือข่ายสถานีลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก ลดลงเหลือเพียง 79 สถานี แต่ก็ยังเป็นกลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ ประเภทกิจการทางธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด โดยต้องจ่ายค่าใบอนุญาตทดลองประกอบกิจการให้กับสำนักงาน กสทช. ถึงปีละกว่า 20 ล้านบาท

รูปแบบการออกอากาศคลื่นลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก เป็นการออกอากาศทั่วประเทศ พร้อมๆ กันในทุกสถานี มีฐานผู้ฟังหลักในต่างจังหวัดอย่างเหนียวแน่น รวมถึงกลุ่มผู้ฟังเพลงลูกทุ่งในกรุงเทพฯ ด้วย และมีการจัด Event ของลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก ซึ่งเป็นหนึ่งในรูปแบบการหารายได้นอกเหนือจากรายได้จากโฆษณาทางรายการวิทยุ

ในขณะเดียวกันก็มีการขยายธุรกิจวิทยุไปสู่ช่องทางออนไลน์ ทั้งเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ www.looktung.net โดยมีแอปพลิเคชัน Looktung Network เป็นส่วนเสริม

ปัญหาหลักของสถานีมาจากการแข่งขันสูงในตลาดสถานีเพลงลูกทุ่งที่คู่แข่งมีต้นทุนต่ำกว่า และยังต้องรับภาระจ่ายค่าธรรมเนียมใบอนุญาตยิ่งเมื่อมาเจอสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและปัญหาผลกระทบที่เกิดจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้รายได้จากโฆษณาทางวิทยุลดลง อีกทั้งยังไม่สามารถจัด Event หารายได้เพิ่มได้อีก ในขณะที่ยังมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม สำหรับในอนาคตที่สำนักงาน กสทช. กำลังจัดระเบียบใหม่เพื่อเตรียมการเปิดประมูลคลื่นวิทยุสำหรับบริการธุรกิจนั้น คุณอมรรัตน์กล่าวว่า ลูกทุ่งเน็ตเวิร์กสนใจที่จะเข้าร่วมประมูลด้วยอย่างแน่นอน เพื่อเดินทางธุรกิจวิทยุลูกทุ่งเน็ตเวิร์กอย่างต่อเนื่องในฐานะเจ้าของคลื่นอย่างแท้จริง แต่จะจำนวนกี่สถานีหรืออย่างไรนั้นต้องรอดูเงื่อนไขในการประมูลของสำนักงาน กสทช. ก่อน

“สำหรับลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก เรามองว่าวิทยุคือรากฐานของคนไทย แม้ที่ผ่านมา มีภัยหน้าภัยตาไปบ้างตามกาลเวลา ก็เป็นเรื่องของธรรมชาติ และสถานการณ์เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป แต่วิทยุยังมีกลุ่มผู้ฟัง และเข้าถึงผู้ฟังได้ครอบคลุมในการส่งสารถึงประชาชนโดยตรง” คุณอมรรัตน์กล่าว

2.2.2

คุณนิลบล กิพย์อาสน์ :

ผู้ประสานงาน R Radio Network ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เครือข่ายสถานศึกษาเพื่อการศึกษา 142 สถานีทั่วประเทศ หนึ่งในผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการสาธารณะที่มีเครือข่ายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

R Radio Network หรือเครือข่ายสถานีวิทยุเพื่อการศึกษาและพัฒนาอาชีพ เป็นผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการ ประเภทกิจการบริการสาธารณะที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ มีเครือข่ายสถานีทั่วประเทศ 142 สถานี โดยมีสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) เป็นผู้ดำเนินการประสานงานกับสถาบันอาชีวศึกษาทั่วประเทศ ซึ่งมีจุดเริ่มต้นจากโครงการตามพระราชดำริของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในปี 2530 โดยจัดส่งบุคลากรในพื้นที่ที่มีโรงเรียนในโครงการพระราชดำริ เข้าไปสอนความรู้และฝึกอาชีพให้แก่นักเรียนและประชาชน จนพัฒนามาเป็นการถ่ายทอดสัญญาณทางวิทยุกระจายเสียงและทางระบบอินเทอร์เน็ตร่วมกับสถานีวิทยุเพื่อการศึกษาและพัฒนาอาชีพ หรือ R Radio Network ศูนย์ภูฟ้าพัฒนา FM 102.0 MHz อำเภอปอแก้ว จังหวัดน่านเป็นที่แรก ในปี 2550

หลักเกณฑ์และเงื่อนไขสำหรับผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการสาธารณะ

หลักเกณฑ์สำหรับผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการ ประเภทกิจการบริการสาธารณะของสำนักงาน กสทช. ระบุไว้ว่า จะต้องเป็น กระทรวง ทบวง กรม องค์การอิสระตามรัฐธรรมนูญ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐที่มีใช้รัฐวิสาหกิจ ที่มีหน้าที่ตามกฎหมายหรือมีความจำเป็นต้องดำเนินการวิทยุกระจายเสียงหรือกิจการวิทยุโทรทัศน์

เป็นสมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลอื่นที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะโดยไม่แสวงหา

กำไรในทางธุรกิจ ซึ่งมีความเหมาะสมกับการประกอบกิจการบริการ
สาธารณะ และเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการใช้ประโยชน์ด้าน
การเรียนการสอนหรือการเผยแพร่ความรู้สู่สังคม

ทั้งนี้ ผังรายการและสัดส่วนรายการจะต้องมีรายการที่เป็น
ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่า
ร้อยละ 70 โดยรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์นั้น
รวมถึงรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน หรือเหตุการณ์ที่เป็น
ข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ
นโยบายสาธารณะ รายการที่สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ประชาชน
โดยส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างกัน
เพื่อส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม
วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร การส่งเสริมอาชีพ
อื่นๆ สุขภาพ อนามัย กีฬา การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน
การส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชนและรัฐสภา
กับประชาชน การปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์
ทรงเป็นประมุข และทักษะที่จำเป็นต่อประชาชนผู้ฟัง ตลอดจนมีเนื้อหา
ที่บริการข้อมูลแก่คนพิการ คนด้อยโอกาส หรือกลุ่มความสนใจที่มี
กิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือบริการข้อมูลข่าวสารสาธารณะ
รวมถึงรายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความมั่นคงของรัฐหรือ
ความปลอดภัยสาธารณะ

ผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ ประเภทกิจการบริการ
สาธารณะ ไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณาได้ เว้นแต่เป็นการหา
รายได้โดยการโฆษณาหรือเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับงานหรือกิจการ
ของหน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลอื่น
ที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะ
โดยไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจ หรือการเสนอภาพลักษณ์ขององค์กร
บริษัท และกิจการ โดยมีได้มีการโฆษณาสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือ
คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม

คุณณิลบล ทิพย์อาสน์ ผู้ประสานงาน R Radio กล่าวว่า สอศ.จะเป็นศูนย์กลางในการประสานงานกับสถาบันอาชีวศึกษาทั่วประเทศ ทั้งในเรื่องการต่ออายุใบอนุญาต และการจัดรายการตามผังรายการ ซึ่งร้อยละ 30 ของผังรายการจะเป็นเนื้อหารายการจากโครงการในพระราชดำริ และที่เหลืออีกร้อยละ 70 เป็นเนื้อหารายการจากส่วนกลางที่ผลิตเอง โดยมีลิขสิทธิ์รายการข่าวจากวิทยุแห่งประเทศไทย

รายการที่ผลิตจากส่วนกลางของ สอศ. นั้น สอศ. จะมีการจัดสรรงบประมาณประจำปีในการผลิตเนื้อหารายการที่หลากหลายให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้ฟังรายการวิทยุทั่วประเทศ โดยมีหลายพันรายการที่ผลิตมาตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา สอศ. มีทั้งจ้างผลิต และผลิตเองโดยกลุ่มอาจารย์และนักศึกษาอาชีววะ ซึ่งมีการผลิตเนื้อหารายการใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลง ที่ครอบคลุมทั้งเรื่องยานยนต์ เกษตร อุตสาหกรรม และการแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร ตามหลักสูตรของวิทยาลัยการอาชีพในแต่ละพื้นที่

รูปแบบของเนื้อหารายการที่ผลิตในระยะหลัง จะเริ่มปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์และพฤติกรรมของผู้ฟัง แทนที่จะเป็นคอนเทนต์ยาวๆ เหมือนในอดีต ก็ปรับให้สั้นลง โดยจะเป็นสปอต 3-5 นาทีต่อชิ้น ที่สอดคล้องสาระและความรู้ใหม่ๆ เพื่อให้แต่ละสถานีนำไปเปิดในแต่ละช่วงเวลา

นอกจากนี้ ยังมีรายการหลักที่ผลิตโดยสถาบันอาชีวศึกษาในต่างจังหวัดและได้รับความนิยมสูง เช่น รายการ English On The Road จากวิทยาลัยเทคนิคขนาดใหญ่ รายการ “เรื่องเล่าอาชีววะ” จากวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี และรายการประเภทรูรักรักษาของศูนย์กู้ชีพ จังหวัดน่าน ซึ่งพบว่าเนื้อหารายการของแต่ละสถานี จะสอดคล้องกับความสนใจของประชาชนในพื้นที่เป็นหลัก

สำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้ฟัง กลุ่มแรกเป็นกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาอาชีววะทั่วประเทศ แต่ด้วยพัฒนาการของสื่อที่หลากหลายมากขึ้นจากเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้ฐานผู้ฟังของสถานีวิทยุ R Radio กลายเป็นผู้สูงอายุ โดยเป็นชาวบ้านในแต่ละชุมชนพื้นที่นั้นๆ อย่างไม่กี่ได้มีการพัฒนาสื่อวิทยุออนไลน์เพิ่มเติม ทางเว็บไซต์ r-radionetwork.com

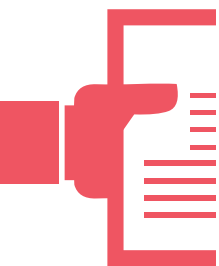
รวมถึงผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน R Radio ในปี 2560 เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักเรียน และนักศึกษาอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้น

บทพิสูจน์ความนิยมของบางรายการในแต่ละสถานีวิทยในพื้นที่ชุมชนต่างๆ มีตัวอย่างจากวิทยุรายการอาชีพที่อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ที่มีการจัดรายการสอน การเกษตร ปลูกพืชผัก และผลไม้ ซึ่งได้รับความนิยมจนชาวบ้านขอให้วิทยุรายการอาชีพ วังสะพุงมีการจัดทำเวิร์คช็อปให้กับกลุ่มชาวบ้านเป็นหลักสูตรพิเศษนอกเหนือจากรายการวิทยุ

เนื่องจากเป็นเครือข่ายวิทยุของราชการ ปัญหาหลักของ R Radio จึงไม่เหมือนกลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ อื่นๆ ที่มีปัญหาเรื่องงบประมาณ แต่ R Radio กลับมีปัญหาคือเป็นเรื่องทางเทคนิค เสาส่งสัญญาณชำรุด หรือปัญหาส่งสัญญาณออกอากาศไม่ครอบคลุมพื้นที่ เช่น ในพื้นที่จังหวัดน่าน ที่เป็นพื้นที่ภูเขา มีร่องเขาบดบังเสาอากาศมาก หรือปัญหาจากภัยธรรมชาติที่ต้องจัดสรรงบประมาณ ในการซ่อมแซมต่อเนื่อง

2.2.3 วิทยุชุมชนคนเมืองลี : ผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการชุมชน จังหวัดลำพูน คลื่นความถี่ 103.75 MHz

อำเภอเมืองลี เป็นอำเภอที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดลำพูน อยู่ในพื้นที่ห่างไกล มีครัวเรือนมากกว่า 2 หมื่นครัวเรือน แต่ละชุมชนในพื้นที่อยู่ห่างไกลกัน มีช่องทางสื่อสารในช่วงเริ่มต้นเป็นการส่งเสียงตามสาย ผ่านหอกระจายข่าวของแต่ละหมู่บ้าน ด้วยความริเริ่มของอาจารย์ประสิทธิ์ ภูมาศ อดีตครูสอนวิชาวิทยาศาสตร์และศึกษานิเทศน์ประจำอำเภอเมืองลี ที่เริ่มต้นจากใช้สื่อเสียงตามสายในกลุ่มโรงเรียนมัธยม ในอำเภอ ขยายไปเป็นช่องทางกระจายข่าวสารของอำเภอ จนกระทั่งเริ่มต้นโครงการจัดทำวิทยุชุมชนในปี 2546



หลักเกณฑ์และเงื่อนไขสำหรับผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบ กิจการกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการชุมชน

หลักเกณฑ์สำหรับผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ ประเภทกิจการบริการชุมชนของสำนักงาน กสทช. นั้นระบุไว้ว่า ต้องเป็น สมาคม มูลนิธิหรือนิติบุคคล ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งไม่ใช่ หน่วยงานของรัฐ หรือกลุ่มคนในท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่แสวงหา กำไรในทางธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยการยื่นขอ ทดลองประกอบกิจการบริการชุมชน ต้องแสดงให้เห็นถึงหลักฐาน เชิงประจักษ์ถึงกิจกรรมที่แสดงการสร้าง ความเข้มแข็งในชุมชน มาอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่าสองปี และต้องมีหลักฐานที่ชัดเจนของ การมีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ จากชุมชนที่รับบริการ ทั้งนี้ต้องมีรายการ ที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 โดยต้องนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและผลิตโดยคนในชุมชนเป้าหมายที่รับ บริการไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด และในกรณี ที่ชุมชนเป้าหมายที่รับบริการมีภาษาท้องถิ่นเป็นของตนเองที่ไม่ใช่ ภาษาราชการ สามารถนำเสนอรายการต่างๆ ของสถานีเป็นภาษา ท้องถิ่นได้ โดยให้มีการประกาศชื่อสถานีและเวลาด้วยภาษาราชการ ทุกต้นชั่วโมงที่ดำเนินรายการ

ในแง่รายได้ของผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ ประเภทกิจการบริการชุมชน มีการกำหนดไม่ให้หารายได้จากการ โฆษณา แต่อาจมีรายได้จากการบริจาค การอุดหนุน หรือรายได้ทางอื่น ซึ่งมีใช้การโฆษณาให้สถานี โดยการบริจาคการอุดหนุนจะต้อง สะท้อนถึงเงื่อนไขของการได้รับการทดลองประกอบกิจการบริการ ชุมชน และไม่มีการแทรกแซง ไม่มีอิทธิพลต่อการบริหารสถานี หรือ ไม่ส่งผลกระทบต่อใดๆ ต่อทิศทางการดำเนินงานการผลิตรายการและ เนื้อหารายการที่ออกอากาศ

อาจารย์ประสิทธิ์เป็นแกนนำหลักในการเริ่มตั้งสถานีวิทยุชุมชนด้วยแนวคิดว่าจะเป็สถานีวิทยุเพื่อคนในชุมชน ซึ่งวิทยุชุมชนคนเมืองลีได้ก่อตั้งขึ้นมาอย่างเป็นทางการโดยการรวมตัวของกลุ่มองค์กรต่างๆ ในพื้นที่อำเภอลีกว่า 30 องค์กร เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มสตรีแม่บ้าน กลุ่มกองทุนหมู่บ้าน กลุ่มหมอเมือง เครือข่ายผู้ติดเชื้อ เครือข่ายผู้พิการ กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มเกษตรกร องค์กรศาสนา องค์กรภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในปี 2547

อาจารย์ประสิทธิ์เล่าว่า จัดตั้งสถานีวิทยุครั้งแรกด้วยเงินงบประมาณ 2 แสนบาท จากการระดมทุนจากคนในอำเภอทั้งหมด เงินส่วนใหญ่ใช้สำหรับการเตรียมการทางเทคนิค จัดตั้งเสาอากาศ ซื้อเครื่องส่งวิทยุ โดยได้รับการช่วยเหลือจากวิทยุชุมชนในจังหวัดลำพูน โดยตั้งเงื่อนไขจรรยาบรรณของวิทยุชุมชนเมืองลีไว้ว่า ต้องเสริมสร้างความเข้มแข็ง ความรัก ความเข้าใจ ความสามัคคี ภายในชุมชนของตนและชุมชนอื่น โดยไม่ก่อให้เกิดการทำลายวิถีชีวิต วัฒนธรรมอันดีงามของชุมชน เสนอข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา ไม่บิดเบือนและแต่งเติม ต้องแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นส่วนตัวหรืออคติโดยเด็ดขาด และไม่เสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการใดๆ ที่อาจเป็นเครื่องมือของนักธุรกิจหรือเป็นภัยต่อเศรษฐกิจชุมชน ยกเว้นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชน

ส่วนทีมงานจัดรายการมาจากอาสาสมัครด้วยใจรักทั้งหมด ทั้งบรรดานักเรียนในโรงเรียน อาจารย์ ข้าราชการ พระสงฆ์ และชาวบ้านผู้มีความรู้ในแต่ละสาขา เข้ามาให้ความรู้สื่อสารกับกลุ่มผู้ชมเพื่อสร้างข้อมูลความรู้ที่หลากหลายมากขึ้น อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ฟังหลักของสถานีวิทยุชุมชนยังเป็นกลุ่มผู้ฟังสูงอายุในชุมชน จึงเริ่มมีความคิดขยายช่องทางการรับฟังรายการวิทยุไปสู่ช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์

ด้านอาจารย์เสน่ห์ จินาจันทร์ อีกหนึ่งผู้มีบทบาทสำคัญในวิทยุชุมชนเมืองลีที่เริ่มต้นขยายช่องทางการรับฟังรายการวิทยุไปสู่เส้นทางออนไลน์ ทั้งทางเพชบุ๊คและแอปพลิเคชัน ตั้งแต่ช่วงปี 2556 กล่าวว่า

“เราคิดว่าจะต้องขยายฐานผู้ฟังให้เจาะกลุ่มผู้ฟังที่อายุน้อยลงมานอกเหนือจากฐานกลุ่มเดิมและเพชบุ๊คก็เป็นทางเลือกที่ดีในช่วงแรก เพราะการ LIVE สดทำให้คนเห็นผู้จัดรายการในแต่ละช่วงเวลาด้วย ก่อนที่จะขยายมาสู่รูปแบบแอปพลิเคชันที่ชื่อ “สถานีวิทยุชุมชนคนเมืองลี”” อาจารย์เสน่ห์กล่าว

สำหรับรูปแบบรายการของสถานีประจำวัน ออกอากาศตั้งแต่ 05.00-22.00 น. ของทุกวัน แต่มีพักช่วงกลางวัน รายการเปิดสถานีเป็นรายการ “เสียงธรรมแสงอรุณ” ที่จะมีพระสงฆ์มาบรรยายธรรม ต่อด้วยรายการข่าวสารประจำวัน และเนื่องจากผู้จัดรายการเป็นอาสาสมัครทั้งหมด ทำให้มีแขกรับเชิญมาร่วมพูดคุยตามสถานการณ์ และเรื่องราวที่กำหนดไว้ในแต่ละวัน นอกจากนี้ยังมีลิงค์ข่าวจากทางราชการในช่วงเวลาสำคัญ และกลับมาเป็นรายการ “พุดจาประสาธรรม” ในช่วงค่ำ ประมาณเวลา 19.00 น. จนถึง 22.00 น.

ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้สถานีสามารถจัดรายการล่วงหน้า หรือให้ผู้จัดรายการสามารถจัดรายการที่บ้าน แล้วส่งเข้ามาออกอากาศในสถานีได้ เพื่อความสะดวกกับบรรดาผู้จัดรายการหลักๆ ที่ส่วนใหญ่มีทั้งข้าราชการที่ทำงานอยู่และเกษียณอายุแล้ว รวมถึงอาสาสมัครด้วย

ด้วยความทุ่มเทตั้งใจของทีมงานที่พัฒนาสถานีวิทยุชุมชนคนเมืองลี ทำให้กลายเป็นสถานีวิทยุชุมชนที่ได้รับรางวัลส่งเสริมชุมชนที่มีความพร้อมและสนับสนุนผู้ทดลองประกอบกิจการกระจายเสียงบริการชุมชนที่มีคุณภาพ ครั้งที่ 1 ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การส่งเสริมชุมชนที่มีความพร้อม และสนับสนุนผู้ประกอบการกระจายเสียงบริการชุมชนที่มีคุณภาพ พ.ศ. 2560 จากสำนักงาน กสทช. ในวันที่ 30 พฤษภาคม 2561 ในฐานะที่เป็นสถานีวิทยุชุมชนที่ชุมชนมีส่วนร่วม และเป็นของชุมชนอย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตาม ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการดำเนินกิจการวิทยุชุมชนเมืองลี มี 2 เรื่องใหญ่ ได้แก่ เรื่องบุคลากรและเรื่องงบประมาณ โดยบุคลากรนั้น ส่วนใหญ่เป็นอาสาสมัครสูงอายุที่มีใจรัก ทำให้ยังขาดกำลังคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาช่วยสานต่องาน นอกจากนี้ ปัจจุบันมีช่องทางในการรับรู้ข่าวสารและอาหารรายการที่หลากหลายสำหรับคนรุ่นใหม่ ทำให้วิทยุชุมชนไม่ค่อยได้รับความสนใจมากนัก

ปัญหาเรื่องงบประมาณก็เป็นอีกปัญหาสำคัญที่สุดในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นวิทยุชุมชนที่ไม่ได้แสวงหากำไรรายได้ที่ใช้ในการดำเนินการของสถานี มาจากค่าบำรุงสมาชิกประจำปี ปีละ 100 บาท จากจำนวนสมาชิกที่มีอยู่ 46 คนเท่านั้น รายได้นอกเหนือจากนี้ส่วนใหญ่มาจากเงินบริจาคเป็นหลัก ผ่านการระดมทุนประจำปี ในรูปแบบการทอดผ้าป่า และการหาเงินทุนสนับสนุนกิจการวิทยุชุมชน แต่จากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนาหรือโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา ทำให้เกิดอุปสรรคในการระดมทุน เนื่องจากไม่สามารถทอดผ้าป่าได้

ตารางสรุปความแตกต่างของการทดลอง ประกอบกิจการวิฤกระบายเสียง

1. วัตถุประสงค์หลัก



บริการ สาธารณะ

เพื่อการบริหารสาธารณะ อาทิ การส่งเสริมความรู้ ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม, ความมั่นคงของรัฐหรือความปลอดภัย สาธารณะ, ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับ ประชาชนและรัฐสภากับประชาชน



บริการ ชุมชน

มีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับการประกอบกิจการสาธารณะ แต่ต้องเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่น ที่รับบริการ



บริการ ทางธุรกิจ

เพื่อแสวงหากำไรทางธุรกิจ

2. คุณสมบัติ



บริการ สาธารณะ

หน่วยงานของรัฐที่มีใช้รัฐวิสาหกิจและสมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลที่ไม่แสวงหากำไรทางธุรกิจ รวมถึงสถาบัน อุดมศึกษา



บริการ ชุมชน

สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ หรือ กลุ่มคนในท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน



บริการ ทางธุรกิจ

นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย

3. พังรายการและสัดส่วนรายการ



บริการ สาธารณะ

ต้องมีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70



บริการ ชุมชน

ต้องมีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 โดยต้องนำเสนอ รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและ ผลผลิตโดยคนในชุมชนเป้าหมายที่รับบริการไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50



บริการ ทางธุรกิจ

ต้องมีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25

4. การหารายได้



บริการ สาธารณะ

ไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณา ยกเว้นการโฆษณาหรือเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับงานหรือกิจการของหน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลอื่นที่ไม่แสวงหากำไรทางธุรกิจ



บริการ ชุมชน

ไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณา แต่อาจมีรายได้จากการบริจาค การอุดหนุน หรือรายได้ทางอื่นซึ่งมิใช่การโฆษณาสถานี



บริการ ทางธุรกิจ

สามารถหารายได้จากการโฆษณาและบริการธุรกิจได้ไม่เกิน ชั่วโมงละ 12 นาทีครึ่ง โดยเมื่อรวมเวลาโฆษณาตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที

5. หน้าที่ความรับผิดชอบ



บริการ สาธารณะ

ต้องรับผิดชอบในการกระทำของผู้ดำเนินการสถานีที่ได้กระทำไปในการควบคุมดูแลและบริหารสถานีเสมือนเป็นการกระทำของตนเอง

มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการกำกับดูแลสถานี รวมถึงทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงให้เป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาชีพและจริยธรรมของสื่อ



บริการ ชุมชน

รับผิดชอบในการคัดเลือก จัดหา กำกับดูแลสถานี รวมถึงการประกาศหรือการโฆษณาให้เป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาชีพและจริยธรรมของสื่อ และมีหน้าที่ส่งเสริมการเข้าถึงสื่อได้อย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงความเป็นกลาง ตลอดจนสร้างความสมานฉันท์



บริการ ทางธุรกิจ

รับผิดชอบในการคัดเลือก จัดหา กำกับดูแลสถานี รวมถึงการประกาศหรือการโฆษณาให้เป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาชีพและจริยธรรมของสื่อ และมีหน้าที่ส่งเสริมการเข้าถึงสื่อได้อย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงความเป็นกลาง ตลอดจนสร้างความสมานฉันท์

ต้องรับผิดชอบในการกระทำของผู้ดำเนินการสถานีที่ได้กระทำไปในการควบคุมดูแลและบริหารสถานีเสมือนเป็นการกระทำของตนเอง

บทสรุปจากการสัมภาษณ์ผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ทั้ง 3 ราย พบว่า สถานีลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก แม้จะมีพื้นฐานมาจากวิทยุชุมชนมาก่อน แต่มีการขยายตัวทางธุรกิจ จนกลายเป็นเครือข่ายผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการที่ใหญ่ที่สุด โดยเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการขยายธุรกิจจากการหารายได้โฆษณา การจัดกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขายได้หลากหลายรูปแบบ และเมื่อมีวัตถุประสงค์เชิงพาณิชย์เต็มรูปแบบ จึงชัดเจนว่า มีความสนใจที่จะเข้าร่วมประมูลใบอนุญาตวิทยุบริการธุรกิจที่สำนักงาน กสทช.จะมีการจัดประมูลในอนาคต

ส่วนสถานีวิทยุ R Radio ซึ่งอยู่ในกลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการประเภทกิจการบริการสาธารณะ ในสังกัดของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ที่มีเครือข่ายสถานีวิทยุเพื่อการศึกษาจำนวน 142 สถานีทั่วประเทศ เป็นสถานีวิทยุสาธารณะที่มีเครือข่ายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยเป็นหนึ่งในเครือข่ายการเรียน การฝึกฝนอบรม การส่งข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่สังกัดไปยังกลุ่มประชาชนในพื้นที่ทั่วประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มเป้าหมายที่รับฟังรายการหลักในเบื้องต้นเป็นกลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษาทั่วประเทศ ต่อมามีการขยายไปยังกลุ่มชาวบ้านในพื้นที่ที่ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมที่สามารถนำไปใช้งานในชีวิตประจำวัน ทั้งเรื่องงานอาชีพ งานฝีมือ และการเกษตร อย่างไรก็ตาม ปัญหาใหญ่ของเครือข่ายวิทยุสาธารณะ เป็นเรื่องการปรับปรุง การซ่อมแซม การขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในขณะที่ผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ ประเภทกิจการบริการชุมชน อย่างวิทยุชุมชนเมืองลี้ นั้น มีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นคนในชุมชนอย่างชัดเจน โดยเนื้อหา รายการจะเป็นรายการเพื่อชุมชน ศาสนาและสังคมท้องถิ่น รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการส่งข่าวสารจากทางการไปยังประชาชน ซึ่งปัญหาหลักของวิทยุชุมชนเมืองลี้ เป็นเรื่องการระดมทุน และการหารายได้เพื่อมาเป็นทุนในการดำเนินการวิทยุชุมชนให้ได้อย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ข้างต้น สอดคล้องกับผลศึกษาจากโครงการศึกษาวิจัย ประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2563 โดยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ซึ่งได้ทำบทสรุปปัญหาและความท้าทายของกลุ่มผู้ได้รับอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย โดยมี 3 เรื่องหลัก ได้แก่ **เรื่องรายได้ เรื่องเทคโนโลยี และเรื่องบุคลากร**

