

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของโทรทัศน์ดาวเทียม” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ ประกอบด้วย วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และรวบรวมเอกสารที่มีอยู่ เพื่อให้ทราบถึงนโยบายและแนวทางในการวางแผนการสื่อสารการตลาดของโทรทัศน์ดาวเทียมผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งมีการวางแผนการตลาดประสมประสานกับการเลือกใช้ช่องทางต่าง ๆ ในการสื่อสารของโทรทัศน์ดาวเทียม ตลอดจนการเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสื่อสารไปพร้อม ๆ กับการสื่อสารผ่านสื่อหลัก โทรทัศน์ดาวเทียม และวิธีการในการบริหารงานของโทรทัศน์ดาวเทียม กระบวนการเลือกสรร เนื้อหา และการทำรายการก่อนออกอากาศว่ามีการทำอย่างไรบ้าง มุมมองทัศนคติของผู้บริหารกับการเลือกใช้สื่อดิจิทัลในการนำมาใช้ในงานบริหาร และการสื่อสารของโทรทัศน์ดาวเทียม พร้อมทั้งศึกษาการวางแผนในการใช้กลยุทธ์และวิธีการในการนำเสนอ ให้รายการเป็นที่รู้จักมากขึ้น วิธีการในการนำเสนอรายการตั้งแต่ก่อนออกอากาศ ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ว่ามีกระบวนการเช่นไรบ้าง และในระหว่างการออกอากาศ ที่ดำเนินการออกอากาศผ่านทางโทรทัศน์ดาวเทียมและผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต อีกทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การรับชมรายการย้อนหลังผ่านช่องทางดังกล่าวว่ามีวิธีการอย่างไร และปัจจัย องค์ประกอบใดบ้างที่ทำให้ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมเลือกการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล รวมถึงการวิเคราะห์การนำเสนอรายการของโทรทัศน์ดาวเทียม กับการเลือกใช้สื่อดิจิทัลเข้ามาประสมประสานทางด้านการสื่อสารว่ามีวิธีการนำเสนออย่างไร และผลตอบรับกลับมาเป็นเช่นไร และนอกจากนั้นได้ศึกษาถึงสภาพการณ์ตลาดของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมและทิศทางในการวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อให้เหมาะสมกับยุคของการแพร่กระจายของนวัตกรรมใหม่ที่แตกตัวและกระจายไปทั่วทุกมุมโลก ตลอดจนการเชื่อมโยงข่าวสารของผู้บริโภคผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และแนวโน้มของอนาคต โดยสามารถนำผลการศึกษาทั้งหมดมาประมวลและสรุปถึงวิธีการในการวางแผนการสื่อสารการตลาดของโทรทัศน์ดาวเทียม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของความก้าวหน้าของเทคโนโลยีไปอย่างรวดเร็ว เพื่อเป็นแนวทางให้ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมได้พัฒนาให้การสื่อสารการตลาดรายการของโทรทัศน์ดาวเทียม สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ในการรับชมรายการ และการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้สอดคล้องไปกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในด้านการสื่อสารมากขึ้นเรื่อย ๆ

ข้อสรุปที่ 1 วิธีการบริหารงานและการปรับตัวของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

วิธีการบริหารงานและการปรับตัวของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมเพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่กำลังแพร่หลายและในหลายธุรกิจใช้เชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร สินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค เนื่องจากตัวเลขของผู้ที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันมีจำนวนอยู่ที่ 17.9 ล้านคน จากผลสำรวจของบริษัท อินนิซิเอทีฟ มีเดีย จึงทำให้ผู้บริหารธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมต่างก็ตระหนักในเรื่องดังกล่าว และได้ทำการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารงานเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ของการเปลี่ยนแปลงจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยวิธีการในการบริหารงานที่ผู้บริหารและนักการตลาดเลือกใช้เพื่อให้เหมาะสมกับการบริหารงานรายการโทรทัศน์ดาวเทียมก็คือ การรู้จักตนเองว่าเราเป็นใคร เราอยู่ตรงไหน เพื่อที่จะได้ทราบถึงจุดยืนในตลาด เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์โดยรวมของตลาด จึงทำให้สามารถวางแผนในการบริหารงานได้อย่างเหมาะสม การแข่งขันกับฟรีทีวีในการทำรายการให้มีความน่าสนใจมากกว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคให้เลือกรับชมรายการโทรทัศน์ดาวเทียม เป็นหนึ่งในวิธีการบริหารงานของโทรทัศน์ดาวเทียม โดยเริ่มตั้งแต่การใส่ใจในการคัดสรรเนื้อหา รูปแบบของรายการและนำเสนอออกไปให้แตกต่างและมีความหลากหลายของรายการ ซึ่งต่างไปจากรายการที่สามารถรับชมได้จากฟรีทีวีทั่วไป นอกจากนั้นการใส่ใจในเรื่องของผู้ชมรายการว่ามีความต้องการหรือกระแสของการเลือกบริโภคข้อมูลข่าวสารมีทิศทางเป็นเช่นไร โดยการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคถึงพฤติกรรมการดำเนินชีวิตว่า ผู้บริโภคปัจจุบันมีความต้องการและเลือกที่จะรับข้อมูลข่าวสารตลอดจนการเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ผ่านการใช้สื่อต่าง ๆ เป็นเช่นไรบ้าง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ในการเลือกรับชมข้อมูลข่าวสารและใช้ในเรื่องอื่นใดบ้างอีก นอกจากนี้การแสดงจุดยืน การสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวรายการก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะการสร้างสิ่งดังกล่าวจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและระลึกถึงรายการ และติดตามรับชมรายการของโทรทัศน์ดาวเทียมต่อไป ซึ่งทั้งหลายทั้งปวงที่กระทำไปนั้นก็เพื่อต้องการตอบสนองประสงค์ของการทำธุรกิจ ที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้คือ

1. ต้องการขยายฐานของกลุ่มเป้าหมายในการรับชมรายการให้มีเพิ่มมากขึ้น
2. การทำรายการที่มีเนื้อหา รูปแบบของรายการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

3. การเพิ่มรายได้จากการให้เช่าเวลาในการโฆษณา สินค้าและบริการในรายการโทรทัศน์

ข้อสรุปที่ 2 การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ของรายการโทรทัศน์ดาวเทียม

การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของโทรทัศน์ดาวเทียมในปัจจุบัน มีแนวทางและวิธีการในการเลือกใช้ในการเลือกประสานประสานกันระหว่างสื่อทุกสื่อที่มีอยู่ในการนำเสนอของจากทุก ๆ สื่อมารวมกัน กล่าวคือการหลอมรวมสื่อ และนำเสนอจากทุกสื่อเข้าด้วยกัน และคัดสรร กลั่นกรอง นำเสนอ ตลอดจนสื่อสารออกไปยังผู้บริโภค อีกทั้งวางแผนการสื่อสาร โดยเลือกการสื่อสารรายการในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์รายการผ่านไปยังสื่อต่าง ๆ และสื่ออินเทอร์เน็ตอีกด้วย เนื่องจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์รายการ ในแต่ละสื่อมีการพิจารณาในการเลือกสื่อให้เหมาะสมทั้งกลุ่มเป้าหมาย และงบประมาณในการใช้สำหรับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์รายการ ทั้งนี้การวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางการสื่อสารที่ใช้งบประมาณน้อยที่สุด และอีกทั้งยังสามารถเข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมากกว่าการเลือกใช้อื่น ๆ ในการทำการสื่อสารของรายการออกไป ซึ่งเรื่องดังกล่าวผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากการสัมภาษณ์ในผู้บริหารและนักการตลาดในหลาย ๆ ท่านต่างก็ใช้กลยุทธ์และวิธีการดังกล่าวในการนำไปใช้ในการวางแผนการสื่อสารของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมของตน เนื่องจากผู้บริหารแต่ละท่านต่างเชื่อว่า การที่จะทำรายการเพื่อให้เข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน จะต้องอาศัยการใช้ประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ตในการเชื่อมโยงตัวรายการไปยังผู้บริโภค เนื่องจากการเชื่อมโยงและเข้าถึงของสื่ออินเทอร์เน็ตกับผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเชื่อมโยงข้อมูล ข่าวสาร มากกว่าสื่ออื่น ๆ และเป็นการตอบสนองการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ที่เลือกการรับข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง สื่อไม่สามารถเข้าไปกำหนดหรือทำการเลือกให้กับผู้บริโภคได้เหมือนในอดีต และจากการศึกษาโดยละเอียดถึงการหลอมรวมสื่อ (Integrated Media) ในหลาย ๆ สื่อเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดประสิทธิผลกับตัวรายการโทรทัศน์ ในด้านเนื้อหา ข้อมูล สามารถใช้ร่วมกันจากในทุกแหล่งข่าว และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ผู้บริโภคสามารถเลือกรับชมรายการได้หลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับชมรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นการทำลายข้อจำกัดของเวลาและสถานที่ เนื่องจากสามารถรับชมรายการย้อนหลังได้ และหากไม่มีจานรับสัญญาณก็มีช่องทางอื่น ๆ ในการเข้าถึงและรับชมรายการ ทั้งนี้เมื่อรายการได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ก็สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้สนับสนุนรายการ การซื้อเวลา

ในการโฆษณาสินค้าและบริการในรายการแต่ได้โฆษณาสินค้าและบริการไปยังสื่ออื่น ๆ ในเวลาเดียวกัน ผลประโยชน์ดังกล่าวก็เป็นเพราะจากการหลอมรวมสื่อเข้าด้วยกัน เรื่องดังกล่าวทำให้การโฆษณา สินค้าและบริการของผู้สนับสนุนรายการได้เผยแพร่ไปยังสื่อทุกสื่อและได้นำเสนอออกไปได้มากขึ้น สิ่งเหล่านี้เมื่อผู้บริโภคได้เห็นบ่อยมากขึ้นจากในหลายสื่อ ผู้บริโภคเกิดการจดจำตราสินค้าได้บ่อยขึ้น และผู้สนับสนุนก็จะมีการพิจารณาในเรื่องดังกล่าวมากขึ้นจากการซื้อเวลาในการโฆษณา สินค้าและบริการ กับสื่ออย่างธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม

ข้อสรุปที่ 3 ทิศทางการสื่อสารการตลาดที่ใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้บริโภค

ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมต้องการขยายฐานลูกค้าให้ผู้ชมรายการจำนวนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการใช้ประโยชน์ในการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้นในการสื่อสาร การโปรโมท โฆษณา ประชาสัมพันธ์รายการ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ตลอดจนการเชื่อมโยงรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เลือกรับสารผ่านสื่อดังกล่าว นับเป็นความพยายามของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมในการวางแผนการสื่อสารการตลาด เพื่อให้รายการที่ออกอากาศผ่านโทรทัศน์ดาวเทียมได้เข้าถึงและขยายฐานคนดูให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นนั่นเอง

อภิปรายผล

การอภิปรายผลในส่วนนี้ เป็นการนำผลการศึกษาที่ได้วิเคราะห์โดยใช้กรอบทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด และกรอบแนวคิดการสื่อสารการตลาด อีกทั้งผลการวิจัยชิ้นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. วิธีการบริหารงานและการปรับตัวของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

วิธีในการบริหารงานของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม หากพิจารณาด้วยกรอบทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดแล้ว พบว่าวิธีในการบริหารงานของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมนั้น การเกิดของการสื่อสารผ่านดาวเทียมเกิดจากการแพร่กระจายของเทคโนโลยี และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ที่ถูกพัฒนาและนำไปใช้กับการสื่อสาร อีกทั้งการทำงานของระบบโทรทัศน์

ดาวเทียม ก็เป็นการพัฒนาโดยการนำเทคโนโลยี มาผสมผสานกับการสื่อสารออกมาเป็นสื่ออีกแขนงหนึ่งในการเป็นช่องทางการสื่อสารไปยังผู้บริโภค นอกเหนือไปจากสื่อหลักอย่าง โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ นอกไปจากนั้นแล้ววิธีในการบริหารงานของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมจึงมีวิธีการที่ถูกพัฒนาและมีพื้นฐานของการพัฒนาให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีที่มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นการปรับตัวของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมในการบริหารงาน เป็นเรื่องที่ไม่ยากนัก ที่ผู้บริหารตลอดจนทีมงานทุกคนต่างตระหนักดีถึงการบริหารงาน การดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องไปกับการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีในการนำไปพัฒนางาน การผลิตรายการ และการสื่อสารไปยังผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถขยายฐานกลุ่มผู้ชมรายการให้มีมากขึ้นเรื่อย ๆ

ฉะนั้นวิธีการบริหารงานเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมจึงตระหนักบทบาทและศักยภาพของเทคโนโลยีในการนำไปใช้ควบคู่กับการสื่อสาร ซึ่งวิธีการดังกล่าว จากกรอบทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด McLuhan ได้พูดถึงเทคโนโลยีนั้นได้ก้าวเข้ามามีบทบาทอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับแวดวงสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีได้เชื่อมการสื่อสารจากทั่วทุกมุมโลกของมนุษย์ได้สื่อสารถึงกันได้ โดยทำลายข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ (Time & Space) และก่อให้เกิดเป็นสังคมที่เต็มไปด้วยการบริโภคข้อมูลข่าวสาร มนุษย์ทุกคนจะสามารถสื่อสารและเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารด้วยการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมถึงกันก่อให้เกิดเป็นหมู่บ้านโลก (Global Village) กล่าวคือ มนุษย์ทุกคนจะสามารถเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสื่อสารที่ปราศจากข้อจำกัดที่เป็นเสมือนกำแพงขวางกั้นการสื่อสารของมนุษย์จากทั่วทุกมุมโลก นอกไปจากนี้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยียังสามารถเพิ่มประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการรับรู้ เชื่อมโยงถึงข้อมูลต่าง ๆ เป็นการเพิ่มผัสสะให้กับมนุษย์ในการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ (Extension of experience) ที่ไม่เคยรับทราบมาก่อน การเพิ่มประสบการณ์ด้านข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ นับว่าเป็นปรากฏการณ์ใหม่ของสังคมที่นำเทคโนโลยีมาเชื่อมโยงและกำหนดบทบาททางสังคมให้กับมนุษย์ ซึ่งอิทธิพลของสื่อโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสารนั้น เป็นการกำหนดการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เช่นเดียวกับที่ Dennis McQuail ได้ขยายความถึงเทคโนโลยีการสื่อสารนั้นเป็นพื้นฐานของทุกสังคม อีกทั้งขั้นตอนการผลิตและการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารจะเป็นตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม นอกจากนั้นแล้วการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ ๆ กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารมีผลกระทบต่อสังคม และปัจเจกบุคคล ในแง่ของเวลา สถานที่และรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันตามมา

และเมื่อนำมาพิจารณาถึงวิธีการบริหารงานและการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารงาน เพื่อให้สอดคล้องไปกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และกรอบทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็น

ตัวกำหนด ตลอดจนแนวคิดการสื่อสารการตลาด ถึงวิธีในการบริหารงานให้เหมาะสมในสถานการณ์ปัจจุบัน โดยผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ถึงวิธีการดังกล่าว เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่หนึ่ง เมื่อทำการวิเคราะห์และประกอบการศึกษาการพิจารณากรอบทฤษฎีและแนวคิดที่ได้อธิบายมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาได้ทำการประมวลผลและสรุปวิธีการดังกล่าว โดยมีองค์ประกอบต่อไปเพื่อให้เป็นไปตามการอภิปรายในข้างต้นดังนี้

พฤติกรรม ความต้องการ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค

เมื่อเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดบทบาทให้กับสังคมในการเกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะทางด้านการสื่อสาร กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ปรากฏการณ์ดังกล่าวก็ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม เนื่องจากเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง ดังนั้นการบริหารงานเพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี แน่นอนว่าเมื่ออิทธิพลของเทคโนโลยีก้าวเข้ามามีบทบาทกับทั้งมนุษย์ และสังคม การสื่อสารของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมจึงได้ทำการปรับเปลี่ยนวิธีในการบริหารงานตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม และมนุษย์เช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากการทำรายการของโทรทัศน์ดาวเทียมต้องเผชิญกับการแข่งขันกับสื่อหลักอย่างฟรีทีวี ดังนั้นการทำรายการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จึงเป็นหัวใจหลักของการบริหารงานของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมในปัจจุบัน

เนื้อหา รูปแบบของรายการที่มีความหลากหลาย

การทำรายการของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม ต้องใช้ความพยายามอย่างสูงในการนำเสนอรายการให้มีความน่าสนใจ โดดเด่น และมีจุดที่แตกต่างไปจากฟรีทีวี ดังนั้นหลักการของการทำโทรทัศน์ดาวเทียมในปัจจุบัน ปัจจัยในการพิจารณาในการผลิตรายการ ซึ่งประกอบไปด้วยรูปแบบ เนื้อหา และวิธีในการนำเสนอ ต้องสร้างเอกลักษณ์และสร้างรับรู้ การจดจำให้กับตัวรายการ เพื่อสร้างการตระหนักตราสินค้าให้กับผู้ชมรายการ สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการตลาด ที่ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร (2547, น. 57) ได้พูดถึงหนึ่งในขั้นตอนของลักษณะการสื่อสารการตลาด เรื่องของวัตถุประสงค์ของการสื่อสารการตลาดเพื่อชักชวนและให้ข้อมูล (Persuasion and Information) โดย การสื่อสารทางการตลาดพยายามที่จะชักชวนกลุ่มเป้าหมายให้เปลี่ยนทัศนคติ หรือพฤติกรรมต่อสินค้า หรือบริการ ในที่นี้ก็คือ รายการที่ออกอากาศผ่านโทรทัศน์ดาวเทียม กล่าวคือ ผู้บริโภคในปัจจุบันเลือกที่เลือกรับข้อมูลข่าวสารด้วยตัวเอง สื่อมวลชนไม่มีอิทธิพล ในการโน้มน้าวหรือชวนเชื่อ ผู้บริโภคจะเลือกตัดสินใจในการที่จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารแต่ละประเภท เลือกรับมากน้อย และผ่านช่องทางใด ผู้บริโภคจะเป็นผู้กำหนดเองทั้งสิ้น ดังนั้นในฐานะของสื่อมวลชนในปัจจุบันทำหน้าที่เพียงการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเท่านั้น กระบวนการทางด้านการสื่อสารการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ การจดจำ และการเข้าถึงได้บ่อยครั้ง ในการรับชมรายการ ดังนั้น การวางแผน

การสื่อสารการตลาด เพื่อให้ประสบความสำเร็จ ส่วนหนึ่งก็คือ การสื่อสารเรื่องของ เนื้อหา รูปแบบของรายการ ด้วยการสื่อสารการตลาดเพื่อให้ผู้ชมรายการทราบถึง รูปแบบของรายการที่มีเอกลักษณ์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งรายการของโทรทัศน์ดาวเทียม มีความแตกต่างจากฟรีทีวี ถึงข้อกำหนดในการทำรายการ สามารถผลิตรายการที่มีเนื้อหา และรูปแบบรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการ มากกว่าการทำรายการที่เน้นเรื่องของเรตติ้ง และรายได้จากค่าโฆษณา หรือการทำรายการที่ตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้านั่นเอง

การขยายฐานผู้ชมรายการ และการเพิ่มรายได้จากผู้สนับสนุนรายการ

วิธีการในการสร้างสรรค์รายการให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น ประกอบกับกระบวนการทางด้านการสื่อสารการตลาดในการสร้างความตระหนักรู้ในตราสินค้า และเกิดการจดจำตราสินค้าได้ เป็นวิธีการหนึ่งในหลักของการวางแผนการสื่อสารการตลาดของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการตลาด ที่ ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร (2547, น. 57) ได้พูดถึงหนึ่งในขั้นตอนของลักษณะการสื่อสารการตลาด เรื่อง ของวัตถุประสงค์ของการสื่อสารการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย (Sales Objectives) โดย การสร้างความรู้จักในตราชื่อ (Brand Awareness) มีเป้าหมายของการวางแผนกลยุทธ์สื่อสารการตลาด ก็เพื่อ ช่วยเพิ่มยอดขายสินค้า หรือบริการให้แก่ธุรกิจ วิธีการดังกล่าวช่วยขยายฐานและเพิ่มจำนวนผู้ชมรายการให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และผลพลอยได้ทางด้านธุรกิจในด้านหนึ่งก็คือการเพิ่มรายได้จากการขายเวลาให้กับผู้สนับสนุนรายการ เนื่องจากโทรทัศน์ดาวเทียมตัวเลขของฐานคนดูรายการมีจำนวนไม่สูงมากนักหากเปรียบอย่างสื่อหลักคือโทรทัศน์ ดังนั้นจึงมีผู้สนับสนุนรายการเป็นจำนวนมากในการเช่าเวลาสำหรับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการ จึงทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาของค่าเช่าเวลาในฟรีทีวีเกิดขึ้น และเหตุการณ์ดังกล่าวก็ส่งผลถึงการผลิตรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สนับสนุนรายการ หรือเรามากคุ้นเคยกับคำว่า เรตติ้ง ยิ่งได้รับมากเท่าไรก็จะทำให้ผู้สนับสนุนรายการเพิ่มมากขึ้น เท่านั้น หลักการดังกล่าวโทรทัศน์ดาวเทียมก็มีความต้องการเช่นกัน แต่การเพิ่มรายได้ของโทรทัศน์ดาวเทียมจากผู้สนับสนุนรายการ ยังมีไม่มากนัก ดังนั้นข้อจำกัดในเรื่องดังกล่าวก็ยังไม่ชัดเจน แต่การที่รายการของโทรทัศน์ดาวเทียมเริ่มมีฐานคนดูมากขึ้น จำนวนผู้สนับสนุนรายการก็เริ่มมีเข้ามาเพิ่มมากขึ้นตามเช่นกัน แต่การกระจายตัวของการเช่าเวลาในการโฆษณาสินค้าและบริการ ในโทรทัศน์ดาวเทียมมีการกระจายตัวมากกว่าฟรีทีวี เนื่องจากช่องในการรับชมรายการของโทรทัศน์ดาวเทียมมีให้เลือกรับชมรายการมากกว่าฟรีทีวีทั่วไป ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการตลาด ที่วิธีการและแนวคิดดังกล่าวเน้นเรื่องของการสื่อสารการตลาดด้วยวิธีการต่าง ๆ ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิผลสำเร็จ จากจุดนี้กล่าวได้ว่า การขยายฐานคนดูรายการและการสร้างรายได้จากผู้สนับสนุนรายการ ด้วยการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวรายการ เพื่อให้ผู้ชมจดจำและ

ติดตามชมรายการได้ เป็นการเพิ่มประสิทธิผลให้กับธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมด้วยแนวคิดด้านการสื่อสารการตลาดนั่นเอง

2. การวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลในการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ของรายการโทรทัศน์ดาวเทียม

โลกการสื่อสารในปัจจุบันที่เป็นยุคสมัยแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ การดำเนินธุรกิจด้วยหลักการที่มีทิศทางไปตามกระแสดังกล่าว ช่วยหลีกเลี่ยงในการลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน วิธีการที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจสู่เส้นทางที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียง ก็คือการวางแผนการสื่อสารการตลาด ด้วยกลยุทธ์ วิธีการต่าง ๆ ในการสอดประสานทั้งการเลือกเครื่องมือและช่องทางในการสื่อสารเพื่อให้เหมาะสมและเกิดประสิทธิผลสูงสุด อีกทั้งผสมผสานกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่เต็มเปี่ยมไปด้วยประโยชน์มากมายมหาศาล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการสื่อสารการตลาดอย่างสูงสุด ฉะนั้นการพิจารณาด้วยกรอบทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด และแนวคิดการสื่อสารการตลาด ในการเชื่อมโยงถึงการวางแผนการสื่อสารการตลาด โดยการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับรายการโทรทัศน์ดาวเทียม เพราะวิธีการดังกล่าวเป็นเสมือนส่วนประสมในการสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม ทิศทางในการบริหารงานของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม ส่วนสำคัญที่ทำให้กิจกรรมในการดำเนินการประสบความสำเร็จได้นั้น ก็คือ การวางแผนการสื่อสารการตลาดให้เหมาะสมกับปัจจัยภายนอกที่แวดล้อมอยู่ มี เศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี นั่นเอง

อนึ่ง การวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลในการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ของรายการโทรทัศน์ดาวเทียม กล่าวโดยสรุปได้ว่า การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาด เพื่อให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น ก้าวสำคัญของการบริหารงานเพื่อให้ธุรกิจดำเนินได้อย่างมั่นคงก็คือ การวางแผนการสื่อสารการตลาด โดยการผสมผสานใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด เพื่อมุ่งจูงใจให้ผู้บริโภค เลือกรับชมและติดตามรายการโทรทัศน์ดาวเทียมให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม

ในการสรุปรวบรวมประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษาจากทั้งเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ถึงวัตถุประสงค์ข้อที่สอง ถึงการวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์และประมวลแล้วว่ากลยุทธ์ที่เป็นหัวใจสำคัญ ก็คือ การหลอมรวมสื่อ (Integrated Media) เป็นการผสมผสานการใช้การสื่อสารอย่างครบวงจร อีกทั้งเป็นการใช้ฐานข้อมูลร่วมกันจากแหล่งข้อมูลในทุก ๆ สื่อ เพื่อสร้างโอกาสในการได้เปรียบในเชิงธุรกิจเหนือคู่แข่ง และที่สำคัญการสื่อสารในทุก ๆ ช่องทาง เป็นการเข้าถึงและครอบคลุม

กลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างกว้างขวาง การหลอมรวมสื่อ เป็นกลยุทธ์ชั้นเยี่ยม ในกลวิธีที่นำไปใช้วางแผนการสื่อสารการตลาด ซึ่งเรื่องดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการตลาด ที่ ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร ได้พูดถึงการสื่อสารการตลาดในลักษณะต่าง ๆ ตลอดจนขั้นตอนการวางแผนการสื่อสาร เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดประสบความสำเร็จได้ และส่วนผสมที่ช่วยเสริมให้การสื่อสารการตลาดเกิดประสิทธิผลสูงสุดด้วยการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์รายการไปยังผู้รับสาร นั่นคือ การผสมผสานใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication: IMC) ซึ่งจุดเด่นของวิธีการดังกล่าว ประกอบกันหลายส่วน ซึ่งผู้ศึกษาสามารถนำไปเชื่อมโยงถึงการใช้ IMC มาอธิบายถึงหนึ่งในการวางแผนการสื่อสารการตลาดที่ผู้บริหารของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม ต่างก็เลือกมาใช้เป็นกลวิธีในการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จ มี จุดเด่นเรื่อง การผสมผสานใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงในการสื่อสาร เกิดต้นทุนที่ต่ำในการใช้งบประมาณในการสื่อสาร ช่วยสร้างความภักดีให้กับผู้รับชมรายการ โดยการกระตุ้นและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการ และยังช่วยสร้างผลกระทบต่อการสื่อสาร เนื่องจากการสื่อสารแบบผสมผสานใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด มุ่งสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมในทางบวกที่จะทำให้ยอดผู้รับชมรายการขยายฐานได้เพิ่มมากขึ้น ทั้งหมดสามารถอธิบายและเชื่อมโยงไปถึงเรื่องที่คุณศึกษาได้จากผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างถึงการวางแผนการสื่อสารการตลาดให้กับรายการโทรทัศน์ดาวเทียม และประสบผลสำเร็จได้โดย การหลอมรวมเข้าหากันของเทคโนโลยีได้สร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคในการเชื่อมโยงและเข้าถึงข้อมูลได้ในหลากหลายสื่อ ดังนั้นการหลอมรวมสื่อเป็นเสมือนหนึ่งในการช่วยให้การใช้ชีวิตและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามเช่นกัน พร้อมกันนั้นผู้บริโภคต่างมีความต้องการ และมีความเข้าใจในการบริโภคเทคโนโลยีมากขึ้น การหลอมรวมกันของสื่อเป็นเสมือนโอกาสของนักการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมที่ต้องใช้ความพยายามอย่างสูงในการเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุม โดยการเลือกใช้ประโยชน์และจุดดีของสื่อแต่ละสื่อมาผสมกัน การที่เรามีสื่อที่ ผู้บริโภคเข้าถึงได้ตลอดเวลา ถึงตัวกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เป็นการเฉพาะเจาะจง สามารถเก็บฐานข้อมูล หรือใช้ในเชิงสำรวจต่อไปได้ และด้วยเทคโนโลยีที่สูงขึ้น ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มากขึ้น ดังนั้นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยในรูปแบบของสื่อผสม ที่เกิดจากการหลอมรวมสื่อ จะส่งผลดีให้กับธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม อีกทั้งยังทำให้ธุรกิจของโทรทัศน์ดาวเทียมสามารถดำรงอยู่ในตลาดธุรกิจสื่อสารมวลชนได้อย่างมั่นคง

และโดยองค์ประกอบและปัจจัยต่าง ๆ ที่นำพาให้การหลอมรวมสื่อของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม มุ่งเป้าไปที่การทำการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลเนื่องมาจาก องค์ประกอบและปัจจัยดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรม ความต้องการ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค

กลยุทธ์โดยการหลอมรวมสื่อของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม ทำให้การสื่อสารการตลาดของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายมากขึ้น จากการวางแผนสื่อการตลาด ด้วยการเลือกการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือในการโปรโมทรายการ และผนวกช่องทางการสื่อสารผ่านการใช้สื่อต่าง ๆ ที่ดำเนินกิจการอยู่ขององค์กร ทำให้ความสามารถในการรับสารของผู้ชมรายการ รู้จักและติดตามชมรายการมากขึ้น ทั้งนี้การเลือกช่องทางการสื่อสารของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม มุ่งเน้นเฉพาะสื่อหลักอย่าง วิทย์ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ หากแต่ว่าสื่อหลักเข้าถึงเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่รับข่าวสารในสื่ออื่น ๆ กล่าวคือการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม จะต้องมีความพยายามอย่างมากที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังต้องใช้การสื่อสารในการสร้างความน่าสนใจให้กับตัวรายการ ซึ่งนอกเหนือไปจากแค่การผลิตรายการที่มีเนื้อหา รูปแบบรายการที่น่าสนใจเท่านั้น ฉะนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม เริ่มให้ความสำคัญกับการซื้อข้อมูล เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น โดยบริษัทวิจัยต่างได้ทำการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน พบว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มการเลือกรับข่าวสาร การรับชมรายการต่าง ๆ ต่างไปจากการเลือกรับจากสื่อหลักที่เคยปฏิบัติ แต่หากการเลือกรับและเข้าถึงของผู้บริโภคกลับเปลี่ยนทัศนคติและมุมมองของการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนมากที่สุด โดยใช้ความสะดวกของการดำเนินชีวิต ในการเข้าถึงได้บ่อยครั้งของการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ข้อมูลดังกล่าวสามารถยืนยันได้จากผลสำรวจของผู้บริโภคในการเข้าถึงและเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารว่า มีผู้บริโภคที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และเพื่อความบันเทิงอยู่ถึง 17.9 ล้านคน (ผลสำรวจจากบริษัทอินนิซิเอทีฟ มีเดีย) จากข้อมูลดังกล่าวทีมผู้บริหารและนักการตลาดของโทรทัศน์ดาวเทียม ต่างก็พิจารณาจากผลการสำรวจของจากหลายบริษัทที่ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการในการเลือกรับข่าวสารของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทำให้การวางแผนการสื่อสารการตลาดในปัจจุบันเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้รับชมรายการมากที่สุดก็คือ เน้นการวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทาง สื่ออินเทอร์เน็ต นั่นเอง เรื่องดังกล่าวสอดคล้องกับสิ่งที่ McQuail กล่าวถึง การก้าวเข้ามาของเทคโนโลยีจะเกิดปรากฏการณ์ด้านการสื่อสาร และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยที่ว่า ในปัจจุบันผู้บริโภคเลือกการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ตให้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย เป็นเสมือนคลังข่าวสามารถสืบค้นข่าวที่ผ่านมาแล้วในอดีต อีกทั้งการรับข่าวสารถูกเปิดโอกาสได้เพิ่มประสบการณ์จากทั่วทุกมุมโลก และเมื่อต้องการติดตามรับชมรายการทางโทรทัศน์ ก็สามารถเลือกรับชม

รายการที่ออกอากาศในขณะนั้นและ การเลือกรับชมรายการย้อนหลังได้ เรื่องดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ที่ต่างก็มุ่งเน้นการเลือกรับข่าวสารด้วยตนเองและข่าว หรือรับชมรายการที่ต้องการเท่านั้น สื่อมวลชนไม่มีบทบาทในการเข้ามาเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมดังกล่าวในการเลือกรับสารของมนุษย์ได้อีกต่อไป

จากการพิจารณาในเรื่องดังกล่าวประกอบกับกรอบทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด ทำให้ผู้ศึกษากล่าวได้โดยสรุปว่า การบริโภคข้อมูลข่าวสาร ของผู้บริโภคในปัจจุบันมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทั้งนี้สืบเนื่องจากการแพร่กระจายของสื่อใหม่ อย่างสื่ออินเทอร์เน็ต ที่มีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ และมีศักยภาพในการเชื่อมโยงเข้าถึง และสร้างเครือข่ายสังคม Social Network ให้เกิดเป็นโลกแห่งการสื่อสารในแต่ละกลุ่มเกิดขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมก็จำเป็นต้องวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดให้เข้าถึงในแต่ละกลุ่ม ด้วยการสื่อสารการตลาดผ่านไปยังการใช้ Social Network ในแต่ละกลุ่มนั้น ๆ เพื่อให้เป็นหนึ่งเดียวในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั่นเอง

2. เข้าถึงและครอบคลุม กลุ่มเป้าหมาย

การวางแผนการสื่อสารการตลาดของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม มีการพัฒนาการเลือกใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับการสื่อสารในแต่ละครั้ง และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม กลยุทธ์ในการหลอมรวมสื่อก็เป็นแนวคิด ที่ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมเลือกใช้ในการวางแผนสื่อสารการตลาดของรายการโทรทัศน์ดาวเทียม เนื่องจากการใช้สื่อทุกสื่อที่มีอยู่เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั้น คือตั้งเป้าหมายเพื่อให้การสื่อสารสามารถเข้าถึงและการขยายฐานของกลุ่มเป้าหมายในการรับชมให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ผู้บริหารและนักการตลาดได้ตระหนักถึงเรื่องดังกล่าวและหาแผนสำรองในการรองรับเพื่อเป็นอีกทางเลือกให้กับผู้ชมรายการที่ต้องการรับชมรายการของโทรทัศน์ดาวเทียม ดังนั้นการวางแผนการสื่อสารการตลาด โดยการเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์รายการ เป็นการประชาสัมพันธ์ ถึงช่องทางการรับชมรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับผู้บริโภคที่ไม่สามารถเข้าถึงและรับชมรายการผ่านโทรทัศน์ดาวเทียมในขณะใดขณะหนึ่งได้ ผู้บริโภคสามารถเลือกรับชมรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้ อนึ่งผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมเชื่อว่าการเพิ่มช่องทางการรับชมรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จะสามารถเข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่มนั่นเอง

3. งบประมาณ

เมื่อวิเคราะห์ถึงประโยชน์และข้อดีของสื่อแต่ละสื่อในการเลือกนำไปใช้ในการวางแผนสื่อสารการตลาด ในแต่ละครั้งนั้น สื่ออินเทอร์เน็ตมีข้อดีที่มีความหลากหลายมากไปกว่า

สื่ออื่น ๆ และจุดดีอีกอย่างที่ธุรกิจทั้งหลายได้ให้ความสำคัญกับสื่อดังกล่าวก็คือ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ไม่เกิดค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร หากมีก็ค่าใช้จ่ายไม่มากนัก อีกทั้งการเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ก็เหมาะสมกับการสื่อสารในยุคปัจจุบันอีกด้วย และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในปริมาณมาก เพราะการทำการสื่อสารในแต่ละครั้งเราไม่ทราบว่าการกลุ่มเป้าหมายของเราอยู่ที่ไหนบ้าง และได้รับข่าวสารที่เราได้ทำการประชาสัมพันธ์ออกไปหรือไม่ หากแต่สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีอายุในการเก็บข้อมูลไว้ได้ยาวนานกว่าสื่ออื่น ๆ ผู้บริโภคสามารถเข้าไปค้นหาและติดตามชมรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตย้อนหลังได้ตามความต้องการ บ่อยครั้งที่นักการตลาดได้ทำการสื่อสารการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ Social Network ในการเชื่อมโยงในการสื่อสารกับผู้บริโภค ซึ่งนับได้ว่าเป็น Social Media อีกชนิดหนึ่งที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในการวางแผนสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางดังกล่าว อีกทั้งยังไม่เกิดต้นทุนในการทำการสื่อสารในเรื่องต่าง ๆ อีกด้วย

3. ทิศทางการสื่อสารการตลาดที่ใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้บริโภค

เมื่อพูดถึงและทิศทางของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม กับการใช้เทคโนโลยีในเรื่องของการสื่อสาร เมื่อเทคโนโลยีก้าวล้ำมากขึ้น เกิดการแพร่กระจาย เป็นการลดช่องว่างในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมหาศาล มีการคาดการณ์ว่าปรากฏการณ์ดังกล่าว จะส่งผลกระทบต่อวงการสื่อสารโทรทัศน์ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม เมื่อเทคโนโลยีสามารถทำลายข้อจำกัดของการรับชมรายการจากคลื่นความถี่ของทีวี จากเดิมเพียงแค่ 6 ช่อง สู่การเพิ่มโอกาสในการเลือกรับชมรายการได้มากขึ้นของโทรทัศน์ดาวเทียม ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่เกือบ 50 ช่อง และในปี 2553 จะขยายไปถึง 100 ช่อง (“ทีวี 1,000 ช่อง,” น. B2) ซึ่งโอกาสดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีช่องรับชมมากขึ้น อีกทั้งธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมก็เป็นตลาดที่ผู้ประกอบการแต่ละรายต่างก็ต้องแข่งขันมากยิ่งขึ้นตามเช่นกัน ดังนั้นเมื่อเกิดการแข่งขันเกิดขึ้นในตลาด ผู้เล่นอย่างผู้ผลิตรายการให้โทรทัศน์ดาวเทียม ต่างก็ต้องคิดสรรเนื้อหา รูปแบบรายการที่มีคุณภาพ คัดเลือกรายการที่มีสาระ และตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคได้มากที่สุด และผู้ที่ได้ผลประโยชน์จากเรื่องดังกล่าวก็คือ ผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคก็จะได้รับชมรายการที่ดี มีคุณภาพ และมีความหลากหลายให้เลือกชมได้มากมาย และผู้ที่ได้ผลประโยชน์จากเรื่องดังกล่าวในทางธุรกิจก็คือ ผู้สนับสนุนรายการ การกระจุยตัวของสินค้าและบริการ ที่โฆษณาผ่านประชาสัมพันธ์ฟรีทีวี มีอย่างมากมาย การเพิ่มช่องรายการบนโทรทัศน์ดาวเทียมเป็นการกระจายตัวกระจายรายได้สู่โทรทัศน์ดาวเทียม และทำให้ผู้ประกอบการและผู้ผลิตรายการสามารถหารายได้จากการกระจายตัวดังกล่าวได้อีกด้วย การกระจายตัวและขยายฐานของการโฆษณาจากฟรีทีวีสู่

โทรทัศน์ดาวเทียม ข้อมูลดังกล่าวนี้ได้มาจากผลสำรวจของบริษัทมายด์แชนร์ กรุ๊ปเอ็ม ซึ่งได้ทำการสำรวจในปี 2551 จากผลวิจัยจะทำให้ธุรกิจเคเบิลทีวีเติบโตอย่างรวดเร็ว จากปัจจุบันการเข้าถึงสื่อดังกล่าว 15% ของจำนวนครัวเรือน เพิ่มขึ้นเป็น 25% และสิ้นปีนี้จะมีการชิงโฆษณาผ่านเคเบิลทีวีประมาณ 100 ล้านบาท หรือมีการลงทุนเพิ่มขึ้นมากถึง 50-100% ทั้งนี้การลงทุนในการซื้อเวลาในการโฆษณา สินค้าและบริการของผู้สนับสนุนรายการก็พิจารณาเกณฑ์จากการวัดเรตติ้งและกระแสของความนิยมในการรับชมรายการของผู้บริโภคอีกด้วย เรื่องดังกล่าวต่างก็ทำให้ผู้ผลิตรายการและผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมต่างก็ตระหนักถึงเรื่องดังกล่าวและพัฒนาให้รูปแบบของรายการเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด เพื่อผลประโยชน์ในทางธุรกิจจากการหารายได้ในการให้เข้าเวลาในการโฆษณาสินค้าต่าง ๆ นั้นเอง

และนั่นคือผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม และเป็นทิศทางของตลาดโทรทัศน์ดาวเทียมอีกด้วย นอกไปจากการผลิตรายการที่เนื้อหาสาระ ที่มีความน่าสนใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่รับชมรายการผ่านโทรทัศน์ดาวเทียมนี้แล้ว จากการสำรวจข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ในเรื่องดังกล่าวเพิ่มเติมไปจากทิศทางดังกล่าวที่จะเกิดขึ้น และอีกปรากฏการณ์หนึ่งที่มีแนวโน้มและจะถูกพัฒนาให้เกิดขึ้นและพร้อมใช้ก็คือการสร้างโปรแกรม และการผลิตรายการต่าง ๆ และนำไปออกอากาศโดยเฉพาะบนสื่ออินเทอร์เน็ต กล่าวคือ การสร้างโปรแกรม เป็นการสร้างเครือข่ายในการขยายการรับชมให้กับผู้บริโภคที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ยึดติดกับการเลือกรับข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการเชื่อมโยงด้วยเครือข่ายทางสังคมบนโลกออนไลน์ (Social Network) บนโทรศัพท์มือถือ อย่าง ไอโฟน หรือแบล็กเบอร์รี่ ขึ้นมาโดยเฉพาะ เป็นการรองรับระบบ 3G ที่พูดถึงนวัตกรรมใหม่ของเทคโนโลยีแห่งการสื่อสารที่สามารถเชื่อมโยงติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วและเห็นภาพได้เสมือนจริงในระหว่างการสนทนา ตลอดจนการรองรับการรับชมโทรทัศน์ การโหลดวีดีโอจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีภาพที่คมชัดเสมือนผู้บริโภครับชมรายการผ่านโทรทัศน์นั่นเอง แผนการในการรองรับดังกล่าวในการออกโปรแกรมในการรับชมรายการผ่านโทรศัพท์มือถือ ที่รองรับระบบการเชื่อมต่อของโลกอินเทอร์เน็ตด้วยระบบ 3G นับได้ว่าเป็นเรื่องที่จะถูกพัฒนาขึ้นมาและก้าวไปพร้อม ๆ กับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ฉะนั้นการรับชมรายการโทรทัศน์ดาวเทียมก็จะไม่ถูกจำกัดเพียงแค่การรับชมผ่านจอโทรทัศน์เท่านั้น แต่สามารถตอบสนองความต้องการและรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ได้ทุกที่ทุกเวลา และในส่วนของการผลิตรายการและนำไปออกอากาศบนสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่มีแนวโน้มในการเกิดขึ้นของรายการใหม่ ๆ ที่น่าสนใจบนอินเทอร์เน็ตได้ แต่ทั้งนี้รายการดังกล่าวก็จะถูกเชื่อมโยงไปออกอากาศบนโทรทัศน์ดาวเทียมอีก

ด้วย แต่วิธีการดังกล่าวเป็นการตอบสนองการใช้ชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันที่เลือกรับข้อมูลข่าวสาร และเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยโลกออนไลน์นั่นเอง

จากการวิเคราะห์ของผู้ศึกษาในเรื่องดังกล่าวถึงทิศทางและแนวโน้มในการวางแผนสื่อสารการตลาดของรายการโทรทัศน์ของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมในปัจจุบัน ถึงการวางแผนการสื่อสารการตลาด โดยให้ความสำคัญในการศึกษาเรื่องของความก้าวหน้าของเทคโนโลยีไปพร้อม ๆ กับการวางแผนการสื่อสารการตลาดให้เหมาะกับการใช้สอยจากประโยชน์ของเทคโนโลยีในการสื่อสารต่อไปในอนาคต เมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าและเพิ่มศักยภาพเพิ่มมากขึ้นเท่าไร การนำเทคโนโลยีไปใช้ในการพัฒนาควบคู่กันไปกับการวางแผนสื่อสารของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมก็จะมีมากขึ้นตามลำดับเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของโทรทัศน์ดาวเทียม” ในครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงวิธีในการบริหารงาน การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด องค์ประกอบและปัจจัยที่เลือกช่องทางในการนำเสนอรายการผ่านสื่อดิจิทัล และทิศทางของการสื่อสารการตลาดกับแนวโน้มของความก้าวหน้าของสื่อดิจิทัลในอนาคต สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษา ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดและการบริหารงานงานในอนาคตของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมได้ดังนี้

1. จัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคถึงการรับชมรายการ การเข้าถึง และรูปแบบของเนื้อหาของรายการ ตลอดจนช่องทางในการรับชมรายการ การรับข่าวสารจากรายการ เนื่องจากธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมยังไม่เคยทำแบบสำรวจความคิดเห็นกับผู้บริโภคโดยตรง การจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นจะทำให้องค์กรทราบถึงผลตอบรับของการรับชมรายการถึงรูปแบบ เนื้อหาของรายการว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นเช่นไร และจากผลสำรวจสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเนื้อหา และรูปแบบของรายการให้มีเหมาะสมมากขึ้น อีกทั้งยังตอบสนองความต้องการในการเลือกรับชมรายการที่ต้องการได้อย่างแท้จริง นอกเหนือไปจากผลสำรวจของบริษัทวิจัยที่ได้นำข้อมูลดังกล่าวมาประเมินผลเท่านั้น และที่สำคัญจะรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการรับข้อมูลข่าวสาร และติดตามรับชมรายการ จากการเลือกรับชมรายการจากช่องทางใดบ้าง ตลอดจน การเข้าถึงรายการรับทราบข้อมูลจากการโปรโมทรายการ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากสื่อใดบ้าง การได้ทราบข้อมูลดังกล่าวเป็นการวัดประสิทธิผลของสื่อที่ได้ทำการเลือกใช้และสื่อสารออกไปว่ามีประสิทธิภาพอย่างไรบ้าง ซึ่งเรื่องดังกล่าวธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม

ในปัจจุบันยังไม่เคยทำการสำรวจและทราบอย่างชัดเจนว่าการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เลือกใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารใดบ้างที่มีผู้บริโภคเลือกรับข้อมูลและเข้าถึงตัวรายการได้มากที่สุด จากข้อมูลตรงนี้ผู้บริหารและนักการตลาดของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมจะได้ทำการประเมินถึงช่องทางและวิธีการที่ทำอยู่ในปัจจุบันได้ อีกทั้งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาปรับปรุงตลอดจนการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมรายการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

2. การวางแผนการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม อาทิ กลุ่มคนทำงาน วัยรุ่น คนเมือง, ชาวบ้านรากหญ้า คนต่างจังหวัด กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันต้องวางแผนการสื่อสารการตลาด การเลือกเครื่องมือและช่องทางในการสื่อสารที่แตกต่างกัน เพราะกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มย่อมมีพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การติดตามชมรายการ ความสนใจ และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน

3. การใช้ Social Media ในการเข้าถึงและเชื่อมโยงกับผู้บริโภค ในการตอกย้ำและสร้างการจดจำตราสินค้าของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมให้มีการรับชมบ่อยครั้งมากขึ้น และทราบถึงเอกลักษณ์ของรายการแต่ละรายการ ตลอดจนความหลากหลายของรายการที่มีให้เลือกชมรายการจากโทรทัศน์ดาวเทียมได้มากกว่า 50 ช่อง พอตลาดโทรทัศน์ดาวเทียมเริ่มโตขึ้น ผู้ผลิตรายการก็จะผลิตรายการเพิ่มมากขึ้น เกิดการแข่งขันของรายการแต่ละรายการเกิดขึ้น ดังนั้นรายการที่ทำอยู่ในปัจจุบันควรใช้โอกาสที่ผู้ประกอบการและรายการยังไม่มากนักในการทำการโปรโมทรายการและตราสินค้าให้เกิดการจดจำและติดตามรับชมรายการจากการโปรโมทผ่านการใช้สื่อดังกล่าว

ในทางวิชาการหนังสือตำราเรียนที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของโทรทัศน์ดาวเทียมมีน้อยมาก รวมถึงยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสารออกไปของโทรทัศน์ดาวเทียม ส่วนใหญ่ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นข้อมูลที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ดังนั้น หากผู้ที่ทำงานอยู่ในวงการสื่อสารมวลชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม ในการให้เพิ่มเติมในองค์ความรู้ถึงวิธีในการบริหารงาน และการวางแผนการสื่อสารการตลาดที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ตลอดจนการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์อันเกิดจากการปฏิบัติงานจริง จะมีส่วนช่วยในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจได้นำไปใช้ในการพัฒนาและประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับองค์กร เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดกับวงการสื่อสารโทรทัศน์ดาวเทียมของไทยต่อไป

การศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการสื่อสารการตลาดของโทรทัศน์ดาวเทียมโดยใช้สื่อดิจิทัลในการเพิ่มช่องทางและโอกาสในการเข้าถึงการสื่อสารของรายการโทรทัศน์เพื่อให้มี

ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เรื่องของเทคโนโลยีกับการสื่อสารไม่ใช่เป็นเรื่องใหม่แต่จะสร้างบทบาทใหม่ให้กับวงการสื่อสารมวลชนอย่างโทรทัศน์ดาวเทียมของไทย เป็นการเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงและการสร้างความแตกต่างในการรับชมรายการของโทรทัศน์ดาวเทียมโดยใช้สื่อดิจิทัลเข้ามาผนวกใช้ ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ และกระแสของผู้บริโภคในปัจจุบันก็ตอบสนองความต้องการและการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตไปตามกระแสของความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เป็นไปตามที่นักวิชาการได้พูดถึงปรากฏการณ์ดังกล่าวเมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้ามากขึ้นการเปลี่ยนแปลงของทั้งระบบสังคม และรูปแบบการดำเนินชีวิตก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น อีกทั้งเป็นการทลายข้อจำกัดของการเชื่อมโยงข้อมูล ข่าวดังจากทั่วทุกมุมโลก และเชื่อมมนุษย์ให้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา ซึ่งการปรากฏการณ์ดังกล่าวได้เข้ามามีบทบาทกับวงการสื่อสารมวลชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำไปใช้ของโทรทัศน์ดาวเทียมในการโปรโมทรายการ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เช่นในปัจจุบัน ผู้ศึกษามีความเห็นว่ายังมีอีกหลายประการที่น่าสนใจในการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมและผู้ประกอบการในการผลิตรายการให้กับโทรทัศน์ดาวเทียม ที่ต้องการเข้ามาดำเนินธุรกิจกับโทรทัศน์ดาวเทียม โดยขอเสนอแนะให้ดำเนินการศึกษาเชิงวิชาการดังนี้

1. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการวางแผนการสื่อสารการตลาดของรายการที่ออกอากาศผ่านโทรทัศน์ดาวเทียม
2. การสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเนื้อหา รูปแบบ และช่องทางในการรับชมรายการที่ออกอากาศผ่านโทรทัศน์ดาวเทียม
3. กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดของรายการโทรทัศน์ดาวเทียม
4. แนวคิดในการปรับตัวของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี
5. การพัฒนาและการประยุกต์ใช้จากการหลอมรวมสื่อในการสร้างจุดขายทางด้านการสื่อสารให้กับธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม