

การดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

OPERATIONS OF THE ADVERTISING AGENCIES IN CHIANG MAI

ผู้วิจัย ประภัสสรา อินตา¹
อาจารย์ที่ปรึกษา สมพงษ์ บุญเลิศ²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและโครงสร้าง การดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางการแก้ไขในการดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นเจ้าของบริษัทโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์และแบบบันทึกเอกสาร ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการจัดหมวดหมู่ สรุปแบบอุปนัยและวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารต่างๆ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่มีโครงสร้างการดำเนินงานแบบแบ่งฝ่ายตามหน้าที่รับผิดชอบ และมีการให้บริการแบบครบวงจร ประกอบด้วย การให้บริการรับออกแบบสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์โฆษณา วางแผนสื่อโฆษณา การจัดงานด้านสื่อสารการตลาด และการเช่าพื้นที่โฆษณา ส่วนสื่อที่ให้บริการประกอบด้วยประเภทสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อโฆษณาประเภทนอกสถานที่ โดยลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มธุรกิจในพื้นที่มีงบประมาณสูง

การดำเนินงานเริ่มจากการรับข้อมูลจากลูกค้าของฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาประชุมแบ่งงาน โดยฝ่ายออกแบบทำหน้าที่ติดตามแนวความคิดของตนและสร้างสรรค์ออกมาเป็นภาพ หรือบทความเพื่อนำเสนอต่อลูกค้า เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจจึงวางแผนสื่อโดยเลือกสื่อและเวลาที่จะใช้ในการโฆษณาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และผลิตสื่อต่อไป การคิดค่าบริการของบริษัทต่างๆ อยู่ในรูปแบบค่าธรรมเนียมในอัตรา 5-20 เปอร์เซ็นต์ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโฆษณา คือ มีบริษัทคู่แข่งเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากและเสนอราคาที่ถูกลงกว่า เครื่องจักรในการผลิตขาดและยังขาดฝีมือแรงงาน แนวทางการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณา เมื่อมีการตัดราคากันต้องมีการรักษาคุณภาพที่ดี

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาสื่อและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² รองศาสตราจารย์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เพื่อให้เป็นที่น่าสนใจ และดูแลรักษาเครื่องจักรในการผลิตให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอและมีการพัฒนาช่างฝีมือแรงงาน สำหรับแนวทางการดำเนินธุรกิจในอนาคต จะมีการปรับปรุงเทคโนโลยีในการผลิต เพราะเทคโนโลยีมีการพัฒนามากขึ้น รูปแบบของสื่อมีการพัฒนามากขึ้นในอนาคต เช่น มีการใช้สื่อป้ายรูปแบบใหม่ เช่น ป้าย LED เป็นต้น มีการผลิตรายการสั้นๆ เผยแพร่ทางออนไลน์ และสร้างคนรุ่นใหม่ที่มีฝีมือและคุณภาพ

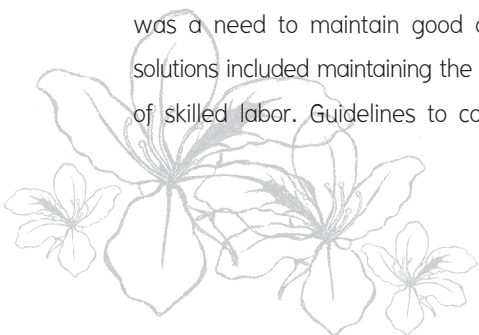
คำสำคัญ : การโฆษณา, บริษัทโฆษณา, ธุรกิจโฆษณา, เชียงใหม่

ABSTRACT

This research which title of operations of the Advertising Agencies in Chiang Mai was the qualitative research. The objective was to study the form and structure processes of the problems and solutions in advertising agencies in Chiang Mai. The Key Information was ten advertising agencies in Chiang Mai. The equipment used in the research study was the interviewing and the document recording. Analysis had done via classification of information, resulting in an inductive conclusion. The study results showed advertising agencies were structured in a department type. The services had in full service agency. The services included providing creative design assistance, production of advertisements, media planning, event marketing and rental of advertising space. Media used including printing media, electronic media and outdoor advertising. Most customers who used all services were the local businesses who have a high budget.

The process started by getting information via a client brief from marketing division or customer service division. Then all information had used to divided in case of the agency brief. Creative design department acted on their ideas and concepts to a rough layout or rough copy for presenting to the client. When the customers satisfied, the media plan begun. This involved the selection of media and time to spent on advertising which in order to reach the largest audiences and followed by media production. The charges of different companies had varied in a rate of five to twenty percent.

A problem in advertising agencies found that the number of competitors increased. These competitors also tended to offer cheaper charge rates. Other issues included of the damage machines and the lack of skilled labors. A solution for advertising agencies was a need to maintain good quality in order to made in impressing for the client. Other solutions included maintaining the equipment, for production for ready to use and the development of skilled labor. Guidelines to conduct business in the future had also highlighted, including



technological improvements in production as the technology was developing steadily. and the development of new media was also increasingly. Such new media included tags such as LED Banner, TV online and developing a new generation of skilled and quality person.

Keywords : Advertising, Agency, Advertising Agency, Chiang Mai

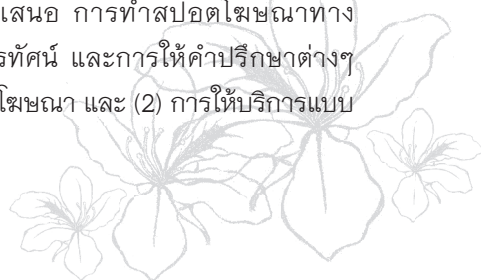
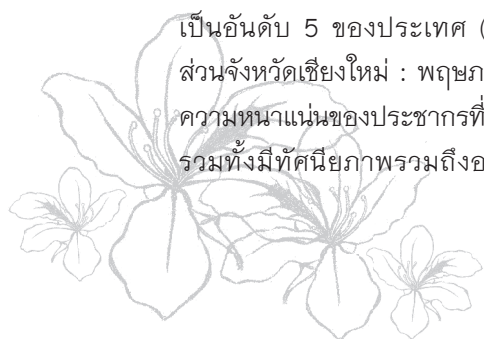
บทนำ

การโฆษณาในปัจจุบันนั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการของธุรกิจต่างๆ ที่เกิดขึ้น จะเห็นได้ว่าการโฆษณาทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงสินค้าและบริการต่างๆ ของผู้ผลิตมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจสังคม และก่อให้เกิดความก้าวหน้าของวิทยาการด้านการสื่อสาร ส่งผลให้อุตสาหกรรมทางธุรกิจโฆษณาขยายตัวและเกิดธุรกิจรองรับ เช่น ธุรกิจถ่ายภาพโฆษณา บริษัทผลิตงานโฆษณา บริษัทวิจัยโฆษณา ตลอดจนเกิดหน่วยงานของรัฐขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่กำกับและดูแลควบคุมธุรกิจโฆษณาอีกหลายหน่วยงาน ซึ่งธุรกิจการโฆษณาเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีเงินหมุนเวียนเป็นพันๆ ล้าน และมีแนวโน้มที่จะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยธุรกิจโฆษณาจะเป็นตัวช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 20,107 ตารางกิโลเมตร ซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่สองของประเทศ และมีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,678,590 คน เพศชาย 821,893 คน และเพศหญิง 856,697 คน ซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับ 5 ของประเทศ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ : พฤษภาคม 2557) และความหนาแน่นของประชากรที่มีเป็นจำนวนมาก รวมทั้งมีทัศนียภาพรวมถึงองค์ประกอบทาง

ภูมิศาสตร์ต่างๆ ทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวจึงเป็นเสมือนหัวเมืองหลักของภาคเหนือในเรื่องธุรกิจต่างๆ จึงทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีการเติบโตของธุรกิจมากที่สุดในภาคเหนือ การที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองใหญ่จึงถูกมองว่าเป็นเมืองหลวงแห่งที่สองของประเทศไทย และกลายเป็นสถานที่ที่สินค้าแทบทุกประเภทหวังเข้ายึดครองส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งการที่จะทำให้สินค้าของตนเองเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ได้นั้น ต้องใช้การโฆษณาและการลงทุนที่สูงในการทำโฆษณา ตลอดจนต้องใช้เม็ดเงินในการโฆษณามากยิ่งขึ้น

การโฆษณาเป็นการสื่อสารเพื่อบอกกล่าวถึงสินค้าและบริการต่างๆ ของผู้โฆษณาไปยังผู้บริโภคและยังเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย ดังนั้นธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่จึงมีความหลากหลายมาก โดยจะเห็นว่ารูปแบบของการให้บริการของธุรกิจโฆษณา สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ (1) การบริการแบบครบวงจร โดยบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่จะให้บริการเกี่ยวกับงานโฆษณาในทุกด้าน เช่น การทำการตลาดโดยตรง การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมทางการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดการประชุมและการนำเสนอ การทำสปอตโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ และการให้คำปรึกษาต่างๆ เกี่ยวกับงานโฆษณา และ (2) การให้บริการแบบ



จำกัด โดยบริษัทตัวแทนโฆษณาจะให้บริการแบบเฉพาะเจาะจงเพียงบางส่วน ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งไม่ครบกระบวนการของการโฆษณาทั้งหมด เช่น การออกแบบและสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเพียงอย่างเดียว หรือรับผลิตสื่ออย่างเดียว เป็นต้น (กมล ชัยวัฒน์, 2552 : 52)

เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก มีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้การจัดทำสื่อในการโฆษณาก็มีความหลากหลายออกไปมากยิ่งขึ้น เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ หรืองานอีเว้นท์ต่างๆ และรูปแบบโครงสร้างของธุรกิจโฆษณาที่ให้บริการก็มีหลายประเภทอีกด้วย การศึกษาเรื่องการค้างานของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งประกอบด้วย ยังไม่มีผู้ใดทำการศึกษารื่องนี้มาก่อน ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาบริษัทโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเรียนรู้รูปแบบโครงสร้างและการดำเนินงานของธุรกิจโฆษณา ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินการให้บริการของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจโฆษณาในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและโครงสร้างของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาการค้างานของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

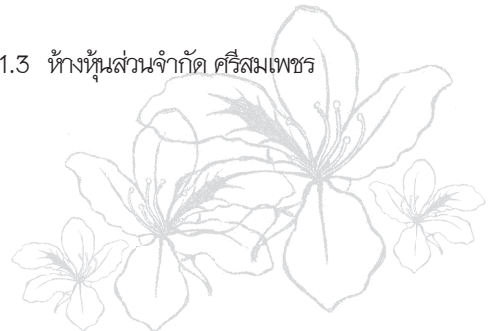
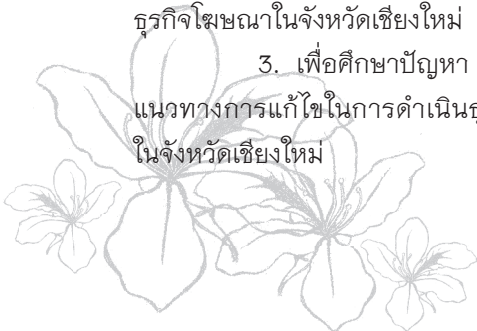
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาการค้างานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจและผู้บริหารธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ และข้อมูลจากแบบบันทึกข้อมูลจากเอกสาร มาวิเคราะห์เนื้อหาแล้วดำเนินการสรุปผลการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง โดยเลือกจากบริษัทธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ให้บริการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาผลิตสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด และให้เข้าพื้นที่โฆษณา จำนวน 10 บริษัท โดยเจ้าของธุรกิจ และผู้บริหารที่เปิดให้บริการมากกว่า 7 ปีขึ้นไป นับตั้งแต่การจดทะเบียนบริษัทก่อนปี พ.ศ.2549 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เนื่องจากบริษัทที่เปิดให้บริการมากกว่า 7 ปี จะมีความมั่นคงและมีโครงสร้างการบริหารงานที่เป็นรูปร่างมากกว่าบริษัทที่เปิดใหม่ และมีผู้โฆษณาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและเป็นที่รู้จัก หลังจากนั้นนำกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมาจำแนกตามความเชี่ยวชาญในการให้บริการออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. ธุรกิจโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสิ่งพิมพ์และสื่อกลางแจ้ง
 - 1.1 บริษัทสุชาติโฆษณา จำกัด
 - 1.2 บริษัทเชียงใหม่คชสารโฆษณา จำกัด
 - 1.3 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ศรีสมเพชรธุรกิจ



1.4 บริษัทรวมบ้ายแอนด์ดีไซน์ จำกัด

1.5 บริษัทวีชายนน์ มีเดีย จำกัด

1.6 บริษัทนอร์ทเทิร์นอาร์ต

1.7 บริษัทอิมแพคมีเดียแอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

2. ธุรกิจโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญ ด้านสื่อวิทยุ

2.1 บริษัทดนตรีลีลัน

3. ธุรกิจโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญ ด้านสื่อกิจกรรมพิเศษ

3.1 ห้างหุ้นส่วนจำกัด เยส กู๊ด ไอเดีย

3.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด รักดี ครีเอชั่น

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวม ข้อมูล

1. แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือ เก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์จากเจ้าของธุรกิจ และผู้บริหารของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

2. แบบบันทึกข้อมูลเอกสาร เป็น เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร แผ่นพับ และเว็บไซต์ของธุรกิจโฆษณาใน จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้ จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ และผู้บริหาร ของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ มาจัดหมวดหมู่และทำการสรุปแบบอุปนัย ร่วมกับวิเคราะห์ เนื้อหาจากแบบบันทึกเอกสาร แล้วนำข้อมูล ทั้งหมดมาสรุปผลตามวัตถุประสงค์ และทำการ อภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. รูปแบบและโครงสร้างของ ธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าโครงสร้าง ของบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อ สิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณากลางแจ้ง ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ครีสมเพชชร ธุรกิจ บริษัท สุชาติโฆษณา จำกัด บริษัทเชียงใหม่คชสาร โฆษณา จำกัด บริษัทอิมแพคมีเดียแอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด บริษัทวีชายนน์ มีเดีย จำกัด บริษัทรวมบ้ายแอนด์ดีไซน์ จำกัด และบริษัท นอร์ทเทิร์นอาร์ต มีโครงสร้างแบบแบ่งฝ่าย ตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ และมีการให้บริการ แบบครบวงจร (full service agency) โดยให้ บริการออกแบบสร้างสรรค์ ผลิตรับงานโฆษณา วางแผนสื่อโฆษณา บริการรับจัดงานด้านสื่อสาร การตลาด การส่งเสริมการขายและเปิดตัวสินค้า และบริการให้เข้าพื้นที่สื่อโฆษณา

โครงสร้างของบริษัทโฆษณา ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อวิทยุ ได้แก่ บริษัท ดนตรีลีลัน จำกัด มีโครงสร้างแบบแบ่งฝ่าย ตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ และมีการให้บริการแบบ ครบวงจร (full service agency) โดยให้บริการ รับออกแบบสร้างสรรค์ ผลิตรับงานโฆษณา บริการการวางแผนสื่อโฆษณา

โครงสร้างของบริษัทโฆษณา ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด รักดี ครีเอชั่น และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เยส กู๊ด ไอเดีย มีโครงสร้าง แบบแบ่งฝ่าย ตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ และมีการ ให้บริการแบบครบวงจร (full service agency) โดยให้บริการรับออกแบบสร้างสรรค์ ผลิต รับงานโฆษณา บริการการวางแผนสื่อโฆษณา การบริการรับจัดงานด้านสื่อสารการตลาด

การส่งเสริมการขายและเปิดตัวสินค้า และ
บริการให้เข้าพื้นที่สื่อโฆษณา

โดยบริษัทโฆษณาที่มีความ
เชี่ยวชาญด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณา
กลางแจ้ง มีสื่อที่ให้บริการประเภทสิ่งพิมพ์
ได้แก่ หนังสือพิมพ์ (newspaper) นิตยสาร
(magazine) ใบปลิว (leaflet handbill) แผ่นพับ
(folder) สื่อโฆษณาประเภทอิเล็กทรอนิกส์
ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ (television) สื่อวิทยุ (radio)
สื่อโฆษณาประเภทนอกสถานที่ (outdoor
advertising) ได้แก่ สื่อป้ายโฆษณา สื่อโฆษณา
เคลื่อนที่ (transit advertising)

