

# R

**Rack** : อุปกรณ์ชนิดหนึ่ง ซึ่งใช้ในการโฆษณา ณ จุดซื้อขาย (P.O.P.)

**Rack jobber** : พ่อค้าส่งชนิดหนึ่งที่ทำหน้าที่ช่วยจัดวางสินค้าในชั้นวางต่าง ๆ ของร้านค้าปลีก ตลอดจนช่วยเช็คสต็อกสินค้าและนำสินค้ามาทดแทนให้

**Radio Advertising Bureau, Inc.** : สมาชิกประกอบด้วยสถานีวิทยุ ตัวแทน (representatives) และข่ายงาน (networks) วัตถุประสงค์ก็เพื่อส่งเสริมการใช้วิทยุเป็นสื่ออย่างหนึ่งในการโฆษณา

**Random sampling** : การสุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random) คือทุก ๆ คนที่เป็นประชากรจะมีโอกาสเท่า ๆ กันที่จะถูกเลือกเป็นตัวอย่าง การเลือกวิธีนี้เพื่อหลีกเลี่ยงอคติ (Bias) ที่อาจเกิดจากผู้สัมภาษณ์ได้

**Rate** : อัตราค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายที่ผู้เป็นเจ้าของสื่อโฆษณากำหนด เพื่อเป็นค่าเนื้อที่ในการเผยแพร่โฆษณาทางสิ่งพิมพ์หรือค่าเวลาในการโฆษณาทางสื่อประเภทกระจายเสียงและอื่น ๆ อัตราโฆษณาในท้องถิ่น (Local rate) เป็นอัตราที่สื่อโฆษณาในท้องถิ่นนั้นเสนอให้กับผู้โฆษณาในท้องถิ่น

**Rate base** : จำนวนหมุนเวียนที่ผู้พิมพ์โฆษณานิยมนำมาใช้เป็นฐานในการกำหนดโครงสร้างอัตราค่าโฆษณา เนื่องจากจำนวนหมุนเวียนเพิ่มขึ้นใน 2-3 ปีมานี้ ผู้โฆษณาจึงได้รับการหมุนเวียนของข่าวสารมากกว่า

**Rate card** : ใบแจ้งความอัตราค่าโฆษณาที่เจ้าของสื่อเป็นผู้กำหนดขึ้น ซึ่งได้ระบุถึงรายละเอียดต่าง ๆ ไว้อย่างเรียบร้อย อาทิ ขนาดของเนื้อที่ อัตราค่าเช่าเวลาต่าง ๆ กำหนดวันส่งชิ้นงานโฆษณา ฯลฯ

**Rate differential** : สำหรับหนังสือพิมพ์ คือ ความแตกต่างระหว่างอัตราค่าโฆษณาในท้องถิ่นกับอัตราค่าโฆษณาทั่วประเทศ

**Rate-holder** : ขนาดของชิ้นงานโฆษณาที่ได้กำหนดไว้ว่าเป็นขนาดขั้นต่ำสุดที่จะสามารถนำมาเผยแพร่ในสื่อโฆษณาและได้รับสิทธิในส่วนลด

**Rating** : การสำรวจเพื่อคาดคะเนขนาดของผู้ดูผู้ฟังที่แสดงเป็นร้อยละต่อจำนวนตัวอย่างทั้งหมด การจัดอันดับ อธิบายถึงนาที่เฉลี่ยของระดับการกระจายเสียงที่เข้าถึงทางโทรทัศน์และผู้ดูหนังสือโดยเฉลี่ยสำหรับสิ่งพิมพ์ที่อาจแสดงเป็นจำนวนครัวเรือนหรือจำนวนบุคคลก็ได้

**Rating point** : คือ จำนวนบ้านที่เปิดชมรายการใดรายการหนึ่งโดยคิดเป็นร้อยละของบ้านทั้งหมดที่มีโทรทัศน์ เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่า รายการนั้น ๆ มีผู้ชมมากน้อยเพียงใด

**Rational appeals** : จุดเร้าเชิงเหตุผล เป็นจุดเร้าเชิงปฏิบัติการในลักษณะเชิงเหตุและผล ซึ่งพยายามชี้ให้เห็นถึงสาเหตุที่เกิดขึ้นหรือผลที่จะได้รับ

**Reach** : การเข้าถึง ความสามารถในการเข้าถึงจำนวนผู้ดู ผู้ฟัง หรือครัวเรือนที่ไม่ซ้ำกัน ซึ่งได้เห็นการออกอากาศของการโฆษณาใน Media Plan หรือ Schedule อย่างน้อยหนึ่งครั้ง โดยแสดงเป็นร้อยละของฐานหรือเปอร์เซ็นต์ของกลุ่มเป้าหมายที่ได้เห็นสโตนโฆษณาอย่างน้อยหนึ่งครั้งหรือมากกว่า

Cumulative Reach คือ จำนวนสะสมทั้งหมดของบุคคลหรือครัวเรือนที่สามารถเข้าถึงในช่วงเวลาหนึ่งโดยเฉพาะ

**Reader :** บุคคลผู้พบเห็นบางส่วนหรือทั้งหมดของเนื้อหารายละเอียดที่บรรจุในสิ่งพิมพ์ฉบับหนึ่ง

**Reader traffic :** ลักษณะการเคลื่อนไหวที่ผู้อ่านมีต่อสิ่งพิมพ์ฉบับหนึ่ง ซึ่งอาจจะอยู่ในลักษณะเปิดดูหน้าต่อหน้าหรือทีละหน้า ๆ

**Readership :** (การอ่าน) การวัดจำนวนของผู้อ่านสิ่งพิมพ์ฉบับหนึ่งหรืองานโฆษณาหนึ่ง ๆ

**Readership research :** การวิจัยผู้อ่าน เช่น การวิจัยทางด้านการโฆษณาแบบหนึ่งที่มีมุ่งศึกษาไปยังสื่อโฆษณาประเภทสิ่งตีพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่ความต้องการที่จะทราบรายละเอียดอันเกี่ยวกับจำนวนของผู้อ่านพร้อมทั้งคุณลักษณะของผู้อ่าน

**Reading time :** หมายถึงช่วงเวลาที่ผู้อ่านใช้เวลาในการอ่านสิ่งพิมพ์

- Rebate**
- 1) สำหรับสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ คือ การที่เจ้าของสื่อจ่ายเงินชดเชยให้กับผู้โฆษณาที่เสียค่าโฆษณาในอัตราต่ำ เพื่อที่จะแลกกับการเพิ่มเนื้อที่โฆษณาให้มากกว่าที่ทำสัญญาไว้
  - 2) ในสื่อประเภทกระจายเสียง คือการที่เจ้าของสื่อจ่ายเงินชดเชยให้กับผู้โฆษณาที่เสียค่าโฆษณาในอัตราที่ต่ำกว่าปกติ เพื่อที่จะแลกกับการเพิ่มปริมาณความถี่ นอกเหนือจากที่ทำสัญญาไว้
  - 3) สำหรับนิตยสารที่รับประกันจำนวนการจัดจำหน่ายการจ่ายเงินคืนให้กับผู้โฆษณา จะทำในกรณีที่นิตยสารนั้นไม่สามารถจำหน่ายได้ตามจำนวนที่กำหนดไว้ได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
  - 4) การจ่ายเงินของสื่อประเภทอื่น ๆ เพื่อชดเชยอันเนื่องมาจากความล้มเหลวในการที่เจ้าของสื่อไม่อาจดำเนินงานให้บรรลุตามสัญญาเหมือนอย่างที่ได้รับปากไว้กับผู้โฆษณา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความล้มเหลวทางกลไกของสื่อโฆษณาอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้

**Rebroadcast** : การกระจายเสียงซ้ำ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ดู ผู้ฟัง ที่แตกต่างกัน หรือในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

**Recall test** : การทดสอบความทรงจำ เป็นรูปแบบหนึ่งในการวัดประสิทธิภาพของการโฆษณา เพื่อต้องการวัดความทรงจำเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่ได้กระทำในช่วงเวลาที่ผ่านมา

**Recognition** : การยอมรับกิจการโฆษณาที่เจ้าของสื่อโฆษณารายว่า กิจการโฆษณามีคุณสมบัติเข้าข่ายที่จะให้บริการต่าง ๆ ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะพิจารณาให้ได้รับส่วนลดจากสื่อโฆษณาเช่นเดียวกับบริษัทโฆษณารายอื่น ๆ

**Recognition test** : เป็นรูปแบบหนึ่งของการวิจัยทางการโฆษณา เพื่อทดสอบความซึ่มซาบคุ้นเคย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการวัดผลว่า ผู้อ่านหรือผู้พบเห็นนั้นจะสามารถระบุชั้นโฆษณานั้นได้มากน้อยเพียงใด

**Regional advertising** : การโฆษณาภูมิภาค เป็นการโฆษณาที่มุ่งเฉพาะภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากผลิตภัณฑ์นั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับภูมิภาคนั้น หรือผู้โฆษณามุ่งงบประมาณจำกัด

**Regional rate** : อัตราค่าโฆษณาที่ทางสถานีเรียกเก็บกับผู้โฆษณาที่มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่นอกเขตพื้นที่ที่สถานีตั้งอยู่

**Register** : การจัดพิมพ์ลงในตำแหน่งที่ได้กำหนดไว้ หรืออยู่ในตำแหน่งที่แน่นอน เช่น ถูกตำแหน่งของหน้า คอลัมน์ หรือแม้แต่บรรทัดโดยทั่วไปเกี่ยวกับการพิมพ์ลงในตำแหน่งที่แน่นอนของสีต่าง ๆ ที่พิมพ์จากแผ่นเพลทหลาย ๆ แผ่น

**Relay station** : สถานีถ่ายทอดสัญญาณเพื่อการจัดส่งไปยังสถานีอื่น ๆ หรือเพื่อส่งไปยังจุดหมายปลายทาง

**Reliability** : เป็นคำที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง ความน่าเชื่อถือ ความแม่นยำ มั่นคง และเที่ยงตรงของเครื่องที่ใช้ในการวิจัย นิยมใช้เพื่ออ้างอิงในเรื่องการกำหนดตัวอย่าง (เป็นระดับของความเชื่อมั่นของการวัดค่าที่พบภายในตัวอย่าง) การวัดความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล (การวัดความแน่นอนของข้อมูล) ที่จะใช้ในการวิจัยทางการโฆษณา

**Relief printing** : เป็นชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งของ Letter press (ดูความหมาย Letterpress)

**Reminder** : ข่าวสารโดยสรุปในสื่อต่าง ๆ, การเตือนความจำ เป็นการโฆษณาที่มักนิยมใช้ชื่อหรือตราสินค้าเพื่อตอกย้ำความจำของผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังอยู่ในตลาด ซึ่งจะทำให้มีผลต่อเนื่องในการโฆษณา

**Remote broadcast** : การกระจายเสียงทางวิทยุหรือโทรทัศน์ที่ส่งจากสถานที่อื่น ๆ ที่มีใช้มาจากห้องเสียง (Studio) ของทางสถานี

**Renewal** : 1) การต่อเวลาของสัญญาปัจจุบัน  
2) การเป็นสมาชิกที่ต้องต่ออายุก่อนหรือเมื่อครบ 6 เดือนหลังจากวันหมดอายุ  
3) โปสเตอร์พิเศษที่ส่งไปยังโรงงานเพื่อทดแทนโปสเตอร์เก่าที่อาจเสียหายในระหว่างช่วงที่นำออกแสดง จำนวนอาจมีตั้งแต่ 10-20 เปอร์เซ็นต์ไปจนถึงครบจำนวนทั้งหมดตามที่ขอมา

**Repetition** : การใช้ซ้ำโฆษณาซ้ำ หมายถึง การออกโฆษณาทางสื่อหนึ่ง ๆ โดยใช้ซ้ำโฆษณาชิ้นเดียวกันหลาย ๆ ครั้ง, ในการโฆษณากลางแจ้งหมายถึง จำนวนของเวลาโดยเฉลี่ยที่แต่ละบุคคลเห็นโฆษณาในระหว่างที่จัดแสดงไว้โดยเฉพาะ

**Repurchase Cycle** : ระยะเวลาการกลับมาซื้ออีกครั้ง คือ ความแตกต่างระหว่างช่วงเวลา ระหว่างการซื้อครั้งแรกกับการกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้งหนึ่งของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท เช่น น้ำอัดลม มีระยะเวลาการซื้อซ้ำสั้นมากในขณะที่เครื่องใช้ไฟฟ้า มีระยะเวลาการซื้อซ้ำยาวมาก

**Request circulation** : ผู้รับสิ่งพิมพ์ที่ไม่ต้องจ่ายเงินค่าสิ่งพิมพ์นั้น แต่ได้รับตามคำร้องขอที่เหมาะสม

**Resizing** : การผลิตงานโฆษณาในขนาดต่าง ๆ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อที่โฆษณาของสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

**Respondent** : บุคคลผู้ซึ่งเป็นผู้ตอบคำถามในการสำรวจ ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์โดยใช้พนักงานสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือทางไปรษณีย์ก็ตาม

**Retail advertising** : การโฆษณาของร้านค้าปลีก, การกระจายข่าวเกี่ยวกับการขายของร้านค้าปลีก โดยใช้สื่อในท้องถิ่น เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุหรือโทรทัศน์ วัตถุประสงค์ก็เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้มาเยี่ยมชมและซื้อสินค้าในร้าน

**Retail trading zone** : เป็นคำที่มีความสำคัญเกี่ยวกับจำนวนหมื่นของสิ่งตีพิมพ์ จำนวนหนังสือพิมพ์ ซึ่งจะแจ้งรายละเอียดว่า พื้นที่ใดมีความสำคัญในแง่ของการขายปลีกของสิ่งพิมพ์เหล่านี้ โดยจะบอกถึงพื้นที่ที่อยู่นอกเขตเมืองรวมทั้งพื้นที่การค้าปลีกภายในเขตเมืองด้วยเช่นกัน

**Retentive advertising** : การโฆษณาในชั้นเตือนความจำ ซึ่งเป็นการโฆษณา ที่จะมุ่งเน้นเฉพาะตรายี่ห้อเพื่อเตือนความจำ เนื่องจากในชั้นนี้ผู้บริโภคมักรู้จักและจดจำผลิตภัณฑ์ได้แล้ว

**Retouching** : การตกแต่งหรือแก้ไขให้แผ่นภาพและชั้นโฆษณาดูดีและมีความชัดเจนขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของงานทางด้านศิลป์

**Roll out** : กระบวนการทางการตลาด ที่จะทำให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักเฉพาะในแวดวงจำกัด เสียก่อน ก่อนที่จะใช้ความพยายามที่จะแนะนำไปยังที่อื่น ๆ

**Rough** : ภาพสเก็ตซ์งานโฆษณาที่ทำขึ้นในครั้งแรกอย่างหยาบ ๆ เพื่อที่จะจัดส่งไปพิจารณาก่อนที่จะถึงขั้นการให้สีและการวางแผนผังข้อความ (layout) ชิ้นงานโฆษณาที่ร่างขึ้นมาอย่างคร่าว ๆ เพื่อส่งไปดำเนินการหรือเป็นแม่แบบต่อไป

**Run** : 1) ในการพิมพ์ คือ จำนวนก๊อปปี้ที่พิมพ์ทั้งหมด  
2) ในการโฆษณาในยานพาหนะ หมายถึง การแสดงหรือให้บริการตามที่ได้จัดทำอย่างเต็มที่

**Run-of-paper (ROP) Position** : เป็นการโฆษณาที่ผู้โฆษณาไม่สามารถกำหนดตำแหน่งของชั้นโฆษณาได้ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้จัดทำสิ่งพิมพ์จะเป็นผู้กำหนดตำแหน่งในการจัดวางชั้นโฆษณา โดยถือเอาความสะดวกของตนเป็นหลัก

**Run-of-book (ROB)** : มีความหมายเช่นเดียวกับ ROP แต่ใช้กับการโฆษณาทางนิตยสาร

**Run-of-station (ROS)** : การประกาศการโฆษณาในระบบนี้เจ้าของสื่อหรือทางสถานีมีสิทธิที่จะโฆษณาเวลาใดก็ได้ที่เขาพอใจ แต่จะต้องอยู่ภายในวันที่กำหนดให้ออกอากาศ