ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ แผนการตลาดและการโฆษณาตัวเองของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายสุธิชา ภิรมย์นุ่ม

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารศึกษา)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลิสรา กฤตวรกาญจน์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวางแผนการตลาดของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาวิธีการเลือกใช้สื่อเพื่อการโฆษณาตัวเอง ของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนศึกษาถึงสถานการณ์ทางธุรกิจของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In Depth Interview) และศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า อ้างอิงมาจากหนังสือ งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งความรู้ต่างๆ

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการวางแผนการตลาดของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ตามขอบเขตของการวิจัย รวมทั้งหมดจำนวน 7 บริษัท ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และได้นำแนวคิดด้านการการตลาด แนวคิดด้านการโฆษณา แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจตัวแทนโฆษณา และงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า บริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่มีการวางแผนการตลาดแบบระยะสั้นที่เน้นการลงทุนที่คาดการณ์กำไรในช่วงระยะเวลาสั้นๆ ลดความเสี่ยงทางธุรกิจด้านการลงทุน เนื่องจากแต่ละบริษัทฯ มีกระบวนการการวางแผนการตลาดที่ไม่ครบองค์ประกอบตามแนวคิด นำไปสู่การดำเนินงานที่มีรูปแบบที่ง่ายเน้นจุดขั้นตอนสำคัญนำมาศึกษาแล้วนำไปใช้กับการวางแผนการตลาดของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ที่มีการดำเนินการตามกระบวนการได้อย่างชัดเจน ถึงแม้ในบางกระบวนการอาจจะไม่บรรลุผลสำเร็จด้วยเหตุผลต่าง ๆ ตามสภาพการปฏิบัติงานจริง แต่การดำเนินแผนงานการตลาดตามวิธี และ กระบวนการ ได้อย่างครบถ้วนนั้น ทำให้บริษัทฯ ได้รับผลตอบรับในด้านอื่นๆ เพิ่มเติมมากขึ้น เช่น ชื่อเสียง การได้มาซึ่งลูกค้าคาดหวัง และ เป็นที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รู้จักในด้านการเลือกใช้สื่อเพื่อการโฆษณาตัวเองของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ มีการเลือกสื่อและโฆษณาจากต้นทุนของสื่อในด้านการลงทุนที่ใช้เงินจำนวนน้อยแต่ผลกำไรที่เกิดขึ้นจากการเลือกสื่อโฆษณาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และอีกปัจจัยสำคัญที่พบว่าบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่เลือกใช้สื่อโฆษณาที่บริษัทฯ มีไว้ให้บริการทางธุรกิจกับลูกค้าเป็นอีกทางเลือกสำคัญ โดยบริษัทฯ ที่ผู้บริหารเคยมีประสบการณ์การทำงานในบริษัทตัวแทนโฆษณาในส่วนกลาง หรือมีผู้เชี่ยวชาญมาช่วยในการวางแผนฯ จะทำให้ทิศทางในการกำหนดการโฆษณาเป็นไปในทิศทางที่จะเลือกกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการโฆษณาได้อย่างชัดเจน มีความเข้าใจถึงการดำเนินธุรกิจตัวแทนโฆษณาแล้วนำมาประยุกต์ให้เข้ากับสังคมวัฒนธรรม ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะส่งผลต่อยอดการเลือกมาใช้บริการทางธุรกิจของบริษัทฯ และ รายได้ของบริษัทฯ เพิ่มมากขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title The Marketing Plan and Self Advertising of Advertising Agencies in Chiang Mai Province

Author Mr. Suticha Piromnum

Degree Master of Arts (Communication Studies)

Independent Study Advisor Assoc. Prof. Dr.Kulisara Krittavorakran

ABSTRACT

This independent study aims to learn how to make marketing plans as well as how to select self-advertising media of the advertising agencies in the province of Chiang Mai. It also aims to study current business situations of the advertising agencies in the province of Chiang Mai.

In this study, the researcher used the Qualitative Research by researching from the Primary Data such as In-depth Interviews and from the Secondary Data which is from the relevant journals, researches and learning resources.

The representative samples of study are executives and marketing officers from 7 advertising agencies in Chiang Mai Province within the limited researching area. The researcher has divided the study into 2 parts according to the study objectives. The orientations of marketing, advertising and advertising agency business as well as relevant researches have been considered as a frame of this study.

The study has found that the advertising agencies in Chiang Mai Province have short-term marketing plan in order to gain profit in a short period of time and reduce advertising budget and any business risk. Since each company does not have any complete marketing plan process according to marketing orientations. Therefore, simple methods of operation are exerted, focusing on important processes for further study. Then the company's marketing plans are the product of the study's result. Though one of a company's effective processes may fail in a real situation, it can still gain some other good results such as a good reputation, meeting a customer's need etc.

In order to self-advertise, the advertising agencies in Chiang Mai Province will consider low media investment but more effective to reach a target group. Another important consideration of advertising selection is the experience of a company's executives or marketing planners who

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

will determine the direction of the company's advertising along with its goals. Besides, clear understanding of the advertising business is required so it can be applied to the local target's society and culture of Chiang Mai Province. Hence, it means the increasing of the company's customers and income.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved