

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการโฆษณานั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการของธุรกิจต่างๆที่เกิดขึ้น โดยจะเห็นว่าการโฆษณาได้ช่วยทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงสินค้าและบริการต่างๆ ของผู้ผลิตมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจสังคม และก่อให้เกิดความก้าวหน้าของวิทยาการด้านการสื่อสาร ส่งผลให้อุตสาหกรรมทางธุรกิจโฆษณาขยายตัวและเกิดธุรกิจรองรับ เช่น ธุรกิจถ่ายภาพโฆษณา บริษัทผลิตงานโฆษณา บริษัทวิจัยโฆษณา ตลอดจนเกิดหน่วยงานของรัฐขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่กำกับและดูแลควบคุมธุรกิจโฆษณาอีกหลายหน่วยงาน ซึ่งธุรกิจการโฆษณาเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีเงินหมุนเวียนเป็นพันๆล้าน และมีแนวโน้มที่จะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยอัตราการเจริญเติบโตของโฆษณาในปัจจุบันบริษัท นีลเส็น ประเทศไทย จำกัด รายงานการใช้งบโฆษณาผ่านสื่อ 3 ไตรมาส (มกราคม-กันยายน) ปี พ.ศ.2556 มีมูลค่า 8.7 หมื่นล้านบาท เติบโต 8.06% เทียบช่วงเดียวกันปี พ.ศ.2555 โดยภาพรวมทุกสื่อมีอัตราการ “เติบโต” ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ มูลค่า 5 หมื่นล้านบาท เติบโต 3.63% วิทยุ 4.6 พันล้านบาท เติบโต 4.53% หนังสือพิมพ์ มูลค่า 1.1 หมื่นล้านบาท เติบโต 2.14% และกลุ่มโฆษณานอกบ้าน ทุกสื่อมีอัตราเติบโต ประกอบด้วย โฆษณาในโรงภาพยนตร์ มูลค่า 8.9 พันล้านบาท เติบโต 63% ป้ายโฆษณา มูลค่า 3.4 พันล้านบาท เติบโต 7.7% สื่อโฆษณาเคลื่อนที่ มูลค่า 2.1 พันล้านบาท เติบโต 10% สื่อในร้านค้ามูลค่า 2.1 พันล้านบาท เติบโต 77% ขณะที่โฆษณาสื่ออินเทอร์เน็ต มีมูลค่า 429 ล้านบาท เติบโต 20% (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/media/20121012/473759/รณยนต์_ไตรมาสแรกโฆษณาคึกคักสุดทำโต10.html) โดยธุรกิจโฆษณาจะเป็นตัวช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการโฆษณาจะต้องใช้วิธีการต่างๆที่จะทำให้สินค้าของตนเองมีความแตกต่างจากคู่แข่งขึ้น ซึ่งการโฆษณาเป็นวิธีการสื่อสารเพื่อบอกกล่าวข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า โดยเน้นถึงลักษณะและคุณสมบัติทางด้านการตลาดของตัวสินค้าว่ามีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร นอกจากนี้การโฆษณายังมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคม และการพัฒนาการของสินค้าในระบบเศรษฐกิจ

เพราะการโฆษณาจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดและ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการมากขึ้น ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและเพิ่มปริมาณการใช้จ่ายของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น อีกทั้งโฆษณายังช่วยสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการที่ดีกว่า

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 20,107 ตารางกิโลเมตร ซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่สองของประเทศ และมีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,682,382 คน เพศชาย 821,031 คน และเพศหญิง 861,351 คน มีประชากรเป็นอันดับ 5 ของประเทศ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ : 10 มกราคม 2555) และความหนาแน่นของประชากรที่มีเป็นจำนวนมาก รวมทั้งมีทัศนียภาพรวมถึงองค์ประกอบทางภูมิศาสตร์ต่างๆทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยว จึงเป็นเสมือนหัวเมืองหลักของภาคเหนือในเรื่องธุรกิจต่างๆ จังหวัดเชียงใหม่จึงมีการเติบโตของธุรกิจมากที่สุดในภาคเหนือ จากการที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองใหญ่ จึงถูกมองว่าเป็นเมืองหลวงแห่งที่สองของประเทศไทย และกลายเป็นสถานที่ที่สินค้าแทบทุกประเภทหวังเข้ายึดครองส่วนแบ่งทางการตลาดในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งการที่จะทำให้สินค้าของตนเองเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ต้องใช้การโฆษณาและการลงทุนที่สูงในการทำโฆษณาและต้องใช้เม็ดเงินในการโฆษณามากยิ่งขึ้น

การโฆษณาเป็นการสื่อสารเพื่อบอกกล่าวถึงสินค้าและบริการต่างๆของผู้โฆษณาไปยังผู้บริโภคและยังเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย ดังนั้นธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่จึงมีความหลากหลายมาก โดยจะเห็นว่ารูปแบบของการให้บริการของในธุรกิจโฆษณาของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้คือ การบริการแบบครบวงจร โดยการให้บริการแบบครบวงจรของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่จะให้บริการเกี่ยวกับงานโฆษณาในทุกๆ ด้านเช่น การทำการตลาดโดยตรง การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายรวมทั้งการจัดกิจกรรมทางการตลาด ออกแบบบรรจุภัณฑ์ จัดการประชุมและการนำเสนอ ทำสปอตโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ รวมถึงให้คำปรึกษาต่างๆเกี่ยวกับงานโฆษณา และบริษัทตัวแทนโฆษณาที่ให้บริการจำกัด จะให้บริการเฉพาะเจาะจงเพียงบางส่วน ซึ่งจะให้บริการไม่ครบกระบวนการของการโฆษณาทั้งหมด แต่จะให้บริการเฉพาะรูปแบบใดแบบหนึ่ง เช่น การออกแบบและสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเพียงอย่างเดียว หรือรับผลิตสื่ออย่างเดียวเป็นต้น (กมล ชัยวัฒน์, 2552 : 52)

เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทที่ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆนั้น ทำให้การจัดทำสื่อในการโฆษณา มีความหลากหลายออกไปมากยิ่งขึ้น เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ หรืองานอีเว้นต่างๆ และรูปแบบโครงสร้างของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้บริการก็มีโครงสร้างและองค์ประกอบที่แตกต่างจากบริษัทโฆษณาโดยทั่วไป ซึ่งบริษัทโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่มีการ

ปรับปรุงรูปแบบและการดำเนินงานตามลักษณะของสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นการผสมผสานองค์กรต่างๆ เข้าด้วยกันอีกทั้งยังไม่มีผู้ที่ศึกษาไว้อย่างชัดเจน ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงต้องการที่จะศึกษาบริษัทโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเรียนรู้ถึงรูปแบบโครงสร้างของธุรกิจโฆษณา ตลอดจนศึกษาการดำเนินการให้บริการของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เป้าหมาย การวิจัย

เพื่อศึกษาการดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและโครงสร้างของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณาใน

จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ได้รับความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและโครงสร้างของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
2. ได้รับความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
3. ได้รับความรู้เกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและแนวทางการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจ

โฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจโฆษณา โดยศึกษารูปแบบและโครงสร้างองค์กรและการดำเนินงานของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อสอบถามเจ้าของธุรกิจ และผู้บริหาร ของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตพื้นที่

พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านเวลา

ระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ.2555- มีนาคม พ.ศ.2557

ขอบเขตของการวิจัย

เจ้าของธุรกิจ และผู้บริหาร ของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยธุรกิจโฆษณาจะต้องตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเปิดให้บริการมากกว่า 7 ปีขึ้นไป โดยนับตั้งแต่การจดทะเบียนบริษัทก่อนปี พ.ศ.2549 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เนื่องจากบริษัทที่เปิดให้บริการมากกว่า 7 ปี จะมีความมั่นคงและมีโครงสร้างการบริหารงานที่เป็นรูปร่างมากกว่าบริษัทที่เปิดใหม่ และมีผู้โฆษณาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและเป็นที่รู้จัก

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โฆษณา หมายถึง กิจกรรมสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้น เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เอื้ออำนวยต่อความเจริญของธุรกิจ การขายสินค้าหรือบริการ โดยอาศัยกลยุทธ์จริงและเหตุผลสมมติ ผ่านทางสื่อโฆษณาที่ต้องรักษาเวลาและเนื้อที่ ที่มีการระบุบอกผู้โฆษณาอย่างชัดเจน

2. ธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง บริษัทที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีความรู้ ความชำนาญ และมีความสามารถจากประสบการณ์ด้านโฆษณา โดยทำธุรกิจเป็นตัวแทนดำเนินงานทางด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด ให้บริการแก่ผู้โฆษณา

3. รูปแบบธุรกิจโฆษณา หมายถึง รูปแบบของการให้บริการของในธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้คือ การบริการแบบครบวงจร (full service agency) โดยการให้บริการในทุกๆด้านเช่น การออกแบบและสร้างสรรค์สื่อโฆษณา วางแผนและผลิตสื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย ทำสปอตโฆษณาทางวิทยุ ให้เช่าพื้นที่โฆษณา และบริษัท

ตัวแทนโฆษณาที่ให้บริการจำกัด (limited service agency) จะให้บริการแบบเฉพาะเจาะจงเพียงบางส่วน ซึ่งจะให้บริการไม่ครบกระบวนการของการโฆษณาทั้งหมด แต่จะให้บริการเฉพาะรูปแบบใดแบบหนึ่ง เช่น การออกแบบและสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเพียงอย่างเดียว หรือรับผลิตสื่ออย่างเดียว

4. โครงสร้างธุรกิจโฆษณา หมายถึง การจัดผังองค์กรของบริษัทโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบการจัดองค์กร การจัดหน้าที่ในแต่ละฝ่ายเพื่อการบริหารงานในองค์กรได้สะดวก รวดเร็วและทำงานอย่างเป็นระบบ

5. การดำเนินงานธุรกิจโฆษณา หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการลูกค้าตั้งแต่การหาลูกค้า ตลอดจนกระบวนการในการทำงานต่างๆ ไปจนกระทั่งผลิตงานออกมาเป็นผลสำเร็จจนถึงการคิดค่าบริการจากลูกค้า

6. ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโฆษณา หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานของธุรกิจโฆษณาไม่ให้เกิดบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้

7. แนวทางการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณา หมายถึง การปรับปรุงสิ่งที่ปัญหา อุปสรรค เพื่อการดำเนินงานธุรกิจโฆษณาดีขึ้นและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้