

บทสรุปปัญหา และข้อเสนอแนะ

บทสรุป

การเป็นผู้สนับสนุนทางสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสื่อสารการตลาดนั้นได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน อันเนื่องมาจากประโยชน์หลายประการที่ผู้สนับสนุนจะได้รับ โดยประโยชน์หลัก คือ ช่วยสนับสนุนการสื่อสารข้อความเกี่ยวกับสินค้าและบริการทางสื่อโทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากความนิยมที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง ส่งผลให้เกิดการคิดสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆของการเป็นผู้สนับสนุนทางโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งที่พบในปัจจุบันแบ่งได้เป็น 4 ประเภทหลัก คือ การเป็นผู้สนับสนุนรายการเพียงผู้เดียว (Single Sponsorship) การเป็นผู้สนับสนุนรายการร่วมกันหลายราย (Multiple Sponsorship) การทำสารคดีสั้น (Short Documentary) และการนำสินค้าเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการ (Tie-in Program Activation) ซึ่งมีรูปแบบที่แยกย่อยลงไปอีก จากประโยชน์ของการเป็นผู้สนับสนุนทางโทรทัศน์ที่ช่วยสนับสนุนภาพยนตร์โฆษณาได้ดี สามารถสร้างสรรค์การสื่อสารข้อความเกี่ยวกับสินค้าและบริการเข้าถึงผู้ชมโทรทัศน์ในรูปแบบที่โดดเด่น แปลกใหม่ ซึ่งช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ดี และยังมีรูปแบบที่หลากหลายนี้ช่วยให้นักวางแผนสื่อโฆษณาซึ่งเป็นผู้ที่รับผิดชอบโดยตรงในการจัดทำกาเป็นผู้สนับสนุนทางโทรทัศน์ได้ใช้การเป็นผู้สนับสนุนทางโทรทัศน์นี้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการวางแผนสื่อโฆษณา เพื่อให้การวางแผนสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นไปอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การที่จะสร้างสรรค์การสนับสนุนทางสื่อโทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพนั้นต้องผ่านกระบวนการทำงานหลายขั้นตอนตั้งแต่ขั้นตอนการสร้างสรรค์แนวคิด รายละเอียด ไปจนถึงขั้นการผลิต ซึ่งมีปัจจัยสำคัญหลายประการที่นักวางแผนสื่อโฆษณาต้องคำนึง ในขั้นตอนของการสร้างสรรค์แนวคิด รายละเอียดนั้น มีปัจจัยที่สำคัญคือ การเลือกรูปแบบการเป็นผู้สนับสนุน และการเลือกรายการที่มีความเหมาะสมที่จะเข้าไปทำการสนับสนุน

การเลือกประเภทของการเป็นผู้สนับสนุนนั้น เนื่องจากรูปแบบของการเป็นผู้สนับสนุนทางโทรทัศน์มีหลากหลาย นักวางแผนสื่อโฆษณาจึงต้องพิจารณาเลือกประเภทของการเป็นผู้สนับสนุนโดยยึดวัตถุประสงค์การสนับสนุน และลักษณะของสินค้า เป็นสำคัญ เพื่อสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ได้ดีที่สุด การเลือกประเภทการเป็นผู้สนับสนุนนั้นนักวางแผนสื่อโฆษณาควรพิจารณาจากประโยชน์ และรูปแบบการนำเสนอ ซึ่งแต่ละประเภทการสนับสนุนจะแตกต่างกัน ให้ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และตัวสินค้า ให้มากที่สุด

การเลือกรายการ เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่นักวางแผนสื่อโฆษณาต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากการเลือกรายการที่เหมาะสมสามารถช่วยให้สื่อสารข้อความเกี่ยวกับสินค้าบริการไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ตรงกลุ่ม และยังช่วยนำเสนอรูปแบบของกิจกรรมการเป็นผู้สนับสนุนให้ออกมาอย่างน่าสนใจ และสอดคล้องกับเนื้อหาของรายการ

นอกจากสองปัจจัยหลัก ที่ต้องคำนึงถึงในกระบวนการคิดสร้างสรรค์แล้ว การที่จะให้การเป็นผู้สนับสนุนทางสื่อโทรทัศน์นั้นมีประสิทธิภาพยังต้องให้ความสำคัญในกระบวนการของการผลิตด้วย ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อบริษัทผู้ผลิตรายการ หรือการเข้าไปดูแลในกระบวนการผลิต เพราะในการปฏิบัติจริงย่อมต้องมีปัญหา อุปสรรคเกิดขึ้น ซึ่งปัญหาที่นักวางแผนสื่อโฆษณามักพบบ่อยครั้ง คือ รายการโทรทัศน์ที่นักวางแผนสื่อโฆษณาเลือกไว้เพื่อทำการสนับสนุนไม่สามารถทำกิจกรรมการเป็นผู้สนับสนุนตามรูปแบบที่นักวางแผนสื่อโฆษณาต้องการได้ ซึ่งปัญหานี้เกิดขึ้นกับการเป็นผู้สนับสนุนประเภท การนำสินค้าเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการ (Tie-in Program Activation) อันเนื่องมาจาก

-เนื้อหาของกิจกรรมการนำสินค้าเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการการ (Tie-in Program Activation) ที่นักวางแผนสื่อโฆษณาสร้างสรรค์ขึ้น ไม่เข้ากับรูปแบบของรายการ ทำให้ทางผู้ผลิตรายการเกรงว่าจะทำให้เนื้อหาของรายการเสีย ในกรณีนี้ทางผู้วางแผนสื่อโฆษณา หรือผู้คิดกิจกรรม จะต้องทำการตกลงกับฝ่ายสร้างสรรค์ (Creative) หรือ ผู้ควบคุมการผลิตของรายการ (Producer) เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบของกิจกรรมให้สอดคล้องกับ เนื้อหา รูปแบบของรายการ

-รายละเอียดของกิจกรรมที่ลูกค้าต้องการมีลักษณะที่เน้นการขายสินค้า (Hard Sale) มากเกินไป ซึ่งรายการไม่รับการเป็นผู้สนับสนุนลักษณะนี้เพราะจะทำให้เสียภาพพจน์ของรายการ ในกรณีนี้นักวางแผนสื่อโฆษณาต้องพยายามปรับรูปแบบการนำเสนอไม่ให้นเน้นการขายสินค้า

(Hard Sale) มากเกินไป โดยต้องชี้แจงทำความเข้าใจกับลูกค้าถึงการเปลี่ยนแปลงเพื่อความเหมาะสม

ปัญหาเหล่านี้เป็นปัญหาที่นักวางแผนสื่อโฆษณาต้องเจอในการปฏิบัติงานจริง ซึ่งนักวางแผนสื่อโฆษณาต้องหาทางแก้ไข และดูแลในฐานะที่เป็นตัวแทนของลูกค้า เพื่อให้การเป็นผู้สนับสนุนนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการ

ในปัจจุบันการเป็นผู้สนับสนุนทางสื่อโทรทัศน์ได้เข้ามาเป็นเครื่องมือหนึ่งให้นักวางแผนสื่อโฆษณาได้เลือกใช้สำหรับการวางแผนสื่อโฆษณา เพื่อให้แผนสื่อโฆษณานั้นมีความสร้างสรรค์เหมาะสมกับสภาวะการแข่งขันทางการตลาดในปัจจุบันที่สินค้าทุกยี่ห้อต่างต้องการสร้างความโดดเด่นให้กับตัวเองในทุกองค์ประกอบ แต่ถึงแม้ว่าการเป็นผู้สนับสนุนจะสร้างประโยชน์หลายประการให้กับผู้สนับสนุน ก็มีข้อเสียที่สินค้าทุกตัวสามารถทำการเป็นผู้สนับสนุนได้ การที่นักวางแผนสื่อโฆษณาจะเลือกใช้การเป็นผู้สนับสนุนทางสื่อโทรทัศน์เพื่อเป็นเครื่องมือในการวางแผนสื่อโฆษณาให้กับสินค้าได้นั้น นักวางแผนสื่อโฆษณาควรต้องพิจารณาถึงความจำเป็น ความพร้อม และความเหมาะสม ทั้งในเรื่องของงบประมาณ หรือลักษณะของตัวสินค้าเองก่อนว่าควรทำหรือไม่ เพราะไม่เช่นนั้นหากทำไปโดยขาดการพิจารณาที่ดี การเป็นผู้สนับสนุนนั้นอาจไม่บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ข้อเสนอแนะ

1. นักวางแผนสื่อโฆษณาควรเลือกสนับสนุนรายการที่เหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย
 เพราะการเลือกรายการที่มีความเหมาะสมกับสินค้า จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงเนื้อหา ภาพลักษณ์ของรายการกับสินค้าได้ เช่น สินค้าที่สนับสนุนรายการวัยรุ่นจะช่วยให้ผู้บริโภคเชื่อมโยงได้ว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าสำหรับวัยรุ่น นอกจากนี้การเลือกรายการที่มีกลุ่มผู้ชมเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้า จะช่วยให้การสื่อสารสามารถเจาะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสินค้าได้โดยตรง
2. นักวางแผนสื่อโฆษณาควรคิดกิจกรรมการเป็นผู้สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเด่นของสินค้า

โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่นำสินค้าเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการ (Tie-in Program Activation) ควรต้องดึงจุดเด่นๆของสินค้ามาใช้ในการคิดรายละเอียดของกิจกรรม เช่น คุณลักษณะทางกายภาพ คุณประโยชน์ของสินค้าที่เด่นๆ คำขวัญ (slogan) ของสินค้า องค์ประกอบในโฆษณา ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับว่า อะไรคือข้อความสำคัญที่เราต้องการบอกกับผู้บริโภค จากวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การที่นำเอาจุดเด่นๆของสินค้ามาสร้างสรรค์กิจกรรมจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถระลึกไปถึงสินค้าได้ง่ายเมื่อชมกิจกรรมนั้น และยังช่วยย้ำเตือนกลุ่มเป้าหมายถึงตราห้อยได้ดี

