

บทที่ 5

บทสรุปการวิจัย, อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

บทสรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความต้องการใช้บริการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
ในบทสรุปผลการวิจัย ครอบคลุมสาระดังนี้ วัตถุประสงค์ ระเบียบวิธีการวิจัย สรุปผลการวิจัย
อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการของธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการจากบริษัท-
ตัวแทนโฆษณา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่นักธุรกิจใช้พิจารณาเลือกใช้บริการตัวแทนโฆษณา
3. เพื่อศึกษาความเห็นของนักธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการโฆษณาและบริษัท-
ตัวแทนโฆษณา
4. เพื่อศึกษาปัญหาที่นักธุรกิจ ในเชียงใหม่พบในการใช้บริการทางโฆษณา

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างจากนักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ 120 ราย โดยแบ่ง
เป็นธุรกิจอุตสาหกรรม 30 ราย ธุรกิจพาณิชย์ 30 ราย ธุรกิจบริการ 30 ราย และธุรกิจ
ที่ดิน 30 ราย อำเภอแม่ริม, อำเภอหางดง, อำเภอสันกำแพง และอำเภอเมืองเชียงใหม่
โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบ Simple Random Sampling

ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ
ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาของ
ธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่นักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ใช้พิจารณาเลือก
บริษัทตัวแทนโฆษณา

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อ
การโฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณา

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาที่นักธุรกิจจังหวัดเชียงใหม่พบในการใช้บริการ
ทางโฆษณา

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลการทำโฆษณาของนักธุรกิจจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถามของนักธุรกิจจังหวัดเชียงใหม่
ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSSx โดยการหาค่า
อัตราร้อยละ การทดสอบค่า Chi-square และค่า Cochran ในการทดสอบสมมุติฐาน
ข้อสรุปที่ได้จะนำไปสู่การนำเสนอรายงานผลการวิจัย ในรูปแบบของการบรรยายความเชิง
การพรรณนาวิเคราะห์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาของธุรกิจ ในจังหวัด เชียงใหม่ ผลการวิจัยสรุปออกมาได้ดังนี้

1. ความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาของธุรกิจ ในจังหวัด เชียงใหม่

ข้อสรุปของการวิจัยในเรื่องความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาของ นักธุรกิจ ในจังหวัด เชียงใหม่ สรุปได้ว่าธุรกิจ ในจังหวัด เชียง ใหม่มีความต้องการใช้บริ การจากบริษัทตัวแทน โฆษณาแตกต่างกัน พบว่าธุรกิจที่ไม่ต้องการใช้บริการจากบริษัทตัว แทน โฆษณา คือธุรกิจอุตสาหกรรม และธุรกิจพาณิชย์กรรม โดยเหตุผลที่ธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ ต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา เนื่องจากไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการ เพราะสามารถทำโฆษณาได้เอง และ การใช้บริการจากบริษัทตัวแทน โฆษณาแพง ธุรกิจ ที่มีความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทน โฆษณา คือ ธุรกิจบริการและธุรกิจที่ดิน มี ความต้องการใช้บริการมากกว่าธุรกิจอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม สาเหตุที่ธุรกิจต้องการ ใช้บริการจากบริษัทตัวแทน โฆษณา เนื่องจากบริษัทตัวแทน โฆษณา มีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ และมีความรู้มากกว่า สามารถทำโฆษณาได้ดีกว่าธุรกิจทำเอง และเหตุผล รองลงมาที่ ต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทน โฆษณา เนื่องจากประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากกว่าการจัดตั้งแผนก โฆษณาขึ้นมาเอง

โดยบริการที่ธุรกิจ ในจังหวัด เชียง ใหม่ต้องการได้รับจากบริษัทตัวแทน โฆษณา คือ บริการแบบโฆษณาครบวงจร (full service) เริ่มตั้งแต่วางแผนงานโฆษณา คิดสร้าง สรรค์ ผลิตชิ้นงาน ซื้อสื่อ และติดตามผลงาน โฆษณา รวมทั้งบริการอื่นๆเช่น งานวิจัย ตลาด เป็นที่ปรึกษาทางการตลาด เป็นต้น สาเหตุที่ธุรกิจต้องการบริการแบบครบวงจร (full service) เพราะคิดว่าทำให้การวางแผน โฆษณา มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง รองมาคือทำให้สามารถติดตาม ประเมินผล เพื่อปรับปรุงแก้ไขงาน โฆษณา ได้อย่างสม่ำเสมอ

All rights reserved

บริการอีกลักษณะหนึ่งที่ธุรกิจต้องการได้รับจากบริษัทตัวแทนโฆษณา คือให้บริษัทตัวแทนโฆษณาทำโฆษณาให้เพียงบางส่วน เช่น คิดสร้างสรรค์ผลงานอย่างเดียว , ผลิตชิ้นงานโฆษณาอย่างเดียว หรือ จัดซื้อสื่อและเนื้อที่โฆษณา แต่เพียงอย่างเดียว (limited service) ธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ต้องการบริการลักษณะนี้น้อยกว่าแบบครบวงจร (full service) โดยมีเหตุผลที่ต้องการบริการเพียงบางส่วน เนื่องมาจากประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่าให้บริษัทตัวแทนโฆษณาทำทั้งหมด และเหตุผลรองมาคือบางชิ้นตอนก็สามารถทำเองได้ไม่จำเป็นต้องใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา

รูปแบบบริษัทโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ที่ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องการให้มีเพิ่มคือเป็นบริษัท Advertising Agency (ทำหน้าที่โฆษณาครบวงจร ตั้งแต่วางแผนงานโฆษณา จนถึงติดตามผลงาน) รองมาคือบริษัทที่เป็นรูปแบบ Creative Boutique (เป็นกิจการขนาดเล็กที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อให้บริการเพื่อการสร้างสรรค์โดยตรง)

เมื่อพิจารณาถึงบริษัทตัวแทนโฆษณาที่ธุรกิจต้องการใช้บริการตามลักษณะการดำเนินงาน ระหว่างบริษัทตัวแทนโฆษณาจากกรุงเทพฯ กับบริษัทตัวแทนโฆษณาจากท้องถิ่น และ บริษัทที่เป็นสาขาจากกรุงเทพฯ มาตั้งอยู่ที่ท้องถิ่น พบว่าธุรกิจส่วนใหญ่ต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาจากท้องถิ่น เป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับต้องการบริษัทตัวแทนโฆษณาที่เป็นสาขาจากกรุงเทพฯ มาตั้งอยู่ที่ เชียงใหม่

2. ปัจจัยที่นักธุรกิจ ในจังหวัด เชียง ใหม่ ใช้พิจารณาเลือกบริษัทตัวแทน โฆษณา

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยสามอันดับแรกที่นักธุรกิจ ในจังหวัด เชียง ใหม่ ใช้พิจารณาเลือกบริษัทตัวแทนโฆษณา ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือบริษัทที่เสนอแผนงาน โฆษณาที่ดูน่าจะเหมาะสมกับการขายสินค้าหรือบริการ ปัจจัยอันดับที่สองคือ เป็นบริษัทที่คิดค่าบริการอย่างเหมาะสม และปัจจัยอันดับที่สามคือ เป็นบริษัทที่มีบุคลากรมีความสามารถ

3. ความคิดเห็นของนักธุรกิจต่อการโฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณา

ความคิดเห็นของนักธุรกิจในจังหวัด เชียงใหม่ ต่อการโฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณามีดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นของนักธุรกิจต่อบทบาทของการโฆษณาที่มีต่อการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ พบว่านักธุรกิจทุกประเภทมีความเห็นที่เหมือนกัน โดยคิดว่าปัจจุบันการโฆษณามีบทบาทมาก ต่อการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ
2. การโฆษณามีบทบาทมากในด้านการสร้างความสนใจและยอมรับในสินค้าหรือบริการ รองมาคือ เพื่อกระตุ้นการขายให้มากขึ้น
3. วัตถุประสงค์ของการทำโฆษณา ในจังหวัด เชียงใหม่ ของธุรกิจแต่ละประเภทไม่แตกต่างกัน โดยธุรกิจ ใน เชียง ใหม่มีวัตถุประสงค์ทำโฆษณา เพื่อให้สินค้าหรือบริการเป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสนใจและความต้องการในสินค้าหรือบริการ
4. ความคิดเห็นในด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ใน เชียง ใหม่มีเพียงพอหรือไม่ นักธุรกิจแต่ละประเภทคิด ไม่เหมือนกัน บริการและที่ดินคิดว่าไม่เพียงพอ พาณิชยกรรมคิดว่ามีเพียงพอ แต่อุตสาหกรรม ไม่แน่ใจว่ามีเพียงพอหรือไม่
5. ข้อได้เปรียบของบริษัทตัวแทนโฆษณาท้องถิ่นที่มีต่อบริษัทตัวแทนโฆษณาจากกรุงเทพฯ ข้อที่ผู้เห็นด้วยมากที่สุดคือบริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่นมีความสะดวกในการติดต่อ ใกล้ชิด ปรึกษาง่าย รองมาคือมีความเข้าใจสภาพท้องถิ่น ได้ดีกว่าบริษัทตัวแทนโฆษณาจากกรุงเทพฯ
6. ข้อเสียเปรียบที่เห็นด้วยมากที่สุด คือบริษัทตัวแทนโฆษณาจากท้องถิ่นขาดเทคโนโลยี และการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ รองลงมาคือขาดการสร้างสรรค์ผลงานที่ดี

4. ปัญหาที่พบในการใช้บริการทางโฆษณา

ปัญหาที่ธุรกิจพบมากในการใช้บริการทางโฆษณารดับแรกคือ ราคาแพงไม่เหมาะสม อันดับสองคือปัญหาคุณภาพของงาน ไม่มีประสิทธิภาพ อันดับสามคือ โฆษณาไม่กระตุ้นหรือดึงดูดใจ และ ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถ ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาความต้องการใช้บริการบริษัทตัวแทนโฆษณาของธุรกิจในจังหวัด เชียงใหม่ สามารถแยกอภิปรายผลได้ตามประเภทของธุรกิจดังต่อไปนี้

ธุรกิจอุตสาหกรรม

ธุรกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาล้วนใหญ่เป็นผู้ผลิตสินค้าพื้นเมือง เช่น ผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเงิน เครื่องเขิน อัญมณี และสินค้าพื้นเมืองอื่นๆ ที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายรายใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะการทำโฆษณาในปัจจุบัน จะเป็นการทำโฆษณาเอง โดยมีเจ้าของหรือผู้จัดการเป็นผู้รับผิดชอบ ในการออกแบบ วางแผนงานโฆษณา โดยส่วนมากจะใช้สื่อผ่านหนังสือที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น สวิสตี เชียงใหม่ เชียงใหม่นิวส์ และนิตยสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการเดินทาง เช่น สวิสตี กิรินทร์ สื่อที่นิยมทำโฆษณามากและเห็นว่ามีประสิทธิภาพในการทำโฆษณาของธุรกิจ อุตสาหกรรมคือสื่อสิ่งพิมพ์ ธุรกิจอุตสาหกรรมเป็นธุรกิจที่มีการใช้งบโฆษณาน้อย เนื่องจากว่าไม่มีความจำเป็นต้องโฆษณา เพราะลักษณะของสินค้า ไม่มีความซับซ้อนในตลาดมาก ไม่เหมือนกับ consumer product ที่วางขายอยู่ทั่วไปที่มีการแข่งขันสูง และเมื่อผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากธุรกิจอุตสาหกรรม พบว่า ความเก่าแก่ของผู้ผลิต เป็นที่รู้จักดีอยู่แล้ว ไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังเห็นว่าการโฆษณามีบทบาทมากต่อการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ โดยมีวัตถุประสงค์การทำโฆษณาเพื่อสร้างความสนใจและความต้องการซื้อสินค้า ซึ่งลักษณะของวัตถุประสงค์การทำโฆษณาเช่นนี้ เป็นไปตามทฤษฎีวิถีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์¹⁷ ขั้นที่สอง (Growth stage) ซึ่งการโฆษณาจะทำให้สร้างความสนใจ ความชอบ และซื้อสินค้า

ถึงแม้ว่าธุรกิจอุตสาหกรรมจะมีความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา น้อยกว่าธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากเหตุผลหลักคือคิดว่าไม่มีความจำเป็นต้องโฆษณา แต่เมื่อพิจารณาในด้านความคิดเห็นปัจจุบันการโฆษณามีบทบาทมากต่อการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ

¹⁷ กัญญา ศิริกุล, การบริหารกิจการโฆษณา, (โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2828)

ธุรกิจอุตสาหกรรมยังไม่แน่ใจนักว่าปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาในจังหวัด เชียงใหม่มีมากเพียงพอหรือไม่ แสดงว่าอุตสาหกรรมก็ไม่ได้ปฏิเสธบริการของบริษัทตัวแทนโฆษณาเลยสักทีเดียว เพียงแต่ธุรกิจอุตสาหกรรมมีการรับรู้เกี่ยวกับการบริการของบริษัทตัวแทนโฆษณาน้อย และยังไม่ทราบในหน้าที่การให้บริการของบริษัทตัวแทนโฆษณาเท่าใดนัก อธิบายตามทฤษฎีการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของ William J. Stanton /¹⁸ เหมือนกับธุรกิจอุตสาหกรรมในขณะนี้อยู่ในขั้นของการรับรู้ (Awareness) รู้แต่เพียงว่ามีผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆในตลาด แต่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการมีน้อยมาก ดังนั้นหากกิจการตัวแทนโฆษณาต้องการกระตุ้นตลาดกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมให้มาใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาคงต้องให้การศึกษา ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับบริการที่กิจการโฆษณามีให้ เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น อุตสาหกรรม อาจจะมีความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณามากขึ้น ตามทฤษฎีการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

ธุรกิจพานิชยกรรม

ธุรกิจพานิชยกรรมที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล เป็นร้านค้าต่างๆ เช่น ร้านแว่นตา ห้างสรรพสินค้า บริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ บริษัท ห้างร้าน ต่างๆ ที่ผู้วิจัยรวบรวมจากการทำโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โบชัวร์ โปสเตอร์ ใบปลิว ป้ายกลางแจ้ง ลักษณะการทำโฆษณาของธุรกิจพานิชยกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนมากจะใช้ทั้งการจ้างบริษัทโฆษณาทำให้และบางส่วนทำโฆษณาเอง ในกรณีที่มีการทำโฆษณาเอง มีเจ้าของหรือผู้จัดการเป็นผู้รับผิดชอบ ออกแบบ คิดสร้างสรรค์ผลงาน และวางแผนโฆษณาเอง ในส่วนที่จ้างบริษัทโฆษณาทำให้นั้น นิยมใช้บริษัทผู้ผลิตชิ้นงาน เช่น บริษัทที่รับอัดสไลด์วิทยุ ให้ทำหน้าที่คิดสร้างสรรค์ ข้อความโฆษณา รวมทั้งให้ข้อสื่อ และวางสื่อโฆษณาให้ ธุรกิจพานิชยกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีการทำโฆษณาเป็นธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ มีระยะเวลาดำเนินงานในจังหวัดเชียงใหม่มานาน ตั้งแต่ 4-10 ปีขึ้นไป เป็นส่วนใหญ่ ในการทำโฆษณาของธุรกิจพานิชยกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการทำโฆษณาแบบสม่ำเสมอทั้งปี มากกว่ากลุ่มธุรกิจอื่นๆ นิยมทำโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ และเห็นว่สื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

/¹⁸ William J. Stanton Fundamental of Marketing ,5 th ed (New York Mc Graw Hil Book Co.;1978) p.114-115

ความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาของธุรกิจพาณิชย์กรรมยังไม่มากเท่าใดเทียบเท่ากับธุรกิจอุตสาหกรรม (ร้อยละ 26.7) โดยมีเหตุผลที่สำคัญที่ไม่ต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาเนื่องมาจากการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาราคาแพง และคิดว่าไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการสามารถทำได้เอง มีบางรายเท่านั้นที่ต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา โดยมีเหตุผลเนื่องจากบริษัทตัวแทนโฆษณามีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ มีความรู้ และมีความสามารถทำโฆษณาได้ดีกว่าธุรกิจทำเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดในการเลือกใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา /¹⁹

ธุรกิจบริการ

ธุรกิจบริการในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาคือกลุ่ม โรงแรม บริษัท ทัวร์ โรงพยาบาลเอกชน ร้านอาหาร pub discotheque caraoke เป็นต้น จากการศึกษาพบว่าธุรกิจบริการส่วนใหญ่ (ประมาณ ร้อยละ 53) เคยใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา มีทั้งการให้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่น และจากกรุงเทพฯ เนื่องมาจากการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาที่กรุงเทพฯ มีข้อมูล และเครื่องมือช่วยในการทำโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเลือกใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่น เนื่องจากว่าบริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่น อยู่ใกล้ชิด รู้จักสื่อและกลุ่มเป้าหมายได้ดี โดยส่วนมากธุรกิจบริการ จะมีการทำโฆษณาในลักษณะที่มีการทำเอง โดยมีแผนกหรือฝ่ายโฆษณาเป็นผู้รับผิดชอบ และมีการใช้บริการจ้างทั้งบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทผู้ผลิตชิ้นงานโฆษณา การใช้งบโฆษณาในของธุรกิจบริการ เมื่อเทียบกับธุรกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจพาณิชย์กรรมแล้วมีการใช้งบโฆษณาค่อนข้างสูง มีวัตถุประสงค์การทำโฆษณาค่อนข้างแน่ชัด มีการกำหนดงบโฆษณาตามวัตถุประสงค์ของการโฆษณา ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นว่ามีการทำโฆษณาแบบรุก มิใช่ตั้งรับอย่างเดียว

จากการศึกษาความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา พบว่าธุรกิจบริการมีความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาค่อนข้างมาก (ประมาณ 32.4 %) โดยมีเหตุผลว่าบริษัทตัวแทนโฆษณา มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์มากกว่า สามารถทำงานโฆษณาได้ดีกว่าธุรกิจทำเอง

/¹⁹ กัญญา ศิริกุล ,การบริหารกิจการโฆษณา หน้า 203

โดยรูปแบบบริการที่ต้องการใช้จากบริษัทตัวแทนโฆษณา คือ โฆษณาครบวงจร (advertising agency) สาเหตุที่มีความต้องการใช้รูปแบบโฆษณาครบวงจร เนื่องจากสามารถ ประเมินผลเพื่อปรับปรุงแก้ไขงานโฆษณาได้อย่างสม่ำเสมอ และเป็นการแบ่งเบาภาระของผู้บริหาร ธุรกิจบริการต้องการใช้บริษัทตัวแทนที่เป็นบริษัทตัวแทนโฆษณาจากบริษัทตัวแทนโฆษณาที่กรุงเทพฯ มาตั้งสาขาที่เชียงใหม่มากกว่าบริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่น ปัจจุบันที่ธุรกิจบริการใช้พิจารณาเลือกบริษัทตัวแทนโฆษณา เป็นอันดับหนึ่ง คือ เป็นบริษัทโฆษณาที่คิดค่าบริการอย่างเหมาะสม อันดับรองมาคือคือ เป็นบริษัทที่เสนอแผนงานโฆษณาที่ดีที่สุด เหมาะกับการขายสินค้าหรือบริการ ปัจจุบันอันดับที่สามคือ เป็นบริษัทที่มีบุคลากรที่มีความสามารถ

ธุรกิจบริการมีความเห็นว่าปัจจุบันการโฆษณามีบทบาทมากต่อการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และเห็นว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ในจังหวัด เชียงใหม่ยังมีไม่พอ เพียงจึง เป็นประโยชน์ต่อกิจการตัวแทนโฆษณาที่จะ เข้าหากลุ่มลูกค้านี้

ธุรกิจที่ดิน

ธุรกิจที่ดินเป็นธุรกิจที่เริ่มมีการขยายตัวมากในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา กว่าครึ่งของธุรกิจที่ดินที่ผู้วัยทำการศึกษา เคยใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา (53%) โดยใช้บริการจากตัวแทนโฆษณาทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น โดยมีวิธีการเลือกใช้จากการไปหาบริษัทตัวแทนโฆษณาเองมากที่สุด แสดงว่าในระยะที่อุตสาหกรรมที่ดิน เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง การเติบโตของกิจการตัวแทนโฆษณาในจังหวัด เชียงใหม่ยังก้าวไปไม่ทันกับความต้องการของลูกค้า ธุรกิจที่ดินมีการใช้บโฆษณาค่อนข้างสูง เมื่อศึกษาถึงความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณพบว่า ธุรกิจที่ดินมีความต้องการใช้บริการ มากกว่าธุรกิจอื่นๆ โดยต้องการในรูปแบบ ครบวงจร (agency) มากกว่ารูปแบบอื่นๆ ปัจจุบันที่ใช้เลือกบริษัทตัวแทนโฆษณาของธุรกิจที่ดินก็เช่นเดียวกับกับธุรกิจบริการคือเลือกจาก บริษัทที่คิดค่าบริการอย่างเหมาะสม รองลงมาคือบริษัทที่เสนอแผนงานโฆษณาที่ดีที่สุดที่ เหมาะกับการขายสินค้าหรือบริการ และเป็นบริษัทที่มีบุคลากรที่มีความสามารถเป็นอันดับต่อไป

ความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจที่ดิน ส่วนใหญ่จะเห็นว่าปัจจุบันการโฆษณามีบทบาทมากต่อการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และคิดว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาไม่เพียงพอ ดังนั้น จะ เป็นประโยชน์ ต่อกิจการตัวแทนโฆษณาที่ดำเนินงานในจังหวัด เชียงใหม่ ให้เข้าหากลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ได้ เพราะกลุ่มธุรกิจที่ดินเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมที่จะรับบริการ

จากบริษัทตัวแทนโฆษณามากที่สุด มีความรู้ ความเข้าใจในบริการของกิจการตัวแทนโฆษณา เป็นอย่างดี และมีความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่นมากกว่าบริษัท จากกรุงเทพฯ เนื่องจากบริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่น อยู่ใกล้ชิด สะดวกในการติดต่อ จึงเป็นโอกาสของกิจการตัวแทนโฆษณาที่จะเข้าหาลูกค้ากลุ่มนี้ได้ง่าย

ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

จากการอภิปรายผลตามประเภทธุรกิจต่างๆ แล้ว สามารถสรุปผลได้ดังนี้
 ธุรกิจจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มีการทำโฆษณาโดยบางส่วนจ้างบริษัทโฆษณา ทำให้ และบางส่วนมีการทำโฆษณาเอง โดยการทำโฆษณาเอง มีเจ้าของหรือผู้จัดการ เป็นผู้เสนอความคิดและรับผิดชอบการทำโฆษณาเอง ตั้งแต่ออกแบบ วางแผนโฆษณา และ จัดซื้อสื่อโฆษณา ติดตามผลในส่วนที่จ้างบริษัทโฆษณานั้น มีการใช้รูปแบบบริษัทผู้ผลิตชิ้นงาน (Production House) มากกว่าแบบอื่นๆ

เมื่อศึกษาถึงความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา จากทฤษฎีการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ของ William J. Stonton พบว่าธุรกิจตัวแทนโฆษณา (Advertising agency) ก่อนข้างจะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับธุรกิจอุตสาหกรรม และ ธุรกิจพาณิชย์กรรม ดังนั้นจึงอยู่ในขั้นที่ต้องให้ความรู้ความเข้าใจ ในหน้าที่ของกิจการตัวแทนโฆษณาสำหรับธุรกิจ 2 ประเภทนี้ก่อน จึงสามารถกระตุ้นให้เกิดการซิงใจ (evaluation) ว่าจะทดลองใช้บริการดีหรือไม่ (Trial) แต่สำหรับธุรกิจบริการและธุรกิจที่ติดนั้น เคยใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณามาก่อน เมื่อผ่านขั้นตอนของการทดลองใช้ (Trial) มาแล้ว เมื่อเคยใช้บริการมาก่อนจึงเกิดการยอมรับ (Adoption) ในตัวผลิตภัณฑ์ คือบริษัทตัวแทนโฆษณา จึงมีความต้องการที่จะใช้บริการมากกว่าอุตสาหกรรมและ พาณิชยกรรม