เรื่องราวได้นั้นได้อ้างอิงผลการศึกษาของสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ ในปี 2555 ที่ระบุว่า ร้อยละ 82 ของผู้ประกอบการมีปัญหาในการจัดการด้านการเงิน โดยไม่สามารถหาทุนให้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของสถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ในปี 2560 ที่พบว่า การขาดแคลนทุนทรัพย์เพื่อเป็นค่าใช้จ่าย ของผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ มีสาเหตุหลักมาจากรายได้โฆษณา ที่ลดลง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีใหม่ ทำให้ วิทยุกระจายเสียงได้รับนิยามลดลง ในขณะที่เดียวกันก็พบว่ากลุ่มผู้ได้รับอนุญาตทดลอง ประกอบกิจการฯ ที่เป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงคลื่นหลัก ก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกัน โดยในปี 2563 มูลค่าการโฆษณาผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงคลื่นหลักระบบ FM ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 36 สถานี ที่เก็บข้อมูลโดย AGB Nielsen Media Research มีมูลค่าประมาณ 3,602.25 ล้านบาท ซึ่งมีมูลค่าน้อยกว่าปี 2562 ที่มีมูลค่า การโฆษณาผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงประมาณ 4,734.86 ล้านบาท โดยปี 2563 เป็นปี ที่เริ่มเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ ไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อทุกธุรกิจ

ส่วน**ปัญหาด้านเทคโนโลยี**นั้น จากการศึกษาของสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ พบว่า ตั้งแต่การเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดของสถานีวิทยุชุมชน มากกว่า 6,000 สถานี ในปี 2552 ทำให้เกิดปัญหาในการจัดการคลื่นความถี่สาธารณะ โดยเฉพาะปัญหา คลื่นทับ/คลื่นแทรก เนื่องจากส่วนใหญ่สถานีวิทยุชุมชนไม่สนใจปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และมาตรฐานทางเทคนิคมากเท่าที่ควร⁴ โดยพบว่ามีการใช้เลขคลื่นเดียวกันในพื้นที่ เดียวกันทำให้เกิดปัญหาคลื่นทับกัน และหากเป็นพื้นที่ติดกันก็ทำให้เกิดปัญหาคลื่นแทรก และเกิดปัญหาคลื่นเบียดกัน จนนำไปสู่ปัญหาเขตอับสัญญาณเสียง

นอกจากปัญหาเรื่องคลื่นความถี่แล้ว ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญกับปัญหา อื่นๆ เช่น กำลังส่งของเครื่องส่งลดลงที่ทำให้รัศมีการออกอากาศลดลง อุปกรณ์ไม่ได้ มาตรฐาน การขาดการซ่อมบำรุงและดูแลรักษาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และอุปกรณ์เสีย หรือเสื่อมสภาพจากการใช้งานอีกด้วย

ในขณะที่**ปัญหาเรื่องบุคลากร**นั้น ผลการสำรวจของสถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการของผู้ได้รับอนุญาต ทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ทั้งประเภทกิจการทางธุรกิจ กิจการบริการสาธารณะ

⁴สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ. (2555).

และกิจการบริการชุมชน มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแต่ละสถานที่ซึ่งปัญหาด้านบุคลากรที่พบโดยส่วนใหญ่ ได้แก่ การขาดแคลนบุคลากร การขาดความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิค ปัญหาคุณภาพการจัดรายการและบุคลากร การทำงานร่วมกันของบุคลากร ปัญหาจริยธรรมการจัดรายการ และปัญหาด้านการสื่อสาร โดยผู้ประกอบกิจการต้องการความช่วยเหลือทางด้านการจัดอบรมที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพของผู้จัดรายการและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคอุปกรณ์⁵

เช่นเดียวกับผลสำรวจของสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ ซึ่งพบว่า ปัญหาด้านบุคลากรของผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียงส่วนใหญ่ ได้แก่ การขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีร้อยละ 66.5 การขาดแคลนอาสาสมัครร้อยละ 63 การขาดทักษะการจัดรายการและการค้นหาข้อมูลร้อยละ 54.3 และการไม่เข้าใจแนวคิดวิทยุชุมชนและกฎหมายที่เกี่ยวข้องร้อยละ 42⁶

นอกเหนือจากปัญหาดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้ประกอบกิจการวิทยุยังต้องประสบกับความท้าทายจากภายนอก โดยเฉพาะประเด็นการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรับฟังวิทยุของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลจากโครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย ปี 2562 จัดทำโดยสำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสถาบันอาณานิคมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดำเนินการสำรวจครอบคลุมพฤติกรรมการบริโภคสื่อภาพเคลื่อนไหว การบริโภคสื่อทางเสียง การบริโภคสื่อออนไลน์ การบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ การบริโภคสื่อในโรงภาพยนตร์ และการบริโภคสื่อกลางแจ้งและสื่อกลางแจ้งแบบเคลื่อนที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการบริโภคสื่อทางเสียงที่แตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ฟังเพลงออนไลน์หรือมิวสิกสตรีมมิ่งเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 34.3 กลุ่มผู้ฟังวิทยุเพียงอย่างเดียวร้อยละ 32.6 และกลุ่มผู้ฟังแบบผสมร้อยละ 33.1 โดยผู้ที่บริโภคสื่อทางวิทยุร้อยละ 68.9 ฟังจากเครื่องรับวิทยุ เช่น วิทยุในบ้าน วิทยุพกพา วิทยุในรถยนต์ ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนที่เหลือรับฟังผ่านช่องทางอื่น เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์พกพา และลำโพงอัจฉริยะ ข้อมูลนี้สะท้อนชัดเจนว่า **ผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงในยุคปัจจุบัน ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ฟังที่มีแนวโน้มพฤติกรรม การฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งมากขึ้นด้วย**

⁵สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2560).

⁶สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ. (2555).

3 บทที่

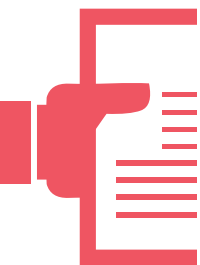
ก้าวต่อไปของกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย



ปี 2564 นับเป็นจุดเริ่มต้นของการเข้าสู่ยุคที่กิจการวิทยุกระจายเสียงทั้งวิทยุหลักและวิทยุทดลองจะต้องเข้าสู่การกำกับดูแลของ กสทช. อย่างเต็มรูปแบบภายใต้กรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) เป็นเข็มทิศของ กสทช. ทั้งนี้ ในส่วนของกิจการวิทยุกระจายเสียงสาระสำคัญในแผนแม่บทฯ ฉบับที่ 2 เน้นการยกระดับมาตรฐานของกิจการวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศ ซึ่งเป็นการต่อยอดมาจากแผนแม่บทฯ ฉบับที่ 1 ที่เน้นการนำผู้ประกอบการวิทยุชุมชนเดิมเข้าสู่ระบบ โดยการเปิดให้มีการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบกิจการวิทยุก่อนที่จะเข้าสู่ระบบใบอนุญาตอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ แนวทางตามแผนแม่บทฯ ฉบับที่ 2 มีความสอดคล้องกับการคืนคลื่นความถี่วิทยุของหน่วยงานต่างๆ ตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่ 76/2559 เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2559 ที่กำหนดให้ผู้ถือครองคลื่นความถี่วิทยุทั้งหมด จะต้องคืนคลื่นความถี่ที่ถือครองให้กับสำนักงาน กสทช. เพื่อนำมาจัดสรรใหม่ ซึ่งกำหนดการคืนคือเมษายน ปี 2565



**แผนแม่บทกิจการกระจายเสียง
และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2
(พ.ศ. 2563-2568)**



คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 76/2559 วันที่ 20 ธันวาคม 2559 เรื่อง มาตรการส่งเสริมการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

ข้อ 7 “ให้ กสทช. หรือสำนักงาน กสทช. ดำเนินการเรียกคืนคลื่นความถี่เพื่อนำไปจัดสรรใหม่หรือปรับปรุงการใช้คลื่นความถี่ตามแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2555) เมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาห้าปี นับแต่วันครบกำหนดแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ดังกล่าว ทั้งนี้ให้ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐที่ประกอบกิจการกระจายเสียงตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และได้รับความเห็นชอบให้ถือครองคลื่นความถี่ตามพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ยังคงมีสิทธิในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและการถือครองคลื่นความถี่ดังกล่าวได้ตามขอบเขตและสิทธิเดิม”

นอกเหนือจากเป้าหมายการออกใบอนุญาตอย่างเต็มรูปแบบสำหรับกิจการวิทยุกระจายเสียงที่ใช้คลื่นความถี่วิทยุในระบบเดิมแล้ว กสทช. ยังกำหนดในแผนแม่บทฯ ฉบับที่ 2 ให้มีการทดลองส่งกระจายเสียงในระบบดิจิทัลเพื่อเป็นทางเลือกในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โดยปัจจุบันได้มีการทดลองทดสอบไปบ้างแล้ว ในคลื่นความถี่ย่าน VHF ใช้คลื่นความถี่ 185.360 MHz ซึ่งเป็นการทดลองทดสอบโดยกองทัพบก นอกเหนือจากนี้ แผนแม่บทฯ ฉบับที่ 2 ยังเปิดทางเลือกสำหรับการส่งกระจายเสียงด้วยเทคโนโลยีอื่นๆ ด้วย

ทั้งนี้ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งกระจายเสียงในระบบดิจิทัลหรือวิทยุดิจิทัลนั้น แผนแม่บทฯ ฉบับที่ 2 ได้ระบุไว้ว่า จะเริ่มจากการจัดทำแผนคลื่นความถี่วิทยุดิจิทัลสำหรับการทดลองหรือทดสอบ การจัดทำมาตรฐานทางเทคนิค และการอนุญาตให้มีการทดลองทดสอบการส่งกระจายเสียงในระบบดิจิทัล ตามลำดับ

เพื่อให้ผู้อ่านสามารถมองเห็นภาพ กรอบระยะเวลา และเส้นทางก้าวเดินต่อไปของกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย จึงได้มีบทสัมภาษณ์ พ.อ.ดร.นที ศุกลรัตน์ รองประธาน กสทช. ในฐานะ กสทช. ที่มีบทบาทหลักในการดูแลนโยบายทางด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ใน 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ การจัดระเบียบกิจการวิทยุกระจายเสียงจนนำไปสู่รูปแบบใบอนุญาต และกิจการวิทยุดิจิทัล

3.1 | แพนทีนำทาง (Roadmap) กิจการกระจายเสียงในประเทศไทย



“

ก่อนที่จะครบกำหนดการคืนคลื่นวิทยุในปี 2565 กสทช. จะมีการออกกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดระเบียบกิจการวิทยุทั้งระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) รวมถึงการจัดการประมูลคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงประเภทบริการธุรกิจด้วย

”

พ.อ. ดร. นที ศุกลรัตน์
รองประธาน กสทช.

แผนที่นำทาง หรือ Roadmap สำหรับกิจการกระจายเสียงเริ่มต้นขึ้นเมื่อ กสทช. ได้อนุมัติแผนการอนุญาตใช้คลื่นความถี่เพื่อประกอบกิจการกระจายเสียงทั้งระบบ เพื่อจัดระเบียบคลื่นวิทยุทั่วประเทศ เมื่อ 25 พฤษภาคม 2564 ภายใต้ Roadmap ดังกล่าว ได้มีกระบวนการตามขั้นตอนต่างๆ โดยเริ่มจากการอนุมัติร่างประกาศ กสทช. จำนวน 6 ฉบับที่เกี่ยวข้อง ตามมติที่ประชุม กสทช. ครั้งที่ 12/2564 เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2564 และมติที่ประชุม กสทช. ครั้งที่ 13/2564 เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2564 ซึ่งครอบคลุมเรื่องหลักเกณฑ์การอนุญาตใช้คลื่นความถี่ มาตรฐานทางเทคนิคเครื่องส่งของคลื่น FM แผนความถี่คลื่น FM ที่รวมถึงคลื่น FM แบบกำลังส่งต่ำ และการป้องกันการรบกวนการใช้คลื่นความถี่วิทยุในกิจการการบิน

(ร่างประกาศ 6 ฉบับ)

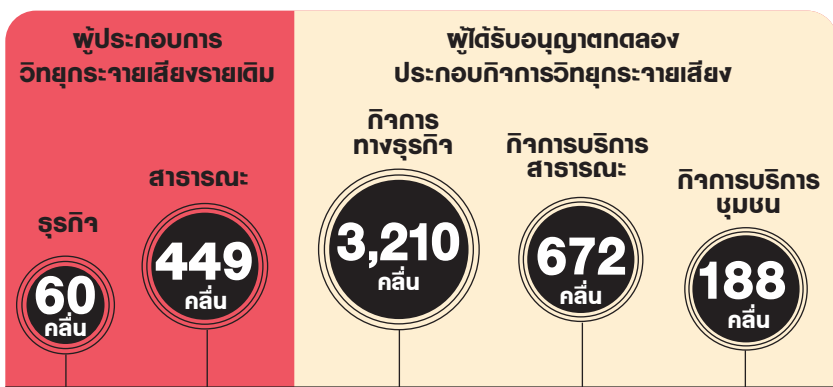


- 1** ร่างประกาศ กสทช. เรื่อง แผนความถี่วิทยุการกระจายเสียงระบบเอฟเอ็ม
- 2** ร่างประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานทางเทคนิคเครื่องส่งวิทยุกระจายเสียงระบบเอฟเอ็ม
- 3** ร่างประกาศ กสทช. เรื่อง แผนความถี่วิทยุการกระจายเสียงระบบเอฟเอ็ม กำลังส่งต่ำ
- 4** ร่างประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานทางเทคนิคเครื่องส่งวิทยุกระจายเสียงระบบเอฟเอ็ม กำลังส่งต่ำ
- 5** ร่างประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับการให้บริการกระจายเสียง พ.ศ. ...
- 6** ร่างประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์ป้องกันการรบกวนการใช้คลื่นความถี่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงต่อกิจการวิทยุการบิน

ทั้ง 6 ร่างประกาศนี้ ครอบคลุมทุกกระบวนการจัดระเบียบกิจการวิทยุกระจายเสียง อย่างไรก็ตาม ร่างประกาศเหล่านี้จะต้องผ่านกระบวนการพิจารณาพิจารณาในเดือนกรกฎาคม 2564 ก่อนการประกาศใช้ และเมื่อมีการประกาศใช้แล้ว ก็จะเริ่มจัดการประมูลคลื่นวิทยุชุดแรก โดยกำหนดไว้ในช่วงปลายปี 2564

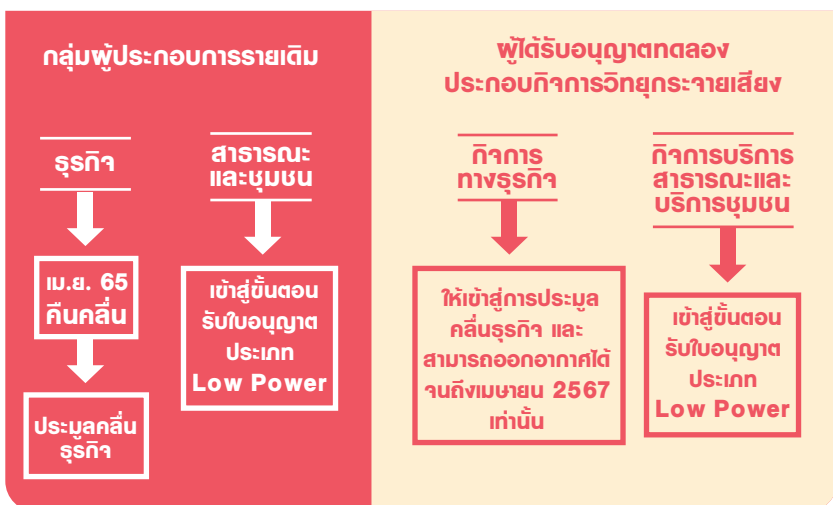
ตามขั้นตอนการจัดระเบียบใหม่นี้ เป็นการจัดการตามประเภทของใบอนุญาตวิทยุกระจายเสียงตามกฎหมาย ได้แก่ กิจการบริการสาธารณะ กิจการบริการชุมชน และกิจการทางธุรกิจ ซึ่งมี 2 ลักษณะ ได้แก่ ผู้ประกอบการรายเดิม และผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง

ในส่วนของผู้ประกอบการรายเดิมนั้น คลื่นประเภทกิจการทางธุรกิจจะต้องผ่านการประมูลคลื่นความถี่ตามกฎหมาย โดยหลักการแล้ว คลื่นที่จะจัดสรรเพื่อบริการทางธุรกิจผ่านการประมูลกำหนดให้เป็นคลื่น FM เท่านั้น ส่วนคลื่น AM จะจัดสรรให้สำหรับกิจการบริการสาธารณะทั้งหมดโดยสำนักงาน กสทช. จะเรียกคืนคลื่น FM จากผู้ประกอบการรายเดิมที่ถือครองคลื่นอยู่ให้เสร็จสิ้น ภายในเดือนเมษายน 2565 ตามคำสั่ง คสช. ที่ 76/2559 ลงวันที่ 20 ธันวาคม 2559



ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564
ที่มา: สำนักงานอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ปส.), สำนักงาน กสทช.

ส่วนผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ นั้น กรณีของกิจการประเภทบริการสาธารณะและประเภทบริการชุมชน จะสามารถให้บริการต่อไปได้ภายใต้การส่งกระจายเสียงแบบกำลังส่งคลื่นความถี่ต่ำ (Low Power Transmission) ส่วนกรณีของกิจการประเภทบริการทางธุรกิจจะได้รับอนุญาตให้ออกอากาศเป็นการชั่วคราวไปก่อนในช่วงระหว่างรอการประมูลคลื่นความถี่เพื่อรับการจัดสรรคลื่นและรับใบอนุญาตที่เต็มรูปแบบตามกฎหมาย และทุกรายจะต้องหยุดการส่งกระจายเสียงในคลื่นที่อนุญาตให้ทดลองทั้งหมดในเดือนเมษายน 2567



พ.อ.ดร.นทีฯ อธิบายว่า คลื่นชุดแรกที่จะประมูลเป็นคลื่นของสถานีวิทยุ 1 ปณ. ในสังกัดของสำนักงาน กสทช. และคลื่นของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะประมูลเฉพาะคลื่น FM เท่านั้น เพื่อเป็นโครงการนำร่อง (Pilot Project) ก่อนที่จะดำเนินการประมูลคลื่นวิทยุ FM ที่เหลือทั้งหมด โดยที่ กสทช. จะกำหนดรูปแบบการประมูลและราคาขั้นต่ำในการประมูลตามกรอบเวลาใน Roadmap ทั้งนี้ การให้ใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงตามกฎหมายนั้น จะมีระยะเวลาใบอนุญาตไม่เกิน 7 ปี

คลื่นของสถานีวิทยุ 1 ปณ. จำนวนทั้งหมด 11 สถานี

คลื่น AM

1	AM 765 KHz	ลำปาง
2	AM 1035 KHz	หลักสี่
3	AM 1089 KHz	หลักสี่
4	AM 1089 KHz	อุดรธานี
5	AM 1089 KHz	ตาก
6	AM 1593 KHz	บุรีรัมย์

คลื่น FM

ที่นำมาเปิดประมูลชุดแรก
ในโครงการนำร่อง
(Pilot Project)

7	FM 89 MHz*	ภูเก็ต
8	FM 98.5 MHz**	กรุงเทพมหานคร
9	FM 99 MHz*	อุดรธานี
10	FM 102 MHz*	อุบลราชธานี
11	FM 106.5 MHz***	กรุงเทพมหานคร

หมายเหตุ:

*ส่งคืน กสทช. ตามมติที่ประชุม กสทช. เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2560 เพื่อนำไปจัดสรรหรือปรับปรุงการใช้งานคลื่นความถี่

**ยุติการออกอากาศตั้งแต่ 1 ก.พ. 2564

***แบ่งเวลา และจ้างบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด ผลิตรายการเพื่อออกอากาศ

ข้อมูล ณ วันที่ 23 มิถุนายน 2564

ที่มา: สำนักงานอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ปส.), สำนักงาน กสทช.

คลื่น FM ของสถานีวิทยุกระจายเสียง แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์

ที่จะนำมาประมูลในโครงการนำร่อง (Pilot Project)



1	98.50 MHz	ขอนแก่น
2	93.25 MHz	ชุมแพ ขอนแก่น
3	106.25 MHz	นครราชสีมา
4	102.00 MHz	แม่ฮ่องสอน
5	90.50 MHz	ภูเก็ต
6	105.75 MHz	ระนอง
7	102.25 MHz	สงขลา
8	99.50 MHz	สตูล
9	98.75 MHz	หัวหิน ประจวบคีรีขันธ์

ที่มา: สำนักงานอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ปส.), สำนักงาน กสทช.

พ.อ.ดร.นทีฯ กล่าวอีกว่า การที่ กสทช. เลือกคลื่นวิทยุ 1 ปณ. และคลื่นของ กรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 9 สถานี มาประมูลเป็นชุดแรกนั้น ก็เพื่อเป็นตัวอย่างให้บรรดา กลุ่มผู้ถือครองคลื่นความถี่วิทยุรายเดิม ที่ส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานราชการ ได้เห็น ประโยชน์จากการคืนคลื่น เพราะหน่วยงานนั้นจะเปลี่ยนมาเป็นผู้ให้เช่าเครือข่าย เส้า และสถานีเดิม ให้กับผู้ที่ประมูลคลื่นดังกล่าวเพื่อรับประโยชน์จากค่าเช่าได้

อนึ่ง หน่วยงานราชการสามารถขอแปลงสภาพคลื่นที่ถืออยู่ไปเป็นคลื่นประเภทบริการ สาธารณะได้ โดยไม่ต้องคืนคลื่น แต่จะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์การให้บริการประเภท กิจการบริการสาธารณะที่ต้องมีผังรายการที่มีเนื้อหาประเภทสาระประโยชน์ออกอากาศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของผังรายการทั้งหมด และไม่สามารถหารายได้เชิงธุรกิจได้ ยกเว้น กิจการบริการสาธารณะประเภทความมั่นคงและกรมประชาสัมพันธ์ ที่สามารถหารายได้ จากการโฆษณาสินค้าได้ไม่เกิน 8 นาทีต่อชั่วโมง

Timeline

การอนุญาตใช้คลื่นความถี่เพื่อประกอบ กิจการกระจายเสียง

สำหรับผู้ใช้คลื่นธุรกิจ

FM
ธุรกิจ

ธันวาคม 2564

หนังสือเชิญชวนให้มาประมูล

กุมภาพันธ์ 2565

จัดประมูลคลื่น FM และประกาศ
รายชื่อผู้ชนะการประมูล

มีนาคม 2565

พิจารณาคำขอประกอบกิจการและ
ประกาศรายชื่อผู้ได้รับอนุญาต
ให้ใช้คลื่นและประกอบกิจการ

เมษายน 2565

เริ่มประกอบกิจการตามที่ได้รับ
อนุญาต

สำหรับผู้ใช้คลื่น สาธารณะ

FM และ AM
สาธารณะ

ธันวาคม 2564

หนังสือเชิญชวนให้มายื่นคำขอ

มกราคม 2565

เปิดรับคำขอ

กุมภาพันธ์ 2565

พิจารณาคำขอใช้คลื่น และประกาศ
รายชื่อผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้คลื่น
ความถี่

มีนาคม 2565

พิจารณาคำขอประกอบกิจการ
และประกาศรายชื่อผู้ได้รับอนุญาต
ให้ใช้คลื่นและประกอบกิจการ

เมษายน 2565

เริ่มประกอบกิจการตามที่ได้รับ
อนุญาต

สำหรับผู้ที่ได้รับอนุญาต
ให้ใช้คลื่นความถี่กำลังส่งต่ำ
(Low Power)

[FM]

ธันวาคม 2564

หนังสือเชิญชวนให้มายื่นคำขอ
ใบอนุญาต Low Power

มกราคม 2565

เปิดรับคำขอ

กุมภาพันธ์ 2565

พิจารณาคำขอใช้คลื่น และ
ประกาศรายชื่อผู้ได้รับอนุญาต

มีนาคม 2565

พิจารณาคำขอประกอบกิจการ
และประกาศรายชื่อผู้ได้รับอนุญาต
ให้ใช้คลื่น Low Power
และประกอบกิจการ

เมษายน 2565

ยกเลิกการทดลองประกอบกิจการ

จำนวนคลื่นที่มีทั้งหมด

คลื่น

FM

จำนวน
คลื่นความถี่

คลื่นบริการ
สาธารณะ

239

คลื่นบริการ
ธุรกิจ

74

รวม

313

คลื่น

FM

จำนวน
คลื่นความถี่

สาธารณะ
(รายเดิม)

151

สาธารณะ
(รายใหม่)

45

รวม

196

ที่มา: สำนักงานอนุญาตประกอบกิจการ
วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ปส.),
สำนักงาน กสทช.

หมายเหตุ: Timeline นี้ เป็นกำหนดการตามแผนการประมูลและการอนุญาตฯ
อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์และความจำเป็น

เดินทางทดสอบวิทยุระบบดิจิทัลในประเทศไทย

สำหรับกิจการวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัลนั้น พ.อ.ดร.นทีฯ กล่าวว่า ที่ผ่านมา กสทช. ได้มีการศึกษาเรื่องระบบการรับส่งสัญญาณ มาตรฐานการรับส่งสัญญาณ เครื่องรับสัญญาณ และรูปแบบการให้บริการวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล รวมทั้งศึกษาประสบการณ์การให้บริการวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัลของต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการเริ่มให้บริการวิทยุระบบดิจิทัล เพื่อพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียงของประเทศให้มีความก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย

เทคโนโลยีการรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานคลื่นความถี่เมื่อเปรียบเทียบกับเทคโนโลยีในระบบแอนะล็อกเดิม เนื่องจากในขนาดช่องสัญญาณที่เท่ากัน ระบบดิจิทัลสามารถให้บริการช่องรายการวิทยุได้มากกว่า ส่งผลให้สามารถนำคลื่นความถี่วิทยุที่ว่างลงไปจัดสรรใหม่ได้ในจำนวนช่องรายการที่มากขึ้นโดยไม่เพิ่มปัญหาการรบกวนของคลื่นความถี่ หรือสามารถปรับปรุงการใช้คลื่นความถี่ พร้อมทั้งการใช้ประโยชน์อื่นๆ จากคลื่นความถี่ที่ได้คืนอีกด้วย นับเป็นการจัดสรรทรัพยากรคลื่นความถี่ที่มีอยู่อย่างจำกัดของประเทศให้มีประสิทธิภาพสูงที่สุด นอกจากนี้ เทคโนโลยีการรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัลทำให้คุณภาพในการรับส่งสัญญาณดีขึ้น สามารถทนต่อสัญญาณรบกวนได้ดีเมื่อเปรียบเทียบกับระบบแอนะล็อก ส่งผลให้สามารถออกแบบการส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงให้ครอบคลุมพื้นที่บริการที่ทั่วถึงมากขึ้น ยิ่งกว่านั้น อุปกรณ์ส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัลยังใช้พลังงานน้อยกว่าอุปกรณ์ส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงในระบบแอนะล็อก เมื่อเปรียบเทียบในขอบเขตพื้นที่บริการที่เท่ากัน ดังนั้น การเพิ่มทางเลือกให้มีโครงข่ายการรับส่งสัญญาณในระบบดิจิทัลอย่างกว้างขวาง จะเป็นการช่วยลดการใช้พลังงานในภาพรวมของประเทศอีกด้วย

“นโยบายวิทยุระบบดิจิทัล คือ การให้เดินทางทดสอบการให้บริการ เพื่อศึกษาผลกระทบ และความเป็นไปได้ในการส่งเสริมวิทยุดิจิทัลให้แพร่หลายมากขึ้น”
พ.อ.ดร.นทีฯ กล่าว

ในช่วงที่ผ่านมา สำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินโครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการให้บริการวิทยุในระบบดิจิทัลในประเทศไทยหลายโครงการ ตัวอย่างเช่น ตั้งแต่ปี 2556 สำนักงาน กสทช. มีโครงการความร่วมมือกับสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ หรือ International Telecommunication Union (ITU) และ WorldDAB⁷ ในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการเริ่มทดลองทดสอบการออกอากาศในระบบ DAB+ โดยได้รับความร่วมมือจากบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) กรมประชาสัมพันธ์ และกองทัพบก ทั้งนี้ ยังได้มีการจัดทำโครงการศึกษากับบริษัทที่ปรึกษา เพื่อศึกษาและสำรวจการใช้งานวิทยุของประชาชน ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ รวมถึงแผนการดำเนินการให้บริการทดลองวิทยุระบบดิจิทัล รวมถึงมีการจัดประชุมต่างๆ เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการวิทยุระบบดิจิทัลให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกๆ ปี

นอกจากนี้ สำนักงาน กสทช. ยังได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิคในการให้บริการวิทยุระบบดิจิทัล ซึ่ง ITU ได้แนะนำว่า มีเพียงระบบ Digital Audio Broadcasting ในรูปแบบ DAB+ เท่านั้นที่เหมาะสมกับบริบทประเทศไทย โดยต้องใช้คลื่นความถี่ย่าน VHF Band และเพื่อเป็นการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและเตรียมการรองรับบริการวิทยุดิจิทัล สำนักงาน กสทช. จึงเริ่มจากการอนุญาตให้ทดลองทดสอบการออกอากาศก่อน โดยได้เริ่มมีการทดลองทดสอบในคลื่นความถี่ย่าน VHF โดยใช้คลื่นความถี่ 185.360 MHz ด้วยเทคโนโลยีวิทยุกระจายเสียง ระบบ DAB+ ซึ่งเป็นการทดลองทดสอบโดยกองทัพบก

3.2

ประสบการณ์กิจการวิทยุระบบดิจิทัล ในต่างประเทศ

การเปลี่ยนผ่านสู่การกระจายเสียงวิทยุระบบดิจิทัลของประเทศต่างๆ ทั่วโลก เริ่มต้นมามากกว่า 10 ปีแล้ว ตัวอย่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านวิทยุแอนะล็อกไปสู่ดิจิทัลในระบบ DAB+ ที่เด่นชัดในทวีปยุโรป ได้แก่ ประเทศนอร์เวย์ และในทวีปเอเชียและแปซิฟิก ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย

⁷ WorldDAB เป็นหน่วยงานแบบไม่แสวงหาผลกำไร (Non-profit Organization) โดยมีสมาชิกจากทุกภูมิภาคทั่วโลก ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล WorldDAB จึงเป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริม พัฒนา และผลักดันการเปลี่ยนผ่านวิทยุกระจายเสียงในระบบแอนะล็อกไปสู่ในระบบดิจิทัล

DAB ถูกคิดค้นเพื่อใช้ทดแทนการกระจายเสียงวิทยุระบบเอฟเอ็ม (FM) โดยส่งสัญญาณในย่านความถี่ VHF Band III (ช่วงความถี่ 174-240 MHz) มีขนาดแบนด์วิดท์ของช่องสัญญาณ 1.536 MHz และใช้เทคนิคการรวมสัญญาณแบบ Orthogonal Frequency Division Multiplexing (OFDM) ส่วนด้านคุณภาพเสียง DAB ใช้เทคนิคการบีบอัดสัญญาณ MPEG-1 Audio Layer II (ISO/IEC 11172-3) สำหรับ 48 kHz sampling frequency และ MPEG-2 Audio Layer II (ISO/IEC 13818-3) สำหรับ 24 kHz sampling frequency ซึ่งสามารถกระจายสัญญาณได้ถึง 12 รายการต่อมัลติเพล็กซ์ โดยขึ้นอยู่กับคุณภาพของเสียงและบริการด้านมัลติมีเดียที่ใช้งาน ทั้งนี้ โดยทั่วไปเทคโนโลยี DAB สามารถให้คุณภาพเสียงที่ดีเทียบเท่าการฟังจากเครื่องเล่นซีดี แต่เนื่องจากมีขนาดของสัญญาณใหญ่ อาจทำให้มีปัญหาในการจัดสรรคลื่นความถี่ได้

DAB+ พัฒนาต่อมาจากระบบ DAB ในปี ค.ศ. 2007 โดยเพิ่มเทคโนโลยี AAC (Advanced Audio Codec) เข้ามาในระบบ DAB ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับระบบ DAB+ โดย AAC คือเทคโนโลยีที่ใช้ในการบีบอัด (Compression) ต่อมาได้ถูกพัฒนามาอย่างต่อเนื่องและให้คุณภาพเสียงที่สูงกว่า mp3 โดยมีการเปลี่ยนมาใช้ในการบีบอัดไฟล์แบบใหม่ที่เรียกว่า MPEG-4 HE-AACv2 (High Efficiency Advanced Audio Codec version 2) ซึ่งมีคุณภาพการบีบอัดสัญญาณเพิ่มขึ้น รวมทั้งสามารถจัดการกับเสียงที่มีความถี่สูงได้ดีและใช้งานบิตเรตต่ำ เทคโนโลยี DAB+ สามารถรองรับจำนวนรายการได้จำนวนมาก ทั้งนี้การรวมสัญญาณขึ้นอยู่กับรูปแบบบริการคุณภาพของเสียงและมัลติมีเดียที่ต้องการใช้งาน

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) (2561)

สำนักงาน กสทช. ได้จัดทำรายงานสรุปผลจากการจัดประชุม NBTC /RTA / PRD /WorldDAB Workshop on Digital Radio Services Implementation and Business Models ซึ่งจัดขึ้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2562 โดยมีผู้เชี่ยวชาญจากประเทศนอร์เวย์และประเทศออสเตรเลียร่วมบรรยายถึงประสบการณ์การเปลี่ยนผ่านไปสู่วิทยุระบบดิจิทัลของทั้งสองประเทศ รวมถึงสรุปผลการทดลองออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล DAB+ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2563 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเทศนอร์เวย์ ยุติการออกอากาศวิทยุกระจายเสียงระบบแอนะล็อก เพื่อการเปลี่ยนผ่านไปสู่การออกอากาศในระบบดิจิทัลในปี 2560 โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐบาลทั้งหมด การให้บริการวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัลในประเทศนอร์เวย์ ได้รับความนิยมจากผู้ฟังเป็นอย่างมาก โดยมีประเภทรายการและรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งประกอบด้วยบริการประเภทธุรกิจ ประเภทสาธารณะ และประเภทบริการชุมชน

Norsk Rikskring Kasting AS หรือ NRK ซึ่งเป็นผู้ประกอบการกระจายเสียงประเภทสาธารณะในประเทศนอร์เวย์ ได้วางแผนไว้ว่า ร้อยละ 90 ของประชาชนชาวนอร์เวย์ จะสามารถเข้าถึงบริการกระจายเสียงได้ โดยที่ NRK ได้กำหนดยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2562-2565 ไว้ 3 ด้าน คือ ด้านความเข้มแข็งทางประชาธิปไตย ด้านการมีส่วนร่วม และด้านการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหารายการในระดับมาตรฐานโลก

ประเทศออสเตรเลีย มีการรวมตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นตัวแทนจากผู้ประกอบการกระจายเสียง เพื่อเข้ามาดำเนินการด้านตรวจสอบมาตรฐานเทคโนโลยีและพัฒนา DAB+ โดยสามารถกำหนดนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ในกระบวนการเปลี่ยนผ่านจนสำเร็จทั้งระบบ ตั้งแต่การกำหนดเครือข่ายและนำไปสู่การปฏิบัติ การดำเนินการในเชิงพาณิชย์ในทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งครอบคลุมอุตสาหกรรมยานยนต์ การค้าปลีก และผู้ผลิตเครื่องรับวิทยุ และยังดำเนินการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกำหนดแผนงานหลักในระดับภูมิภาคร่วมกับองค์กรกำกับดูแลอีกด้วย

นอกจากนี้ ข้อมูลจากรายงานการศึกษาการเปลี่ยนผ่านสู่การกระจายเสียงวิทยุระบบดิจิทัลของประเทศไทย⁸ โดยสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ (สวช.) ระบุว่า รัฐบาลประเทศออสเตรเลียมีการกำหนดนโยบายและให้สัญญาว่าจะให้ทุนสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านการกระจายเสียงวิทยุในระบบดิจิทัลแก่วิทยุชุมชนปีละ 3.6 ล้านเหรียญออสเตรเลีย ติดต่อกันเป็นเวลา 4 ปี (พ.ศ. 2552-2555) เพื่อเปลี่ยนผ่านการกระจายเสียงไปสู่ระบบดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติ รัฐบาลอนุมัติงบประมาณให้เพียงปีละ 2.2 ล้านเหรียญเท่านั้น โดยในระยะเริ่มแรก องค์กรกำกับดูแลของออสเตรเลียอนุญาตให้วิทยุชุมชนในเขตเมืองหลวงของแต่ละรัฐก่อน ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 37 สถานีเท่านั้น ก่อนเริ่มขยายไปสู่พื้นที่นอกเขตเมืองหลวงในเวลาต่อมา

⁸ สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ. (2560).

จากข้อมูลของ Landmark Research พบว่า ผู้รับฟังวิทยุระบบดิจิทัลในออสเตรเลียส่วนใหญ่จะรับฟังวิทยุจากเครื่องรับหลากหลายประเภท ทั้งจากที่บ้าน ที่ทำงาน และในรถยนต์ และพบว่าตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา เครื่องรับวิทยุระบบดิจิทัลในออสเตรเลียขายได้มากกว่า 5 ล้านเครื่อง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องรับวิทยุที่ติดตั้งในรถยนต์

สำหรับเนื้อหารายการที่นำเสนอ นั้นก็มีทางเลือกที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ภาษาที่ใช้ในการดำเนินรายการ เช่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาอินเดีย เป็นต้น หรือ การมีเนื้อหารายการสำหรับผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม เช่น เนื้อหาเฉพาะสำหรับเด็ก ซึ่งจากความหลากหลายที่มีมากขึ้นเอง Commercial Radio Australia⁹ (CRA) มีความเห็นว่าเป็นโอกาสสำคัญทางธุรกิจที่เกิดขึ้น ซึ่งจะสามารถเพิ่มการขายสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้นตามความหลากหลายของเนื้อหารายการที่มีการให้บริการในวิทยุระบบดิจิทัล

นอกจากตัวอย่างความสำเร็จของประเทศนอร์เวย์และออสเตรเลียแล้ว ยังพบว่าทั่วโลกนี้มีการพัฒนาเครื่องรับวิทยุดิจิทัลที่รองรับมาตรฐาน DAB+ อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2563 มีการจำหน่ายเครื่องรับวิทยุดิจิทัลทั่วโลกกว่า 75 ล้านเครื่อง ราคาเริ่มต้นที่ประมาณ 433 บาท และมีแนวโน้มที่ราคาจะลดลงเรื่อยๆ ในอนาคต โดยที่การพัฒนาเครื่องรับวิทยุดิจิทัลในปัจจุบันนั้น มุ่งเน้นไปที่การรองรับการรับส่งสัญญาณในรูปแบบ Hybrid Radio และการพัฒนาหน้าจอเครื่องรับวิทยุเพื่อรองรับบริการในรูปแบบต่างๆ รวมไปถึงรูปลักษณ์ของเครื่องรับวิทยุดิจิทัลที่ดูทันสมัย น่าใช้งาน และสอดคล้องกับวิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้รับฟังวิทยุดิจิทัลที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศสำหรับการเริ่มต้นเข้าสู่ยุควิทยุดิจิทัลไว้ว่า องค์กรกำกับดูแลและผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงจะต้องประสานความร่วมมือในการกำหนดนโยบายและดำเนินการที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางด้านเนื้อหา รายการ อุปกรณ์เครื่องรับสัญญาณวิทยุสำหรับประชาชน การสื่อสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชน โดยมีสิ่งที่ควรคำนึงถึงคือ เมื่อมีผู้ฟังวิทยุผ่านสมาร์ตโฟนมากขึ้นนั้น จะยังมีคนฟังวิทยุผ่านเครื่องรับวิทยุอีกหรือไม่ และหาก

⁹ Commercial Radio Australia หรือ CRA คือ องค์กรที่เกิดจากการรวมตัวกันของผู้ประกอบการกระจายเสียงประเภทบริการธุรกิจในประเทศออสเตรเลีย โดยก่อตั้งเพื่อเป็นตัวแทนของสถานีสมาชิกในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอุตสาหกรรมกระจายเสียง (อ้างอิงจาก commercialradio.com.au/about-us)

ผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงเปลี่ยนไปใช้ระบบ DAB+ จะส่งผลต่อจำนวนผู้ฟังอย่างไร รวมถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้วย โดยข้อดีของ DAB+ เมื่อเทียบกับระบบ FM แล้ว DAB+ เป็นเทคโนโลยีที่ถูกลงและคุ้มค่าแก่การลงทุน และในกรณีที่เกิดภัยพิบัติต่างๆ วิทยุดิจิทัลยังสามารถใช้ในการแจ้งเตือนภัยได้ ในขณะที่การสื่อสารอื่นๆ ไม่สามารถใช้งานได้ นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสในการขยายการดำเนินธุรกิจให้มีความหลากหลายมากขึ้น ตลอดจนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้เพิ่มมากขึ้นด้วย

3.3 | การทดลองทดสอบวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัลในประเทศไทย

ในปี 2561 กสทช. ได้ออกประกาศเรื่อง แผนความถี่วิทยุกิจการกระจายเสียงระบบดิจิทัลเพื่อการทดลองหรือทดสอบ ซึ่งลงในราชกิจจานุเบกษา และมีผลใช้บังคับตั้งแต่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 โดยมีวัตถุประสงค์ให้ใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียงเพื่อการทดลองหรือทดสอบในระบบดิจิทัล DAB+ เพื่อให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และต่อมาในปี 2563 มีการออกประกาศเรื่องแผนความถี่วิทยุกิจการกระจายเสียงระบบดิจิทัลเพื่อการทดลองหรือทดสอบ ซึ่งลงในราชกิจจานุเบกษาและมีผลใช้บังคับตั้งแต่ 15 ธันวาคม 2563 กำหนดพื้นที่นำร่องสำหรับตั้งเสาวิทยุคมนาคม จำนวน 10 สถานี ใน 9 จังหวัด ได้แก่กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ชลบุรี (พัทยาและศรีราชา) ขอนแก่น นครราชสีมา นครศรีธรรมราช ภูเก็ต ประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา โดยแต่ละพื้นที่มีโครงข่าย (Network) จำนวน 3 โครงข่าย แบ่งเป็นโครงข่ายระดับชาติ (National Network) 1 โครงข่าย และโครงข่ายระดับท้องถิ่น (Local Network) 2 โครงข่าย

**สถานีวิทยุที่เข้าร่วม
การทดลองทดสอบ
ออกอากาศในระบบดิจิทัล**

สวท.92.5 Radio Thailand

Cool Farenheit 93.0

อสท. 94.5 ลูกทุ่งมหานคร

กนท. FM 94

Hitz 95.5

จส.100

101 RR One

FM One 103.5

MET 107

Green Wave 106.5

ThaiPBS Radio

การทดลองทดสอบวิทยุระบบดิจิทัลในประเทศไทยมีการลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกับกองทัพบก เมื่อ 16 กรกฎาคม 2561 โดยสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ซึ่งเป็น

ผู้ให้บริการโครงข่ายสิ่งอำนวยความสะดวกโทรทัศนภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล เป็นผู้ทำโครงการทดลองทดสอบการออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล DAB+ โดยเริ่มทำการทดลองทดสอบออกอากาศตั้งแต่ 5 เมษายน 2562 มีการใช้สถานที่ติดตั้งอุปกรณ์ในส่วนอาคารเสาส่งระบบไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ ที่สะพานแดง ส่วนสถานที่ติดตั้งอุปกรณ์ในการทดลองอยู่ที่กรมการทหารสื่อสาร เขตดุสิต และมีการร่วมมือกับบริษัท พี เอส แอนด์ ชันส์ (ประเทศไทย) ในการดำเนินการจัดหาอุปกรณ์

ทั้งนี้ รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการทดลองออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล DAB+ เมื่อ 9 ตุลาคม 2563 ที่จัดทำโดยกองทัพบก โดยสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก รายงานผลการทดลองทดสอบโดยสรุปดังต่อไปนี้

“ผลการทดลองทดสอบการออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล DAB+ ในครั้งแรกนี้ ได้ผลสรุปว่า การรับสัญญาณยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สัญญาณไม่เสถียร ขาดหาย เนื่องจากออกอากาศที่ความสูง 185 เมตร ซึ่งในกรุงเทพมหานครมีอาคารที่สูงกว่านี้มากกว่า 50 แห่ง เป็นอย่างน้อย และออกอากาศที่กำลังส่ง 3,000 วัตต์ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ ทำให้รับสัญญาณได้ไม่ไกลและการทะลุผ่านตัวอาคารทำได้ไม่ดี เป็นผลให้การออกอากาศยังไม่สามารถครอบคลุมพื้นที่การทดลองออกอากาศได้ทั้งหมด ดังนั้น จึงเห็นควรให้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพในการออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล DAB+ ให้มีสัญญาณครอบคลุมได้ทั่วกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการออกแบบให้มีความสูงของเสาส่งสัญญาณเพิ่มขึ้นเช่น ย้ายมาออกอากาศที่อาคารใบหยก 2 ที่ความสูง 304 เมตร เป็นต้น นอกจากนี้ควรเพิ่มสถานีส่งสัญญาณในรูปแบบ SFN อย่างน้อยอีก 1 สถานีบริเวณกรุงเทพมหานครตอนใต้ และการเชื่อมต่อระหว่างสถานีส่งและห้องส่งมีการขาดหายของการเชื่อมโยงสัญญาณอยู่บ่อยครั้ง จึงเห็นควรให้มีการปรับปรุงการเชื่อมต่อด้วยระบบการส่งสัญญาณที่มีคุณภาพสูง

ส่วนการให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ ทั้ง Hybrid, TPEG, Service Linking และ Announcement ในเชิงเทคนิคสามารถทำงานได้ดี ทั้งนี้ต้องมีการส่งเสริมตลาดเครื่องรับวิทยุในประเทศไทยให้สามารถรองรับบริการดังกล่าวได้ และจากการสำรวจและประเมินผลการรับฟังพบว่า มีปัญหาพื้นที่รับสัญญาณยังไม่ครอบคลุม สัญญาณไม่เสถียรและขาดหาย และการให้บริการในรูปแบบประยุกต์ต่างๆ ยังมีน้อย”

โดยสรุปการดำเนินการทดลองทดสอบวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล DAB+ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การทดลองทดสอบออกอากาศสามารถรับฟังได้ส่วนหนึ่งและการให้บริการประยุกต์สามารถทำงานได้ในระดับหนึ่ง แต่อย่างไรก็ดี ด้วยข้อจำกัดของภูมิศาสตร์ในพื้นที่บางประการ ทำให้การรับสัญญาณยังมีประสิทธิภาพต่ำ กองทัพบก โดยสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก จึงคาดหวังว่า จะมีการดำเนินการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะเพื่อให้การออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล DAB+ มีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต

เพื่อเป็นการทดลองทดสอบอย่างต่อเนื่อง สำนักงาน กสทช. จึงได้ให้สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ทำการทดลองทดสอบต่ออีกครั้งหนึ่ง ก่อนที่จะนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางพัฒนากิจการวิทยุระบบดิจิทัลในประเทศไทยต่อไป

3.4 | บริบท OTT Audio สู่ยุค Digital Disruption

การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องเกิดขึ้นในหลายอุตสาหกรรม ตั้งแต่อุตสาหกรรมดนตรี โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ทำให้บรรดาผู้ประกอบการและผู้บริโภคต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ กิจการวิทยุกระจายเสียงยุคใหม่ไม่ได้มีเพียงวิทยุกระจายเสียงผ่านคลื่นความถี่ระบบดิจิทัลเท่านั้น แต่ยังเกิดรูปแบบการให้บริการวิทยุออนไลน์ (Online Radio) หรือ อินเทอร์เน็ตเรดิโอ (Internet Radio) ซึ่งเป็นวิทยุกระจายเสียงที่ส่งผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตอีกด้วย โดยบริการในลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกันกับพอดแคสต์ (Podcasts) หรือรายการเผยแพร่เสียงบนแพลตฟอร์มออนไลน์

คงปฏิเสธไม่ได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีส่งผลให้ผู้ประกอบการกิจการวิทยุกระจายเสียงไม่เพียงแต่จะต้องแข่งขันในอุตสาหกรรมวิทยุกระจายเสียงที่อยู่ภายในพื้นที่เดียวกันเท่านั้น แต่ยังต้องเผชิญกับการแข่งขันของบริการเพลงและเนื้อหารายการจากบริษัทรายใหญ่ที่มาจากต่างอุตสาหกรรมทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นบริการ Over The Top (OTT) Audio หรือบริการสตรีมมิงบนอินเทอร์เน็ต เช่น Apple Music, Spotify และ Google Music เป็นต้น ซึ่งบริการที่กล่าวมานี้มีงบประมาณจำนวนมากมหาศาลในการพัฒนาแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา

ข้อมูลจากรายงานผลการศึกษาคู่มือการศึกษาคู่ฉบับของ OTT ต่อกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และแนวทางส่งเสริมและกำกับดูแล จัดทำโดย

ศูนย์บริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี 2563 อธิบายถึงบริการ OTT Audio ไว้ว่า เป็นบริการที่ประกอบด้วยรูปแบบธุรกิจที่หลากหลาย โดยสามารถจำแนกได้ตามแหล่งที่มาของรายได้ ซึ่งผู้ให้บริการสามารถนำเสนอเนื้อหาของตนทั้งแบบไม่คิดค่าบริการและรับการสนับสนุนจากการโฆษณาแทน หรืออาจให้บริการที่ต้องมีการชำระเงินเพื่อรับบริการก็ได้ โดยรูปแบบธุรกิจสามารถแบ่งได้เป็น 4 รูปแบบดังนี้¹⁰

- บริการแบบบอกรับสมาชิก (Subscription-based model)

เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการเพลงและเนื้อหาอื่นๆ ที่ผู้บริโภคจ่ายค่าบริการเพื่อการเข้าถึงในระดับพรีเมียม โดยแพลตฟอร์มดังกล่าวจะเสนอประโยชน์เพิ่มเติมอื่นๆ นอกเหนือจากบริการแบบไม่มีค่าใช้จ่าย เช่น ไม่มีโฆษณา สามารถเข้าถึงเนื้อหาได้มากกว่า คุณภาพเสียงที่ดีกว่า สามารถเข้าถึงผ่านหลายอุปกรณ์ ตลอดจนการใช้งานแบบออฟไลน์ เป็นต้น ซึ่งค่าบริการมักจะถูกเรียกเก็บเป็นรายเดือน

- บริการแบบไม่มีค่าใช้จ่าย (Ads-based model)

เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการเพลงและเนื้อหาอื่นๆ ในรูปแบบเสียงแก่ผู้บริโภค โดยผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แต่อาจมีโฆษณาคั่นสลับกับเพลงหรือเนื้อหาอื่นๆ ซึ่งค่าบริการจะถูกเรียกเก็บจากเจ้าของสินค้าและบริการ หรือจากบริษัทโฆษณา โดยส่วนใหญ่ ผู้บริโภคจะมีทางเลือกในการใช้บริการแบบไร้โฆษณาโดยการชำระเงิน

- บริการแบบเก็บค่าบริการเป็นรายครั้ง (Transaction-based model)

เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการแบบซื้อขาด ซึ่งผู้บริโภคสามารถชำระเงิน ค่านิลโหลด และเป็นเจ้าของเนื้อหาบนแพลตฟอร์มนั้นได้ตลอดไป ตัวอย่างที่ชัดเจนของรูปแบบธุรกิจนี้ได้แก่ iTunes Store ของ Apple ที่เปิดให้จ่ายเงินเพื่อซื้อเพลง โดยเมื่อผู้บริโภคจ่ายเงินเพื่อซื้อเพลง 1 ครั้ง จะสามารถรับฟังเพลงดังกล่าวผ่าน iTunes Store ได้ตลอดไป

- บริการแบบผสม (Hybrid model)

เป็นการให้บริการในรูปแบบที่หลากหลาย โดยให้ผู้บริโภคเลือกได้ว่าต้องการจ่ายค่าบริการสมัครเพื่อสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมของบริการแบบเรียกเก็บค่าสมาชิกหรือไม่

สำหรับผู้ให้บริการ OTT Audio ในประเทศไทยนั้น มีรูปแบบการให้บริการและรูปแบบการหารายได้ที่หลากหลายและแตกต่างกัน บางรายเป็นผู้ให้บริการในประเทศ และบางรายเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่จากต่างประเทศ โดยมีตัวอย่างดังนี้

¹⁰ ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2563).

