

บทที่ 5

บทสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ระบบคลื่นวิทยุกระจายเสียงของประเทศไทยแบ่งได้เป็น 2 ระบบ คือ ระบบเอ.เอ็ม. (Amplitude Modulation) และเอฟ.เอ็ม. (Frequency Modulation) โดยถ้าจำแนกตามลักษณะการเป็นเจ้าของกิจการวิทยุกระจายเสียงสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. รัฐเป็นเจ้าของและดำเนินการโดยบุคลากรของรัฐ
2. รัฐเป็นเจ้าของในฐานะผู้บริหารกิจการและเป็นผู้วางนโยบายหลักของสถานี ส่วนการดำเนินงานด้านรายการนั้นอนุญาตให้บุคคลภายนอก
3. รัฐวิสาหกิจเป็นผู้ดำเนินการ โดยมีส่วนราชการต่าง ๆ เป็นผู้ถือหุ้นและบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ
4. รัฐหรือรัฐวิสาหกิจทำสัญญาให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชน

ในปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ มีสถานีวิทยุที่ออกอากาศทั้งหมด 12 สถานี จำนวน 14 คลื่นความถี่ ได้แก่

คลื่นวิทยุเอ.เอ็ม.

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอ.เอ็ม. ความถี่ 639 และ 1476 กิโลเฮิร์ตซ์ โดยจัดออกอากาศเองทั้งหมดไม่ได้จัดสัมปทานให้บริษัทเอกชนดำเนินการ

สถานีวิทยุทหารอากาศ (ทอ.) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอ.เอ็ม. ความถี่ 1323 กิโลเฮิร์ตซ์ โดยมีบริษัท ศิลา จำกัดเป็นผู้ได้รับสัมปทาน

สถานีวิทยุประจำถิ่น 2 (วปถ.2) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอ.เอ็ม. ความถี่ 738 กิโลเฮิร์ตซ์ โดยมีบริษัท ศิริชัยโฆษณา จำกัดเป็นผู้ได้รับสัมปทาน

สถานีวิทยุพิทักษ์สันติราษฎร์ (สวพ.) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอ.เอ็ม. ความถี่ 918 กิโลเฮิร์ตซ์ โดยมีบริษัท วิล เชนเตอร์ แอนด์ ซัน จำกัดเป็นผู้ได้รับสัมปทาน

สถานีวิทยุกรมการรักษาดินแดน (รด.) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอ.เอ็ม. ความถี่ 1152 กิโลเฮิร์ตซ์ โดยมีบริษัท เคซีเอส แอดเวอร์ไทซิง จำกัดเป็นผู้ได้รับสัมปทาน

สถานีวิทยุกรมการพลังงานทหาร (วพท.) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอ.เอ็ม. ความถี่ 711 กิโลเฮิร์ตซ์ โดยมีบริษัท สันทวีชัย จำกัดเป็นผู้ได้รับสัมปทาน

สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (มก.) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอ.เอ็ม. ความถี่ 675 กิโลเฮิร์ตซ์ โดยมีบริษัท ไอ เอ็น เอ็น จำกัดเป็นผู้ได้รับสัมปทาน

คลื่นวิทยุเอฟ.เอ็ม.

สถานีวิทยุทหารอากาศ (ทอ.) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอฟ.เอ็ม. ความถี่ 102.5 เมกะเฮิรตซ์ โดยมีบริษัท ศิลา จำกัดเป็นผู้ได้รับสัมปทาน

สถานีวิทยุกองทัพภาคที่ 3 ส่วนหน้า (ทภ.3สน.) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอฟ.เอ็ม. ความถี่ 101.5 เมกะเฮิรตซ์ โดยมี หจก.นัมเบอร์วันมีเดีย เป็นผู้ได้รับสัมปทาน

สถานีวิทยุองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอฟ.เอ็ม.ความถี่ 100.75 เมกะเฮิรตซ์ โดยมีบริษัท เอ็มทีเอ็ม มัลติมีเดีย จำกัดเป็นผู้ได้รับสัมปทาน

สถานีวิทยุเสียงสามยอด (สสส.) เชียงใหม่ ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอฟ.เอ็ม. ความถี่ 105.75 เมกะเฮิรตซ์ โดยมีหจก.วรรณะประทีป เป็นผู้ได้รับสัมปทาน

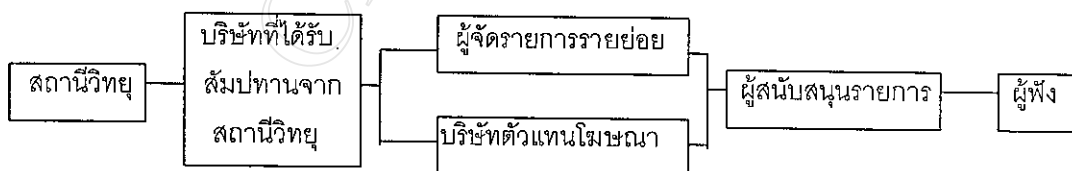
สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน (สสมช.) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอฟ.เอ็ม. ความถี่ 100 เมกะเฮิรตซ์ โดยมี ประจักษ์การแก่น เป็นผู้ได้รับสัมปทาน

สถานีวิทยุกองทัพเรือ (สทร.11) ซึ่งถือครองคลื่นวิทยุระบบเอฟ.เอ็ม. ความถี่ 88 เมกะเฮิรตซ์ โดยมีบริษัท ซีเอ แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด เป็นผู้ได้รับสัมปทาน

ในอนาคตรัฐบาลมีนโยบายเรียกคลื่นวิทยุคืนจากหน่วยราชการต่าง ๆ มาเพื่อจัดสรรใหม่ โดยจะกำหนดการเข้าไปดำเนินรายการอย่างชัดเจนเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. เป็นส่วนของภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจที่แสวงหากำไร
2. ภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจที่ไม่แสวงหากำไร (Public Service)
3. ภาคเอกชนที่ทำธุรกิจ
4. ภาคเอกชนหรือประชาชนที่ไม่แสวงหากำไร

ธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบไปด้วยองค์กรต่าง ๆ ดังแสดงได้ เป็นแผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ขององค์กรต่าง ๆ ดังนี้



สถานีวิทยุเป็นหน่วยราชการที่ดำเนินงานทางด้านวิทยุกระจายเสียงก่อตั้งขึ้นตามวัตถุประสงค์หลักเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยราชการสู่ผู้ฟังซึ่งได้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นนโยบายให้บริษัทเอกชนได้มีโอกาสเข้ามาดำเนินงานในสถานีวิทยุโดยการเปิดประมูลให้สัมปทาน หน่วยราชการต่าง ๆ ต่างมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาสัมปทานจากสถานีโดยใช้หลักเกณฑ์จากผล

ตอบแทนสูงสุดแก่หน่วยราชการนั้น ๆ รวมทั้งจะต้องให้ผลประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนทั่วไปเป็นหลัก สถานีวิทยุจะให้สัมปทานเวลากับบริษัทเอกชนใน 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ขายเวลาทั้งหมดให้กับบริษัทที่ได้รับสัมปทาน
2. ใช้เวลาบางส่วนที่เผยแพร่ข่าวสารของหน่วยราชการนั้น ๆ และขายเวลาส่วนที่เหลือให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชน
3. ขายเวลาเฉพาะข่าวต้นชั่วโมงเป็นเวลา 10 นาทีของแต่ละชั่วโมงที่จะให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชน

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุจะเป็นบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในเครือข่ายทั้งหมดของหน่วยราชการใดหน่วยราชการหนึ่งมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงเทพฯ และมีฝ่ายรายการดำเนินงานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ได้สิทธิในการขายเวลาของสถานีวิทยุที่ได้รับสัมปทานมาแต่เพียงผู้เดียว การดำเนินงานในฝ่ายรายการส่วนของจังหวัดเชียงใหม่จะมีหัวหน้าฝ่ายรายการหรือผู้จัดการฝ่ายการตลาดเป็นผู้ดูแลและมีหัวหน้าสถานีวิทยุเป็นผู้ควบคุมบริษัทดังกล่าวให้ดำเนินงานเป็นไปตามข้อกำหนดในสัญญาสัมปทานและกฎเกณฑ์ ข้อบังคับของกรมประชาสัมพันธ์และเป็นผู้ขายเวลาให้กับผู้จัดรายการรายย่อยและบริษัทตัวแทนโฆษณาที่สนใจจะซื้อเวลา

บริษัทตัวแทนโฆษณาเป็นผู้ซื้อเวลาจากบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุและขายเวลาให้กับผู้สนับสนุนรายการเป็นรายชั่วโมงเฉพาะช่วงเวลาของผู้สนับสนุนรายการต้องการ จะให้บริการที่แตกต่างจากผู้จัดรายการรายย่อย คือ ให้บริการตั้งแต่วางแผนการใช้สื่อโฆษณา สร้างสรรค์ข้อความโฆษณา ติดต่อเจ้าของสื่อโฆษณาเพื่อการลงโฆษณาและตรวจสอบการลงโฆษณาของลูกค้าว่าเจ้าของสื่อโฆษณาได้ลงโฆษณาให้ครบถ้วนตามที่ได้ตกลงกันได้

ผู้จัดรายการรายย่อยเป็นผู้ซื้อเวลาจากบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุและขายเวลาให้กับผู้สนับสนุนรายการเช่นเดียวกับบริษัทตัวแทนโฆษณาจะแตกต่างกันตรงการให้บริการที่ผู้จัดรายการรายย่อยจะขายเวลาเพียงอย่างเดียว ผู้สนับสนุนรายการจะต้องสร้างสรรค์ข้อความโฆษณาและตรวจสอบการลงโฆษณาเอง ผู้จัดรายการรายย่อยจะมีพฤติกรรมการซื้อเวลาจากบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุใน 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ผู้จัดรายการรายย่อยจะซื้อเวลาไว้ แล้วจึงจะไปหาผู้สนับสนุนรายการ
2. ผู้จัดรายการรายย่อยที่ไม่ต้องการเสี่ยงว่าจะหาผู้สนับสนุนรายการไม่ได้ จะไม่ซื้อเวลาจนกว่าจะหาผู้สนับสนุนรายการได้เพื่อลดความเสี่ยงที่จะต้องแบกรับภาระค่าซื้อเวลาถ้าหาผู้สนับสนุนรายการไม่ได้

ผู้จัดรายการรายย่อยขายเวลาให้กับผู้สนับสนุนรายการ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทเหมารายการ ได้แก่ เจ้าของสินค้ารายเดียวซื้อเวลาของผู้จัดรายการรายย่อย โดยเหมาเวลาทั้งหมด (30 นาที)
2. ประเภทร่วมรายการ ได้แก่ เจ้าของสินค้าหลายรายร่วมกันซื้อเวลาของผู้จัดรายการรายย่อยโดยเหมาเวลาทั้งหมด (30 นาที)
3. ประเภทซื้อเฉพาะเวลาสำหรับข้อความโฆษณา (Loose Spot) 30 วินาที

สภาพธุรกิจของธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่

สถานีวิทยุ

คู่แข่งรายใหม่ของสถานีวิทยุจะเข้ามาในธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ได้ยาก เนื่องจาก รัฐบาลไม่มีนโยบายที่จะให้มีคลื่นวิทยุใหม่เพิ่มขึ้นมา

อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคของสถานีวิทยุต่ำ (ซึ่งได้แก่ บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุ) เนื่องจาก บริษัทเอกชนที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุจะต้องทำตามเงื่อนไขในสัญญาและระเบียบข้อบังคับของทางสถานี มิฉะนั้นทางสถานีวิทยุมีสิทธิที่จะยกเลิกสัญญาสัมปทานได้

สื่อโฆษณาประเภทอื่นไม่สามารถทดแทนสื่อโฆษณาทางวิทยุได้ เนื่องจาก สื่อวิทยุสามารถเข้าถึงประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่น สื่อโฆษณาแต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติเฉพาะของแต่ละสื่อไม่สามารถทดแทนกันได้

สถานีวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันกันต่ำ เนื่องจาก สถานีวิทยุบางสถานีมีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน ทำให้ต้องมีการแข่งขันกันในการวางผังรายการและการกำหนดรูปแบบรายการเพื่อดึงดูดให้ผู้ฟังนิยมฟังสถานีของตนเพราะถ้าผู้ฟังนิยมฟังสถานีใดมาก นั้นหมายถึงผู้สนับสนุนรายการจะมาสนับสนุนรายการวิทยุของทางสถานีมาก บริษัทตัวแทนโฆษณา/ผู้จัดรายการรายย่อยจะนิยมมาซื้อเวลาจัดรายการวิทยุมากและส่งผลให้มีบริษัทเอกชนมาประมูลเวลาหลายรายจะทำให้ทางสถานีวิทยุได้รับค่าสัมปทานสูงตามไปด้วยและสถานีวิทยุต้องมีการพัฒนารายการวิทยุเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ฟังสูงสุด

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.