3. นักวางแผนสื่อโฆษณาไม่ควรทำกิจกรรมที่คู่แข่งได้เคยมีการทำไปแล้ว หรือมีความคล้ายคลึงกับที่ได้เคยมีการทำไปแล้ว

ในการทำกิจกรรมการเป็นผู้สนับสนุนทางสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำสินค้าเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการ (Tie-in Program Activation) ไม่ควรทำกิจกรรมที่สินค้านั้นหรืออื่นได้เคยทำไปแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่เป็นคู่แข่ง เพราะจะทำให้ผู้บริโภคมองว่าสินค้านั้นไม่มีความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ต้องลอกเลียนจากผู้อื่นเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อสินค้า การคิดกิจกรรมที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อนจะเกิดภาพลักษณ์ของความเป็นผู้นำของสินค้าในตลาด

4. นักวางแผนสื่อโฆษณาไม่ควรเลือกสนับสนุนรายการซึ่งเป็นรายการที่ลอกเลียนแบบหรือปรับปรุงมาจากรายการต้นฉบับ

การเลือกรายการสำหรับการเป็นผู้สนับสนุนนั้นถ้าเป็นไปได้ควรเลือกรายการที่เป็นต้นฉบับของรายการประเภทนั้นๆ ไม่ควรสนับสนุนรายการซึ่งลอกเลียนแบบหรือปรับปรุงมาจากรายการต้นฉบับ เพราะการสนับสนุนรายการที่เป็นต้นฉบับจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นผู้นำให้กับสินค้ามากกว่า

5. ไม่ควรทำกิจกรรมที่มีเนื้อหาที่เน้นการขายสินค้า (hard sale) หรือเข้าไปสอดแทรกเนื้อหาของรายการมากเกินไป

เพราะอาจก่อให้เกิดผลเสียจากการเป็นผู้สนับสนุนแทนการได้รับประโยชน์อย่างที่ควรจะเป็น หากการเป็นผู้สนับสนุนนั้นเข้าไปสอดแทรกเนื้อหาของรายการมากเกินไป หรือเน้นการขายมากเกินไป จะส่งผลกระทบต่อผู้ชมเกิดความหงุดหงิด รำคาญ เกิดความรู้สึกไม่ดีกับสินค้านั้นที่พยายามยัดเยียด และเอาเปรียบผู้ชม และจะทำให้ผู้ชมเกิดอคติกับสินค้าและรายการ

6. ควรมีหน่วยงานราชการที่เข้ามาทำการควบคุมดูแล และตรวจสอบการเป็นผู้สนับสนุนทางโทรศัพท์ รวมทั้งการออกกฎ ข้อบังคับเกี่ยวกับการเป็นผู้สนับสนุนทางสื่อโทรศัพท์ เพราะหากไม่มีการควบคุมที่เข้มงวดทั้งผู้สนับสนุน และผู้ผลิตรายการจะไม่มีขอบเขตในการทำงาน และอาจทำการสนับสนุนในรูปแบบที่เอาเปรียบ และเป็นผลเสียผู้บริโภค

แนวโน้มในอนาคต

การเป็นผู้สนับสนุนทางสื่อโทรศัพท์จะยังคงเป็นที่นิยม และมีแนวโน้มที่มากขึ้น เนื่องจากสถานการณ์ทางการตลาดที่มีการแข่งขันสูงขึ้น สินค้าแต่ละยี่ห้อต่างต้องการนำสินค้าของตนเข้าไปใกล้ชิดกับผู้บริโภคมากขึ้น ต้องการสร้างการจดจำในตราหือ ต้องการสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคมากกว่าคู่แข่ง เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่า

จึงมีผู้สนใจจะเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนทางโทรศัพท์มากขึ้น ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่จะส่งผลให้รูปแบบของการทำการเป็นผู้สนับสนุนทางโทรศัพท์ในอนาคตจะมีการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มความหลากหลายในรูปแบบการนำเสนอมากขึ้น ซึ่งจะได้เห็นรูปแบบของการเป็นผู้สนับสนุนแบบใหม่ๆเกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบของการนำสินค้าเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการ (Tie-in Program Activation) เนื่องจากสินค้าแต่ละชนิดต่างก็ต้องการที่จะให้กิจกรรมสำหรับการเป็นผู้สนับสนุนของสินค้านั้นมีความแปลก แตกต่างจากคู่แข่งและเป็นที่น่าสนใจผู้บริโภค ซึ่งนั่นจะส่งผลให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดีกว่าของคู่แข่ง และส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราหือของตนได้ดีกว่าคู่แข่ง ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในอนาคตรูปแบบของการเป็นผู้สนับสนุนจะได้รับการสร้างสรรค์ให้เข้าไปใกล้ชิดกับผู้บริโภคมากขึ้น ไม่ว่าจะดูอะไรในรายการโทรศัพท์ก็จะมีผู้สนับสนุนไปหมดในทุกจุด สถานการณ์จะมีความรุนแรงมากขึ้น