ตัวอย่างผู้ให้บริการ OTT Audio ในประเทศไทย

ผู้ให้บริการอิสระ: (Independent OTT Provider)

	จุดเด่น	รูปแบบธุรกิจ
Spotify	■ เทคโนโลยีในการจัดเพลย์ลิสต์สำหรับผู้ฟังที่ชาญฉลาด และระบบเสียงที่มีความคมชัด ■ มีเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ทั้งเพลง พอดแคสต์ และวิทยุ ■ เลือกฟังได้ทั้งในระบบสตรีมมิ่งหรือดาวน์โหลดเพื่อมาฟังแบบออฟไลน์	บริการแบบ hybrid model (ผสมระหว่าง ads-based model และ subscription-based model)
Joox	■ เน้นเพลงจากในประเทศมากกว่าจากต่างประเทศ ■ สามารถเลือกฟังได้ทั้งในระบบสตรีมมิ่งหรือดาวน์โหลดเพื่อมาฟังแบบออฟไลน์	บริการแบบ hybrid model (ผสมระหว่าง ads-based model และ subscription-based model)
Apple Music	■ มีเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ทั้งเพลง พอดแคสต์ และวิทยุ ■ เลือกฟังได้ทั้งในระบบสตรีมมิ่งหรือดาวน์โหลดเพื่อมาฟังแบบออฟไลน์	บริการแบบ subscription-based model
iTunes Store	■ สามารถเลือกซื้อและดาวน์โหลดเนื้อหาเพื่อรับฟังแบบออฟไลน์ได้ ■ มีการจัดหมวดหมู่ของรายการที่ชัดเจน	บริการแบบ transaction-based model
MyTuner Radio	■ สามารถรับฟังรายการวิทยุจากสถานีต่างๆ กว่า 200 แห่งในประเทศไทย และกว่า 50,000 แห่งจากกว่า 200 ประเทศ	บริการแบบ ads-based model
YouTube Music	■ สามารถรับฟังเพลงต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชัน ทั้งในรูปแบบวิดีโอ หรือเฉพาะเสียงเพลงเท่านั้นได้ ■ มีการจัดเพลย์ลิสต์และวิดีโอ ซึ่งแนะนำให้ตามบริบทความชอบ และความนิยมในขณะนั้น	บริการแบบ hybrid model (ผสมระหว่าง ads-based model และ subscription-based model)

ผู้ให้บริการประจำ OTT by Radio

	จุดเด่น	รูปแบบธุรกิจ
Station City Radio Pattaya	■ รายการวิทยุเฉพาะสถานีวิทยุ City Radio Pattaya มีทั้งรายการเพลง ข่าว และพอดแคสต์	บริการแบบ ads-based model

ความแตกต่างหลักที่ทำให้บริการประเภท OTT Audio หรือบริการสตรีมมิงเพลง (Music Streaming Services) แตกต่างจากผู้ให้บริการกิจการกระจายเสียงแบบดั้งเดิม คือ การที่ผู้บริโภคที่ใช้บริการสตรีมมิงสามารถเลือกฟังเพลง หรือรายการจากคลังเพลงบนแอปพลิเคชันหรือบนเว็บไซต์ได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังสามารถกลับเข้ามาเลือกรับฟังรายการต่างๆ ที่ออกอากาศไปแล้วย้อนหลังได้ ตลอดจนสามารถเลือกกดข้ามในส่วนที่ไม่ต้องการรับฟัง และกดย้อนกลับในส่วนที่ต้องการฟังซ้ำได้ ไม่ว่าจะเป็นกำลังรับฟังแบบออฟไลน์หรือออนไลน์ ในขณะที่การรับฟังรายการจากสถานีวิทยุไม่สามารถให้บริการในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถเลือกรับฟังตามความต้องการได้ อย่างไรก็ตาม การรับฟังรายการจากสถานีวิทยุก็มีจุดเด่นที่แตกต่างจากบริการประเภท OTT Audio หรือบริการสตรีมมิงเพลง ซึ่งได้แก่ การถ่ายทอดสดและการสร้างความพึงพอใจจากการมีส่วนร่วมของผู้ฟังนั่นเอง

รายงานโครงการศึกษาวิจัยประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2563 โดยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ¹¹ ได้รายงานข้อมูลผลการสำรวจ Digital 2020 เมื่อเดือนมกราคม 2563 ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคทั่วโลกฟังเพลงผ่านช่องทางที่ให้บริการสตรีมมิง (Streaming Platform) ถึงร้อยละ 70 ส่วนการฟังวิทยุออนไลน์มีจำนวนร้อยละ 47 และการฟังพอดแคสต์ มีจำนวนร้อยละ 41

ด้วยความได้เปรียบของช่องทางออนไลน์ที่สร้างความสะดวกแก่ผู้บริโภคมากกว่าการออกอากาศผ่านทางวิทยุกระจายเสียงที่ต้องออกอากาศตามเวลาที่กำหนด รวมถึงคุณภาพเสียงและความหลากหลายของเนื้อหารายการที่ถูกพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้ช่องทางบริการกระจายเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและผู้ซื้อสื่อโฆษณามากขึ้น อีกทั้งการเข้าสู่ธุรกิจผ่านช่องทางโครงข่ายอินเทอร์เน็ตยังสามารถดำเนินการได้ง่ายเมื่อเทียบกับการเข้าเวลาสถานีวิทยุ ทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเฉพาะการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่ใช่เป็นเพียงแค่ผู้รับข่าวสารทางเดียวเท่านั้นแต่ยังสามารถแสดงความคิดเห็น ด้วยการโพสต์ทั้งข้อความ ภาพ วิดีโอ และแลกเปลี่ยนผลงานด้วยตนเองได้ ผู้บริโภคสื่อในยุคใหม่จึงเป็นผู้บริโภคที่ต้องการมีส่วนร่วมและมีอำนาจในการตัดสินใจ ซึ่งสามารถแสดงความเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และเลือกที่จะรับฟังข่าวสารที่ต้องการจากหลากหลายช่องทางได้เอง โดยไม่ต้องรอการนำเสนอจากสื่อต่างๆ อีกต่อไป รวมถึงการพัฒนาตนเองเป็นผู้ให้บริการคอนเทนต์รายใหม่ได้เสมอ

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ สะท้อนอย่างชัดเจนว่า การผลิต คิดค้น และพัฒนาเนื้อหารายการ หรือ Content ในช่องทางสื่อต่างๆ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด เนื้อหารายการที่ดีโดดเด่น ชัดเจน และตรงกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในสื่อ แพลตฟอร์ม หรือช่องทางใดก็มีโอกาสที่จะเติบโตและประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว

¹¹ ฝ่ายวิจัยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2564).

บทส่งท้าย

บทที่ 4



กว่า 90 ปีของเส้นทางวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย ตั้งแต่ยุคเริ่มต้นในปี 2470 ที่เริ่มจากการมีวิทยุคลื่นสั้น กำลังส่งต่ำ พัฒนามาเป็นกิจการวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับทั้งนโยบายภาครัฐบาลและการลงทุนของภาคเอกชน ประกอบเป็นห่วงโซ่ของอุตสาหกรรมกิจการกระจายเสียงในประเทศไทย

ประสบการณ์ของผู้ที่คร่ำหวอดในห่วงโซ่ของอุตสาหกรรมที่สะท้อนผ่านบทสัมภาษณ์ ทำให้มองเห็นภาพพัฒนาการต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับการส่งกระจายเสียงในประเทศไทยนับตั้งแต่กำเนิดของการส่งสัญญาณวิทยุ ณ จุดเล็กๆ สู่อุตสาหกรรมที่มากขึ้นไปยังกลุ่มบุคคลในวงที่กว้างขึ้น สู่อุตสาหกรรมที่ก้าวเข้าสู่การวิทยุเพื่อผลทางรายได้ในยุคหนึ่งผู้ที่ก้าวสู่วงการนี้ต้องแลกมาด้วยหยาดเหงื่อ ความสามารถ และพรสวรรค์ส่วนตัว จนนำไปสู่การสร้างตัวตนต่อสาธารณะ ก่อนจะตามมาด้วยชื่อเสียงและรายได้จำนวนมาก คนกลุ่มนี้ในยุคนี้คือผู้จัดรายการวิทยุ ซึ่งได้สร้างความสุขและความบันเทิงให้กับผู้ฟัง และต่อมาได้เปลี่ยนสถานะเป็นเจ้าของสถานี และเป็นผู้ประกอบการวิทยุ เป็นต้น คนกลุ่มนี้ถือได้ว่ามีคุณูปการและมีส่วนในการพัฒนาอุตสาหกรรมวิทยุกระจายเสียงที่เป็นเครื่องมือสื่อสารไปยังประชาชนทั่วประเทศ จนเป็นหนึ่งในสื่อที่เข้าถึงประชาชนโดยตรงได้ตามกลุ่มเป้าหมายและครอบคลุมมากที่สุด

ในช่วงสัญญาภาคระหว่างที่รอการจัดตั้งองค์กรอิสระที่มีหน้าที่กำกับดูแลกิจการกระจายเสียง เกิดการจัดตั้งสถานีวิทยุจำนวนมากมายหลายพันสถานีหรืออาจนับหมื่นสถานี สถานีเหล่านี้ส่งกระจายเสียงในรูปแบบวิทยุชุมชนกระจายอยู่ทั่วประเทศ เกิดความไร้ระเบียบ และก่อให้เกิดปัญหาด้านความถี่รบกวนสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีอยู่เดิม (วิทยุ FM และ AM เดิม) โดยเฉพาะการรบกวนระบบวิทยุการบิน ซึ่งสามารถสร้างผลกระทบต่อความปลอดภัย ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการส่งกระจายเสียงของวิทยุชุมชนเดิมได้นำไปสู่ความพยายามในการนำผู้เกี่ยวข้องกลุ่มนี้เข้าสู่ระบบกำกับดูแล ซึ่งในระยะแรกสามารถดำเนินการผ่านการอนุญาตในรูปแบบ “ผู้ทดลองออกอากาศวิทยุกระจายเสียง

เป็นการชั่วคราว” เท่านั้น ด้วยยังไม่มีคลื่นความถี่ที่สามารถจัดสรรให้สถานีวิทยุกลุ่มนี้ โดยเริ่มในสมัยคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ซึ่งใช้อำนาจทางกฎหมายจากบทเฉพาะกาลมาตรา 78 ของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่ให้ กทช. เป็นองค์กรกำกับดูแลและให้ใบอนุญาตแก่วิทยุชุมชนชั่วคราวก่อนที่จะมีการจัดตั้งองค์กรกำกับดูแลใหม่ (กสทช.) ในช่วงเวลานั้น

เมื่อ กสทช. ถูกจัดตั้งขึ้น ได้เร่งดำเนินการจัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2555 - 2559) ก่อนที่จะมีการต่ออายุแผนแม่บทฯ ฉบับที่ 1 ในเวลาต่อมา ซึ่งการมีแผนแม่บทฯ เป็นจุดเริ่มต้นอย่างเป็นทางการของการจัดทำหลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง จนมีประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง พ.ศ. 2555 ซึ่งได้พยายามจัดระเบียบโดยนำวิทยุกระจายเสียงชุมชนเดิมเข้าสู่ระบบภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช. เพื่อลดปัญหาที่เคยเกิดขึ้น โดยเฉพาะปัญหาการรบกวนของคลื่นความถี่ อย่างไรก็ตาม การจัดระเบียบในช่วงเวลาที่กล่าวมาดำเนินการได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะวิทยุที่มีที่มาจากกลุ่มนี้ยังคงมีจำนวนหลายพันสถานีแม้ว่าจำนวนรวมจะลดลงจากเดิมจนกระทั่งในปี 2564 นี้ กสทช. ได้มีแผนที่นำทาง หรือ Roadmap การจัดระเบียบวิทยุกระจายเสียงใหม่อีกครั้งหนึ่ง ซึ่งเป็นจังหวะเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้เนื่องมาจากคำสั่งของ คสช. ที่ 76/2559 เมื่อ 20 ธันวาคม 2559 ว่าด้วยการให้หน่วยงานภาครัฐที่ถือครองคลื่นความถี่จะต้องส่งคืนคลื่นความถี่ให้ กสทช. ภายในเดือนเมษายน 2565 เพื่อนำไปจัดสรรใหม่ตามกฎหมาย ทำให้กลุ่มวิทยุรายเดิม (วิทยุ FM และ AM เดิม) หากประสงค์จะให้บริการต่อไปก็ต้องเข้าสู่กระบวนการให้ใบอนุญาตภายใต้กฎหมายปัจจุบันด้วยเช่นกัน ซึ่งการส่งกระจายเสียงภายใต้ระบบที่ต้องฟังฟังคลื่นความถี่ ผู้ให้บริการก็ต้องได้รับการจัดสรรคลื่นความถี่ นั่นคือ ถ้าเป็นบริการทางธุรกิจก็ต้องจัดสรรด้วยวิธีการประมูล เป็นต้น เช่นเดียวกับกลุ่มผู้ได้รับอนุญาตให้ทดลองประกอบกิจการที่จะต้องปรับตัวเองเข้าสู่ระบบการอนุญาตที่เต็มรูปแบบ โดยได้รับการจัดสรรคลื่นโดยถูกต้องตามกฎหมายภายใต้บริการแต่ละประเภท

ตั้งแต่ปี 2567 เป็นต้นไป สถานะผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการจะไม่เหลืออยู่อีกต่อไป แต่จะปรับเปลี่ยนสภาพไปเป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงประเภทบริการธุรกิจ บริการสาธารณะ หรือบริการชุมชน ตามที่กฎหมายกำหนด โดยภายใต้ Roadmap การจัดระเบียบกิจการวิทยุกระจายเสียง กำหนดให้กิจการประเภท “บริการชุมชน” กลับไปสู่รูปแบบการให้บริการประชาชนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยเป็นสื่อที่ส่งตรงข้อมูลถึงชุมชน ทั้งนี้ สำหรับ “หน่วยงานหรือองค์กรของรัฐที่เคยถือครองคลื่นความถี่วิทยุ” เช่น กรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานด้านความมั่นคง หากประสงค์ที่จะดำเนินกิจการต่อจะถูกปรับเปลี่ยนเป็นผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียงประเภทบริการสาธารณะ ในขณะที่

“คลื่นความถี่ FM” ซึ่งเป็นคลื่นความถี่ที่มีการใช้ประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลัก กสทช. จะนำมาจัดสรรใหม่ด้วยวิธีการประมูล โดยเริ่มต้นจากคลื่นสถานีวิทยุ 1 ปณ. ของสำนักงาน กสทช. และคลื่นของกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 9 สถานี เป็นโครงการนำร่อง

บริบทของกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยจะพบกับความท้าทายรูปแบบใหม่ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการขยายเครือข่ายการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ก่อให้เกิดรูปแบบการให้บริการวิทยุในช่องทางออนไลน์ที่ไม่ต้องพึ่งพิงคลื่นความถี่ (Internet radio) ซึ่งเป็นบริการสตรีมมิ่งที่แม้ว่าอาจจะยังไม่ขยายตัวกว้างขวางทั่วประเทศ แต่บริการประเภทนี้มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะจากกลุ่มเป้าหมายระดับมีกำลังซื้อในสังคม การเปลี่ยนแปลงนี้ได้ส่งผลกระทบต่อรายได้จากค่าโฆษณาของผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง ดังจะเห็นได้จากประมาณการมูลค่าโฆษณาผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงของสถานีวิทยุธุรกิจ คลื่น FM จำนวน 36 คลื่น ในกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ โดยในปี 2563 มูลค่าการโฆษณามีเพียง 3,602.25 ล้านบาท ซึ่งลดลงถึงร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับปี 2562 และเป็นมูลค่าที่ลดลงมากที่สุดในรอบ 7 ปี นับจากปี 2557¹² เป็นต้นมา

ความท้าทายสำหรับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยที่จะเกิดขึ้นและเป็นไปต่อจากนี้ นอกจากจะต้องพัฒนาและสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่เข้าถึงผู้ฟังแล้ว ยังต้องสร้างจุดเด่นของสถานี สร้างแบรนด์ และพัฒนาต่อยอดบริการ โดยเฉพาะวิทยุประเภทบริการธุรกิจ เพื่อนำไปสู่ช่องทางสร้างแหล่งรายได้ใหม่ด้วย

การเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจากพฤติกรรมของผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต จึงเป็นกุญแจสำคัญของผู้ประกอบการที่จะรับมือกับสมรรถภูมิการแข่งขันในทุกทิศทาง ซึ่งจะเป็นปัจจัยให้ผู้ประกอบการสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว

เบื้องหลัง...คือ บทเรียน
เบื้องหน้า..คือ เส้นทางแห่งโอกาส ที่มุ่งสู่จุดหมาย
หากแต่ต้องก้าวข้ามความท้าทาย
เมื่อหนทางไปสู่เส้นชัยไม่ได้วิ่งเข้าหาเรา
เราจึงต้องวิ่งเพื่อมุ่งหน้าเข้าหา
“เส้นชัย”

¹² รายละเอียดเพิ่มเติมดูได้ที่ภาคผนวก

ภาคผนวก

มูลค่าตลาดกิจการกระจายเสียง

มูลค่าตลาดกิจการกระจายเสียงได้อ้างอิงข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมโดย AGB Nielsen Media Research ซึ่งเป็นข้อมูลการโฆษณาผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงคลื่นหลักในระบบ FM ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 36 สถานี (88.0 – 91.5, 93.0 – 103.5 และ 104.5 – 107.0 MHz)

จากข้อมูลในปี 2557 – 2563 พบว่า มูลค่าตลาดรวมของการโฆษณาในกิจการกระจายเสียงเริ่มลดลงตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นทิศทางที่เกิดขึ้นพร้อมๆ กับเหตุการณ์สำคัญในวงการโฆษณา เช่น การเกิดขึ้นของโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลในปี 2557 การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเกิดขึ้นของวิทยุออนไลน์ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้ฟังที่หันมารับฟังวิทยุผ่านทางสื่อออนไลน์และแอปพลิเคชันกันมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในตลาดโฆษณาในสื่อต่างๆ และเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อมูลค่าโฆษณาในตลาดกิจการกระจายเสียงด้วยเช่นกัน ซึ่งเห็นได้ชัดว่า มูลค่าโฆษณาของตลาดกิจการกระจายเสียงเริ่มลดลงในปี 2559 จนลดลงต่ำสุดในปี 2560 ก่อนจะค่อยๆ ปรับเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2561 อย่างไรก็ตาม แนวโน้มมูลค่าโฆษณาตลาดอีกครั้งในปี 2562-2563 โดยการโฆษณามีมูลค่าเพียง 3,602.25 ล้านบาท ในปี 2563 ซึ่งลดลงถึงร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับปี 2562 และเป็นมูลค่าที่ลดลงมากที่สุดในรอบ 7 ปี นับจากปี 2557 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในปี 2563 เป็นปีที่เริ่มเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ ไวรัสโควิด-19

สถานีวิทยุกระจายเสียง

FM.88.0 (POR CHOR SOR (TV11))
FM.88.5 (SOR TOR ROR)
FM.89.0 (YAN KOH)
FM.89.5 (RAJAMONGKOL)
FM.90.0 (POL 1)
FM.90.5 (VOR POR TOR)
FM.91.0 (SOR VOR POR)
FM.91.5 (YAN KOH)
FM.93.0 (SOR TOR ROR)
FM.93.5 (SOR VOR TOR)
FM.94.0 (TOR TOR BOR)
FM.94.5 (JOR SOR)
FM.95.0 (TOR TOR TOR)
FM.95.5 (POR CHOR SOR)
FM.96.0 (ROR DOR)
FM.96.5 (OR SOR MOR TOR)
FM.97.0 (SOR VOR TOR)
FM.97.5 (TOR TOR TOR)
FM.98.0 (POL 1)
FM.98.5 (1 POR NOR)
FM.99.0 (OR SOR MOR TOR)
FM.99.5 (SOR VOR TOR)
FM.100.0 (JOR SOR)
FM.100.5 (OR SOR MOR TOR)
FM.101.0 (VOR SOR)
FM.101.5 (CHULA)
FM.102.0 (KOR SOR TOR BOR)
FM.102.5 (TOR ROR 06)
FM.103.0 (JOR SOR)
FM.103.5 (TOR TOR BOR (TV7))
FM.104.5 (POR TOR OR)
FM.105.0 (SOR VOR TOR)
FM.105.5 (OR SOR MOR TOR(TV3))
FM.106.0 (SOR TOR ROR)
FM.106.5 (1 POR NOR)
FM.107.0 (OR SOR MOR TOR)

รวมมูลค่าของการโฆษณาทั้งหมด

มูลค่าของการโฆษณาในกิจการกระจายเสียง (หน่วย : พันบาท)						
ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563
93,026	78,599	58,749	47,216	40,763	33,406	23,689
135,020	132,136	54,417	93,704	108,211	78,510	31,414
265,723	234,232	193,192	52,237	77,637	100,078	100,906
83,135	95,555	70,604	79,441	89,234	129,772	123,563
131,543	119,910	130,001	135,209	135,008	151,639	152,480
170,991	185,849	155,512	137,453	152,608	170,658	113,555
135,661	132,808	122,806	139,278	117,423	97,402	79,948
92,803	49,733	43,473	52,239	78,795	66,163	31,022
570,763	485,543	500,917	384,411	492,453	512,457	348,029
83,756	105,062	92,823	64,278	68,830	66,565	69,535
246,065	231,439	163,089	82,075	59,281	230,321	173,922
51,793	183,612	450,919	238,412	246,413	275,129	276,761
201,593	211,309	179,463	162,209	146,055	143,654	110,795
275,414	217,952	159,052	152,229	149,148	127,151	70,478
137,855	143,894	127,003	96,675	107,305	120,045	105,481
114,893	121,967	94,606	92,821	77,174	90,866	62,509
200,764	141,865	206,174	161,158	191,463	202,376	144,326
172,632	176,826	79,294	10,077	15,530	12,631	12,381
87,315	85,280	181,314	71,355	63,398	110,413	106,616
32,505	29,010	79,472	59,415	32,469	40,544	7,435
69,362	63,165	67,795	59,796	57,690	53,961	39,919
-	-	-	-	-	-	3,488
298,180	286,357	265,999	177,550	193,718	170,650	137,787
145,679	170,521	113,147	110,544	114,795	93,235	84,832
140,041	150,369	116,027	115,003	106,055	89,097	70,597
11,225	13,603	23,164	18,634	17,989	15,083	10,491
98,471	72,888	56,171	61,851	74,438	65,749	184,001
89,508	121,002	98,395	107,344	115,356	62,011	47,449
101,551	90,549	93,519	112,871	110,922	90,993	69,132
292,016	299,533	198,040	206,570	257,967	203,325	135,253
53,111	88,012	84,519	204,617	226,802	234,721	44,248
-	-	39,434	48,053	42,984	40,862	45,495
281,723	297,622	224,081	212,107	245,175	227,106	134,993
103,980	123,800	104,077	108,912	110,337	51,583	74,350
568,815	641,989	544,341	522,953	533,860	458,240	313,506
72,480	93,441	90,944	97,425	144,250	118,461	61,863
5,609,392	5,675,432	5,262,533	4,476,122	4,801,536	4,734,857	3,602,249

หมายเหตุ:

- เริ่มมีการเก็บข้อมูล FM 105.50 ในปี 2559 และ FM 99.5 ในปี 2563
- ในปี 2559-2560 มูลค่าการโฆษณาลดลง เนื่องจากเหตุการณ์สำคัญในวงการโฆษณา เช่น การเกิดขึ้นของโทรทัศน์ดิจิทัลและวิทยุออนไลน์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของประชาชน
- ในปี 2563 มูลค่าการโฆษณาลดลงอย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19



บรรณานุกรม

หนังสือ วารสารและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

Commercial Radio Australia. (2021). *Who is Commercial Radio Australia?*. Retrieved 29 June 2021.

จิรพร วิทยศักดิ์พันธุ์. (2556). รายงานผลการศึกษา “โครงการวิจัยตรวจสอบคุณสมบัติปัจจัยความพร้อมของชุมชน ในการดำเนินการสถานีวิทยุชุมชนในประเทศไทย”.

ฝ่ายวิจัยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2564). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาวิจัยประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประจำปี 2563.

พิรงรอง รามสูตร. (2556). วิทยุชุมชนในประเทศไทย จากการปฏิรูปสื่อ สู่การกำกับดูแลที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2559). รายงานผลการศึกษาฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการศึกษาวิจัยการปฏิรูปสื่อ เล่มที่ 9 “สื่อภาคประชาชน”.

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2563). รายงานผลการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการ “ศึกษามลกระทบของ OTT ต่อกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไทย และแนวทางการส่งเสริมการกำกับดูแล”.

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2560). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจและนำเสนอหลักเกณฑ์การกำกับดูแลสื่อวิทยุชุมชน เพื่อนำไปสู่สังคมประชาธิปไตยแบบพหุนิยมสารสนเทศ.

สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ. (2555). ๑ ทศวรรษ วิทยุชุมชนไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 1). สืบค้นจาก http://www.th.boell.org/sites/default/files/community_radio.pdf

สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ. (2560). รายงานการศึกษา การเปลี่ยนผ่านสู่การกระจายเสียงวิทยุระบบดิจิทัลของประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://nbtcrights.com/wp-content/uploads/2015/01/----->

-----56.pdf

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2561). รายงานการศึกษา การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล.

สัมภาษณ์และการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล

ณัฐมน พรหมสุภา. อดีตผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท โน้ต พับบลิชซิง จำกัด.
(31 มีนาคม 2564). สัมภาษณ์.

ณิลุบล ทิพย์อาสน์. ผู้ประสานงาน R Radio Network สำนักงานคณะกรรมการ
การอาชีวศึกษา. (23 เมษายน 2564). สัมภาษณ์.

นที ศุภรัตน์. รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (8 มิถุนายน 2564). สัมภาษณ์.

ประสิทธิ์ ภูมาศ. ผู้ดำเนินรายการวิทยุ สถานีวิทยุชุมชนคนเมืองลี. (14 เมษายน 2564).
สัมภาษณ์.

ประเสริฐ พงษ์อนานิกร. ผู้บริหารค่ายเพลงรตไฟดนตรี. (7 มีนาคม 2564). สัมภาษณ์.

พวงศันรินทร์ อุลิต. ผู้บริหารคลื่นวิทยุ แคท เรดิโอ. (3 เมษายน 2564). สัมภาษณ์.

ไพบวษ์ เตชะธรรงค์. ประธานบริษัท โบนน้า กอล์ฟ แอนด์ คันทรี คลับ จำกัด. (17 มีนาคม
2564). สัมภาษณ์.

สายทิพย์ มนตรีกุล ณ ออยุธยา. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เซนจ์ 2561 จำกัด.
(23 มีนาคม 2564). สัมภาษณ์.

สุบัณฑิต สุวรรณนพ. รองกรรมการผู้อำนวยการ สำนักงานผังรายการ บริษัท ปิอีซี เวิลด์
จำกัด (มหาชน). ประสานงาน.

สำนักงานอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ปส). สำนักงาน กสทช.
(8 กรกฎาคม 2564). บันทึกภายใน.

สำนักวิศวกรรมและเทคโนโลยีในการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ทส). สำนักงาน กสทช.
(14 กรกฎาคม 2564). บันทึกภายใน.

เสน่ห์ จินาจันทร์. ผู้ดำเนินรายการวิทยุ สถานีวิทยุชุมชนคนเมืองลี. (14 เมษายน 2564).
สัมภาษณ์.

อมรรัตน์ ตั้งขันติธรรม. รองกรรมการผู้จัดการ บริษัทลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก. (28 เมษายน 2564).
สัมภาษณ์.



“หนังสือฉบับนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการ
ของกิจการกระจายเสียงในแต่ละยุคแต่ละสมัย
รวมทั้งรวบรวมข้อคิดและประสบการณ์ของ
บุคคลในวงการกระจายเสียงที่ฟันฝ่าอุปสรรค
และความท้าทายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ข้อมูล ความเห็น หรือข้อความใดๆ ที่ปรากฏในหนังสือนี้
ไม่มีผลผูกพัน ต่อสำนักงาน กสทช. แต่อย่างใด
และสำนักงาน กสทช. จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหาย
ที่อาจจะเกิดขึ้น ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม จากการนำข้อมูล
ความเห็น หรือข้อความในหนังสือนี้ไปใช้ หรือกระทำการใด
ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล ความเห็น หรือข้อความที่ปรากฏในหนังสือนี้ ”