

MAAT Media Forum



• รัชกร สิบสุ

กรรมการ สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT)

'ทีวีดิจิทัล' ต้องแตกต่างถึงอยู่รอด

เมื่อเร็วๆ นี้สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย หรือ MAAT (Media Agency Association of Thailand) ได้จัดงานสัมมนาหัวข้อ 2014 outlook มีประเด็นที่น่าสนใจที่เก็บมาคุยกันคือการเติบโตของโฆษณาโดยรวม ซึ่งคุณวรณิ รัตนพล ในฐานะนายกสมาคมฯ ได้วิเคราะห์และคาดการณ์ว่าปีนี้นับโฆษณาจะโตไม่เกิน 5%

แต่หากเรามองกันให้ลึกและหักราคาค่าโฆษณาที่ปรับขึ้นไป พูดได้เลยว่า "งบโฆษณาแทบจะไม่ได้เพิ่มขึ้นเลย" ผลอาจ จะลดลงอีก นี่ยังไม่ได้พูดถึงผลกระทบของการเมืองที่มีโอกาส คุกคามเศรษฐกิจโดยรวมลงไปอีก

มองไปทางฝั่งเจ้าของสินค้าเอง ย่อมจะใช้จ่ายอย่างระมัดระวังและมองหาคำคมุ้ค่าเป็นหลักภาระหนักจะตกอยู่ที่ผู้ผลิตสื่อ โดยเฉพาะสื่อ "ทีวีดิจิทัล" ซึ่งกำลังจะเป็นน้องใหม่ที่เข้ามาร่วมวงค์ใหญ่อยู่ในสมรภูมิสื่อในเร็วๆ นี้ เพราะผู้ผลิตสื่อทีวีดิจิทัล มีต้นทุนมหาศาล และยังต้องหาทางแย่งชิงเงินงบโฆษณาที่ไม่เติบโตอีก

ในการคาดการณ์เบื้องต้นสมาคมฯ คาดว่าเม็ดเงินโฆษณามูลค่าที่ ทีวีดิจิทัล ประมาณ 3% ของงบโดยรวมทั้งหมด

หากหารเฉลี่ยจำนวนช่องที่เกิดขึ้นใหม่ คิดคร่าวๆ แต่ละช่องก็คงได้เงินราวๆ 200-300 ล้านบาทในปี

ถ้ามองโลกในแง่ดี เกิดมีการเทงบลงมายัง ทีวีดิจิทัล เพิ่มขึ้นเป็น สองเท่า แต่ละช่องก็คงได้เงินราว 400-600 ล้านบาท ตกเดือนละประมาณ 44-66 ล้านบาทหรือวันละ 1.5-2 ล้านบาท จะว่าเยอะก็เยอะ ว่าน้อยก็น้อย ที่แน่ๆ ผมคิดว่าผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล หวังว่าจะต้องได้เยอะกว่านี้แน่นอน ดูตัวเลขกันแบบนี้แล้ว ต้องบอกว่าเหนื่อยแทน!!

อย่างไรก็ดีไม่ได้หมายความว่าผู้ประกอบการ ทีวีดิจิทัล จะไม่มีโอกาสทำกำไรได้ เพราะมีคนพูดว่า content is king, platform is queen แปลความได้ว่า "เนื้อหารายการเป็นสิ่งสำคัญที่สุด การเข้าถึงเนื้อหาทั้งก็สำคัญไม่แพ้กัน"

สมาคมฯ ก็มีมุมมองที่ต้องการฝากให้ผู้ประกอบการหรือเจ้าของช่องทีวีดิจิทัล ลองพิจารณาดังนี้

จะทำให้เนื้อหารายการดีได้ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของรายการต้องมองช่องหรือรายการตัวเองเหมือนสินค้า หลักการตลาดแบบ 4Ps : product, price, place, promotion ต้องครบ กลุ่มคนดูรายการต้องชัดเจนมากๆ การที่จะทำรายการเป็นแมส หวังคนดูกว้างๆ ผมว่าโอกาสเป็นไปได้ต่ำ ต่อไปจะเป็นยุคของรายการเฉพาะกลุ่มมากกว่า เพราะฉะนั้นการกำหนดกลุ่มคนดูต้องชัดเจนตั้งแต่เริ่มทำรายการ

จุดขายที่แตกต่างของรายการคืออะไร แตกต่างมากไหม ทำให้ผู้ชมต้องมาดูรายการเราจะมีวิธีการในการบอกให้คนรู้ว่าช่องหรือรายการเราอยู่ที่ไหน รับชมได้อย่างไร

สิ่งที่คุณสนับสนุนรายการจะได้คืออะไร คมค่าแค่ไหน เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอื่นในช่วงเวลาเดียวกันหรือช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

สิ่งที่ได้นอกเหนือจากสปอตโฆษณาคืออะไร เช่นรายการอาจแถมกิจกรรมพิเศษได้ เว็บไซต์ มีการวัดผลรวมด้วย เป็นต้น

นี่เป็นเพียงหนึ่งในหลายๆ หัวข้อที่สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย ได้นำเสนอไป หากผู้อ่านสนใจรายละเอียดลึกๆ สามารถหาอ่านเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ของสมาคม www.mediaagencythai.com