

บทที่ 7

ปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโฆษณาของสถานีวิทยุทหารอากาศ 015 เชียงราย

การค้าปลีกของธุรกิจโฆษณาของสถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ 015 เชียงรายนั้นคือความพยายามที่จะให้สปอนเซอร์เลือกใช้สถานีฯ เป็นสื่อเพื่อโฆษณาสินค้าของตน ซึ่ง **การขายเวลาได้** ในราคาที่ต่ำกว่าไหน เท้ากับบรรลุดจุดมุ่งหมาย ซึ่งการที่จะขายเวลาได้นั้นก็เนื่องจาก สินค้านั้นมีคุณลักษณะตามความต้องการของสปอนเซอร์ ซึ่งคุณลักษณะนั้นถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโฆษณาเป็นอย่างมาก

คนกลางและผู้ค้าปลีกต่างก็เป็น supplier กิ่งสั้น ซึ่งเกิดความพยายามที่จะให้สปอนเซอร์ซื้อสินค้าจากตน ปัจจัยต่างๆนั้นจะก่อให้เกิดการตกลงซื้อขายได้นั้นต้องเป็นปัจจัยที่เข้ากันได้พอดีของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งมีได้มีการกำหนดไว้ตายตัว แต่จะเป็นแนวทางปฏิบัติที่มีความคล้ายคลึงกัน สามารถสรุปออกมาเป็นปัจจัยหลักๆได้ 5 ประการ ดังนี้

1. คุณภาพของสถานี
2. ช่วงเวลาที่เหมาะสม
3. คุณสมบัติของผู้เสนอขายเวลาและผู้จัดรายการ
4. การให้บริการพิเศษ
5. ราคา

ซึ่งในธุรกิจนี้ถือเอาปัจจัยด้านผู้ซื้อ คือ สปอนเซอร์เป็นหลักว่าต้องการอะไร อย่างไร ผู้ขายก็จะได้สรรหาและตระเตรียม

1. คุณภาพของสถานี

เป็นลักษณะโดยรวมของสถานีซึ่งมักเกี่ยวข้องกับคุณภาพทางด้านเทคนิค ได้แก่

- กระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างขวาง อันหมายความว่า

ย่อมมีผู้รับฟังกว้างขวางด้วย

- คุณภาพเสียงดี เป็นคุณสมบัติทางคิส์นอปรกรณ์กระจายเสียง ซึ่งรวมไปถึงความง่ายในการหมุนค้นหาความถี่ของสถานีด้วย

- ชื่อเสียงของสถานีเป็นที่ยอมรับ ด้วยเหตุผลของการทำงานที่เป็นสถานที่ดำเนินงานมานาน ผู้ฟังคุ้นเคย และเป็นที่ยอมรับ

2. ช่วงเวลาเหมาะสม

หมายถึงว่าช่วงเวลาที่เสนอขายนั้นตรงกับความต้องการของสปอนเซอร์ ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าสินค้าและบริการนั้นเหมาะสมกับช่วงเวลาใด ทั้งเวลาในรายการและเวลานอกรายการ และหากเป็นเวลา prime time ก็มักเป็นที่ต้องการของสปอนเซอร์ แต่ก็ไม่แน่นอนเสมอไป เพราะสินค้าบางตัวต้องการเวลาที่เป็นพิเศษเนื่องจากข้อจำกัดตามระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องการเวลาหลังจาก 2200 น. เป็นต้น

3. คุณสมบัติของผู้เสนอขายเวลาและนักจัดรายการ ซึ่งมีหลายประการ ได้แก่

- รู้จักคุ้นเคยกัน เคยติดต่อกันเป็นประจำ สะดวกในการติดต่อ ไม่ต้องอธิบายอะไรมากมาย และต้องไว้วางใจได้

- ความน่าเชื่อถือ ในกรณีของการติดต่อกับผู้เสนอขายหน้าใหม่นั้นในส่วนนี้มีความสำคัญมาก เพราะการซื้อสื่อโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง ฝ่ายมีเดียของบริษัทโฆษณาซึ่งเป็นผู้เลือกให้แกลูกค้านั้นมีความรู้สึกเหมือนซื้อความว่างเปล่า เป็นการซื้อความไว้วางใจกัน การซื้อสื่อวิทยุต่างจังหวัดนั้นมักจะตรวจสอบ หรือ มอนิเตอร์ได้ยาก จึงต้องการความมั่นใจในระดับหนึ่งว่า เมื่อตกลงซื้อเวลาเพื่อโฆษณาแล้วได้โฆษณาตามนั้นจริง และครบถ้วนตามที่ตกลงกัน

ผู้เสนอขายหน้าใหม่ต้องมีลักษณะที่น่าเชื่อถือระดับหนึ่งฝ่ายมีเดียจึงจะกล้าที่จะติดต่อดู และไปสู่การตกลงซื้อขายกัน ซึ่งในที่สุดคนหน้าใหม่นี้จะกลายเป็นคนคุ้นเคยกันไปได้

- ความมีชื่อเสียง ปัจจุบันนี้มักจะหมายถึงผู้เสนอขายที่เป็นนักจัดรายการ ซึ่งจะเสนอขายเวลาในรายการพร้อมทั้งเสนอตัวเป็นผู้จัดรายการด้วย ความมีชื่อเสียงในระดับหนึ่งและตรงตามที่สปอนเซอร์ต้องการ ย่อมง่ายต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ

- ความสามารถของนักจัดรายการที่ตรงกับความต้องการของสปอนเซอร์ เช่นลีลาการจัดรายการ หน้าเสียง ความสามารถในการใช้ภาษาถิ่น ความสด (live) ของการดำเนินรายการ

4. การให้บริการพิเศษ สิ่งนี้ถือเป็นจุดขายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งหมายถึง การลดราคาให้เป็นพิเศษ การให้บริการรับ-ส่งวัสดุ เอกสารที่เกี่ยวข้อง การให้บริการตรวจสอบคู่แข่งชั้นทางการค้า หรือการให้ข้อมูลท้องถิ่นที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนงานโฆษณา

5. ราคา เมื่อมีปัจจัยอื่นๆที่ใกล้เคียงกัน ราคา จะเข้ามามีส่วนในการตัดสินใจ แต่จะไม่ใช้ปัจจัยหลักหรือปัจจัยแรกในการพิจารณา ราคาที่ถูกกว่าก็จะเป็นจุดสนใจได้ แต่ในส่วนของราคานี้ ผู้ทำการโฆษณานี้ถือว่า ราคาคงเหมาะสมกับคุณภาพ

สรุปได้ว่าปัจจัยหลายประการซึ่งประมวลมาจากแนวคิดหลากหลายของผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการซื้อสื่อของบริษัทเอ.เอส.วี.โฆษณาต่าง ๆ นั้น ราคาจะถูกนำมาใช้พิจารณาเป็นขั้นสุดท้าย เมื่อมีคุณสมบัติทางด้านอื่นใกล้เคียงกันได้แก่ คุณภาพของสถานีฯ คุณภาพของบุคคลผู้เสนอขาย และนักจัดรายการ การให้บริการพิเศษและ ช่วงเวลาที่ต้องการ

ซึ่งรวมความแล้วคือความสามารถที่จะส่งสารโฆษณาออกไปถึงผู้รับสารเป้าหมายได้ตามความต้องการ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย