

การบริหารจัดการของสถานีวิทยุชุมชนคลื่น F.M. 101.25 MHz  
จังหวัดอุตรดิตถ์

The administration of community radio station F.M. 101.25 MHz  
Uttaradit Province

ปรัชญานันท์ น้อยศิริ (Prusyanan Noisiri)<sup>1\*</sup> กิตติมา ชาญวิชัย (Kittima chanvichai)<sup>2</sup>  
หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสาร คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร<sup>1\*</sup>  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์<sup>2</sup>  
อีเมลผู้แต่งหลัก : prusya\_sai@hotmail.com เบอร์โทร : 082-8778437

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการวิทยุชุมชน และเพื่อศึกษาการบริหารจัดการแบบการมีส่วนร่วมในสถานีวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย จำนวน 11 คน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และเก็บข้อมูลภาคสนาม วิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย และการจำแนกชนิดข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า

1. การบริหารจัดการวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุตรดิตถ์ ใน 3 ด้าน ได้แก่  
1) การบริหารจัดการด้านบุคคล พบว่า การบริหารจัดการของสถานีฯ เน้นบริหารจัดการให้สอดคล้องต่อระเบียบของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ใช้หลักการที่เป็นสื่อสาธารณะให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมและร่วมใช้ประโยชน์ได้ บุคลากรที่เข้ามาปฏิบัติงานส่วนใหญ่เป็นผู้มีความสมัครใจและชอบที่จะปฏิบัติงานอย่างมีความสุข บุคลากรทุกคนเตรียมพร้อมเข้าสู่ระบบดิจิทัลในอนาคต ผู้บริหารสถานีฯ นำประสบการณ์ของตนเองถ่ายทอดเป็นแนวทางการปฏิบัติงานของบุคลากรและให้ยึดหลักการการปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงกฎระเบียบ ข้อกำหนด ข้อบังคับต่างๆจาก กสทช. อย่างเคร่งครัด จุดแข็งของสถานีฯ คือรูปแบบการจัดทำรายการวิทยุ เช่น การส่งเสริมความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และความมั่นคง/ปลอดภัยของสังคม จุดอ่อนของสถานีฯ คือขาดบุคลากรที่ชำนาญด้านการตลาด และมีอุปสรรคเกี่ยวกับผู้สนับสนุนรายการมีน้อยเพราะผู้สนับสนุนรายการนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการโฆษณาสินค้ามากกว่าวิทยุชุมชน จนทำให้เกิดการแย่งชิงผู้สนับสนุนรายการระหว่างเจ้าของสถานีฯ ต่างๆ 2) การบริหารจัดการด้านงบประมาณ พบว่ามีปัญหาบ่อยครั้งในเรื่องเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายประจำเดือน สถานีฯ วิธีการแก้ปัญหา คือ มีการประชุมทุก 3 เดือน เพื่อนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาแก้ไข และปรับปรุงให้ดีขึ้น ดำเนินการโดยให้บุคลากรทุกฝ่ายมีการพูดคุย ชักถามถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น ฝ่ายธุรการและการบัญชีชี้แจงปัญหาค่าใช้จ่ายไม่เพียงพอนั้นมีอะไรบ้าง ผู้จัดการรายการชี้แจงปัญหาว่าผู้สนับสนุนรายการมีน้อยเพราะเหตุใด เป็นต้น สถานีฯ จึงใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อแก้ปัญหา คือ เน้นเรื่องความมีเอกลักษณ์

และสร้างจุดเด่น เพื่อสร้างแรงจูงใจต่อผู้สนับสนุนรายการ จุดเด่นของสถานีฯ คือนำบุคคลในชุมชนที่มีความรู้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดรายการเพื่อเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผู้ฟัง ใช้กลยุทธ์การวางแผนในหลาย ๆ ด้าน เช่น การบริหารจัดการช่วงเวลาของรายการ ประเภทของรายการความโดดเด่น ศึกษากลุ่มผู้ฟังก่อนว่าช่วงเวลาใดเหมาะสมกับผู้ฟังกลุ่มใด เป็นต้น 3) การบริหารจัดการด้านผู้ฟัง พบว่า สถานีฯ ใช้วิธีให้มีผู้ฟังเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ การวางแผนการจัดรายการ โดยนำเรื่องราวที่นำเสนอในรายการตรงกับความต้องการของผู้ฟังมากที่สุด จัดรายการให้แตกต่างจากสถานีอื่น ๆ เรื่องราวใหม่ ๆ ที่ประชาชนให้ความสนใจเป็นพิเศษ และเสนอข้อคิดเห็นให้ผู้ฟังได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เป็นคนดีในสังคม ผลที่ตามมาทำให้ผู้ฟังชอบและมีการบอกต่อจนทำให้มีกลุ่มผู้ฟังเพิ่มขึ้น

2. การบริหารจัดการแบบการมีส่วนร่วมในสถานีวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า สถานีฯ มีการเชิญบุคคลในชุมชนที่มีประสบการณ์ มีความรู้ความสามารถเฉพาะตัว เช่น ราษฎรชาวบ้าน นักเรียน/นักศึกษา บุคลากรของหน่วยงานราชการ พระสงฆ์ ฯลฯ พวกเขามีส่วนร่วมในการจัดรายการวิทยุ และเสนอความคิดเห็น เช่น ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยทั่วไป ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญ กฎระเบียบในข้อกฎหมายต่าง ๆ เชื่อมโยงประชาชนในสังคมให้เข้าใจกัน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน และมีส่วนร่วมในการเป็นสื่อกลางรับบริจาคเงินเพื่อนำเงินไปช่วยเหลือสังคม เช่น ช่วยเหลือเด็กพิการทางหัวใจ บำรุงสาธารณประโยชน์ และบำรุงศาสนา เป็นต้น ซึ่งสถานีฯ ให้ความสำคัญมากกับผู้มีส่วนร่วมในการจัดรายการส่วนใหญ่ประชาชนไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการของสถานีฯ ที่ชัดเจน ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งของสถานีฯ อาจเป็นเพราะข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวิทยุชุมชนจากหน่วยราชการขาดความแน่นชัดและคลุมเครือ ทำให้ประชาชนยังสับสน แต่สถานีฯ ยังคงต้องการให้ประชาชนเปิดรับฟังวิทยุชุมชนเพิ่มขึ้น โดยใช้จุดเด่นคือมีการนำบุคคลในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินรายการวิทยุ โดยสถานีฯ มีขั้นตอนคือ ค้นหาและคัดกรองผู้มีความรู้ความสามารถในชุมชน เมื่อได้บุคคลที่ต้องการแล้วจะมีการพูดคุยกันกับทางสถานีฯ ต่อมาสถานีฯ จะดำเนินการจัดช่วงเวลาออกอากาศให้ ในการออกอากาศในแต่ละครั้งทำความเข้าใจกันก่อน ซึ่งผู้มีส่วนร่วมในการจัดรายการเหล่านั้นต้องปฏิบัติตัวเช่นเดียวกันกับนักจัดรายการของทางสถานีฯ และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมคือสามารถวิพากษ์วิจารณ์การผลิตรายการเพื่อจะได้นำไปแก้ไข ปรับปรุงต่อไป และรายการที่ประชาชนฟังพอใจมากที่สุดคือ การจัดรายการเกี่ยวกับความรู้ทางด้านการเกษตร ทำนา ทำสวน ทำไร่ และการเลี้ยงสัตว์ รองลงมาคือด้านศิลปวัฒนธรรม สุขภาพอนามัย และกฎหมายที่จำเป็นสำหรับประชาชน เป็นต้น การมีประชาชนผู้มีความรู้ มีความชำนาญเฉพาะด้านมาร่วมในการจัดรายการวิทยุ ทำให้ประชาชนฟังพอใจมาก น่าเชื่อถือ ประชาชนได้นำความรู้เหล่านั้นไปพัฒนาครอบครัว และยังนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุข

**คำสำคัญ :** การบริหารจัดการ, สถานีวิทยุชุมชนคลื่น F.M. 101.25 MHz, จังหวัดอุดรดิตถ์

### Abstract

The objectives of this qualitative research were: 1) to study the administrations of the community radio station F.M. 101.25 MHz, Uttaradit Province, Thailand; and 2) to study the participatory administration of the community radio station F.M. 101.25 MHz, Uttaradit Province, Thailand. The sample was the 11 informants. The research instruments used included interviews for collecting the data from documents as well as field studies. Collected data was analyzed using analytic induction and typological analysis. The administrations of the community radio station F.M. 101.25 MHz, Uttaradit Province were analyzed from 3 aspects: personnel administration, budget administration, and audience administration. The results of the study were as follows;

1. The administrations of community radio station F.M. 101.25 MHz, Uttaradit Province in 3 aspects; 1) The personnel administration was found to be in accordance with the regulations of the Office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission, applying the principles of public media to the people in the community. The majority of the practitioners were satisfied in their work, and all personnel were prepared for the digital system in the future. The community radio station administrator applied their work experience to the practitioners according to the strict principles of the Office of National Broadcasting and Telecommunications Commission. The station strength relates to the community radio broadcast model, such as, the promotion of patriotism, religion, the king and safety in the society. The station weakness is that it is unskillful about marketing. The station's main obstacle relates to a decrease in sponsors with most sponsors using the internet for advertising rather than the community radio, resulting in disputes over sponsorship between radio stations. 2) The budget administration was found to experience frequent problems relating to the station's monthly expenses. The station's solution is to have a meeting once every three months to solve the problem. The personnel of every department has observed and talked about the problems that happen, for example, the administrative and accounting departments explain about not enough expenses, the speaker asked for the reason they have less supporter etc. The station uses its marketing strategy to solve the problem by

emphasizing its prominence so as to motivate the sponsors. The station has featured inviting knowledgeable people to participate in the radio programs in order to add variety for the listeners. The strategies used cover many aspects, such as managing the timing, the special features of their program, studying the audience group and deciding what time period is appropriate for the audience. 3) The audience administration was found to be searching for more listeners by using the following methods: making lists that best suit the needs of the audience, that are different from other stations; present news stories that people are most interested in at the current time; and present opinions that may change the attitude of the audience in order for them to be better community citizens. These strategies can make the audience like the radio station more, and lead to an audience increase.

2. The participation administration of the community radio station F.M. 101.25 MHz, Uttaradit Province was found to invite people with individual experience and knowledge, such as local wisdom, to participate in the radio programs, including students, government officials, and monks. They are able to participate by presenting their opinions on topics such as health, freedom of the constitution, and various laws, allowing people in the community to have a better understanding of each other. They can share their opinions relating to social issues, the economy, and politics, that are useful to the community, as well as allowing people to participate in money donation, such as helping children with heart disease, maintaining the public benefit, and providing for religion. Whilst the station considers that participation is very important, the majority does not fully understand the objectives of the station's administration, perhaps because information from the government is not clear. The station is used to inviting people in the community to participate in the radio program. The station has the process of searching and screening the people in the community, to participate in the station's program. People are most satisfied because they have brought their knowledge to promote self-development, family development, and a happier daily life.

**Keywords:** Administration, Community Radio station F.M. 101.25 MHz, Uttaradit Province

## บทนำ

สถานีวิทยชุมชน เกิดขึ้นจากการมีปัญหาร่วม ความต้องการร่วม และความสนใจร่วมของประชาชนในชุมชนแห่งนั้น ๆ แตกต่างกันไป เพื่อต้องการแก้ปัญหาพร้อมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของชุมชน รวมไปถึงความสนใจเรื่องธรรมะ ศาสนา อุดมการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งความสนใจในการอนุรักษ์ธรรมชาติ ป่าไม้ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ดังที่ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2552, 24 กรกฎาคม กล่าวไว้ว่า คำว่าชุมชนมีความหมายว่ากลุ่มประชาชนที่มีพื้นที่อาศัยในแหล่งเดียวกันไม่ว่าจะในเมืองหรือในชนบทและรวมถึงกลุ่มประชาชนที่มีความสนใจร่วมกันและอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันหรือสื่อสารถึงกันได้โดยมีผลประโยชน์ด้านสังคมและวัฒนธรรมเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน ทำกิจกรรมอันชอบด้วยกฎหมายและศีลธรรมร่วมกัน มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดการและการแสดงเจตนาแทนกลุ่มได้

สถานีวิทยชุมชน ช่วงปี พ.ศ. 2549 เกิดวิกฤติทางการเมืองภายในประเทศไทย สาเหตุมาจากความขัดแย้งทางการเมืองในสังคมที่รุนแรงสาเหตุเพราะประชาชนมีความคิดต่างทางการเมืองและมีผู้มีอิทธิพลใช้อำนาจคุกคามสื่อหลายประเภท ทำให้สื่อมีความลำบากใจที่จะเสนอข่าวสารให้ประชาชนได้ทราบข้อเท็จจริง มีการช่วงชิงอำนาจทางการเมืองโดยใช้สื่อเป็นเครื่องมือของกลุ่มตัวเองและโจมตีอีกฝ่ายหนึ่ง โดยเฉพาะวิทยุชุมชนก็ต้องตกเป็นเครื่องมือทางการเมือง เช่น เป็นเครื่องมือเพื่อการถ่ายทอดอุดมการณ์ตามความเชื่อของฝ่ายตนเอง จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) เมื่อปี พ.ศ. 2553 จะเห็นได้ว่า มีวิทยุขนาดเล็กที่มากขึ้นทะเบียนทั้งหมด จำนวน 6,629 สถานี ความเข้าใจของคนในสังคมที่มีต่อวิทยุชุมชนเปลี่ยนไป มีเรื่องเกี่ยวกับธุรกิจเข้ามาซื้อรายการในวิทยุชุมชนหรือมาตั้งสถานีด้วยตนเองแต่ใช้ชื่อว่าวิทยุชุมชน การผลิตรายการหรือเนื้อหาที่ออกมาก็ไม่ได้ตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนแต่กลับตอบสนองให้กับธุรกิจเหล่านั้นที่สนับสนุนวิทยุชุมชน จนทำให้เกิดความไม่เป็นอิสระในการผลิตรายการ และทำให้วิทยุชุมชนถูกมองว่า เป็นวิทยุการเมือง เป็นเครื่องมือของการปลุกกระดมผู้คน ทำให้ประชาชนในประเทศเกิดความเกลียดชังกัน จนนำมาซึ่งการเกิดขึ้นของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือ กสทช. นั้น น่าจะเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของการพัฒนาวิทยุชุมชนในประเทศไทย

สิทธิเพื่อการสื่อสารของชุมชนเกิดขึ้นตั้งแต่ปลายปี พ.ศ.2543 เรื่อยมาควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่าง ๆ อาทิ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 มาตรา 40 ต่อเนื่องรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพ.ศ. 2550 มาตรา 47 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2543 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 จนถึงจุดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองครั้งใหญ่เมื่อมีการประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 15/2557 เรื่องขอให้ระงับการถ่ายทอดออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม เคเบิล โทรทัศน์ระบบดิจิตอล

และสถานีวิทยุชุมชน โดยมีเนื้อหากล่าวไว้ว่า เพื่อให้การเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนเป็นไปด้วยความถูกต้อง ปราศจากการบิดเบือนอันจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด จนส่งผลกระทบต่อการรักษาความสงบเรียบร้อย จึงให้สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม เคเบิล โทรทัศน์ระบบดิจิทัล และสถานีวิทยุชุมชนที่ไม่ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายที่กำหนด ตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ.2557 เป็นต้นไป ประกาศโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 131 ตอนพิเศษ 87 ง หน้า 2 วันที่ 28 พฤษภาคม 2557) ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 23/2557 เรื่องการถ่ายทอดออกอากาศของสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ระบบอนาล็อก และสถานีวิทยุกระจายเสียง เนื้อหากล่าวไว้ว่า เพื่อให้การเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนเริ่มกลับสู่ภาวะปกติ และเป็นไปด้วยความถูกต้องปราศจากการบิดเบือน อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดจนส่งผลกระทบต่อการรักษาความสงบเรียบร้อย คณะรักษาความสงบแห่งชาติ ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ และรวมถึง (ข้อ 2) สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ได้รับอนุญาต สัญญา หรือสัมปทานจากส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ ยกเว้นสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการ ออกอากาศรายการประจำของสถานีได้ตามปกติ (ข้อ 3) การออกอากาศรายการประจำสถานีจะต้องงดเว้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอันมีลักษณะต้องห้ามตามประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 14/2557 เรื่องห้ามสร้างความขัดแย้งต่อต้านการปฏิบัติงานของ คสช. และประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 18/2557 เรื่องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะ และ (ข้อ 4) เมื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ คำสั่ง ของคณะรักษาความสงบแห่งชาติให้สถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุกระจายเสียงข้างต้นถ่ายทอดสัญญาณภาพ เสียงจากสถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงของกองทัพบกโดยทันที นับตั้งแต่วันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ.2557 เป็นต้นไป ประกาศโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 131 ตอนพิเศษ 87 ง หน้า 11 วันที่ 28 พฤษภาคม 2557) ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 32/2557 เรื่อง ระเบียบการออกอากาศของสถานีวิทยุชุมชนที่ไม่ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายและสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการ เนื้อหากล่าวไว้ว่า เพื่อให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปด้วยความถูกต้อง ปราศจากการบิดเบือน อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด จนส่งผลกระทบต่อการรักษาความสงบเรียบร้อย ซึ่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติได้มีประกาศรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 15/2557 ลงวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 และฉบับที่ 23/2557 ลงวันที่ 23 พฤษภาคม 2557 โดยระงับการออกอากาศของสถานีวิทยุชุมชนที่ไม่ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายที่กำหนดและสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการแล้วนั้น และเพื่อให้เกิดความชัดเจนและมีความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน จึงประกาศให้สถานีวิทยุชุมชนที่ไม่ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย และสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการถือปฏิบัติตามประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติทั้ง 2 ฉบับโดยเคร่งครัด นับตั้งแต่วันที่ 24

พฤษภาคม พ.ศ.2557 เป็นต้นไป ประกาศโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 131 ตอนพิเศษ 87 ง หน้า 9 วันที่ 29 พฤษภาคม 2557)

การบริหารจัดการวิทยุชุมชน ในปัจจุบัน เริ่มเห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น เนื่องจาก โดยเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2557 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) มีมติที่ประชุมเห็นชอบแนวทางการแสดงความประสงค์ขอออกอากาศวิทยุกระจายเสียงของผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการว่า เพื่อให้ผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาตถูกต้องมีโอกาส และสามารถออกอากาศวิทยุกระจายเสียงได้ โดยมีการพิจารณา และมีความเห็นให้ดำเนินการสอดคล้องกับประกาศ คสช. ทั้ง 3 ฉบับ ให้ผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการ แสดงความประสงค์ ขอออกอากาศวิทยุกระจายเสียงภายใต้ประกาศ คสช. โดยมีคุณสมบัติ คือ 1) เป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง ตามประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง 2) เป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ทำ นำเข้า มีใช้ ซึ่งเครื่องวิทยุคมนาคม และตั้งสถานีวิทยุคมนาคม ตามพ.ร.บ.วิทยุคมนาคม พ.ศ. 2498 หรือผ่านการทดสอบมาตรฐานทางเทคนิคของเครื่องส่งวิทยุกระจายเสียงสำหรับการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง และ 3) จะต้องไม่เป็นผู้นำผิดคำสั่งของ คสช. ที่เกี่ยวกับการดำเนินการออกอากาศของสถานีวิทยุกระจายเสียง สำหรับขั้นตอนการดำเนินการกลั่นกรองนั้น จะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง กองทัพอากาศและสำนักงาน กสทช.เขต ร่วมกันกลั่นกรองและตรวจสอบสถานีวิทยุของผู้ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการที่จะสามารถดำเนินการออกอากาศ มี 3 ประเภทคือ 1) ประเภทกิจการบริการธุรกิจ 2) ประเภทกิจการบริการสาธารณะ และ 3) ประเภทกิจการบริการชุมชน

สถานีวิทยุชุมชนแบบธุรกิจคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุดรดิตถ์ สถานะของวิทยุชุมชน ปัจจุบันมีการบริหารจัดการเป็นลักษณะบริการธุรกิจ ตามเอกสารการออกใบอนุญาตที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2545 เป็นสถานีวิทยุชุมชนแห่งแรกของจังหวัดอุดรดิตถ์ ต่อมาทำการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใช้ชื่อว่า “ห้างหุ้นส่วนจำกัด เสียงอารยะ” สำหรับกิจการบริการธุรกิจ ใ้ไว้ ณ วันที่ 4 มกราคม 2557 ตั้งอยู่ที่เลขที่ 128 หมู่ 14 บ้านวังยาง ตำบลผาจุก อำเภอเมืองจังหวัดอุดรดิตถ์ ปัจจุบันยังคงมีการบริหารจัดการสถานีฯ อย่างสอดคล้องกับประกาศของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) และอยู่ในการควบคุมของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ลักษณะโครงสร้างหน้าของสถานีฯ มีการแบ่งหน้าที่กันปฏิบัติหน้าที่ ได้แก่ ประธานกรรมการสถานีวิทยุหรือ หัวหน้าสถานีฯ เจ้าหน้าที่ควบคุมและผลิตรายการ เจ้าหน้าที่ควบคุมเสียง เจ้าหน้าที่เทคนิค เจ้าหน้าที่ธุรการและการบัญชี รวมทั้งสิ้น 6 คน พื้นที่การกระจายเสียงประกอบด้วยอำเภอเมืองอุดรดิตถ์ อำเภอลับแล อำเภอดรอน อำเภอท่าปลา อำเภอทองแสนขัน พื้นที่บางส่วนของอำเภอน้ำปาด อำเภอพิชัย และอำเภอศรีสขนาลัย จังหวัด

สุขุขทัย ความโดดเด่นในการจัดรายการ อาทิเช่น รายการข่าวนำเสนอข่าวทันต่อเหตุการณ์ รายการ เพลงเปิดเพลงหลากหลายประเทศมานำเสนอ เช่น เพลงประเทศลาว เพลงประเทศอินเดีย เพลง ประเทศพม่า เพลงสากล และเพลงไทยใหญ่ รายการธรรมะ เช่น บทสวดมนต์ นิทานธรรมะ เป็นต้น

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการวิทยุชุมชน
2. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการแบบการมีส่วนร่วมในสถานีวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุตรดิตถ์

### วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิจัย

1. เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เป็นรายบุคคล (Individual dept interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observations) โดยผู้วิจัยเข้าไปอยู่ในสถานการณ์เหมือนเป็นสมาชิกของสถานีฯ ซึ่งผู้ถูกสังเกต มีทั้งรู้ตัวและไม่รู้ตัวเพื่อได้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นธรรมชาติ

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) เลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้บริหารสถานีวิทยุชุมชน จำนวน 1 คน ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 5 คน ประชาชนชาวบ้าน จำนวน 2 คน และประชาชนที่เปิดรับฟังวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 11 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยยึดหลักข้อมูลที่มี ลักษณะสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการศึกษา ได้แก่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และการเก็บ ข้อมูลภาคสนาม เป็นการเก็บข้อมูลที่ได้จากพื้นที่ที่ทำการวิจัย

4. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ อย่างละเอียดตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาที่ได้ กำหนดเอาไว้ นำข้อมูลที่ได้จากภาคสนามจากแบบสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมแล้วนำมา สรุปสาระสำคัญตามประเด็นที่ทำการศึกษา ข้อมูลที่เก็บมาได้ทั้งจากเอกสารและข้อมูลภาคสนาม นำมาตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ โดยนำข้อมูลไปให้ผู้ให้ข้อมูลอ่านหรือไม่แน่ใจ จะกลับไปสัมภาษณ์ซ้ำอีก เพื่อให้ข้อมูลตรงกับความเป็นจริง โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสาม เสา (Methodological Triangulation) คือ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่ง ที่แตกต่างกัน คือ พิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยตรวจสอบแหล่งที่มา โดยพิจารณา แหล่งที่มา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล เป็นต้น

5. การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยวางมาตรการที่จะป้องกันความผิดพลาด โดยตรวจสอบข้อมูลก่อนทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเสา (Methodological Triangulation) โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูล ในด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological

Triangulation) ซึ่งเป็นการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน คือ การบริหารจัดการของวิทยุชุมชนแบบธุรกิจใน 3 ด้าน คือ การบริหารจัดการด้านบุคคล การบริหารจัดการด้านงบประมาณ และการบริหารจัดการด้านผู้ฟัง และการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนแบบธุรกิจ ใน 3 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้บริหาร/ผู้วางแผน/ นโยบาย การมีส่วนร่วมในระดับผู้ผลิตรายการ และการมีส่วนร่วมในระดับผู้ฟัง ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถามศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารต่างๆ นำมาประกอบกับหลักของการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า คือ การไม่ปักใจว่าแหล่งข้อมูลแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่ได้มาตั้งแต่แรกเป็นแหล่งที่เชื่อถือได้ แล้วนักวิจัยจำเป็นต้องแสวงหาความเป็นไปได้ว่ายังมีแหล่งอื่นได้อีกบ้าง

6. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสาร และข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ตามแนวคิดของ สุภางค์ จันทวานิช (2552 หน้า 131-137) คือ การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการตีความสร้างข้อสรุป เป็นต้น และทำการวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) คือ การใช้แนวคิดทฤษฎีเป็นแนวทางสำหรับการวิเคราะห์

7. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ ซึ่งมีภาพประกอบที่เป็นบุคคลของผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุดรดิตถ์

## ผลการวิจัย

1. จากการศึกษาสภาพทั่วไปของวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่าการบริหารจัดการ สถานีฯ มีลักษณะเป็นบริการธุรกิจ ประชานกรรมากรฯ สถานีฯ คนปัจจุบันเป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งวิทยุชุมชนรายแรกของจังหวัดอุดรดิตถ์ โดยใช้งบประมาณส่วนตัวทั้งหมด ลักษณะโครงสร้างหน้าที่ของสถานีฯ มีการแบ่งกันทำหน้าที่ชัดเจน พื้นที่การกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่อำเภอต่างๆ ของจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ อำเภอลับแล อำเภอดรอน อำเภอท่าปลา อำเภอทองแสนขัน พื้นที่บางส่วนของอำเภอน้ำปาด อำเภอพิชัย และอำเภอศรีสาขาลัย จังหวัดสุโขทัย แนวทางการดำเนินงานเน้นการปฏิบัติงานของบุคลากรให้สอดคล้องกับประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.)

2. จากการศึกษาการบริหารจัดการวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุดรดิตถ์ ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) การบริหารจัดการด้านบุคคล พบว่า การบริหารจัดการของสถานีฯ เน้นบริหารจัดการให้สอดคล้องต่อระเบียบของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีหลักการที่เป็นสื่อสาธารณะให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมและร่วมใช้ประโยชน์ได้ บุคลากรที่เข้ามาปฏิบัติงานส่วนใหญ่เป็นผู้มีความสมัครใจและชอบที่

จะปฏิบัติงาน อย่างมีความสุข และบุคลากรเตรียมพร้อมจะเข้าสู่ระบบ Digital ในอนาคต ประธาน กรรมการของสถานีฯ นำประสบการณ์ของตนเองถ่ายทอดเป็นแนวทางการปฏิบัติงานของบุคลากร และให้ยึดหลักการการปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงกฎ ระเบียบ ข้อกำหนด ข้อบังคับต่าง ๆ จาก กสทช. อย่างเคร่งครัด จุดแข็งของสถานีฯ คือการจัดรายการเกี่ยวกับการส่งเสริมความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และความมั่นคง/ปลอดภัยของสังคม จุดอ่อนของสถานีฯ คือขาดบุคลากรที่ชำนาญ ด้านการตลาด และมีอุปสรรคเกี่ยวกับผู้สนับสนุนรายการมีน้อยเพราะผู้สนับสนุนรายการนิยมใช้สื่อ โซเชียลในการโฆษณาสินค้ามากกว่าวิทยุชุมชน จนทำให้เกิดการแย่งชิงผู้สนับสนุนรายการระหว่าง เจ้าของสถานีฯ ต่างๆ 2) การบริหารจัดการด้านงบประมาณ พบว่ามีปัญหาบ่อยครั้งในเรื่องเกี่ยวกับ ค่าใช้จ่ายประจำเดือน สถานีฯ ใช้วิธีการแก้ปัญหา คือ มีการประชุมทุก 3 เดือน เพื่อนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาแก้ไข และปรับปรุงให้ดีขึ้น จุดเด่นของสถานีฯ คือนำบุคคลในชุมชนที่มีความรู้เข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดรายการเพื่อเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผู้ฟัง ใช้กลยุทธ์การวางแผนในหลาย ๆ ด้าน เช่น การบริหารจัดการช่วงเวลาของการจัดรายการ และประเภทของรายการให้โดดเด่นโดยทำการศึกษา กลุ่มผู้ฟังก่อนว่าช่วงเวลาใดเหมาะสมกับผู้ฟังกลุ่มใด เป็นต้น 3) การบริหารจัดการด้านผู้ฟัง พบว่า สถานีฯ ใช้วิธีการกระตุ้นให้มีผู้ฟังเพิ่มขึ้นมากขึ้นโดยวางแผนการจัดรายการเพื่อให้เรื่องราวเหล่านั้นตรง ความต้องการผู้ฟังมากที่สุด จัดรายการให้แตกต่างจากสถานีอื่น ๆ เช่น เรื่องราวสดใหม่ที่ประชาชน ให้ความสนใจเป็นพิเศษ และเสนอข้อคิดเห็นให้ผู้ฟังได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เป็นคนดีในสังคม ผลที่ตามมาทำให้ผู้ฟังชอบและมีการบอกต่อจนทำให้มีกลุ่มผู้ฟังเพิ่มขึ้น

3. จากการศึกษาการบริหารจัดการแบบการมีส่วนร่วมในสถานีวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุดรธานี พบว่า สถานีฯ มีการเชิญบุคคลในชุมชนที่มีประสบการณ์ มีความรู้ ความสามารถเฉพาะตัว เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน นักเรียน/นักศึกษา บุคลากรของหน่วยงานราชการ พระสงฆ์ พวกเขามีส่วนร่วมในการจัดรายการวิทยุ เสนอแนวคิดในการจัดรายการแต่ละครั้ง เช่น ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยทั่วไป ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญและระเบียบข้อ กฎหมายต่าง ๆ ในฐานะเป็นตัวกลางที่ทำให้สังคมเกิดความเข้าใจกัน ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการ จัดรายการ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เป็นประโยชน์ต่อ สังคม มีส่วนร่วมในการเป็นสื่อกลางรับบริจาคเงินเพื่อนำเงินไปช่วยเหลือสังคม เช่น ช่วยเหลือเด็ก พิกัดทางหัวใจ บำรุงสาธารณประโยชน์ และบำรุงศาสนา เป็นต้น ซึ่งสถานีฯ ให้ความสำคัญมากกับผู้ มีส่วนร่วมในการจัดรายการ ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยเข้าใจวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการ ของสถานีฯ อย่างแท้จริง ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งของสถานีฯ อาจเป็นเพราะข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับวิทยุชุมชนจากหน่วยราชการขาดความแน่ชัดและคลุมเครือ ทำให้ประชาชนยังสับสน แต่ สถานีฯ ยังคงต้องการให้ประชาชนเปิดรับฟังวิทยุชุมชนเพิ่มขึ้น โดยใช้จุดเด่นคือมีการนำบุคคลใน ชุมชนเข้ามา มีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินรายการวิทยุ โดยสถานีฯ มีขั้นตอนคือ ค้นหาและ คัดกรองผู้มีความรู้ความสามารถในชุมชน เมื่อได้บุคคลที่ต้องการแล้วจะมีการพูดคุยกันกับทางสถานีฯ

ต่อมาสถานีฯ จะดำเนินการจัดช่วงเวลาออกอากาศให้ ในการออกอากาศในแต่ละครั้งทำความเข้าใจกันก่อน ซึ่งผู้มีส่วนร่วมในการจัดรายการเหล่านั้นต้องปฏิบัติตัวเช่นเดียวกันกับนักจัดรายการของทางสถานีฯ และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมคือสามารถวิพากษ์วิจารณ์การผลิตรายการเพื่อจะได้นำไปแก้ไข ปรับปรุงต่อไป และรายการที่ประชาชนพึงพอใจมากที่สุดคือ การจัดรายการเกี่ยวกับความรู้ ทางด้านการเกษตร ทำนา ทำสวน ทำไร่ และการเลี้ยงสัตว์ รองลงมาคือด้านศิลปวัฒนธรรม สุขภาพ อนามัยและกฎหมายที่จำเป็นสำหรับประชาชน เป็นต้น การมีประชาชนผู้มีความรู้ มีความชำนาญ เฉพาะด้านมาร่วมในการจัดรายการวิทยุ ทำให้ประชาชนพึงพอใจมาก น่าเชื่อถือ ประชาชนได้นำ ความรู้เหล่านั้นไปพัฒนาตนเอง พัฒนาครอบครัว และยังนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่าง มีความสุขยิ่งขึ้น

4. จากการศึกษาการบริหารจัดการของสถานีวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัด อุดรดิตถ์ ตามแนวคิดของปราชญ์ชาวบ้านและประชาชนทั่วไป พบว่า การบริหารจัดการของสถานีฯ ได้เงินสนับสนุนจากการแบ่งพื้นที่โฆษณาแก่ภาคธุรกิจ และการบริจาคของประชาชนที่พึงพอใจในการ จัดรายการของสถานีฯ เพราะคิดว่ามีสาระ และมีประโยชน์ตรงความต้องการของผู้ฟัง รายการ ผู้ฟัง มีการนำข้อคิดดี ๆ ที่ได้จากการฟังรายการไปใช้พัฒนาตนเองและครอบครัวผู้ฟังได้ บางรายนำไป ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง และคนในครอบครัวให้กลับตัวเป็นคนดีและใช้ชีวิตกับคนในสังคมได้ อย่างมีความสุข เช่น รายการธรรมะที่ผู้จัดรายการให้ข้อคิดเกี่ยวกับการกระทำของคนดีและคนชั่ว เพราะผู้จัดรายการให้แง่คิดจนทำให้ผู้ฟังบางรายได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้นในแง่ของ การทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว ส่วนใหญ่ผู้ฟังรายการคิดว่าสถานีฯ มีการบริหารจัดการที่ดีในเรื่องของ คุณภาพเสียง คุณภาพของผู้จัดรายการ การจัดรายการวิทยุชุมชนฯ และวิธีการดำเนินรายการทำให้ ผู้ฟังรู้สึกสนุก และอยากติดตามเปิดรับฟังเสมอ เช่น รายการข่าว เป็นต้น ที่โดดเด่นคือ สถานีฯ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของสถานีฯ เช่น ประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ไข ซ่อมแซม อุปกรณ์ของสถานีฯ ที่ชำรุด รวมถึงได้มีโอกาสเข้าไปช่วยจัดรายการโดยใช้ภาษาท้องถิ่นเพื่อเพิ่ม ความสนุกไม่ให้ผู้ฟังรู้สึกเบื่อโดยได้แสดงความคิดเห็นและเผยแพร่สิ่งดีที่มีประโยชน์ที่มีมาตั้งแต่โบราณ อาทิ เรื่องเกี่ยวกับ พืช ผัก อาหาร การละเล่น ของเล่น ยาสมุนไพรตามข้างรั้ว เป็นต้น และ ในอนาคตสถานีฯ จะยังคงอยู่อีกนานเพราะมีการบริหารจัดการในเรื่องของการจัดรายการวิทยุ ที่สร้างสรรค์ สามารถสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับผู้ฟังได้และเป็นที่ยอมรับของประชาชน

## อภิปรายผล

การบริหารจัดการวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้วิจัยขออภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ๆ ดังนี้คือ 1) การบริหารจัดการด้านบุคคล สถานีฯ มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อหน้าที่ในอนาคตสถานีฯ มีการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ความเปลี่ยนแปลงในระบบดิจิทัล และเน้นย้ำให้ผู้ปฏิบัติงาน ปฏิบัติตาม กฎ ระเบียบ ข้อกำหนด ข้อบังคับต่าง ๆ จาก กสทช. อย่างเคร่งครัด สอดคล้องต่อแนวคิดของ สาคร สุขศรีวงศ์ (2553, หน้า 26) ที่กล่าวว่าการจัดการเป็นการทำงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทางการจัดการ ซึ่งรวมถึงกิจกรรมหลัก 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การชี้นำ และการควบคุมองค์กร เพื่อบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายองค์การภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง จุดแข็งของสถานีฯ เน้นในเรื่องของ วิเคราะห์ข่าว การส่งเสริมความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และความมั่นคง/ปลอดภัยของสังคม รวมถึงความสำคัญสถาบันของครอบครัว ศิลธรรม จรรยาบรรณ พฤติกรรมอันดีต่อสังคม ชณะสรุปข่าวโดยเสนอแง่คิด สิ่งที่ควรกระทำ และสิ่งที่ไม่สมควรกระทำแก่ผู้ฟังอีกด้วย สอดคล้องต่อ สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ (2555, หน้า 36-38) จุดอ่อนของสถานีฯ คือ ขาดบุคลากรด้านการตลาด สอดคล้องต่อ สุระชัย ชูพกา (2549, หน้า 8) ได้กล่าวไว้ว่า ข้อจำกัดด้านบุคลากรและการตีกรอบบุคลากรไว้ในรูปของระบบอาสาสมัครเพียงอย่างเดียวกลายเป็นข้อจำกัดและอุปสรรคสำคัญในการดำเนินการวิทยุชุมชนเนื่องจากฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเป็นตัวบ่งชี้ศักยภาพในการดำเนินงาน ตลอดจนแนวโน้มการดำรงอยู่ของวิทยุชุมชน เนื่องจากจำนวนบุคลากรมีส่วนสำคัญในการชี้ชะตากำหนดแนวทางการดำเนินงานของสถานีวิทยุชุมชน ซึ่งแม้จะแปรผกผันกับระดับการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในเชิงบริหารจัดการแต่ไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่า แปรผันโดยตรงกับจำนวนชั่วโมงการออกอากาศ ความหลากหลายของเนื้อหาและการเปิดรับฟังของประชาชน จึงสอดคล้องกับ สุทธิเกียรติ ภูมิพัทธนสุข (2553, หน้า 37) ที่กล่าวไว้ว่า เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด คือ การวางแผน หรือหลักเกณฑ์ที่ผู้บริหารขององค์กรจะต้องวางแผนเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปอย่างประสบผลสำเร็จโดยต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด กลยุทธ์การตลาดเป็นกระบวนการส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวางทั้งในแง่ของผลดี หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ และผลกระทบด้านผลเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร กลยุทธ์การตลาดมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้ธุรกิจอยู่รอดและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ 2) การบริหารจัดการด้านงบประมาณ สถานีฯ มีปัญหาในเรื่องของงบประมาณ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายประจำเดือนของสถานีฯ งบประมาณส่วนใหญ่ได้มาจากผู้สนับสนุนรายการ เงินค่าจ้างโฆษณาสินค้า สถานีฯ ใช้กลยุทธ์การพูดคุยปรึกษาหารือกันแล้วนำปัญหาต่าง ๆ นั้นมาแก้ไขปรับปรุงทันที สอดคล้องต่อ วีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2550, หน้า 22) ที่กล่าวไว้ว่า การพูดคุยเพื่อให้เกิดความเข้าใจ พูดคุยกันถึงปัญหาและแนวทางแก้ไข และลงมือทำอีกครั้ง หรืออาจให้สังเกตการณ์ก่อนจากนั้นให้มีส่วนร่วม ช่วยเหลือเล็ก ๆ น้อย (เป็นลูกมือ) แล้วจึงทำร่วมกันกับบุคลากรเดิมระยะเวลา

หนึ่ง จากนั้นจึงแบ่งปันให้รับผิดชอบโดยตรง และกาญจนา แก้วเทพ (2546, หน้า 17-64) ยังกล่าวไว้ว่า จุดอ่อนของโครงการวิทยุชุมชน คือ การขาดแคลนทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรงบประมาณ และวิทยุชุมชนยังเล่นบทบาทหนักไปทางด้านการส่งข่าวสารแนวตั้งจากบนลงล่าง โดยมีสัดส่วนรายการประเภทนี้ถึงเกือบครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 42 และมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้นที่เป็นการสื่อสารแบบแนวนอนระหว่างประชาชน ซึ่งเท่ากับว่าวิทยุชุมชนยังไม่ได้เล่นบทบาทที่แตกต่างไปจากวิทยุชุมชนสาธารณะ จุดเด่นของสถานีฯ มีการนำบุคคลในชุมชนที่มีความรู้เข้ามาจัดรายการกับนักจัดรายการวิทยุของสถานีฯ ทำให้พวกเขาได้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินรายการวิทยุ มีการใช้ภาษาท้องถิ่นที่ใช้ในการดำเนินรายการ พระศรีอาริยะ ปิยสีโล (สิงห์คำ), 2548 หน้า 6) ยังได้กล่าวไว้อีกว่า ในการดำเนินงานบริหารจัดการวิทยุชุมชน มีปัญหาทั้งในด้านโครงสร้างการบริหาร นโยบาย บุคลากร งบประมาณ การกระจายเสียง และผังรายการ และปัญหาด้านผู้จัดรายการที่มีไม่เพียงพอ หรือที่มีอยู่ก็ขาดความรู้ในเรื่องของการออกอากาศ เพราะผู้จัดรายการขาดความเอาใจใส่ ขาดทักษะ เทคนิคลีลาในการพูด ขาดประสบการณ์และความรู้ในข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น สถานีฯ ใช้กลยุทธ์การวางแผนในการจัดรายการที่โดดเด่นมากยิ่งขึ้นกว่าเดิมเพื่อความอยู่รอดของสถานีฯ และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2552, หน้า 23) ยังกล่าวอีกว่า กลยุทธ์เป็นกระบวนการในการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนของธุรกิจในระยะสั้นและระยะยาว การสร้างหรือพัฒนาวิถีทางในทางปฏิบัติ ตลอดจนการระดมและจัดสรรทรัพยากรขององค์กรธุรกิจ เพื่อให้สามารถบรรลุถึงซึ่งเป้าหมายที่ได้ถูกกำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น หากพิจารณากลยุทธ์ตามความหมายนี้ ประกอบด้วยปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะบรรลุถึงและการกำหนดแนวทางหรือวิธีการในทางปฏิบัติเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้สามารถบรรลุถึงซึ่งเป้าหมายที่ถูกกำหนดไว้ได้ การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจจำเป็นต้องมีหลักเกณฑ์ในอันที่จะตอบคำถาม มักจะประสบกับองค์กรธุรกิจโดยทั่วไป และกลยุทธ์ใดที่ควรจะเลือกเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตในอนาคต เป็นต้น เช่น กลยุทธ์การแข่งขัน หรือกลยุทธ์การบริหาร จึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานและความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการกำหนดกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ภายในองค์กร 3) การบริหารจัดการด้านผู้ฟัง สถานีฯ ใช้วิธีการประเมินพื้นฐานของผู้ฟังในพื้นที่ก่อนว่าเป็นอย่างไร แล้วนำประเด็นเรื่องราวต่าง ๆ มาจัดทำรายการเพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังอยากฟังรายการเพิ่มขึ้น โดยใช้จุดเด่นในการจัดรายการ ที่แตกต่างจากสถานีอื่น ๆ คือ มีการนำเรื่องราวของสถานการณ์บ้านเมืองปัจจุบัน ซึ่งเป็นข่าวสด ๆ มาบอกเล่าในรายการข่าว ซึ่งเป็นวิธีการกระจายกลุ่มผู้ฟัง ทำให้ผู้ฟังที่เปิดรับฟังวิทยุไปบอกเล่าต่อผู้ไม่ฟังวิทยุ จนทำให้กลุ่มผู้ที่ไม่ได้ฟังวิทยุสนใจ และได้กลุ่มผู้ฟังหลากหลายเพิ่มขึ้น สอดคล้องต่อ สุมน อยู่สิน (2549, หน้า 1-9) ที่กล่าวถึงกลุ่มผู้ฟัง (Audience) ไว้ว่า กลุ่มผู้ฟังทั่วไป (General Audience) เป็นกลุ่มผู้ฟังที่เปิดรับฟังรายการทั่วไป ซึ่งจะไม่ทราบว่าเป็นใคร มีความสนใจ และความต้องการที่แท้จริงอย่างไร 2) กลุ่ม

ผู้ฟังเป้าหมาย (Target Audience) เป็นกลุ่มผู้ฟังที่ถูกกำหนดไว้ว่าจะจะเป็นกลุ่มที่จะฟังรายการ และเป็นกลุ่มที่จะตัดสินใจว่ารายการของเราจะประสบความสำเร็จหรือไม่ การศึกษาผู้ฟังเป้าหมายมักศึกษาในด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา รายได้ ลักษณะครอบครัว อาชีพถิ่นที่อยู่ เป็นต้น และศึกษาในด้านจิตวิทยา (Psychographic) ได้แก่ ลักษณะการดำรงชีพ ความสนใจ ความเชื่อ ความคิดเห็น ทศนคติ กระบวนการตัดสินใจ พฤติกรรมการซื้อ พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น 3) เนื้อหา (Content) หมายถึง เรื่องราวต่าง ๆ ที่นำเสนอแก่กลุ่มผู้ฟัง เป้าหมายการรู้จักกลุ่มเป้าหมายผู้ฟังจะช่วยให้ผู้จัดรายการทราบว่า เนื้อหาอย่างไรจึงจะน่าสนใจ เหมาะสม และมีประโยชน์ต่อผู้ฟัง