คู่แข่งรายใหม่ของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.จะเข้ามาในธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ได้ยาก เนื่องจาก เงินที่หมุนเวียนของธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ไม่สูงพอที่จะดึงดูดผู้ลงทุนรายใหม่เข้ามาและสถานีวิทยุมักจะต่อสัญญาสัมปทานกับบริษัทเอกชนรายเดิม

อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.สูง (ซึ่งได้แก่ ผู้จัดการรายการรายย่อย/บริษัทตัวแทนโฆษณา) เนื่องจาก บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุจะต้องแบกรับค่าซื้อเวลาจากสถานีวิทยุและต้องการที่จะขายเวลาให้ได้มากที่สุด บริษัทตัวแทนโฆษณา/ผู้จัดการรายการรายย่อยจึงสามารถที่จะต่อรองกับบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.ได้มาก

อำนาจการต่อรองของผู้ขายของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.สูง (ซึ่งได้แก่ สถานีวิทยุ) เนื่องจาก เมื่อได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุแล้ว เมื่อภาวะเศรษฐกิจดีบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุจะสามารถขายเวลาที่ได้รับสัมปทานมาในราคาที่สูงกว่าราคาที่เหมาะสมมาได้มาก บริษัทเอกชนจึงต้องการซื้อเวลาจากสถานีวิทยุทำให้ต้องยอมปฏิบัติตามกฎระเบียบของทางสถานีวิทยุเพื่อที่จะได้รับสัมปทานให้นานที่สุดและสถานีวิทยุมีความเคร่งครัดในการดูแลให้บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุปฏิบัติตามกฎระเบียบ

สื่อโฆษณาประเภทอื่นไม่สามารถทดแทนสื่อโฆษณาทางวิทยุได้ เนื่องจาก สื่อวิทยุสามารถเข้าถึงประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่น สื่อโฆษณาแต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติเฉพาะของแต่ละสื่อไม่สามารถทดแทนกันได้

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.ในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันกันสูง เนื่องจาก จำนวนผู้สนับสนุนรายการลดลงเพราะผู้สนับสนุนรายการต้องการลดค่าใช้จ่ายลง บางรายอาจจะแค่ลดงบประมาณที่ใช้ในการโฆษณาลงแต่บางรายตัดงบที่ใช้ในการโฆษณาลงทั้งหมดจึงทำให้มีการแข่งขันกันในการติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณา/ผู้จัดการรายการรายย่อยเพื่อขายเวลาให้กับผู้สนับสนุนรายการเพิ่มมากขึ้น

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.

คู่แข่งรายใหม่ของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.จะเข้ามาในธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ได้ยาก เนื่องจาก เงินที่หมุนเวียนของธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ไม่สูงพอที่จะดึงดูดผู้ลงทุนรายใหม่เข้ามาและสถานีวิทยุมักจะต่อสัญญาสัมปทานกับบริษัทเอกชนรายเดิม

อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.สูง (ซึ่งได้แก่ ผู้จัดการรายการรายย่อย/บริษัทตัวแทนโฆษณา) เนื่องจาก บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุจะต้องแบกรับค่าซื้อเวลาจากสถานีวิทยุและต้องการที่จะขายเวลาให้ได้มากที่สุด บริษัทตัวแทนโฆษณา / ผู้จัดการรายการรายย่อยจึงสามารถที่จะต่อรองกับบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.ได้มาก

อำนาจการต่อรองของผู้ขายของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.สูง (ซึ่งได้แก่ สถานีวิทยุ) เนื่องจาก เมื่อได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุแล้ว เมื่อภาวะเศรษฐกิจดีบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุจะสามารถขายเวลาที่ได้รับสัมปทานมาในราคาที่สูงกว่าราคาที่ประมูลมาได้มาก บริษัทเอกชนจึงต้องการซื้อเวลาจากสถานีวิทยุทำให้ต้องยอมปฏิบัติตามกฎระเบียบของทางสถานีวิทยุเพื่อที่จะได้รับสัมปทานให้นานที่สุดและสถานีวิทยุมีความเคร่งครัดในการดูแลให้บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุปฏิบัติตามกฎระเบียบ

สื่อโฆษณาประเภทอื่นไม่สามารถทดแทนสื่อโฆษณาทางวิทยุได้ เนื่องจาก สื่อวิทยุสามารถเข้าถึงประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่น สื่อโฆษณาแต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติเฉพาะของแต่ละสื่อไม่สามารถทดแทนกันได้

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.ในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันกันต่ำ เนื่องจาก ลักษณะนิสัยของคนเชียงใหม่ที่ประกอบธุรกิจนี้มีลักษณะพึ่งพาอาศัยกันส่งผลให้ในการทำธุรกิจก็มีลักษณะที่มีการแข่งขันกันต่ำและกลุ่มผู้ฟังของแต่ละสถานีวิทยุแตกต่างกันทำให้สามารถแบ่งแยกประเภทสินค้าที่จะมาสนับสนุนรายการวิทยุได้ชัดเจนทำให้การแข่งขันต่ำจากการศึกษา พบว่า บริษัทตัวแทนโฆษณา/ผู้จัดรายการรายย่อยยังคงซื้อเวลาจากบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.อยู่ถึงแม้จะลดลงบ้าง เพราะผู้สนับสนุนรายการของบริษัทตัวแทนโฆษณา/ผู้จัดรายการรายย่อยยังคงใช้สื่อโฆษณาทางวิทยุในการโฆษณาเพราะในจังหวัดเชียงใหม่สื่อโฆษณาทางวิทยุจะสามารถเข้าถึงประชาชนได้ดีที่สุด

บริษัทตัวแทนโฆษณา

คู่แข่งรายใหม่ของบริษัทตัวแทนโฆษณาจะเข้ามาในธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ได้ยาก เนื่องจาก เงินที่หมุนเวียนของธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ไม่สูงพอที่จะดึงดูดผู้ลงทุนรายใหม่เข้ามา เจ้าของสินค้าที่จะมาสนับสนุนรายการมีน้อยรายและเจ้าของสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่นิยมที่จะติดต่อกับผู้ขายสื่อโฆษณาทางวิทยุโดยตรงโดยไม่ผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา

อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคของบริษัทตัวแทนโฆษณาส่ง (ซึ่งได้แก่ ผู้สนับสนุนรายการ) ในกรณีที่ผู้สนับสนุนรายการสั่งงานทั้งงานผลิตชิ้นงานโฆษณาและสื่อโฆษณา เนื่องจาก บริษัทตัวแทนโฆษณาจะเน้นงานผลิตชิ้นงานโฆษณามากกว่าการขายสื่อโฆษณา เพราะจะได้กำไรมากกว่าร้อยละ 17.65 ซึ่งเป็นค่าธรรมเนียม (Agency Fee) ที่จะคิดจากลูกค้าที่ซื้อสื่อโฆษณา (ในการขายสื่อโฆษณาของบริษัทตัวแทนโฆษณาจะคิดราคาของสื่อโฆษณาเท่ากับราคาซื้อที่ซื้อมาจาก ผู้ขายสื่อโฆษณาบวกกับค่าธรรมเนียมร้อยละ 17.65 ของราคาซื้อ) ถ้าลูกค้าผู้สนับสนุนรายการสั่งงาน

ทั้งงานผลิตชิ้นงานโฆษณาและสื่อโฆษณา ลูกค้ายายนั้นก็สามารถที่จะต่อรองกับบริษัทตัวแทนโฆษณาได้มากกว่าลูกค้าที่ซื้อสื่อโฆษณากับทางบริษัทเพียงอย่างเดียว

อำนาจการต่อรองของผู้ขายของบริษัทตัวแทนโฆษณา (ซึ่งได้แก่ บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุ) เนื่องจาก บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุจะต้องแบกรับค่าซื้อเวลาจากสถานีวิทยุและต้องการที่จะขายเวลาให้ได้มากที่สุด บริษัทตัวแทนโฆษณาจึงสามารถที่จะต่อรองกับบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุได้มาก

สื่อโฆษณาประเภทอื่นไม่สามารถทดแทนสื่อโฆษณาทางวิทยุได้ เนื่องจาก สื่อวิทยุสามารถเข้าถึงประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่น สื่อโฆษณาแต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติเฉพาะของแต่ละสื่อไม่สามารถทดแทนกันได้

บริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันกันสูง เนื่องจาก งบโฆษณาที่น้อยลงและจำนวนลูกค้าที่น้อยลง ทำให้บริษัทตัวแทนโฆษณาต้องพยายามรักษาลูกค้าเก่าไว้ให้นานที่สุดและหาลูกค้าใหม่ให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ ยังเป็นเพราะบริษัทตัวแทนโฆษณาจะต้องแข่งขันกันในด้านความคิดสร้างสรรค์ที่จะผลิตงานโฆษณาออกมาให้การโฆษณาของผู้สนับสนุนรายการเกิดผลสัมฤทธิ์มากที่สุดด้วย

ผู้จัดรายการรายย่อย

คู่แข่งรายใหม่ของผู้จัดรายการรายย่อยจะเข้ามาในธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ได้ง่าย เนื่องจาก ผู้จัดรายการเป็นอาชีพที่ใฝ่ฝันของวัยรุ่นและนักศึกษาที่เรียนมาทางด้านสื่อสารมวลชนมักจะประกอบอาชีพตามสายงานที่เรียนมา

อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคของผู้จัดรายการรายย่อยสูง (ซึ่งได้แก่ ผู้สนับสนุนรายการ) เนื่องจาก จำนวนผู้สนับสนุนรายการวิทยุมีจำนวนลดลง ทำให้ผู้สนับสนุนรายการมีอำนาจที่จะต่อรองในเรื่องราคาและเงื่อนไขอื่น ๆ ได้มากขึ้น

อำนาจการต่อรองของผู้ขายของผู้จัดรายการรายย่อยต่ำ (ซึ่งได้แก่ บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุ) เนื่องจาก บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุจะต้องแบกรับค่าซื้อเวลาจากสถานีวิทยุและต้องการที่จะขายเวลาให้ได้มากที่สุด ผู้จัดรายการรายย่อยจึงสามารถที่จะต่อรองกับบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุได้มาก

สื่อโฆษณาประเภทอื่นไม่สามารถทดแทนสื่อโฆษณาทางวิทยุได้ เนื่องจาก สื่อวิทยุสามารถเข้าถึงประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่น สื่อโฆษณาแต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติเฉพาะของแต่ละสื่อไม่สามารถทดแทนกันได้และสื่อวิทยุมีราคาถูกกว่าสื่อโฆษณาประเภทอื่น ๆ

ผู้จัดรายการรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันกันต่ำ เนื่องจาก ผู้สนับสนุนรายการ มักจะเป็นผู้กำหนดผู้จัดรายการที่ตนต้องการ จึงไม่ต้องมีการแข่งขันกันในระหว่างผู้จัดรายการและ จำนวนผู้จัดรายการรายย่อยลดลงทำให้การแข่งขันต่ำเนื่องจากต้องเลิกไปเพราะมีเงินทุนน้อย

ปัญหา แนวทางการแก้ไขปัญหาและผลที่ได้รับจากการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบธุรกิจ สื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่

สถานีวิทยุ

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการของสถานีวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ บริษัท ที่ได้รับสัมปทานฯ ค่าเช่าสถานีและรายได้ลดลงเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะ เศรษฐกิจ การใช้ภาษาผิดเกิดจากการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคและบริษัทที่ได้รับ สัมปทานจากสถานีวิทยุไม่คัดเลือกสินค้าที่จะลงโฆษณาเกิดจากการแข่งขันในตลาด จากการ ศึกษา พบว่า ปัญหาของสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.และเอฟ.เอ็ม.ไม่ต่างกัน

สถานีวิทยุแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการด้านการเปลี่ยนแปลงของ สภาวะเศรษฐกิจ โดยการลดค่าเช่าสถานีให้กับบริษัทที่ได้รับสัมปทานทำให้บริษัทที่ได้รับสัมปทาน ชำระหนี้ให้ดีขึ้น ส่วนการยี่ระยะเวลาการชำระหนี้ให้กับลูกหนี้ไม่ช่วยให้ได้รับชำระหนี้มากขึ้นและ การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลงไม่ทำให้รายได้เพิ่มมากขึ้น ด้านการเปลี่ยนแปลงความต้องการ ของผู้บริโภคการควบคุมการออกอากาศโดยการตรวจดูบทของรายการวิทยุก่อนการออกอากาศ ทำให้บริษัทที่ได้รับสัมปทานมีความระมัดระวังในเรื่องการใช้ภาษาของผู้จัดรายการมากขึ้นและ ด้านการแข่งขันในตลาดการเข้มงวดในการตรวจสอบการลงโฆษณาทำให้บริษัทที่ได้รับสัมปทานมี ความระมัดระวังในเรื่องการคัดเลือกสินค้าที่จะมาลงโฆษณามากขึ้น

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการของสถานีวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ รายการในแต่ละวันมีความหลากหลายมากเกินไปจนไม่มีจุดเด่นของสถานีเกิดจากรูปแบบ รายการ/ ช่วงเวลา ค่าสัมปทานสูงมากจนมีผู้มาประมูลเวลาน้อยรายเกิดจากราคาขาย จำนวน พนักงานน้อยกว่าปริมาณงานเกิดจากพนักงานและคุณภาพของเครื่องส่งกระจายเสียงต่ำลงเกิด จากการควบคุมค่าใช้จ่าย จากการศึกษ พบว่า ปัญหาของสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.และ เอฟ.เอ็ม.ไม่ต่างกัน

สถานีวิทยุแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการที่เกิดจากรูปแบบรายการ/ ช่วงเวลาโดยการกำหนดโครงสร้างผังรายการให้กับบริษัทที่ได้รับสัมปทานซึ่งได้ผลให้รายการของ สถานีมีรูปแบบรายการที่ชัดเจนขึ้น ปัญหาที่เกิดจากราคาขายแก้ไขโดยลดราคาขั้นต่ำในการให้ สัมปทานลงเพื่อดึงดูดให้มีผู้มาประมูลเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เกิดจากพนักงานไม่สามารถแก้ไขได้เพราะ งบประมาณมีจำกัดและปัญหาที่เกิดจากจากการควบคุมค่าใช้จ่ายไม่สามารถแก้ไขได้เช่นกัน

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม. ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ รายได้ลดลง บริษัทตัวแทนโฆษณา/ผู้จัดรายการรายย่อย ค้างชำระหนี้และค่าใช้จ่ายสูงกว่ารายได้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ ขายเวลาได้น้อยลงเพราะผู้สนับสนุนรายการหันไปซื้อเวลาจากระบบเอฟ.เอ็ม.มากขึ้นเกิดจากการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคและการแย่งลูกค้ากันเกิดจากการแข่งขันในตลาด

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม. แก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ โดยการยืดระยะเวลาการชำระหนี้ไม่ช่วยให้ได้รับชำระหนี้มากขึ้น การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลงและลดจำนวนพนักงาน ทำให้ค่าใช้จ่ายลดลง การดำเนินการตามกฎหมายทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นแล้วยังไม่ได้รับชำระหนี้ด้วยและการหาลูกค้าเพิ่มมากขึ้นนั้นยังไม่ได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นมากนัก ด้านการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคการพยายามหาผู้สนับสนุนรายการรายใหม่ที่ตรงกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของสถานียังไม่ได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นมากนักและด้านการแข่งขันในตลาดการเอาใจใส่กับลูกค้ามากขึ้นเพื่อรักษาลูกค้าไว้ทำให้ลูกค้ามีความพอใจและใช้บริการต่อไป

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม. ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผู้สนับสนุนรายการและผู้ฟังลดลงเกิดจากรูปแบบรายการ/ช่วงเวลา ถ้าไรลดลงเพราะต้องลดราคาขายลงและราคาขายใกล้เคียงกับราคาขายของระบบเอฟ.เอ็ม. เกิดจากราคาขาย ขายเวลาได้น้อยเพราะขายผ่านพนักงานขายทางเดียวเกิดจากช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวนพนักงานน้อยกว่าปริมาณงานคุณภาพของผู้จัดรายการ คุณภาพของพนักงานขาย จำนวนพนักงานมากกว่าปริมาณงานเกิดจากพนักงานคุณภาพของเครื่องส่งกระจายเสียงต่ำลงและการทำงานล่าช้าเกิดจากการควบคุมค่าใช้จ่ายและหาแหล่งเงินกู้ยากและขาดสภาพคล่องเนื่องจากผู้ซื้อเวลาชำระหนี้ไม่ตรงเวลาเกิดจากปัจจัยทางด้านการเงิน

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม. แก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการที่เกิดจากรูปแบบรายการ/ช่วงเวลา โดยการพูดคุยกับผู้จัดรายการรายย่อยที่ซื้อเวลาไปให้ปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบของรายการให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ปรับโครงสร้างผังรายการใหม่เพื่อให้การโฆษณาของผู้สนับสนุนรายการมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเพิ่มสาระประโยชน์ในรายการที่เป็นประโยชน์กับผู้ฟังเพื่อดึงดูดให้ผู้ฟังสนใจติดตามฟังมากขึ้นซึ่งก็ได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ปัญหาที่เกิดจากราคาขายแก้ไขโดยการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นให้ได้มากที่สุดและลดราคาขายลงเพื่อดึงดูดให้มีผู้สนับสนุนรายการเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เกิดจากช่องทางจัดจำหน่ายแก้ไขโดยการเพิ่มสิ่งจูงใจในการทำงานให้พนักงานขาย เช่น เงินพิเศษ ปัญหาที่เกิดจากพนักงานแก้ไขโดยการคัดเลือกผู้จัดรายการที่มีใบรับรองจากกรมประชาสัมพันธ์เท่านั้น เพิ่มสิ่ง

จูงใจในการทำงานให้พนักงานขาย เช่น เงินพิเศษ เอาใจใส่พนักงานเพื่อให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานมากขึ้นและลดจำนวนพนักงานลง ปัญหาที่เกิดจากการควบคุมค่าใช้จ่ายแก้ไขโดยการแก้ไขนโยบายควบคุมค่าใช้จ่ายให้การทำงานสะดวกขึ้นและตรวจสอบและดูแลรักษาเครื่องส่งกระจายเสียงและปัญหาที่เกิดจากการเงินแก้ไขโดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันการเงินหลายแห่ง เรียกเก็บเงินล่วงหน้าก่อนการออกอากาศและคัดเลือกลูกค้าที่มีฐานะการเงินมั่นคง

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม. ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ รายได้ลดลงและบริษัทตัวแทนโฆษณา/ผู้จัดรายการ รายย่อยค้างชำระหนี้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ ผู้สนับสนุนรายการจากส่วนกลางลดลง เนื่องจากมีรายการจากส่วนกลางส่งสัญญาณดาวเทียมมาถึงเชียงใหม่ได้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคและการแย่งลูกค้ากันเกิดจากการแข่งขันในตลาด

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม. แก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ โดยการยืดระยะเวลาการชำระหนี้ไม่ช่วยให้ได้รับชำระหนี้มากขึ้น การดำเนินการตามกฎหมายทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นแล้วยังไม่ได้รับชำระหนี้ด้วยและการหาลูกค้าเพิ่มมากขึ้นนั้นได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น ด้านการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคการใช้นโยบายราคาเพื่อดึงดูดให้ผู้สนับสนุนรายการมาซื้อเวลาเพราะราคาขายจากส่วนกลางจะมีราคาสูงกว่าในต่างจังหวัดยังไม่ได้ลูกค้าจากส่วนกลางเพิ่มขึ้นมากนักและด้านการแข่งขันในตลาดการเอาใจใส่กับลูกค้ามากขึ้นเพื่อรักษาลูกค้าไว้ทำให้ลูกค้ามีความพอใจและใช้บริการต่อไป

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม. ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผู้ฟังลดลงเกิดจากรูปแบบรายการ/ช่วงเวลา กำไรลดลงเพราะต้องลดราคาขายลง เกิดจากราคาขาย เสียค่าใช้จ่ายในการติดต่อระหว่างฝ่ายรายการในเชียงใหม่กับลูกค้าในกรุงเทพฯสูงเกิดจากช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวนพนักงานน้อยกว่าปริมาณงานคุณภาพของผู้จัดรายการ คุณภาพของพนักงานขาย จำนวนพนักงานมากกว่าปริมาณงานเกิดจากพนักงานคุณภาพของเครื่องส่งกระจายเสียงต่ำลงและการทำงานล่าช้าเกิดจากการควบคุมค่าใช้จ่ายและโครงสร้างทางการเงินไม่เหมาะสมเกิดจากปัจจัยทางด้านการเงิน

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม. แก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการด้านรูปแบบรายการ/ช่วงเวลาโดยการปรับรูปแบบรายการบ่อย ๆ เพื่อให้รายการมีความทันสมัยและน่าสนใจอยู่เสมอและต้องมีการสำรวจความนิยมของผู้ฟังรายการทั้งของตนเองและของคู่แข่ง ปัญหาที่เกิดจากราคาขายแก้ไขโดยการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นให้ได้มากที่สุด

ปัญหาที่เกิดจากช่องทางการจัดจำหน่ายแก้ไขโดยการให้บริษัทแม่ที่อยู่กรุงเทพฯเป็นผู้ติดต่อแล้ว จึงส่งใบสั่งโฆษณามาให้กับฝ่ายรายการในเชียงใหม่ ปัญหาที่เกิดจากพนักงานแก้ไขโดยการคัดเลือกผู้จัดรายการที่มีใบรับรองจากกรมประชาสัมพันธ์เท่านั้น เพิ่มสิ่งจูงใจในการทำงานให้พนักงานขาย เช่น เงินพิเศษ เอาใจใส่พนักงานเพื่อให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานมากขึ้น และลดจำนวนพนักงานลง ปัญหาที่เกิดจากการควบคุมค่าใช้จ่ายแก้ไขโดยการแก้ไขนโยบายควบคุมค่าใช้จ่ายให้การทำงานสะดวกขึ้นและตรวจสอบและดูแลรักษาเครื่องส่งกระจายเสียงและปัญหาที่เกิดจากการเงินแก้ไขโดยการปรับโครงสร้างทางการเงินใหม่

บริษัทตัวแทนโฆษณา

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสูงกว่ารายได้และผู้สนับสนุนรายการค้างชำระหนี้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ ผู้สนับสนุนรายการหันไปซื้อสื่อวิทยุจากผู้จัดรายการรายย่อยมากขึ้น คู่แข่งขันมากรายทั้งบริษัทตัวแทนโฆษณาด้วยกันเองและผู้จัดรายการรายย่อยเกิดจากการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคและเกิดจากการแข่งขันในตลาด

บริษัทตัวแทนโฆษณาแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ โดยการยืดระยะเวลาการชำระหนี้ทำให้ได้รับชำระหนี้มากขึ้น การดำเนินการตามกฎหมายทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นแล้วยังไม่ได้รับชำระหนี้ด้วย การหาลูกค้าเพิ่มมากขึ้นนั้นได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลงทำให้เกิดความไม่คล่องตัวในการทำงาน การพยายามหาลูกค้าทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นและการใช้วิธีแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการดีกว่าการใช้วิธีชำระค่าสินค้าเป็นตัวเงิน ด้านการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคการแถมเวลาให้ลูกค้าและเน้นการบริการให้มากขึ้นยังไม่ได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นมากนักและด้านการแข่งขันในตลาดการสร้างบริการที่แตกต่าง เช่น บริการหลังการขายเอาใจใส่ลูกค้าสม่ำเสมอทำให้ลูกค้ามีความพอใจมากขึ้น จากการศึกษ พบว่า ปัญหาของบริษัทตัวแทนโฆษณาที่ซื้อเวลาในระบบ เอ.เอ็ม.และเอฟ.เอ็ม.ไม่ต่างกัน

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ไม่ได้เวลาและสถานที่ที่เหมาะสมกับผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายของผู้สนับสนุนรายการและผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการมากเกินไปเกิดจากรูปแบบ รายการ/ช่วงเวลา ราคาขายสูงกว่าราคาขายของผู้จัดรายการรายย่อยเกิดจากราคาขาย ผู้สนับสนุนรายการซื้อเวลาจากบ.เพียงอย่างเดียวมีน้อยมากส่วนใหญ่จะซื้อเวลาจากบริษัทเมื่อต้องให้สร้าง สรรค์รูปแบบรายการให้เกิดจากช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวนพนักงานน้อยกว่าปริมาณงานเกิด จากพนักงาน คุณภาพของงานลดลงตามงบประมาณที่ลดลงของลูกค้าเกิดจากการผลิตและความ

ไม่คล่องตัวในการทำงานเกิดจากการควบคุมค่าใช้จ่ายและหาแหล่งเงินกู้ยากและเงินลงทุนน้อย เกิดจากปัจจัยทางด้านการเงิน จากการศึกษา พบว่า ปัญหาของบริษัทตัวแทนโฆษณาในระบบ เอ.เอ็ม.และเอฟ.เอ็ม.ไม่ต่างกัน

บริษัทตัวแทนโฆษณาแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการด้านรูปแบบรายการ/ ช่วงเวลาโดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือทางการเงินกับบริษัทที่ได้รับสัมปทาน และพูดคุยกับผู้สนับสนุนรายการให้เข้าใจถึงความรับผิดชอบในการสร้างสรรค์รูปแบบของบริษัท และของฝ่ายผู้สนับสนุนรายการ ปัญหาที่เกิดจากราคาขายแก้ไขโดยการแถมเวลาให้กับลูกค้า เพราะไม่สามารถลดราคาให้ลูกค้าได้มากนัก ปัญหาที่เกิดจากช่องทางการจัดจำหน่ายแก้ไขโดยการเน้นให้ฝ่ายสื่อโฆษณาทำตลาดในส่วนของสื่อโฆษณามากขึ้น ปัญหาที่เกิดจากพนักงานแก้ไข โดยการทำให้แบบประเมินผลการทำงานของพนักงานเพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีความตื่นตัวมากขึ้น ปัญหาที่เกิดจากการผลิตแก้ไขโดยการอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของ งานกับงบโฆษณาแต่ลูกค้ามักไม่ค่อยพอใจ ปัญหาที่เกิดจากการควบคุมค่าใช้จ่ายแก้ไขโดยการ ไม่ใช้นโยบายควบคุมค่าใช้จ่ายในจุดที่ทำให้การทำงานหยุดชะงักและปัญหาที่เกิดจากการเงิน แก้ไขโดยการร่วมทุนกับบริษัทตัวแทนโฆษณาในกรุงเทพฯและระดมทุนจากเจ้าของกิจการซึ่งทำให้ มีเงินทุนเพิ่มมากขึ้น

ผู้จัดรายการรายย่อย

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการของผู้จัดรายการรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผู้สนับสนุนรายการค้างชำระหนี้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ ผู้ฟังบางส่วน หันไปฟังรายการวิทยุที่มาจากส่วนกลาง ได้แก่ รายการเรดิโอโหวด แซทเทิลไลท์เกิดจากการ เปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคส่งผลให้ผู้สนับสนุนรายการลดลงและการแย่งลูกค้ากัน เกิดจากการแข่งขันในตลาด

ผู้จัดรายการรายย่อยแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการด้านการ เปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ โดยการหาลูกค้าเพิ่มมากขึ้นนั้นได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นและการใช้วิธี แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการดีกว่าการใช้วิธีชำระค่าสินค้าเป็นเงินสด ด้านการเปลี่ยนแปลงความ ต้องการของผู้บริโภคการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการให้มีความทันสมัยอยู่เสมอและการใช้ผู้จัด รายการที่เป็นที่นิยมของผู้ฟังเพื่อดึงดูดให้ผู้ฟังติดตามฟังรายการอย่างสม่ำเสมอส่งผลให้มีลูกค้า เพิ่มขึ้นและด้านการแข่งขันในตลาดการเอาใจใส่กับลูกค้ามากขึ้นเพื่อรักษาลูกค้าไว้ทำให้ลูกค้ามี ความพอใจและใช้บริการต่อไปจากการศึกษา พบว่า ปัญหาของผู้จัดรายการรายย่อยที่ซื้อเวลาใน ระบบเอ.เอ็ม.และเอฟ.เอ็ม.ไม่ต่างกัน

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการของผู้จัดรายการรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผู้ฟังลดลงเกิดจากรูปแบบรายการ/ช่วงเวลา กำไรลดลงเพราะต้องลดราคาขายลงเกิดจากราคาขาย ขายเวลาได้น้อยเพราะขายผ่านพนักงานขายทางเดียวเกิดจากช่องทางการจัดจำหน่าย คุณภาพของผู้จัดรายการ คุณภาพของพนักงานขาย เกิดจากพนักงาน การทำงานหยุดชะงักเกิดจากการควบคุมค่าใช้จ่ายและขาดสภาพคล่องเนื่องจากผู้ซื้อเวลาชำระหนี้ไม่ตรงเวลาเกิดจากปัจจัยทางด้านการเงิน จากการศึกษา พบว่า ปัญหาของผู้จัดรายการรายย่อยในระบบเอ.เอ็ม. และเอฟ.เอ็ม. ไม่ต่างกัน

ผู้จัดรายการรายย่อยแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการด้านรูปแบบรายการ/ช่วงเวลาโดยการปรับรูปแบบรายการย่อย ๆ เพื่อให้รายการมีความทันสมัยและน่าสนใจอยู่เสมอ และมีการสำรวจความนิยมของผู้ฟังรายการทั้งของตนเองและของคู่แข่ง ปัญหาที่เกิดจากราคาขาย โดยการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นให้ได้มากที่สุดพร้อมกับหาลูกค้าให้ได้จำนวนมากขึ้น ปัญหาที่เกิดจากช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการกำลังจะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทาง อินเทอร์เน็ต ปัญหาที่เกิดจากพนักงานโดยการเพิ่มสิ่งจูงใจในการทำงานให้พนักงานขาย เช่น เงินพิเศษและสร้างความเป็นมืออาชีพให้กับผู้จัดรายการของตนโดยการฝึกอบรม ปัญหาที่เกิดจากการควบคุมค่าใช้จ่ายโดยการพูดคุยกับพนักงานถึงสาเหตุที่ทำให้งานเกิดการหยุดชะงักและปัญหาที่เกิดจากเกิดจากการเงินโดยการระดมทุนจากเจ้าของกิจการและเข้มงวดในการรับจ้างโฆษณา

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการ

ปัจจัย	ปัญหา	สถานีวิทยุ	AM	FM	บริษัทตัวแทนโฆษณา	ผู้จัดรายการรายย่อย
การเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ	-บ.ที่ได้รับสัมปทานฯ ค้างชำระค่าเช่าสถานี -รายได้ลดลง -บ.ตัวแทนโฆษณา/ผู้จัดรายการรายย่อย ค้างชำระหนี้ -ค่าใช้จ่ายสูงกว่ารายได้ -ผู้สนับสนุนรายการค้างชำระหนี้	*	*	*	*	*
การเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค	-การใช้ภาษาคิด -ขายเวลาได้น้อยลงเพราะผู้สนับสนุนรายการหันไปซื้อเวลาจากระบบFMมากขึ้น -ผู้สนับสนุนรายการจากส่วนกลางลดลง เนื่องจากมีรายการจากส่วนกลางส่งสัญญาณดาวเทียมมาถึงเชียงใหม่ได้ -ผู้สนับสนุนรายการหันไปซื้อสื่อวิทยุจากผู้จัดรายการรายย่อยมากขึ้น -ผู้ฟังบางส่วนหันไปฟังรายการวิทยุที่มาจากส่วนกลาง ได้แก่ รายการเรดิโอโหวต แชนเทิลไลท์	*	*	*	*	*
การแข่งขันในตลาด	-บ.ที่ได้รับสัมปทานฯ ไม่คัดเลือกสินค้าที่จะลงโฆษณา -การแย่งลูกค้ากัน -คู่แข่งกันมากรายทั้งบริษัทตัวแทนโฆษณาด้วยตนเองและผู้จัดรายการรายย่อย	*	*	*	*	*

แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายนอกกิจการ

ปัจจัย	แนวทางการแก้ไขปัญหา	สถานีวิทยุ	AM	FM	บริษัทตัวแทนโฆษณา	ผู้จัดการรายการรายย่อย
การเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจ	-ลดค่าเช่าสถานีให้กับบริษัทที่ได้รับสัมปทานฯ -ยืดระยะเวลาการชำระหนี้ -ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง -ดำเนินการตามกฎหมาย -หาลูกค้าเพิ่มมากขึ้น -ลดจำนวนพนักงาน -แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ	*(✓) *(→) *(→)	*(→) *(✓) *(×) *(→) *(✓)	*(→) *(→) *(×) *(✓)	*(✓) *(×) *(×) *(✓) *(✓) *(✓)	*(✓) *(✓) *(✓)
การเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค	-ควบคุมการออกอากาศโดยการตรวจสอบทงของรายการวิทยุก่อนการออกอากาศ -พยายามหาผู้สนับสนุนรายการรายใหม่ที่ตรงกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของสถานี -ใช้นโยบายราคาเพื่อดึงดูดให้ผู้สนับสนุนรายการมาซื้อเวลาเพราะราคาขายจากส่วนกลางจะมีราคาสูงกว่าในต่างจังหวัด -แถมเวลาให้ลูกค้าและเน้นการบริการให้มากขึ้น -ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ -การใช้ผู้จัดรายการที่เป็นที่นิยมของผู้ฟังเพื่อดึงดูดให้ผู้ฟังติดตามฟังรายการอย่างสม่ำเสมอ	*(✓)	*(→)	*(→)	*(→)	*(✓) *(✓)
การแข่งขันในตลาด	-เข้มงวดในการตรวจสอบการลงโฆษณา -เอาใจใส่กับลูกค้ามากขึ้นเพื่อรักษาลูกค้าไว้ -สร้างบริการที่แตกต่าง เช่น บริการหลังการขายเอาใจใส่ลูกค้าสม่ำเสมอ	*(✓)	*(✓)	*(✓)	*(✓)	*(✓)

หมายเหตุ * หมายถึง วิธีการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบธุรกิจรายนั้น ๆ

(✓) หมายถึง ผลที่ได้รับจากการแก้ปัญหาดีขึ้น

(→) หมายถึง ผลที่ได้รับจากการแก้ปัญหาไม่เปลี่ยนแปลง

(×) หมายถึง ผลที่ได้รับจากการแก้ปัญหาแย่ลง

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการ

ปัจจัย	ปัญหา	สถานีวิทยุ	AM	FM	บริษัทตัวแทนโฆษณา	ผู้จัดรายการรายย่อย
รูปแบบรายการ / ช่วงเวลา	-รายการในแต่ละวันมีความหลากหลายมากเกินไปจนไม่มีจุดเด่นของสถานี -ผู้สนับสนุนรายการลดลง -ผู้ฟังลดลง -ไม่ได้เวลาและสถานีที่เหมาะสมกับผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายของผู้สนับสนุนรายการ -ผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการมากเกินไป	*	*	*	*	*
ราคาขาย	-ค่าสัมปทานสูงมากจนมีผู้มาประมูลเวลาน้อยราย -กำไรลดลงเพราะต้องลดราคาขายลง -ราคาขายใกล้เคียงกับราคาขายของระบบเอฟ.เอ็ม. -ราคาขายสูงกว่าของผู้จัดรายการรายย่อย	*	*	*	*	*
ช่องทางจำหน่าย	-ขายเวลาได้น้อยเพราะขายผ่านพนักงานขายทางเดียว -เสียค่าใช้จ่ายในการติดต่อระหว่างฝ่ายรายการในเชียงใหม่กับลูกค้าในกรุงเทพฯสูง -ผู้สนับสนุนรายการซื้อเวลาจากบ.เพียงอย่างเดียวน้อยมากส่วนใหญ่จะซื้อเวลาจากบ.เมื่อต้องให้สร้างสรรค์รูปแบบรายการให้		*	*	*	*
พนักงาน	-จำนวนพนักงานน้อยกว่าปริมาณงาน -คุณภาพของผู้จัดรายการ -คุณภาพของพนักงานขาย -จำนวนพนักงานมากกว่าปริมาณงาน -คุณภาพของเจ้าหน้าที่บริหารงานลูกค้า	*	*	*	*	*
การผลิต	-คุณภาพของงานลดลงตามบ.โฆษณาที่ลดลงของลูกค้า				*	
การควบคุมค่าใช้จ่าย	-คุณภาพของเครื่องส่งกระจายเสียงต่ำลง -การทำงานล่าช้า -ความไม่คล่องตัวในการทำงาน -การทำงานหยุดชะงัก	*	*	*	*	*

การเงิน	-หาแหล่งเงินกู้ยาก -ขาดสภาพคล่องเนื่องจากผู้ซื้อเวลาชำระหนี้ไม่ตรงเวลา -โครงสร้างทางการเงินไม่เหมาะสม -เงินลงทุนน้อย		*		*	*
---------	---	--	---	--	---	---

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยจากภายในกิจการ

ปัจจัย	ปัญหา	สถานีวิทยุ	AM	FM	บริษัทตัวแทนโฆษณา	ผู้จัดรายการรายย่อย
รูปแบบรายการ / ช่วงเวลา	<ul style="list-style-type: none"> -กำหนดโครงสร้างผังรายการให้กับบริษัทที่ได้รับสัมปทาน -พูดคุยกับผู้จัดรายการรายย่อยที่ซื้อเวลาไปให้ปรับปรุงเนื้อหาของรายการให้มีความน่าสนใจมากขึ้น -ปรับโครงสร้างผังรายการใหม่เพื่อให้การโฆษณาของผู้สนับสนุนรายการมีประสิทธิภาพมากขึ้น -เพิ่มสาระประโยชน์ในรายการที่เป็นประโยชน์กับผู้ฟังเพื่อดึงดูดให้ผู้ฟังสนใจติดตามฟังมากขึ้น -ต้องมีการปรับรูปแบบรายการบ่อย ๆ เพื่อให้รายการมีความทันสมัยและน่าสนใจอยู่เสมอ -มีการสำรวจความนิยมของผู้ฟังรายการทั้งของตนเองและของคู่แข่ง -สร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือทางการเงินกับบริษัทที่ได้รับสัมปทาน -พูดคุยกับผู้สนับสนุนรายการให้เข้าใจถึงความรับผิดชอบในการสร้างสรรค์รูปแบบของบ. และของฝ่ายผู้สนับสนุนรายการ 	*(✓)	*(→) *(✓) *(✓)	 *(✓) *(✓)	 *(✓) *(✓)	 *(✓) *(✓)
ราคาขาย	<ul style="list-style-type: none"> -ลดราคาขั้นต่ำในการให้สัมปทานลงเพื่อดึงดูดให้มีผู้มาประมูลเพิ่มขึ้น -ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นให้ได้มากที่สุด -หาลูกค้าให้ได้จำนวนมากขึ้น -ลดราคาขายเพื่อดึงดูดให้มีผู้สนับสนุนรายการเพิ่มขึ้น -แถมเวลาให้กับลูกค้าเพราะไม่สามารถลดราคาให้ลูกค้าได้มากนัก 	*(✓)	 *(✓) *(✓)	 *(✓)	 *(✓)	 *(✓) *(✓)
ช่องทางการจัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> -เพิ่มสิ่งจูงใจในการทำงานให้พนักงานขาย เช่น เงินพิเศษ -ให้บริษัทแม่ที่อยู่กรุงเทพฯ เป็นผู้ติดต่อแล้วจึงส่งใบโฆษณามาให้กับฝ่ายรายการในเชียงใหม่ -เน้นให้ฝ่ายสื่อโฆษณาทำตลาดในส่วนของสื่อโฆษณามากขึ้น -กำลังจะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต 		*(✓)	 *(✓)	 *(→)	 *(→)

พนักงาน	-ไม่สามารถแก้ไขได้เพราะงบประมาณมีจำกัด -คัดเลือกผู้จัดรายการที่มีใบรับรองจากกรมประชาสัมพันธ์เท่านั้น -เพิ่มสิ่งจูงใจในการทำงานให้พนักงานขาย เช่น เงินเพิ่มพิเศษ -เอาใจใส่พนักงานเพื่อให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานมากขึ้น -ลดจำนวนพนักงานลง -ทำแบบประเมินผลการทำงานของพนักงานเพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีความตื่นตัวมากขึ้น -สร้างความเป็นมืออาชีพให้กับผู้จัดรายการของตนโดยการฝึกอบรม	*(✗)	*(✓)	*(✓)		*(✓)	*(✓)
การผลิต	-อธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของงานกับงบประมาณ				*(✗)		
การควบคุมค่าใช้จ่าย	-ไม่สามารถแก้ไขได้เพราะงบประมาณมีจำกัด -แก้ไขนโยบายควบคุมค่าใช้จ่ายให้การทำงานสะดวกขึ้น -ตรวจสอบและดูแลรักษาเครื่องส่งกระจายเสียงอย่างสม่ำเสมอ -ไม่ใช้นโยบายควบคุมค่าใช้จ่ายในจุดที่ทำให้การทำงานหยุดชะงัก -พูดคุยกับพนักงานถึงสาเหตุที่ทำให้งานเกิดการหยุดชะงัก	*(✗)	*(✓) *(✓)	*(✓) *(✓)		*(✓)	*(✓)
การเงิน	-สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันการเงินหลายแห่ง -เรียกเก็บเงินล่วงหน้าก่อนการออกอากาศ -คัดเลือกลูกค้าที่มีฐานะการเงินมั่นคง -ปรับโครงสร้างทางการเงินใหม่ -ร่วมทุนกับบริษัทตัวแทนโฆษณาในกรุงเทพฯ -ระดมทุนจากเจ้าของกิจการ -เข้มงวดในการรับจ้างโฆษณา		*(✓) *(✓) *(✓)		*(→)	*(✓) *(✗)	*(✓) *(✓)

หมายเหตุ * หมายถึง วิธีการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจรายนั้น ๆ

(✓) หมายถึง ผลที่ได้รับจากการแก้ปัญหาดีขึ้น

(→) หมายถึง ผลที่ได้รับจากการแก้ปัญหาไม่เปลี่ยนแปลง

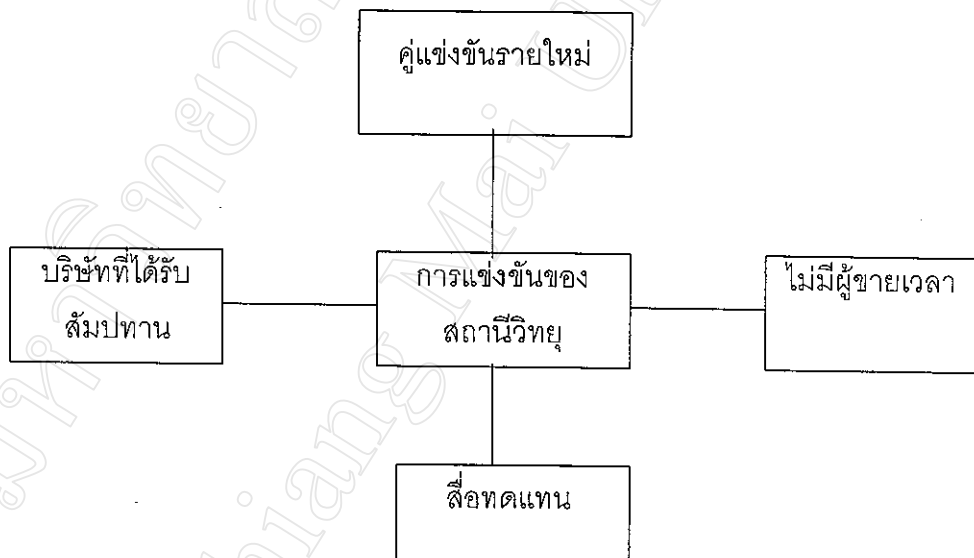
(✗) หมายถึง ผลที่ได้รับจากการแก้ปัญหาแย่ลง

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัญหาของผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

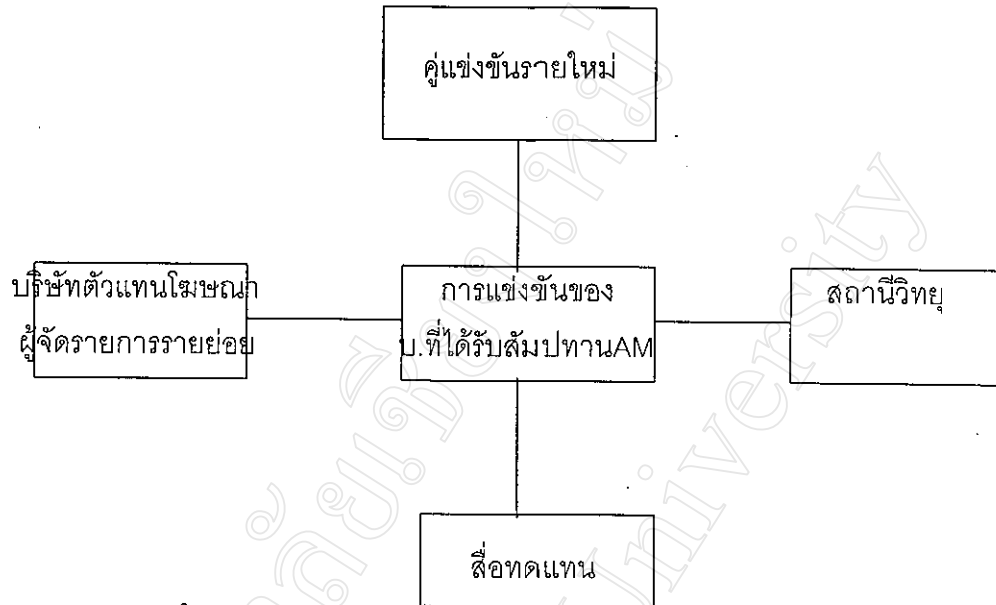
ภาวะการแข่งขันในธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุของผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ จะอภิปรายผลตามแบบจำลองการแข่งขัน (Competitive Model) ของ ไมเคิล พอร์เตอร์ ปัญหาของผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ จะอภิปรายผลตามแนวความคิดเรื่องปัญหาในการดำเนินธุรกิจของเต็อนจิตต์ จิตต์อารีและแนวความคิดใหม่สำหรับการโฆษณาทางวิทยุ (The new approach to radio advertising) ของ Charles Hull Wolfe เพื่อจะสามารถทราบถึงสภาพธุรกิจของธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่และแนวทางของการพัฒนาสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ตามประเภทของผู้ประกอบธุรกิจ ได้แก่

1. สถานีวิทยุ



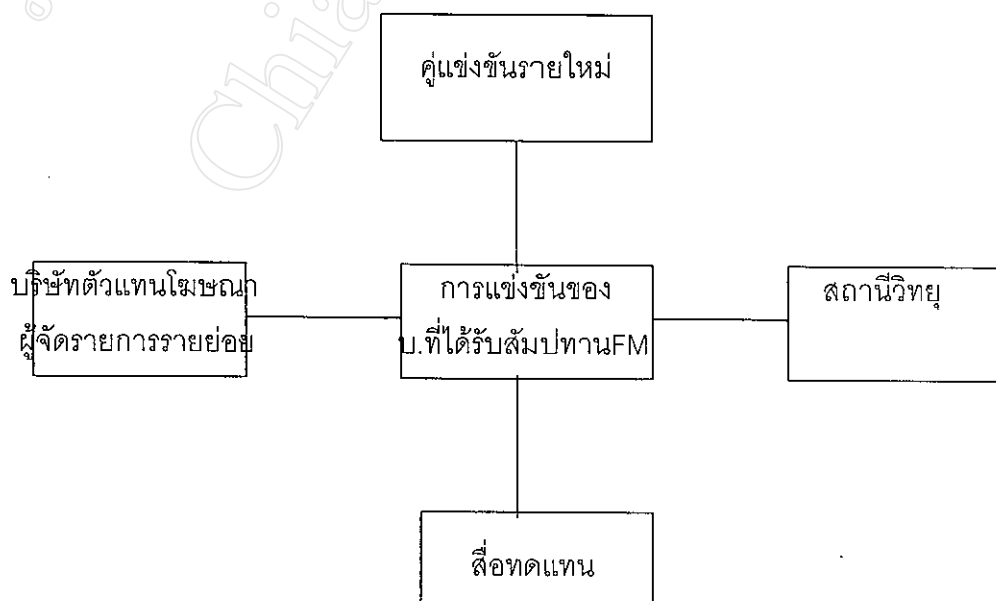
จากแบบจำลองการแข่งขันของไมเคิล พอร์เตอร์สามารถอภิปรายผลการศึกษาในเรื่องสภาพธุรกิจของสถานีวิทยุได้ว่า ภาวะการแข่งขันของสถานีวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจาก การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ยากและสื่อโฆษณาทางวิทยุเป็นสื่อโฆษณาที่มีราคาสูงสามารถเข้าถึงประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดีที่สุด ประกอบกับผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ บริษัทที่ได้รับสัมปทานมีอำนาจการต่อรองกับสถานีวิทยุต่ำ เนื่องจาก กิจการวิทยุกระจายเสียงเป็นกิจการที่รัฐบาลเป็นผู้ควบคุม สถานีวิทยุทุกสถานีจึงเป็นของหน่วยราชการต่าง ๆ บริษัทเอกชนไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ นอกจากจะมาเป็นผู้รับสัมปทานต่อจากสถานีวิทยุ

2. บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.



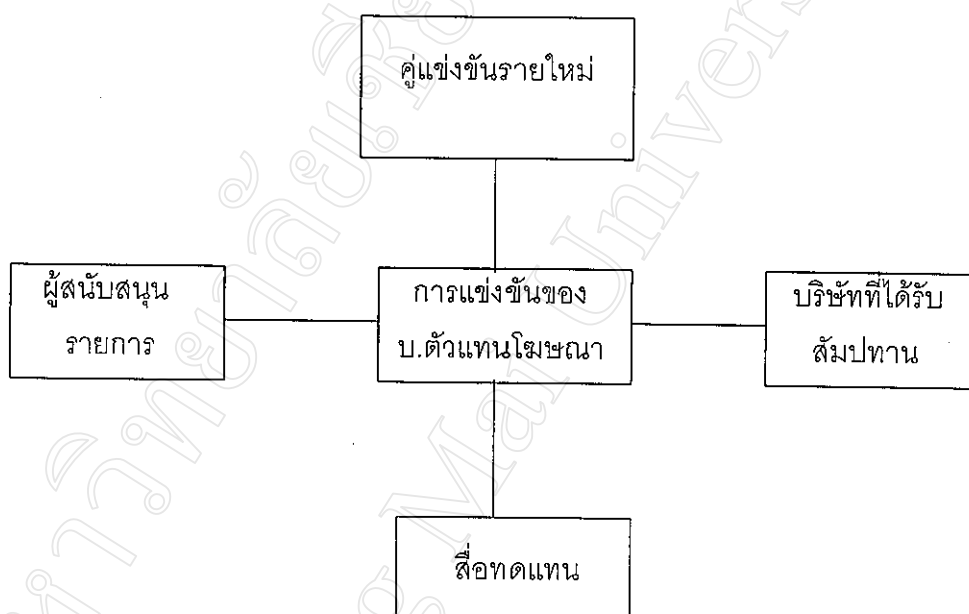
จากแบบจำลองการแข่งขันของไมเคิล พอร์เตอร์สามารถอภิปรายผลการศึกษาในเรื่องสภาพธุรกิจของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.ได้ว่า ภาวะการแข่งขันของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.ในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับสูง เนื่องจากทั้งอำนาจการต่อรองของผู้ขายและผู้บริโภคที่มีต่อบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม.สูงทั้ง 2 ฝ่ายซึ่งเป็นผลมาจากสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำและการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ถึงแม้การเข้ามาของคู่แข่งชั้นรายใหม่ยากและสื่อโฆษณาประเภทอื่นไม่สามารถที่จะทดแทนสื่อโฆษณาทางวิทยุได้ก็ตาม

3. บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.



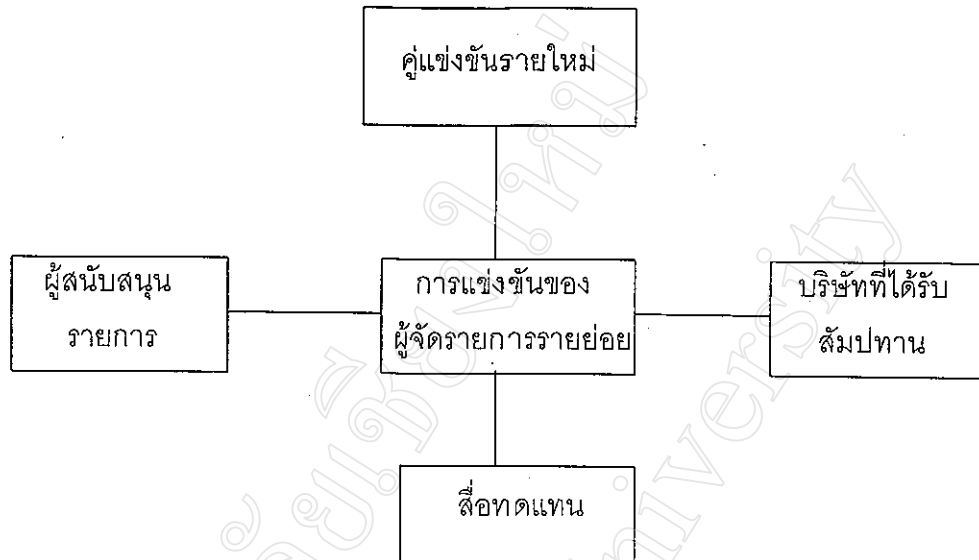
จากแบบจำลองการแข่งขันของไมเคิล พอร์เตอร์สามารถอภิปรายผลการศึกษาในเรื่องสภาพธุรกิจของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.ได้ว่า ภาวะการแข่งขันของบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม.ในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับสูง เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้มีผู้ซื้อเวลาลดลงเป็นสำคัญ แต่การแข่งขันยังไม่สูงเท่าการแข่งขันในระบบเอ.เอ็ม. เพราะบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม. ยังมีอำนาจต่อรองกับผู้บริโภคและผู้ขายเวลา

4. บริษัทตัวแทนโฆษณา



จากแบบจำลองการแข่งขันของไมเคิล พอร์เตอร์สามารถอภิปรายผลการศึกษาในเรื่องสภาพธุรกิจของบริษัทตัวแทนโฆษณาได้ว่า ภาวะการแข่งขันของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับสูง เนื่องจาก สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำส่งผลให้การใช้งบโฆษณาของลูกค้าลดลงและจำนวนลูกค้าที่ลดน้อยลง ถึงแม้ปัจจัยดังกล่าวจะเป็นอุปสรรคของการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ก็ตาม แต่บริษัทที่มีอยู่เดิมในธุรกิจจะต้องมีการแข่งขันกันสูงขึ้นเพื่อรักษาลูกค้าเดิมไว้รวมไปถึงจะต้องพยายามหาลูกค้าใหม่ให้ได้เพิ่มมากขึ้นด้วย

5. ผู้จัดรายการรายย่อย



จากแบบจำลองการแข่งขันของไมเคิล พอร์เตอร์สามารถอภิปรายผลการศึกษาในเรื่องสภาพธุรกิจของผู้จัดรายการรายย่อยได้ว่า ภาวะการแข่งขันของผู้จัดรายการรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจาก บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุ ซึ่งเป็นผู้ขายเวลา มีอำนาจการต่อรองกับผู้จัดรายการรายย่อยต่ำ และสื่อโฆษณาทางวิทยุเป็นสื่อโฆษณาที่มีราคาถูกสามารถเข้าถึงประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดีที่สุด

ปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุของผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ จะอภิปรายผลตามแนวความคิดเรื่องปัญหาในการดำเนินธุรกิจของเตือนจิตต์ จิตต์อารี

1. ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอกกิจการ
ปัญหาในวงการธุรกิจมิใช่มีแต่เพียงภายในหน่วยงานเท่านั้นสภาพแวดล้อมก็มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจที่สำคัญๆ ได้แก่

1.1 การเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นเป็นไปตามแนวความคิดเรื่องปัญหาในการดำเนินธุรกิจของเตือนจิตต์ จิตต์อารี จากสาเหตุที่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้เกิดการหดตัวด้านผลิตและการจ้างงานติดตามมา ทำให้ประชาชนทั่วไปตกงาน รายได้ลดน้อยลง ขาดกำลังซื้อ ส่ง

ผลให้สินค้าของผู้สนับสนุนรายการขายได้น้อยลง รายได้ของผู้สนับสนุนรายการลดลง ผู้สนับสนุนรายการอาจจะมาใช้บริการของธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุแต่ค้างชำระหนี้หรือไม่ใช้บริการไปเลย ทำให้รายได้ของผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุลดลง เมื่อรายได้ลดลงแต่ผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุมีรายจ่ายประจำ อันได้แก่ ค่าเช่าสถานีและค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่น ๆ ทำให้ค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุสูงกว่ารายได้และขาดสภาพคล่องในที่สุด

1.2 การเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวความคิดนี้สองประการ คือ การเปลี่ยนแปลงของสภาพทางอารมณ์ของผู้ฟังทำให้ผู้ฟังมีความนิยมตามแฟชั่นทางด้านการใช้ภาษาและการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลให้เกิดปัญหาขึ้นมาก เช่น ผู้สนับสนุนรายการหันไปซื้อเวลาจากผู้จัดรายการรายย่อยแทนการให้บริการกับบริษัทตัวแทนโฆษณา เป็นต้น แต่การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางสังคมไม่ได้ก่อให้เกิดปัญหากับผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 การแข่งขันในตลาด

ในธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุมีผู้ขายหลายรายเริ่มตั้งแต่ผู้ขายลำดับแรก ได้แก่ สถานีวิทยุ บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุ บริษัทตัวแทนโฆษณา/ผู้จัดรายการรายย่อย ผู้สนับสนุนรายการ จนมาถึงผู้ฟังซึ่งเป็นผู้บริโภคลำดับสุดท้าย ตามลำดับ การแข่งขันกันเองในระหว่างองค์การมีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้น เมื่อคู่แข่งมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในส่วนประสมการตลาดย่อมจะส่งผลกระทบต่อภาระต่อการดำเนินงานของกิจการอื่น ๆ ดังนี้

- การเปลี่ยนแปลงในวิธีการส่งเสริมการตลาด เปลี่ยนวิธีการโฆษณา เปลี่ยนสื่อโฆษณาหรือเปลี่ยนรูปแบบการส่งเสริมการขายในลักษณะอื่น ๆ เช่น การลดแลกแจกแถม การให้ส่วนลดพิเศษหรือการมีพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพ หากกิจการใดมีการเปลี่ยนแปลงในการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบใด ๆ ที่สามารถดึงดูดความสนใจ ทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าของตนได้มากกว่า ย่อมจะส่งผลกระทบต่อภาระต่อการดำเนินงานของคู่แข่งรายอื่น ๆ ในตลาด

- การเปลี่ยนแปลงในวิธีการขายหรือการจัดจำหน่าย เปลี่ยนจากแหล่งขายแหล่งหนึ่งไปสู่แหล่งขายแหล่งอื่น ๆ ทำให้กระจายสินค้าได้มากกว่าหรือเปลี่ยนจากวิธีขายโดยรอให้ลูกค้าเข้ามาติดต่อกับทางบริษัทเองเป็นการใช้พนักงานขายไปเสนอขายให้กับผู้บริโภค การกระจายช่องทางการจำหน่ายของกิจการใดทำได้ดีเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ตลาดย่อมได้เปรียบและครอบคลุมตลาดได้มากกว่า จำหน่ายได้ดีกว่า ทำให้กิจการอื่นที่เป็นคู่แข่งเสียประโยชน์และจะต้องพยายามหาวิธีการแก้ไขในการช่วงชิงตลาดกลับคืน

- การที่คู่แข่งเปลี่ยนแปลงราคาขาย เช่น ลดราคา เปลี่ยนการให้ส่วนลด การให้บริการเพิ่มขึ้น เพิ่มปริมาณแต่จำหน่ายในราคาเดิมหรือเพิ่มขนาดพร้อมเพิ่มราคา ทำให้คู่แข่งอื่น ๆ ต้องปฏิบัติตาม ซึ่งจะมีผลกระทบกับยอดขายและกำไรของกิจการได้

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นล้วนแล้วแต่ทำให้เกิดปัญหาการแข่งขันกันขึ้นได้ในบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอ.เอ็ม. บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุในระบบเอฟ.เอ็ม. และผู้จัดรายการรายย่อย

นอกจากนี้ บริษัทตัวแทนโฆษณาต้องประสบกับปัญหาด้านการแข่งขันสูง เนื่องจากจะต้องแข่งขันกับทั้งบริษัทตัวแทนโฆษณาด้วยกันเองและผู้จัดรายการรายย่อย ซึ่งแต่เดิมนั้นผู้จัดรายการรายย่อยไม่ใช่คู่แข่งของบริษัทตัวแทนโฆษณาเพราะบริษัทตัวแทนโฆษณาจะมีบริการที่ให้กับลูกค้ามากกว่า แต่ในปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยราคามาเป็นตัวตัดสินใจในการเลือกซื้อสื่อโฆษณาทางวิทยุ บริษัทตัวแทนโฆษณาจึงต้องประสบกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น

2. ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยด้านการปฏิบัติงานต่างๆ ของกิจการหรือปัจจัยภายในกิจการ
สาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติงานจากเหตุการณ์ภายในกิจการ ได้แก่

2.1 รูปแบบรายการ/ช่วงเวลา

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นจากรูปแบบรายการ/ช่วงเวลานั้นเป็นไปตามแนวความคิดนี้คือ เกิดขึ้นจากคุณภาพของรายการวิทยุ รูปแบบรายการไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและการบริการไม่เป็นไปตามที่ผู้ซื้อต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับ นอกจากนี้ยังเกิดปัญหามาจากผู้ซื้อเองเข้ามาสร้างปัญหาด้วย โดยแนวทางในการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบธุรกิจใช้วิธีปรับปรุงรูปแบบรายการและสำรวจความนิยมของผู้ฟัง

2.2 การกำหนดราคาขายผิดพลาด

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่เกิดจากราคาขายนั้นไม่ได้เป็นไปตามแนวความคิดเรื่องปัญหาในการดำเนินธุรกิจของเดอนจิตต์ จิตต์อารี ว่ามีสาเหตุมาจากการกำหนดราคาขายผิดพลาด แต่ราคาขายของธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีมาตรฐานที่แน่นอนแต่กลับขึ้นลงตามสภาวะเศรษฐกิจและความพอใจในการขายของผู้ขายมากกว่า เช่น ในภาวะเศรษฐกิจดี ราคาขายสื่อวิทยุจะเป็นต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการเป็นจำนวนสูง เพราะผู้ซื้อมีกำลังซื้อ แต่ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำผู้ขายสื่อวิทยุก็สามารถลดราคาลงมาจนบางครั้งราคาขายต่ำกว่าต้นทุนที่ยอมขาย เนื่องจากต้องการเงินมาหมุนเวียนให้บริษัทมีสภาพคล่อง เป็นต้น

2.3 การจัดจำหน่ายผิดพลาด

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่เกิดจากการจัดจำหน่ายนั้นไม่ได้เป็นเพราะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผิดพลาดแต่เกิดขึ้นจากจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย โดยส่วนใหญ่จะใช้

แค่ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผ่านพนักงานขายเพียงช่องทางเดียว จึงทำให้ขายเวลาได้น้อย ผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุจึงควรที่จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เช่น มีผู้ประกอบธุรกิจบางรายกำลังเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2.4 พนักงานในบริษัทธุรกิจ

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่เกิดจากพนักงานนั้นเกิดจากขาดการควบคุมติดตามผล และการเพิ่มแรงจูงใจการปฏิบัติงานของพนักงานที่ดีตามแนวความคิดนี้และในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจได้มีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานและให้ความยุติธรรมแก่พนักงานที่ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ มีผลตอบแทนที่พึงพอใจให้แก่พนักงานที่ดีและใช้กฎเกณฑ์ของกรมประชาสัมพันธ์เพื่อควบคุมคุณภาพของผู้จัดรายการ โดยกำหนดให้ผู้จัดรายการทุกคนต้องมีใบรับรองจากกรมประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ ปัญหายังเกิดจากข้อจำกัดทางการเงินที่ต้องลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานโดยการลดจำนวนพนักงานลงทำให้มีพนักงานน้อยกว่าปริมาณงาน

2.5 การควบคุมค่าใช้จ่าย

จากการศึกษา พบว่า ในธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังมีระบบการควบคุมค่าใช้จ่ายไม่ดีพอและเมื่อต้องมีการควบคุมค่าใช้จ่าย ทำให้เกิดปัญหาจากการควบคุมค่าใช้จ่ายขึ้น เช่น การทำงานหยุดชะงัก ความไม่คล่องตัวในการทำงาน เป็นต้น สาเหตุเพราะผู้ประกอบธุรกิจมุ่งเน้นที่จะลดค่าใช้จ่ายลงเมื่อรายได้ลดลงโดยไม่คำนึงถึงความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติจริง เพราะฉะนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงควรจะมีการวางแผนงบประมาณการใช้จ่ายให้มีความสอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริง โดยมีการวางระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ

นอกจากปัจจัยภายในกิจการดังกล่าวข้างต้น จากการศึกษายังพบว่า ยังมีปัญหาที่เกิดจากการเงินของบริษัทด้วย เช่น ไม่สามารถหาแหล่งเงินกู้ได้หรือการขาดสภาพคล่อง เป็นต้น และยังมีปัญหาที่เกิดจากการผลิตงานโฆษณาในบริษัทตัวแทนโฆษณาอีกด้วย

โดยสรุปจากการวิเคราะห์ของผู้เขียน มีความคิดเห็นว่า ในปัจจุบันธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้กำลังซื้อของผู้สนับสนุนรายการลดลง ส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนี้ยังคงมีความน่าสนใจที่ผู้ประกอบธุรกิจรายเดิมจะดำเนินธุรกิจต่อไป ถึงแม้ว่าการแข่งขันภายในธุรกิจจะค่อนข้างสูงแต่คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในธุรกิจนี้ได้ยากประกอบกับสื่อโฆษณาประเภทอื่นไม่สามารถทดแทนสื่อโฆษณาทางวิทยุได้ สำหรับผู้แข่งขันรายใหม่นั้นต้องรอให้การทำพระราชบัญญัติจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงฉบับใหม่เสร็จสิ้นและเศรษฐกิจฟื้นตัวก่อนจึงจะสามารถเข้ามาในธุรกิจนี้ได้

ข้อค้นพบ

1. ในเรื่องของการให้สัมปทานของสถานีวิทยุ สัญญาเช่าสถานีวิทยุเป็นสัญญาระยะสั้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นปีต่อปีบริษัทเอกชนที่ได้รับสัมปทานอาจจะเห็นว่าโอกาสที่จะเกิดความคุ้มทุนทางด้านธุรกิจมีน้อย ทำให้ไม่กล้าลงทุนทางด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ในการออกอากาศมากเท่าที่ควร ทำให้รายการวิทยุขาดความน่าสนใจในระบบเสียงรวมไปถึงการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบรายการ การที่ผู้จัดรายการรายย่อยพยายามปรับปรุงรูปแบบรายการของตนเองเพียงอย่างเดียว อาจจะได้ผลไม่มากนักถ้าคุณภาพของเสียงไม่ดีพอ

2. ในเรื่องของปัญหาด้านการควบคุมค่าใช้จ่าย พบว่า บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุ บริษัทตัวแทนโฆษณาและผู้จัดรายการรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่มักจะมีแนวโน้มทางการจัดรายการวิทยุเป็นหลัก เช่น รูปแบบรายการ ผู้จัดรายการ การผลิตชิ้นงานโฆษณา เนื้อหาในรายการวิทยุ เป็นต้น แต่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับระบบบัญชีการเงินและระบบการควบคุมภายในเท่าที่ควร ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

3. ในการพัฒนารูปแบบรายการบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิทยุ บริษัทตัวแทนโฆษณาและผู้จัดรายการรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ยังไม่มีแผนกวิจัยซึ่งมีหน้าที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท ในการสำรวจความนิยมจากผู้ฟังเพื่อที่จะนำมาแบ่งกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและปรับปรุงรูปแบบรายการให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. ในเรื่องของพนักงาน จากการที่สถาบันศึกษาหลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่สามารถผลิตบุคลากรในสาขาสื่อสาร มวลชนที่มีคุณภาพ เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ เป็นต้น แต่ตลาดแรงงานในสาขาสื่อสารมวลชนในจังหวัดเชียงใหม่ยังมีไม่มากพอที่จะรองรับบุคลากรเหล่านั้นได้ บุคลากรส่วนใหญ่จึงเข้าสู่ตลาดแรงงานในส่วนกลาง เนื่องจาก ในส่วนกลางมีความพร้อมมากกว่า นอกจากนี้ ธุรกิจประเภทนี้ในส่วนกลางบุคลากรสามารถเป็นที่ยอมรับและมีโอกาสก้าวหน้าไปได้ไกลมากกว่า อีกทั้งอัตราค่าจ้างยังสูงกว่า ทำให้บุคลากรในสาขานี้ในจังหวัดเชียงใหม่ยังคงเป็นบุคลากรกลุ่มเดิมไม่ค่อยมีบุคลากรใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาพัฒนาธุรกิจโฆษณาให้ก้าวหน้าขึ้น

5. งานโฆษณาไม่มีประสิทธิภาพพอที่จะทำบทบาทและหน้าที่ได้ครบถ้วนตามความสามารถของการโฆษณา คือ การส่งเสริมยอดขาย จากผลการวิจัยของอรอุมา ศรีพิทักษ์และคณะ (2533) พบว่า งานโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ไม่สามารถทำหน้าที่ได้สมบูรณ์ เพราะการโฆษณาที่ได้ทำไปนั้นมีผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นน้อยมาก แต่ยอดขายที่เพิ่มขึ้นนั้น เนื่องมาจาก ภาพพจน์เดิมของตัวสินค้าที่มีอยู่และเป็นที่ยอมรับแล้ว นอกจากนี้ยังได้จากการบอกต่อกันของลูกค้า ส่วน

หน้าที่ในการกระตุ้นเศรษฐกิจนั้นก็ยังไม่เห็นผล เนื่องจากไม่มีโฆษณาใดที่โดดเด่นออกมาและสามารถกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจได้ เมื่อไม่มีการกระตุ้นทางเศรษฐกิจจึงไม่เกิดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะมาสนองตอบในการผลิตตามความต้องการของผู้บริโภคเพราะการโฆษณาไม่ได้กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อมากนัก เมื่อความต้องการซื้อไม่มากก็ทำให้ความจำเป็นในการพัฒนาการคมนาคมขนส่งน้อยลงไปด้วย ในแง่ของการให้การศึกษาและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จะเห็นว่าโฆษณาในเชียงใหม่แทบจะไม่ได้ทำหน้าที่นี้เลย เพราะการโฆษณาส่วนใหญ่มุ่งหวังแต่แจ้งให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงสินค้าหรือบริการเท่านั้น จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นเป็นสาเหตุให้ผู้สนับสนุนรายการลดลง

6. ถึงแม้ในจังหวัดเชียงใหม่จะมีการก่อตั้งชมรมนักวิทยุและโทรทัศน์เชียงใหม่ แต่ยังไม่มีการรวมตัวกันอย่างจริงจังและยังไม่มียุทธศาสตร์ในการพัฒนาธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุให้มีคุณภาพและเกิดประโยชน์กับผู้ฟังได้มากเท่าที่ควร

ข้อเสนอแนะ

สถานีวิจัย

สถานีวิจัยควรที่จะร่วมมือกับบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิจัยโดยการไม่ตั้งราคาประมูลไว้สูงเกินไปเพื่อช่วยให้บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิจัยไม่ต้องเสียเงินไปกับการประมูลหมดจนไม่มีเงินทุนเหลือเพื่อมาพัฒนารายการและการดำเนินงานด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านบุคลากรที่ก่อให้เกิดการพัฒนาในธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่

สถานีวิจัยควรที่จะให้ความสำคัญกับสังคมโดยส่วนรวมมากขึ้น (more socially conscious) โดยควรจะมีการพัฒนาสถานีวิจัยให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น เป็นคลื่นวิทยุเพื่อชุมชน เป็นต้นและมีส่วนช่วยเพิ่มบทบาทของชมรมนักวิทยุและโทรทัศน์เชียงใหม่ เพื่อการพัฒนาธุรกิจสื่อโฆษณาทางวิทยุให้มีคุณภาพและเกิดประโยชน์กับผู้ฟังได้มากขึ้น

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิจัยในระบบเอ.เอ็ม.

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิจัยในระบบเอ.เอ็ม. ควรลงทุนทางด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ในการส่งกระจายเสียงมากกว่าที่เป็นอยู่ เพื่อให้รายการวิทยุมีความน่าสนใจมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบรายการและสามารถแข่งขันในด้านคุณภาพของรายการและคุณภาพของเสียงกับรายการวิทยุจากส่วนกลางได้ เพราะถ้ารายการมีคุณภาพดี มีผู้ฟังติดตามฟังรายการมาก ผู้สนับสนุนรายการก็จะมากขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้ได้รับรายได้มากพอที่จะเกิดความคุ้มทุนทางด้านธุรกิจหรือได้กำไรในที่สุด อีกทั้งจะต้องเน้นนโยบายการตลาดและจะต้องมีเงินลงทุนมากพอสำหรับการแข่งขัน ถ้าเป็นไปได้บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิจัยในระบบ เอ.เอ็ม. ควรที่จะเพิ่มอำนาจในการต่อรองของบริษัทเองต่อผู้บริโภคโดยการสร้างจุดขายของตนเอง ซึ่งควรที่จะให้ความสำคัญกับการเพิ่มความเชี่ยวชาญมากขึ้น (more mature) เช่น จะต้องสามารถเลือกรายการที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและสามารถให้ผลตอบแทนด้านการขายให้กับผู้สนับสนุนรายการได้คุ้มค่ามากที่สุด จะต้องเน้นความสำคัญของการวิจัย (more research-minded) เพราะการวิจัยเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดยอดขายสูงสุด นอกจากนี้ยังควรที่จะให้ความสำคัญกับระบบบัญชีการเงินและระบบการควบคุมภายในด้วยซึ่งจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิจัยในระบบเอฟ.เอ็ม.

บริษัทที่ได้รับสัมปทานจากสถานีวิจัยในระบบเอฟ.เอ็ม. ควรลงทุนทางด้านเทคโนโลยีการส่งกระจายเสียงมากกว่าที่เป็นอยู่ รวมถึงรูปแบบรายการ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับรายการ

จากส่วนกลางได้ ดังนั้น การเพิ่มความเชี่ยวชาญมากขึ้น (more mature) จึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งจะต้องสามารถเลือกรายการที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและสามารถให้ผลตอบแทนด้านการขายให้กับผู้สนับสนุนรายการได้คุ้มค่าที่สุด อีกทั้งจะต้องเน้นนโยบายการตลาดซึ่งควรจะเน้นในการรักษาลูกค้าเดิม หาลูกค้าใหม่และรักษาสัมพันธภาพที่ดีกับสถานีวิทยุไว้และยังจะต้องเน้นความสำคัญของการวิจัย (more research - minded) เพราะการวิจัยเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดยอดขายสูงสุด

บริษัทตัวแทนโฆษณา

บริษัทตัวแทนโฆษณาจะต้องผลิตงานโฆษณาที่มีประสิทธิภาพพอที่จะทำบทบาทและหน้าที่ได้ครบถ้วนตามความสามารถของการโฆษณา คือ การส่งเสริมยอดขาย โดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากกว่าการเลียนแบบงานโฆษณาในส่วนกลางหรืองานโฆษณาของต่างประเทศ และจะต้องเน้นนโยบายเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการแข่งขันทางด้านราคา การทำสงครามโฆษณา การเพิ่มบริการแก่ลูกค้า คุณภาพของบุคลากรและฐานะการเงินที่แข็งแกร่ง ประกอบกับการเพิ่มแผนกวิจัยซึ่งมีหน้าที่ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท เพื่อที่จะนำมาแบ่งกลุ่มลูกค้าในการวางแผนการใช้สื่อโฆษณาให้สามารถให้ผลตอบแทนด้านการขายให้กับผู้สนับสนุนรายการได้คุ้มค่าที่สุด

ผู้จัดรายการรายย่อย

ผู้จัดรายการรายย่อยจะต้องเน้นในเรื่องคุณภาพของผู้จัดรายการ คุณภาพของรายการที่มีผลกับผู้ฟัง เพราะถ้ามีผู้ฟังติดตามฟังรายการมาก ผู้สนับสนุนรายการก็จะมากตามไปด้วย และควรที่จะให้ความสำคัญกับระบบบัญชีการเงินและระบบการควบคุมภายใน ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล นอกจากนี้ ยังควรที่จะมีแผนกวิจัยซึ่งมีหน้าที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการสำรวจความนิยมจากผู้ฟังเพื่อที่จะนำมาแบ่งกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและปรับปรุงรูปแบบรายการให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น