บริษัทโฆษณาที่มีความ
เชี่ยวชาญด้านสื่อวิทยุ มีสื่อโฆษณาที่ให้บริการ
ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์
(television) สื่อวิทยุ (radio) สื่อโฆษณาประเภท
นอกสถานที่ (outdoor advertising) ได้แก่
สื่อป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาเคลื่อนที่ (transit
advertising) บริการรับจัดงานด้านสื่อสาร
การตลาด การส่งเสริมการขายและเปิดตัวสินค้า
และบริการให้เข้าพื้นที่สื่อโฆษณา นอกจากนั้น
ยังมีการให้บริการประเภทสิ่งพิมพ์ได้แก่
หนังสือพิมพ์ (newspaper) นิตยสาร (magazine)
ใบปลิว (leaflet handbill) แผ่นพับ (folder)

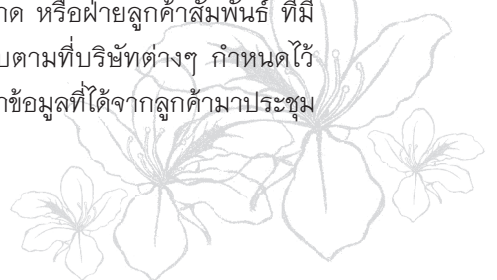
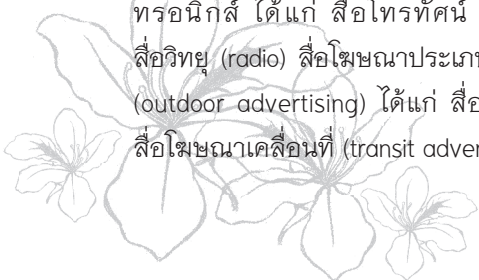
และกลุ่มบริษัทโฆษณาที่มี
ความเชี่ยวชาญด้านสื่อกิจกรรมพิเศษ มีสื่อ
โฆษณาที่ให้บริการ โดยสื่อที่ให้บริการประเภท
บริการรับจัดงานด้านสื่อสารการตลาด
การส่งเสริมการขายและเปิดตัวสินค้า สื่อโฆษณา
ประเภทสิ่งพิมพ์ได้แก่ หนังสือพิมพ์ (newspaper)
นิตยสาร (magazine) ใบปลิว (leaflet handbill)
แผ่นพับ (folder) สื่อโฆษณาประเภทอิเล็กทรอนิกส์
ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ (television) สื่อวิทยุ (radio)
สื่อโฆษณาประเภทนอกสถานที่ (outdoor advertising)
ได้แก่ สื่อป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาเคลื่อนที่ (transit advertising)

ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ
บริษัทโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด จะเป็น
กลุ่มธุรกิจในห้องถิ่นประเภทอสังหาริมทรัพย์
บ้าน คอนโด ที่มั่งบประมาณสูง เป็นต้น หน่วยงาน
ของภาครัฐและส่วนท้องถิ่น

2. การดำเนินงานของธุรกิจ โฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

กระบวนการโฆษณาของบริษัท
โฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความเชี่ยวชาญ
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณากลางแจ้งเริ่ม
จากการรับข้อมูลจากลูกค้าของฝ่ายการตลาด
หรือฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ
ตามที่บริษัทต่างๆ กำหนดไว้ หลังจากนั้นจึงนำ
ข้อมูลที่ได้จากลูกค้ามาประชุมแบ่งงานตาม
หน้าที่ โดยฝ่ายออกแบบจะทำหน้าที่ในการคิด
แนวความคิดของตนและสร้างสรรค์ออกมาเป็น
ภาพ lay out เพื่อนำเสนอต่อลูกค้า เมื่อลูกค้า
มีความพึงพอใจจึงทำการวางแผนสื่อ ในขั้นตอน
การวางแผนสื่อ ส่วนมากลูกค้าจะมีการวางแผน
สื่อโฆษณามาล่วงหน้าอยู่แล้วว่าต้องการที่จะ
ใช้สื่ออะไร แล้วจึงมาให้บริษัทโฆษณาทำหน้าที่
ออกแบบและทำโฆษณาเพื่อไปเผยแพร่ตามจุด
ที่ต้องการ แต่ถ้าลูกค้าไม่ได้มีการวางแผนสื่อ
มาล่วงหน้า ทางบริษัทต่างๆ ก็จะมีคำแนะนำ
ในการวางแผนสื่อให้กับลูกค้าโดยพิจารณาจาก
กลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการโฆษณา
ของลูกค้า แล้วจึงเลือกสื่อและเวลาที่จะใช้
ในการโฆษณา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
มากที่สุด แล้วจึงทำการผลิตสื่อ และติดตั้งสื่อ
โฆษณาตามที่ลูกค้าได้กำหนดไว้ต่อไป

บริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญ
ด้านสื่อวิทยุ เริ่มจากการรับข้อมูลจากลูกค้า
ของฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ที่มี
หน้าที่รับผิดชอบตามที่บริษัทต่างๆ กำหนดไว้
หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้ามาประชุม



แบ่งงานตามหน้าที่ โดยฝ่ายออกแบบจะทำหน้าที่ในการคิดแนวความคิดของตนและสร้างสรรค์ออกมาเป็นบท (spot) เพื่อนำเสนอต่อลูกค้า แล้วจึงเอาบทที่ได้มาอัดและใส่เสียงประกอบเพื่อนำเสนอลูกค้าอีกครั้ง เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจจึงทำการวางแผนสื่อ ขั้นตอนการวางแผนสื่อ จะให้คำแนะนำในการวางแผนสื่อให้กับลูกค้าโดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการโฆษณาของลูกค้า แล้วจึงเลือกสื่อและเวลาที่จะใช้ในการโฆษณาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และผลิต spot ให้มีความสมบูรณ์ แล้วจึงเผยแพร่ออกอากาศ

กระบวนการโฆษณาของบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อกิจกรรมพิเศษเริ่มจากการรับข้อมูลจากลูกค้าของฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบตามที่บริษัทต่างๆ กำหนดไว้ หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้ามาประชุมแบ่งงานตามหน้าที่ โดยฝ่ายออกแบบจะทำหน้าที่ในการคิดแนวความคิดของตนและสร้างสรรค์ออกมาเป็นแผนงาน แบบงานต่างๆ เพื่อนำเสนอต่อลูกค้า เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจจึงทำการวางแผนสื่อโฆษณา ในขั้นตอนการวางแผนสื่อซึ่งจะพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการโฆษณาของลูกค้า แล้วจึงเลือกสื่อโฆษณา สถานที่และเวลาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด แล้วจึงทำการผลิตสื่อ แล้วจึงติดตั้งสื่อโฆษณาและจัดกิจกรรมตามที่ลูกค้าได้กำหนดไว้

การคิดค่าบริการของบริษัทโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณากลางแจ้ง จะคิดค่าธรรมเนียม ในอัตรา 5-20 เปอร์เซ็นต์ ตามลักษณะความยากง่ายของงานที่ลูกค้า

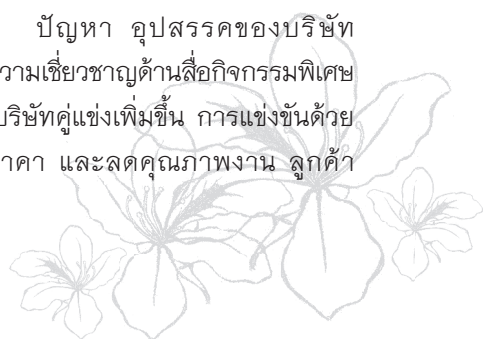
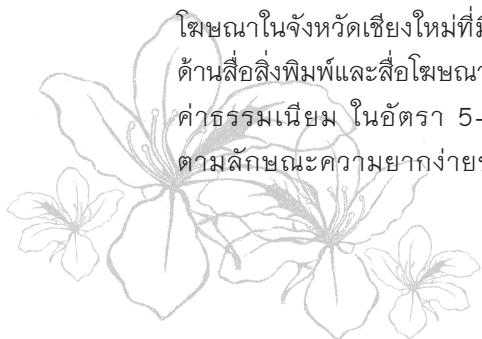
ต้องการ บริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อวิทยุ จะคิดค่าธรรมเนียมในอัตรา 20 เปอร์เซ็นต์ และมีการถามงบประมาณจากลูกค้าก่อนเพื่อที่จะกำหนดงานได้พอดีกับงบที่ลูกค้ามี และบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อกิจกรรมพิเศษ คิดในรูปแบบค่าธรรมเนียม ในอัตรา 10-20 เปอร์เซ็นต์ จากราคายอดรวมของการจัดกิจกรรมและการใช้สื่อชนิดต่างๆ

3. ปัญหาและอุปสรรค และแนวทางการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

3.1 ปัญหาและอุปสรรคของบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณากลางแจ้ง ได้แก่ มีปัญหาเรื่องคู่แข่งเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทั้งบริษัทขนาดใหญ่และบริษัทขนาดเล็ก ปัญหาเรื่องราคา ราคาจะเป็นจุดที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจเลือกบริษัทโฆษณามากที่สุด บางครั้งมีการตัดราคากันเกิดขึ้น ปัญหาเรื่องการจ่ายเงินของลูกค้าไม่ตรงเวลา ปัญหาด้านเครื่องจักรในการดำเนินงาน ทำให้เกิดความล่าช้า ปัญหาเรื่องการผลิตสื่อ เช่น พิมพ์ขนาดงานผิด สีเพี้ยน การขาดฝีมือแรงงานและแรงงานขาดทักษะช่าง และสื่อโฆษณาบางจุดมีการชำรุดหรือไฟดับ

ปัญหาและอุปสรรคของบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อวิทยุ ได้แก่ ลูกค้าส่วนใหญ่มีการเลื่อนผลิตสื่อออกไปเนื่องจากภาวะบ้านเมืองมีปัญหา นอกจากนี้สื่อวิทยุยังมีข้อจำกัด ในการเข้าถึงผู้ฟัง ดังนั้นการวางแผนสื่อที่อาจจะเกิดความผิดพลาดได้

ปัญหา อุปสรรคของบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อกิจกรรมพิเศษ คือ จำนวนบริษัทคู่แข่งเพิ่มขึ้น การแข่งขันด้วยวิธีการตัดราคา และลดคุณภาพงาน ลูกค้า



มีความคาดหวังในงานสูง และการทำงานกับบุคคลมากกว่า 2 คนขึ้นไปมักจะมีความคิดเห็นตรงกัน

3.2 แนวทางแก้ไขในการดำเนิน

ธุรกิจโฆษณาของบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณากลางแจ้ง ได้แก่ สร้างความกระตือรือร้นในการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพและดียิ่งขึ้น และมีการวางแผนในกระบวนการผลิตเพื่อส่งงานให้ลูกค้าได้ทันเวลา มีการตรวจสอบงานก่อนที่จะส่งให้กับลูกค้า ถ้างานมีปัญหาต้องรีบแก้ไข โทรแจ้งลูกค้า และรีบทำงานให้เสร็จทันเวลา มีการพัฒนาพนักงานให้ได้เรียนรู้ในส่วนงานหลายๆ อย่าง รับผิดชอบช่วงฝีมือเพิ่มเติม และเมื่อลูกค้าจ่ายเงินช้า ฝ่ายบัญชีต้องดำเนินการให้ลูกค้ามาชำระเงินตามกำหนด

แนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณาบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อวิทยุ ได้แก่ ในการเลื่อนงาน บริษัทต้องคอยหมั่นเช็กงานกับลูกค้าว่าจะทำอย่างไรต่อไป ทั้งนี้สื่อวิทยุต้องมีความหลากหลายมากขึ้น และมีการวางแผนสื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ตอบโจทย์ลูกค้าให้ถูกกลุ่ม

แนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณาของบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ ทำงานโดยเน้นคุณภาพของงาน และทำงานให้ดีที่สุด ตลอดจนรักษาสถาบัน ลูกค้าเดิมไว้ และหาตลาดใหม่เพิ่มเรื่อยๆ เมื่อลูกค้ามีความคาดหวังกับงานไว้สูง บริษัทต้องคุยกับลูกค้าด้วยเหตุผล และหาทางแก้ไขตลอดเวลา ส่วนเรื่องความคิดเห็นตรงกัน ต้องคุยกัน และปรับความเข้าใจกันให้ได้ก่อนที่งานจะเริ่ม เพื่อความราบรื่นของงาน

3.3 แนวทางในการดำเนินธุรกิจ

โฆษณาในอนาคตของบริษัทโฆษณาที่มีความ

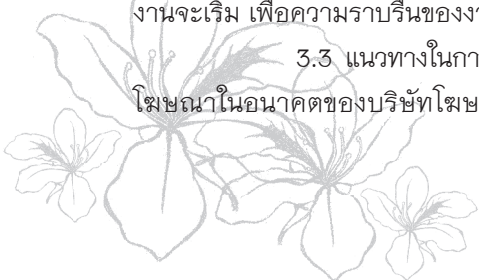
เชี่ยวชาญด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณากลางแจ้ง ได้แก่ มีการขยายรูปแบบสื่อพื้นฐานไปเรื่อยๆ ตามสภาวะเศรษฐกิจ มีการพัฒนาบุคคลและทรัพยากรในบริษัทให้พัฒนามากขึ้น มีการโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน มีการพัฒนาป้ายต่างๆ เพิ่มป้ายโฆษณาประเภท LED ให้มากขึ้น มีการพัฒนาการผลิตรายการวิทยุให้เป็นระบบดิจิทัล และพัฒนางาน exhibition ให้เป็นผู้นำเกี่ยวกับการจัดงานในภาคเหนือ โดยบริษัทมีศักยภาพพร้อมทั้งการวางแผนสื่อ การจัดทำสื่อ สถานที่ และการจัดการต่างๆ โดยการจัดงานแต่ละครั้งจะมีการเปิดให้เข้าพื้นที่ในการจัดงาน เพื่อออกบูธในการนำเสนอสินค้า บริการ และการขายผลิตภัณฑ์ของผู้ค้า

แนวทางในการดำเนินธุรกิจ

โฆษณาในอนาคตของบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อวิทยุ ได้แก่ การสร้างคนรุ่นใหม่ที่มีฝีมือและคุณภาพ โดยฝึกฝนให้พนักงานมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น และมีการผลิตรายการสั้นๆ เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ เพื่อที่จะต่อยอดงานจากรายการวิทยุ

แนวทางในการดำเนินธุรกิจ

โฆษณาในอนาคตของบริษัทโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ ผลิตรายการโดยเน้นคุณภาพของผลงาน มีการสร้างสรรค์ผลงานให้มีความแปลกใหม่ ใหญ่ ดัง ทันสมัย ทำในสิ่งที่เป็นไปได้ รักษาสังคมต้องงานที่ทำให้ลูกค้า และติดตามหาข้อมูลใหม่อยู่เสมอ เพื่อปรับและสร้างสรรค์งานต่อไป และต้องการทำ media house มีจุดติดตั้งป้ายโฆษณาเป็นของตัวเอง และป้าย LED เพราะคิดว่าสื่อป้ายโฆษณาน่าจะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุดขณะนี้



การอภิปรายผล

1. รูปแบบและโครงสร้างของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาโครงสร้างการทำงานของบริษัทโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ทุกบริษัทมีโครงสร้างการทำงานแบบแบ่งฝ่ายตามหน้าที่ โดยสอดคล้องกับ ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ และสุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ (2543) ได้กล่าวว่า โครงสร้างการทำงานของบริษัทตัวแทนโฆษณาแบบฝ่าย (Department type) เป็นโครงสร้างเพื่อการบริหารงาน จะแบ่งงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบ

บริษัทธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะการให้บริการแบบครบวงจร (full service agency) โดยสอดคล้องกับองอาจ ปทะวานิช (2550) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดตัวแทนโฆษณาที่ให้บริการทุกด้าน เป็นบริษัทตัวแทนที่ให้บริการแก่ลูกค้าครบถ้วนทุกด้านในการติดต่อสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วย การวางแผนการสร้างและการผลิตงานโฆษณา การวิจัยและการเลือกซื้อสื่อ การวางแผนและผลิตงานโฆษณา การส่งเสริมการขาย การฝึกอบรมการขาย การจัดวัสดุในการจัดแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เป็นต้น

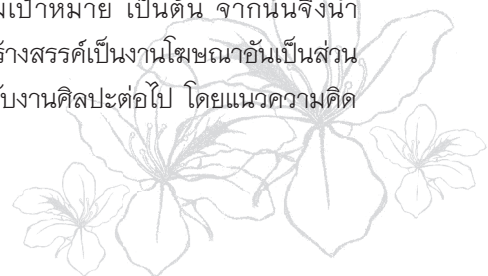
ธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ มีการให้บริการสื่อโฆษณาประเภทนอกสถานที่ สื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณาประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกับดารา ทีปะปาล (2546) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดสื่อโฆษณาประเภทนอกสถานที่ (outdoor advertising) เป็นโฆษณาที่ใช้ป้ายโฆษณาในรูปแบบต่างๆ โดยอาจติดตั้งอยู่กับตัวอาคาร บนหลังคาตึก บริเวณข้างทาง ตรังหุ้มถนน หรือบริเวณย่านชุมชนที่มีผู้คนสัญจรเดินผ่าน

ไปมาจำนวนมาก และสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร (magazine) ใบปลิว (leaflet handbill) แผ่นพับ (folder) เอกสารเย็บเล่ม (brochure) และสื่อโฆษณาประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ (television) สื่อวิทยุ (radio) และสื่ออินเทอร์เน็ต (internet)

ธุรกิจส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการโฆษณาจะเป็นธุรกิจเกี่ยวกับบอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี หงษาคร ประเสริฐ (2535) “ความต้องการใช้บริการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจที่มีความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา คือ ธุรกิจบริการและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีความต้องการใช้บริการมากกว่าธุรกิจอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม เนื่องจากบริษัทตัวแทนโฆษณามีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ มีความรู้มากกว่า และสามารถทำการโฆษณาได้ดีกว่าธุรกิจดำเนินการเอง

2. การดำเนินงานของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

บริษัทธุรกิจโฆษณา มีกระบวนการสร้างสรรค์สื่อโฆษณา กล่าวคือ พื้นฐานในการสร้างสรรค์งานโฆษณาต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐาน 2 ประการ คือ ข้อมูลทางการตลาด และข้อมูลทางพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีลักษณะทางวิทยาศาสตร์สำหรับการสร้างสรรค์งานโฆษณา กล่าวคือเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีการเก็บรวบรวมอย่างเป็นระบบ และมีเหตุผลน่าเชื่อถือเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ตลาดผู้บริโภคสื่อต่างๆ และพฤติกรรมกรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น จากนั้นจึงนำข้อมูลนี้ไปสร้างสรรค์เป็นงานโฆษณาอันเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะต่อไป โดยแนวความคิด



โฆษณาไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่เสมอไป หากแต่ขอให้แนวความคิดนี้เป็นแนวทางการสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคเป้าหมายอย่างที่ไม่ธรรมดา และไม่เคยมีใครทำมาก่อนด้วยรูปแบบหรือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดต่างๆ อย่างเป็นระบบที่ดูเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และมีความหลักเพียงใจความเดียว ทำให้ผู้บริโภคสามารถทำความเข้าใจหรือตีความข่าวสารนั้นได้ง่ายในเวลาอันจำกัด

บริษัทธุรกิจโฆษณามีกระบวนการผลิตสื่อโฆษณาที่สอดคล้องกับแนวคิดของวคิน เตยะริติ (2530) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการผลิตงานโฆษณาเป็นการทำงานแบบคนละบุคคลที่ต้องเสริมซึ่งกันและกัน ให้ได้ชิ้นงานเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน บริษัทโฆษณาต้องแข่งขันกันนำเสนองานเพื่อให้ผู้บริโภคเลือก มีการรับข้อมูลจากลูกค้าหรือบริษัทผู้โฆษณา มีการศึกษาค้นคว้าต่อจนได้ข้อมูลเพียงพอให้ฝ่ายสร้างสรรค์ได้ออกแบบโฆษณาและนำไปสู่การผลิตชิ้นงานโฆษณาต่อไป

ธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่มีกระบวนการวางแผนสื่อโฆษณา โดยงานของผู้วางแผนสื่อโฆษณาจะเริ่มต้นเมื่อได้แผนการตลาดมา แล้วทำการกำหนดวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ ซึ่งจะต้องสนับสนุนวัตถุประสงค์ทางการตลาดของสินค้า แล้วกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง และพื้นที่ในสื่อที่จะวางโฆษณาด้วย จากนั้นผู้วางแผนจะทำการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อที่ได้กำหนดไว้ แล้วกำหนดกลวิธีการใช้สื่อคือการเลือกชนิดของสื่อที่จะนำเสนอโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมาย หลักการในการเลือกชนิดของสื่อที่สำคัญเพื่อให้การวางแผนสื่อโฆษณา

เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ กัญจน์พัฐ วงศ์สมุทรต์ (2549 : 317) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การวางแผนสื่อโฆษณาจะต้องเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด ปัญหาด้านการตลาด หรืออีกนัยหนึ่งคือการมองภาพรวมขององค์กร งานและสินค้าให้เข้าใจก่อน จึงจะเริ่มกำหนดแผนได้

บริษัทธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่มีระบบการคิดค่าบริการในรูปแบบค่าธรรมเนียมโดยมีอัตราการคิดค่าโฆษณาตั้งแต่ 10-20 เปอร์เซ็นต์ สอดคล้องกับแนวคิดของ นพวรรณ คณานุรักษ์ และกัญจน์ อินทรโกเศศ (2546) กล่าวคือ ค่าธรรมเนียมจัดว่าเป็นค่าบริการที่ตัวแทนโฆษณาเรียกเก็บจากลูกค้าหรือผู้โฆษณา ซึ่งวิธีการเก็บค่าธรรมเนียมแบ่งออกเป็น 2 วิธีคือ ค่าธรรมเนียม-ค่าตอบแทน (commission fee) เป็นการเก็บค่าธรรมเนียมพื้นฐานบริการรายเดือนจากลูกค้าและค่าตอบแทนจากสื่อโฆษณา และค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวกับงานโดยตรงและมัดจำเป็นค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บเป็นค่าบริการอื่นๆ

3. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

3.1 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

ด้านคู่แข่ง : ปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดคือมีบริษัทคู่แข่งเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นบริษัทขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก และมักจะเสนอราคาที่ถูกกว่า

ด้านผู้โฆษณา : ปัญหาที่ลูกค้าจ่ายเงินค่าโฆษณาช้า

ด้านสื่อโฆษณา : มีข้อจำกัดในการใช้สื่อกล่าวคือสื่อใหม่ที่เกิดขึ้น ยังใช้ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้

ด้านการสร้างสรรค์ :

ความคิดของฝ่ายสร้างสรรค์ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ด้านการผลิตสื่อ :

ลูกค้าออกแบบโฆษณาโดยไม่ได้นิ่งถึงวัสดุที่จะใช้ผลิตชิ้นงานโฆษณา เครื่องจักรในการผลิตชำรุด และยังขาดฝีมือของแรงงาน และแรงงานขาดทักษะช่าง

3.2 แนวทางการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

ด้านคู่แข่ง : เมื่อมีการตัดราคากันเกิดขึ้น บริษัทต้องไม่ไปตัดราคาแข่งกับคู่แข่งแต่จะผลิตงานโดยเน้นการรักษาคุณภาพที่ดี เพื่อให้เป็นที่น่าประทับใจ

ด้านผู้โฆษณา : แผนการเงินหรือบัญชีจะให้ลูกค้าประจำวางแผนครีดิทล่วงหน้าก่อนทำโฆษณา

ด้านสื่อโฆษณา : มีคำแนะนำในการใช้วัสดุต่างๆ เพื่อผลิตงานโฆษณาแก่ลูกค้า และให้คำแนะนำในส่วนของการออกแบบด้วย

ด้านการสร้างสรรค์ : มีการสร้างความเข้าใจในเรื่องแนวคิดระหว่างผู้สร้างสรรค์งานโฆษณากับลูกค้า

ด้านการผลิตสื่อ : ดูแลรักษาเครื่องจักรในการผลิตให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอและมีการพัฒนาช่างฝีมือแรงงานอยู่เสมอ

3.3 แนวทางในการดำเนินธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ในอนาคต

3.3.1 การปรับปรุง

เทคโนโลยีในการผลิต เพราะเทคโนโลยีและสื่อที่ใช้มีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต เช่น การใช้สื่อป้ายรูปแบบใหม่ เช่น ป้าย LED และมีการผลิตรายการสั้นๆ เผยแพร่ทางออนไลน์

3.3.2 สร้างคนรุ่นใหม่ที่มีฝีมือและมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่นักธุรกิจ และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องของรูปแบบโครงสร้าง และการดำเนินงาน และนำเอาปัญหาและอุปสรรคที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาของธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ด้วย

การวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการโฆษณาหรือบริษัทโฆษณาในเชียงใหม่ในเรื่องของรูปแบบและโครงสร้าง การดำเนินงานธุรกิจโฆษณา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยเรื่องการดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ได้ศึกษารูปแบบและการดำเนินงานของบริษัทโฆษณาที่เกิดขึ้นก่อน พ.ศ.2550 แต่ในระยะเวลาหลังจากปี พ.ศ.2550 ได้เกิดธุรกิจโฆษณาขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้มีข้อมูลที่น่าจะทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและการดำเนินงานของบริษัทโฆษณาตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 จนถึงปัจจุบัน และนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างที่เกิดขึ้น

2. ศึกษาความแตกต่างของบริษัทโฆษณาท้องถิ่น และบริษัทโฆษณาจากส่วนกลาง (กรุงเทพฯ) ในเรื่องของรูปแบบและโครงสร้างกระบวนการ และการดำเนินงานของธุรกิจโฆษณา

3. ศึกษาสถานการณ์ของสื่อใหม่ที่ใช้สำหรับการโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ว่าในปัจจุบันมีสื่อใหม่ประเภทใดที่บริษัทธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่นำมาใช้ในการทำโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่บ้าง

เอกสารอ้างอิง

กมล ชัยวัฒน์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : แมคกรอฮิล, 2552.

กัญจน์พัฐ์ วงศ์สุเมธรัตน์. กระบวนการดำเนินงานโฆษณา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2549.

ดารา ทีปะปาล. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์, 2546.

ธิดิพัฒน์ เขี่ยมนิรันดร์ และสุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 8-15. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2543.

วคิน เตยะธิตติ. มีเดียก๊ส ซูเปอร์เออี ประสพการณ์จาก 19 เซียนโฆษณา. กรุงเทพฯ : มีเดียโฟกัส, 2530.

องอาจ ปทะวานิช. การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.

อัญชลี หงษาครประเสริฐ. ความต้องการใช้บริการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2535.