การบริหารจัดการแบบการมีส่วนร่วมในสถานีวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุดรดิตถ์ สถานีฯ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนระดับท้องถิ่น โดยใช้วิธีการวางแผนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในจัดรายการวิทยุชุมชน โดยเชิญบุคคลในชุมชน ที่มีความรู้ความสามารถ เป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน และเป็นผู้นำชุมชนร่วมกันกำหนดผังรายการ และวางตัวบุคคลในการผลิตรายการ โดยการผลิตรายการต่าง ๆ สถานีฯ ให้ความสำคัญของสภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง โดยจัดรายการอย่างตรงไปตรงมา และรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ สอดคล้องต่อดวงทิพย์ วรพันธ์ (อ้างในอัญญา สุขสมจิตร (2554, หน้า 11) ที่กล่าวไว้ว่า บทบาทความรับผิดชอบของสถานีวิทยุกระจายเสียง ต้องมีเป้าหมายทางวิชาชีพและมีความรับผิดชอบ 6 ประการ คือ 1) เพื่อแจ้งข่าว และเปิดหูเปิดตาผู้ฟัง 2) เพื่อเปิดเผยข้อเท็จจริง 3) เพื่อทำความเข้าใจแก่ผู้ฟัง 4) เพื่อเตือนภัยหรือผิปกติต่อสังคมส่วนรวม 5) เพื่อหาข่าวสารที่ถูกต้องมาเสนอต่อผู้ฟังอย่างรวดเร็ว 6) เพื่อเป็นประจักษ์พยาน และรายงานเหตุการณ์ที่เป็นข่าวตามลำดับเวลา สถานีฯ มีการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในนโยบายของวิทยุชุมชน โดยมีการเชิญปราชญ์ชาวบ้าน นักเรียน/นักศึกษา หน่วยงานราชการ หรือพระสงฆ์ มาจัดรายการและพวกเขาเหล่านั้นได้นำความรู้ของพวกเขามาถ่ายทอดให้กับผู้ฟังได้มีส่วนร่วมอภิปรายปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินการบริหารของวิทยุชุมชนร่วมกัน ผู้ฟังได้วิพากษ์วิจารณ์การผลิตรายการ หรือสอบถามรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้ถูกนำเสนอผ่านรายการวิทยุของทางสถานีฯ เสมือนว่าผู้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการเป็นผู้จัดรายการวิทยุของสถานีฯ เอง สถานีฯ มีการจัดกิจกรรมให้นักศึกษาในหลาย ๆ สถาบันมาร่วมจัดรายการ มีส่วนร่วมในการเป็นสื่อกลางรับบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือเด็กพิการทางหัวใจ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมระหว่างสถานีวิทยุชุมชน และชุมชนเพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมความมั่นคงของประเทศ โดยยึดหลักตามความเป็นจริง แต่ทั้งนี้สถานีฯ จะไม่ยอมเป็นเครื่องมือทางการเมืองของกลุ่มผู้มีอำนาจ สอดคล้องต่อ จุมพล รอดคำดี (2542, หน้า 22-24) ที่กล่าวว่า ivaว่าขณะที่สถานีวิทยุชุมชนได้เพิ่มจำนวนขึ้นอยู่เรื่อย ๆ วิทยุชุมชนได้แสดงบทบาทที่สำคัญยิ่งในด้านการให้บริการตอบสนองแก่ชุมชนถึงความจำเป็นต่าง ๆ ตลอดจนผลประโยชน์ของผู้ฟังที่อยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะคนกลุ่มนั้นจะเป็นกลุ่มใหญ่หรือว่าคนกลุ่มเล็ก ทุกคนต่างก็ทำงานเพื่อจุดมุ่งหมายของสถานีวิทยุชุมชนร่วมกัน และกาญจนา

แก้วเทพ ยังกล่าวอีกว่า (อ้างในชัชวาล ชุมรักษา, 2557 หน้า 46) วิทฤษฎ์ชุมชนว่ามีลักษณะแตกต่างจากวิทฤษฎ์กระจายเสียงทั่วไป คือวิทฤษฎ์ชุมชนมีการดำเนินงานโดยชุมชน เป็นของชุมชนและเพื่อชุมชน ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการและเข้าถึงชุมชนด้วยลักษณะที่มีการสื่อสารแนวนอน (Horizontal communication) อันนำไปสู่การสร้างบทบาทในการเป็นสื่อของชุมชน เพื่อพัฒนาชุมชน ซึ่งรูปแบบการพัฒนาที่สำคัญอันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ก็คือการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของการพัฒนา รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อ อันทำให้เกิดการสื่อสารเพื่อชุมชนการมีส่วนร่วมเป็นหัวใจอันสำคัญอย่างหนึ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ คือการให้ประชาชนทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง มีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) ซึ่งจะสามารถสร้างความแข็งแกร่งให้กับสื่อหรือการดำเนินการนั้น ๆ และยังสามารถคล่องต่อ ธีรธาดา วงษ์นายะ (2557, หน้า 1) ที่กล่าวไว้ว่า การพัฒนารูปแบบดำเนินงานสถานีวิทฤษฎ์ชุมชนภาคเหนือตอนล่าง องค์ประกอบด้านรูปแบบรายการสถานีวิทฤษฎ์ชุมชนจะใช้นโยบายที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนใช้ภาษาถิ่น เปิดโอกาสให้ผู้ฟังแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับนโยบายของวิทฤษฎ์ชุมชน สถานีฯ ใช้นโยบายการใช้ภาษาสื่อสารในลักษณะแบบเป็นกันเองกับสังคมท้องถิ่น การยกตัวอย่าง การเปรียบเทียบ การนำธรรมชาติที่สำคัญการจัดรายการในแต่ละช่วงจะไม่มีกรพูดเยิ่นเย้อ สอดคล้องต่อ อติชาติ มณฑาทิพย์ (2550, หน้า 2) ที่กล่าวไว้ว่า คุณสมบัติของนักจัดรายการวิทฤษฎ์จะตรงกับความต้องการ และวัตถุประสงค์หลักของสถานีวิทฤษฎ์ต่าง ๆ สามารถดูได้จากคุณสมบัติพื้นฐานทั่วไปของนักจัดรายการวิทฤษฎ์ ที่มีความรู้ความสามารถต่าง ๆ เป็นพื้นฐานอยู่แล้ว เช่น จะต้องเป็นผู้ผ่านการทดสอบใบผู้ประกาศจากกรมประชาสัมพันธ์ อ่าน และพูดภาษาไทยได้ถูกต้องชัดเจนแล้ว มีอัธยาศัยดี รักในงานด้านการกระจายเสียง และสื่อสารมวลชน มีความรู้ความสามารถ ปฏิภาณไหวพริบดี แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ฯลฯ อีกทั้งคุณสมบัติดังกล่าวสามารถกำหนดได้จากบุคลิกความสามารถพิเศษเฉพาะตัว ที่แตกต่างกันไปของนักจัดรายการวิทฤษฎ์แต่ละคน นักจัดรายการวิทฤษฎ์สามารถยกเอาประเด็นที่สำคัญต่าง ๆ ในคุณสมบัติข้างต้น มาผสมกับคุณสมบัติส่วนตัวของตนเองและการทำงาน เพื่อให้การนำเสนอรายการมีรูปแบบที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ก่อนการผลิตรายการ สถานีฯ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมก่อนการผลิตรายการของสถานีโดยให้ความสำคัญมากกับผู้จัดรายการ ต้องค้นหาข้อมูลข่าวสารจากตัวบุคคล แหล่งข่าวในท้องถิ่น นำมาสังเคราะห์ จัดทำและเรียบเรียงเนื้อหา ต้องจัดทำสคริปท์ให้มีความชัดเจน แม่นยำ อ่านเนื้อหาข้อมูลให้เข้าใจ แจ่มแจ้ง เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการจัดรายการ ซึ่งจะส่งผลต่อผลสำเร็จ คือ ประชาชนในชุมชน เข้าถึงข่าวสารได้จริง ระหว่างการผลิตรายการสถานีฯ ความสำเร็จของการมีส่วนร่วมระหว่างการผลิตรายการคือผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานต้องมีความใกล้ชิดกับประชาชนมากให้มาก เพราะจะทำให้การมีส่วนร่วมในการทำงานง่ายขึ้น แต่ทั้งนี้ระหว่างการผลิตรายการ ยังคงพบอุปสรรคเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนในเรื่องที่ประชาชนยังขาดความเข้าใจ วัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการของสถานีฯ และหลังการผลิตรายการ ผลที่ได้รับตามมาคือส่งผลดีต่อ

สถานีฯ ทำให้สถานีฯ เกิดความใกล้ชิดกับประชาชนมากยิ่งขึ้น จากการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เกิดความเข้าใจระหว่างกันดียิ่งขึ้น สามารถส่งผลต่อการรับฟังวิทยุชุมชน คือ ประชาชนในชุมชนได้ฟัง เนื้อหาของรายการที่สนุกสนาน เพราะการใช้ภาษาสื่อสารแบบเป็นกันเองกับสังคมท้องถิ่น ผู้ฟัง ไม่รู้สึกเบื่อหน่าย สถานีฯ ใช้วิธีการเข้าถึง คือทำให้ผู้ฟังเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร โดยประชาชนสามารถ เลือกรายการที่ประชาชนต้องการจะพูด และอยากได้แสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ในชุมชน เช่น เปิดโอกาสให้ปราชญ์ชาวบ้านมาถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการเกษตร เป็นต้น และสถานีฯ เองรู้สึกมั่นใจว่าผู้ฟังชอบฟังรายการ เรื่องเล่าลุงยอดมากที่สุด และจุดเด่นของสถานีฯ คือ มีการนำ บุคคลในชุมชนเข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินรายการวิทยุ สอดคล้องต่อกาญจนา แก้วเทพ (2546, หน้า 10) กล่าวไว้ว่า องค์การยูเนสโก (UNESCO) เริ่มสนับสนุนวิทยุชุมชนใน พ.ศ. 2523 และได้กำหนดลักษณะสำคัญของวิทยุชุมชนไว้ 3 ลักษณะ คือ 1) ต้องให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงในแง่ผู้ฟัง ผู้ร่วมผลิตรายการ ผู้ให้ข้อเสนอแนะ และผู้บริหาร จัดการฯลฯ 2) ต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ (Participations) หรือมีโอกาสเข้าร่วมได้ ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มคิด ไปจนถึงการผลิตและการบริหารจัดการ และ 3) ต้องให้ประชาชนบริหารจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) โดยประชาชนมีอำนาจตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน กำหนดนโยบายบริการ และลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง ซึ่งในการดำเนินรายการของสถานีฯ ถือว่าการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด คือ การจัดรายการที่มีประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมจะต้องมีการใช้ภาษาท้องถิ่นเป็นหลัก มีรูปแบบรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และมีความ น่าเชื่อถือ เช่น รายการความรู้เกี่ยวกับการเกษตร การทำนา การทำสวน ทำไร่ การเลี้ยงสัตว์ ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพอนามัย และกฎหมายที่จำเป็นสำหรับประชาชน เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้วิจัย ขอเสนอแนะดังนี้

1. การบริหารจัดการวิทยุชุมชนมีความแตกต่างจากเมื่ออดีตเป็นอย่างมาก ดังนั้นควรมีการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถอยู่เสมอ เพราะถ้าในอนาคตหากมีการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการวิทยุชุมชนในลักษณะที่เป็นระบบดิจิทัล จะทำให้ลดปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการวิทยุชุมชนได้

2. สถานีวิทยุชุมชนควรมีการให้ความรู้ และสร้างทัศนคติใหม่ ๆ ให้แก่ประชาชนเพื่อประชาชนได้เห็นความสำคัญของวิทยุชุมชน และนำไปสู่ความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการแบบการมีส่วนร่วมในสถานีวิทยุชุมชนคลื่น F.M.101.25 MHz จังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้

1. ควรพิจารณาถึงรูปแบบที่โดดเด่นในการนำเสนอรายการที่มีผู้มีส่วนร่วมในการจัดรายการ กับเรื่องราวที่เป็นการส่งเสริมทัศนคติที่ดีในแง่บวกให้แก่ผู้ฟัง
2. ผู้มีส่วนร่วมในการจัดรายการควรมีความรู้ในเนื้อหาสาระของข้อมูลที่จะนำมาจัดรายการอย่างถูกต้อง หากเกิดความผิดพลาดจะทำให้สถานีฯ ขาดความน่าเชื่อถือ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาประเด็นในการบริหารจัดการวิทยุชุมชนในเขตพื้นที่อื่น ๆ เนื่องจากวิทยุชุมชนในแต่ละพื้นที่ ในแต่ละจังหวัด อาจมีบริบทของการบริหารจัดการที่แตกต่างกันออกไป จะทำให้ผู้ศึกษาค้นคว้าได้ข้อค้นพบใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการวิทยุชุมชน

### เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2546). **แนวคิดวิทยุชุมชนและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ทอมดินอีสาน. อุดรราชธานี. จัดพิมพ์โดยเครือข่ายสื่อภาคประชาชนภาคอีสาน.**
- ณัฐรดา วงษ์นายะ. (2557). การพัฒนารูปแบบการดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชนภาคเหนือตอนล่าง. **สัปดาห์ : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.).** หน้า 28-42.
- จุมพล รอดคำดี. (2542). **วิทยุกระจายเสียงชุมชน (Community Radio) ของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน.** วารสารนิเทศศาสตร์, 17 (เล่มที่ เมษายน-มิถุนายน 2542) : 22-24 โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัชวาล ชุมรักษา. (2557). **วิทยุชุมชน: สื่อการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.** วารสารเทคโนโลยีการศึกษาและมีเดียคอนเวอร์เจนซ์, 1 (เล่มที่ มกราคม-มิถุนายน 2557). จากเว็บไซต์ [http://edtech.tsu.ac.th/etmc/ejournalVol1/article3\\_01\\_2014.pdf](http://edtech.tsu.ac.th/etmc/ejournalVol1/article3_01_2014.pdf)
- ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2552, 24 กรกฎาคม) **ราชกิจจานุเบกษา,** เล่ม 126, ตอนที่ พิเศษ 104 ง, หน้า6-14) ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 131 ตอนที่ พิเศษ 87 ง หน้า 2 วันที่ 28 พฤษภาคม 2557).
- วีรพงษ์ พลนิกกิจ. (2550). **การบริหารจัดการวิทยุชุมชน.** วารสารเทคโนโลยีสุรนารี, 1 (เล่มที่ 2) : 31-44. จากเว็บไซต์ <http://soctech.sut.ac.th/it/cr1/upload/5.pdf>.
- ศรีอาริยะ ปิยสีโส (สิงห์คำ). (2548). **การบริหารและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงที่เหมาะสมในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาแก่เยาวชนของวิทยุชุมชน วัดสามพราน จังหวัดนครปฐม.** วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธรรมนิเทศ. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2552). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ.** (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุมน อยู่สิน. (2549). **แนวคิดเกี่ยวกับการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง**. หน่วยที่ 1 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์.
- สุระชัย ชูผกา. (2549). **งานวิจัยเรื่องบทบาทและสถานภาพวิทยุชุมชนไทยกับการมีส่วนร่วมของประชาชน**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุทธิเกียรติ ภูมิพัทธ์ธนสุข. (2553). **การศึกษาการบริหารงานเชิงกลยุทธ์ของสถานีวิทยุ FM 93.5 YES RADIO RETRO PROGRAM**. งานค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการจัดการภาครัฐ และภาคเอกชน. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ. (2555). **1 ทศวรรษวิทยุชุมชนไทย**. (พิมพ์ครั้งแรก). มูลนิธิเฮนริก เบิลล์ (Heinrick Boell Stiftung SouthEast Asia).
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2553). **การจัดการจากมุมมองนักบริหาร**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: บริษัท จี.พี. ไซเบอร์ปริ้นท์ จำกัด.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2546). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์บุ๊กเซนเตอร์.
- อดิชาติ มณฑาทิพย์. (2550). **บทบาทของนักจัดรายการวิทยุต่อการปลูกฝังคุณธรรมของเยาวชน (วัยรุ่น) ในสังคมกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศาสนศึกษา). วิทยาลัยศาสนศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อัญชญา สุขสมจิตร. (2554). **รายงานการวิจัยเรื่องสภาพการจัดรายการและการบริหารจัดการของสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม**. ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.