สาเหตุที่ธุรกิจต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา เป็นไปตามแนวความคิด เหตุผลที่บริษัทผู้โฆษณานิยมใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา (กัญญา ศิริกุล , การบริหารกิจการโฆษณา) โดยธุรกิจในเชียงใหม่ ต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาเพราะคิดว่าบริษัทตัวแทนโฆษณามีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ และประสบการณ์มากกว่า สามารถทำโฆษณาได้ดีกว่าเพราะคลุกคลีอยู่กับการสร้างสรรค์งานโฆษณาตลอดเวลา

บริการที่ธุรกิจประเภทต่างๆ ต้องการได้รับจากบริษัทตัวแทนโฆษณาไม่แตกต่างกัน โดยบริการที่ต้องการได้รับจากบริษัทตัวแทนโฆษณามากที่สุดคือบริการแบบครบวงจร (Full Service) สาเหตุที่ธุรกิจต้องการได้รับบริการครบวงจร เนื่องจากทำให้การวางแผนการโฆษณามีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง รองมาคือต้องการใช้บริการเพียงบางส่วนจากบริษัทตัวแทนโฆษณา (limited service) เช่น คิดสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาแต่เพียงอย่างเดียว จัดซื้อเวลาอย่างเดียวก่อน, หรือผลิตชิ้นงานอย่างเดียว สาเหตุที่ต้องการใช้บริการเพียงบางส่วนเนื่องมาจากประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่าให้ทำโฆษณาทั้งหมด

ปัจจัยที่ธุรกิจใช้พิจารณาเลือกบริษัทตัวแทนโฆษณา สอดคล้องกับทฤษฎีการเลือกกิจการตัวแทนโฆษณา ของ Leon Quera /²⁰ ปัจจัยการเลือกใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณารดับหนึ่งของธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่คือเลือกจากบริษัทที่เสนอแผนงานโฆษณาที่ดี เหมาะกับการขายสินค้าหรือบริการ ปัจจัยอันดับสองคือคิดค่าบริการอย่างเหมาะสม แสดงว่าธุรกิจเชียงใหม่ คำนึงถึงเรื่องราคา เนื่องจากการใช้บริการเท่าที่ผ่านมาของธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่พบปัญหาในเรื่องราคาแพงมากที่สุด และปัจจัยอันดับที่สาม คือ บุคลากรมีความสามารถ

อภิปรายผลตามแนวทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดดังต่อไปนี้

Product (ผลิตภัณฑ์)

บริษัทตัวแทนโฆษณาที่จะมาดำเนินกิจการในจังหวัดเชียงใหม่ ควรจะเป็นบริษัทที่มีบริการทางโฆษณาครบวงจร (Full service) เนื่องจากเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมาก และควรจะเป็นบริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่น หรือเป็นบริษัทที่เป็นสาขาจากกรุงเทพฯ มาตั้งอยู่ที่เชียงใหม่ ควรจะใช้จุดขายในเรื่องของการนำเสนอแผนงานโฆษณาที่ดี เหมาะกับสินค้าหรือบริการ และนำจุดแข็งในเรื่อง บริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่น ติดต่อดีสะดวก ปรึกษาได้ง่าย และควรจะมีบุคลากรที่มีความสามารถในบริษัท รวมทั้งการวางกลยุทธ์ทางการโฆษณา บริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่นมีข้อได้เปรียบในเรื่องรู้จักสื่อและกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่าบริษัทตัวแทนโฆษณาจากกรุงเทพฯ ดังนั้นควรจะนำข้อได้เปรียบนี้มาเป็นจุดแข็งที่จะสามารถปรับกลยุทธ์การโฆษณาให้สนองตอบความต้องการของผู้ต้องการใช้บริการ

/²⁰ Leon Quera, Advertising Campaign-Formular and Tactics. Grid inc.

ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยในเรื่องของสื่อที่ธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่ามีประสิทธิภาพในการทำโฆษณา และเป็นสื่อที่ธุรกิจส่วนใหญ่นิยมทำโฆษณาด้วย คือสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบชัวร์ แผ่นพับ โปสเตอร์ ดังนั้น บริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ควรมีความเชี่ยวชาญในการนำเสนอผลงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ให้กับลูกค้า

Price (ราคา)

ธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่คำนึงถึงเรื่องราคามากเป็นอันดับที่สองในการพิจารณาเลือกใช้บริการตัวแทนโฆษณา ประกอบกับปัญหาที่ธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่พบมากคือเรื่องราคาแพงไม่เหมาะสม ดังนั้นบริษัทตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการปรับราคาให้ถูกลง เพื่อให้เกิดการตลาดใช้บริการ (ทฤษฎีการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ในชั้น Trial) จากธุรกิจประเภทต่างๆในเชียงใหม่

Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย)

ในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าธุรกิจที่เคยใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณามีวิธีการเลือกใช้บริการจากการที่บริษัทตัวแทนโฆษณาไปติดต่อกับธุรกิจ ดังนั้น การขายตรงหรือการติดต่อระหว่างบริษัทตัวแทนโฆษณา ควรจะมีพนักงานประสานงานระหว่างกิจการตัวแทนโฆษณา (A.E.) กับธุรกิจ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานทางการตลาดเป็นไปได้ด้วยดี

Promotion (การส่งเสริมการจัดจำหน่าย)

เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งของกิจการตัวแทนโฆษณา ที่จะบอกกล่าวหรือให้การศึกษา กับธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ ถึงบทบาทและหน้าที่ของบริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) เพื่อให้เกิดการยอมรับ และ ทดลองใช้ บริการของกิจการตัวแทนโฆษณา รวมทั้งควรมีการกระตุ้นตลาด ให้เกิดความต้องการใช้บริการมากขึ้น เนื่องจากความคิดเห็นของธุรกิจส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจุบันการโฆษณามีบทบาทต่อการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการมาก ดังนั้นกิจการตัวแทนโฆษณาควรจะมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ บอกกล่าว ถึงบริการให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ทำวิจัยต่อไป

1. การศึกษาเรื่องความต้องการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา ของธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้เป็นการศึกษาอยู่แต่เพียงวงแคบเฉพาะธุรกิจรายใหญ่ และธุรกิจที่มีแนวโน้มที่จะใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณาตามที่ผู้วิจัยคาดว่าจะมีการใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา ดังนั้นผลของการศึกษาจึงอาจได้เฉพาะธุรกิจที่ปัจจุบันมีการทำโฆษณาอยู่ก่อนแล้วเท่านั้น ในแง่มุมสำหรับผู้ทำวิจัยครั้งต่อไป ควรจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในกรณีที่ธุรกิจยังไม่เคยทำโฆษณา เพื่อที่จะได้ข้อมูลสำหรับความต้องการอย่างแท้จริง ของธุรกิจในเชียงใหม่

2. การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วัดความพอใจในผลงานที่ธุรกิจ เคยใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา จึงเป็นแง่มุมสำหรับผู้วิจัยครั้งต่อไป เพื่อนำไปปรับปรุงแผนงานการตลาดสำหรับกิจการตัวแทนโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ดียิ่งขึ้น

3. ยังมีมุมมองที่น่าสนใจ สำหรับการศึกษเปรียบเทียบ ระหว่างกิจการตัวแทนโฆษณาท้องถิ่น กับ กิจการตัวแทนโฆษณากรุงเทพฯ ไม่ว่าจะ เป็นในเรื่องของการจัดการ จัดตั้งองค์กร , ความพร้อมในเรื่องบุคลากร , ความสามารถของบุคลากรในการสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเพียงข้อได้เปรียบ เสียเปรียบ ของบริษัทตัวแทนโฆษณาในท้องถิ่นเท่านั้น หากมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างองค์กรในท้องถิ่น กับ กรุงเทพฯ แล้ว คงจะเป็นประโยชน์ ต่อกิจการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเพิ่มมากขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved