

แพททอะวอร์ด รางวัลแห่งความสำเร็จของการโฆษณา

จุดกำเนิดของ แพททอะวอร์ด

รางวัล เป็นสิ่งดึงดูดและกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกต้องการเอาชนะ ซึ่งจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อ เราได้ทำดีที่สุด ในจำนวนคู่แข่งชั้น รางวัลจึงทำให้เกิดการพัฒนาความก้าวหน้าขึ้น รางวัลสำหรับการโฆษณาก็เช่นเดียวกัน

ในสมัยก่อน ภาพพจน์ของการโฆษณาในบ้านเรา คนโดยทั่วไปมีความรู้สึกว่าการโฆษณาเป็นการกล่าวอ้างเกินความจริง มุ่งขายสินค้า และ บริการแต่เพียงอย่างเดียว ทั้ง ๆ ที่ความจริงแล้ว โฆษณามีประโยชน์อย่างมากในทางธุรกิจ เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ ในการติดต่อสื่อสาร และ ให้ข่าวสารเกี่ยวกับตัวสินค้า แก่ผู้บริโภค ซึ่งแต่ก่อนนั้น การโฆษณายังจำกัดไว้ว่า อยู่ในชั้นที่ไม่ได้พัฒนาตามหลักวิชาการอย่างเต็มที่ โฆษณาได้รับการวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวางในทางลบ และ ยังไม่มีบุคคล หรือ องค์การใดที่จะยื่นมือเข้ามามีบทบาทอย่างจริงจัง ดังนั้น จึงเกิดจุดกำเนิดความคิด ที่ว่า ถ้าสามารถจัดการประกวด มีการให้รางวัล อันอาจจะทำให้โฆษณาที่ไม่ดี และ ไม่มีคุณภาพทั้งหลายในเมืองไทยลดน้อยลงไปไต่บ้าง เนื่องจาก ผู้ที่ชนะได้รางวัลจะโดดเด่น จนทำให้ผู้ที่ทำโฆษณาอย่างง่าย ๆ ไม่ดีพิถีพิถัน หรือ ไม่มีหลักการ ต้องหันมาปรับปรุงผลงานของตนเองบ้าง มิฉะนั้นจะด้าหลัง และ ค่อยกว่าคนอื่น ซึ่งถ้าเป็นเช่นนั้นก็หมายความว่า จะไม่มีใครสนใจ และ ธุรกิจของตนก็จะแยกลงไปด้วย

นี่คือแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการจัดประกวดโฆษณาขึ้นมา ซึ่งคณะกรรมการชุดแรก ประกอบด้วย คณาจารย์จาก 2 สถาบัน คือ กลุ่มอาจารย์ที่สอนวิชาการตลาด และ การโฆษณา จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ในปีแรกนั้น ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจาก สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จมาเป็นองค์ประธานในวันประกาศผลรางวัล รวมทั้ง สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ก็ได้ให้การสนับสนุน เผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนได้ทราบโดยทั่วถึงกัน นักโฆษณา นักการตลาด ตลอดจนวงการศึกษา ต่างก็ให้ความเชื่อถือ และ ยอมรับผลการตัดสิน นับว่าเป็นการเริ่มต้นที่ดี

งานประกาศผลรางวัลครั้งแรก จัดขึ้นเมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2520 โดยตั้งชื่องานในครั้งนั้นว่า "การประกวดภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม ประจำปี 2519" หรือ "Top Ten Commercials 1976" ต่อมา ทางคณะกรรมการดำเนินงานเห็นว่าชื่อของการประกวดที่ใช้อยู่เดิมนั้น จะเจาะจงเฉพาะการประกวดภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์เท่านั้น เพื่อความเหมาะสมในการขยายขอบข่ายของงานในอนาคต ดังนั้น ในปีต่อมา คือปี 2521 จึงเปลี่ยนชื่องานเป็น "การประกวดโฆษณายอดเยี่ยมแห่งประเทศไทย" หรือ "Top Advertising Contest Of Thailand" หรือเรียกย่อว่า "แทคทอะวอร์ด" (TACT AWARDS) ซึ่งยังคงใช้ชื่อนี้มาจนปัจจุบัน

วิธีการทำงาน

การก่อตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน เริ่มมาจากกลุ่มอาจารย์จาก 2 สถาบัน คือ จากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ จากคณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สถาบันละ 2 ท่าน โดยได้รับคำปรึกษา และการสนับสนุน จากสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย และ นักการตลาดอื่น ๆ ในปีต่อมา คณะกรรมการเห็นว่า คณะกรรมการดำเนินงานทั้งหมด ไม่มีความถนัดทางด้านศิลปะ และการสร้างภาพยนตร์ ดังนั้น จึงได้เชิญอาจารย์จากคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เข้ามาร่วมงานด้วย โดยได้รับความร่วมมืออย่างดีจากสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย

จากการที่สถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงของประเทศเป็นผู้ดำเนินงานจัดการประกวด นับว่าเป็นสิ่งที่ดี และสามารถคงความเป็นกลางไว้ได้ แต่ก็ยังมีบางฝ่ายให้ความเห็นว่า สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย น่าเป็นผู้จัดประกวดแต่ผู้เดียว เนื่องจาก เกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้โดยตรง แต่ก็ยังมีอีกหลาย ๆ เสียงเห็นว่า การที่สมาคม ฯ ประกอบด้วยการรวมกันมาจากบริษัทตัวแทนโฆษณาต่าง ๆ ความเป็นกลางที่จะได้รับ หากมองจากคนภายนอก จะมีน้อยกว่าสถาบันการศึกษา

วัตถุประสงค์ของงาน แทคทอะวอร์ด

วัตถุประสงค์ที่ได้ยึดถือกันมา มีอยู่ 4 ประการใหญ่ ๆ คือ

1. เพื่อส่งเสริมการโฆษณาให้มีความรับผิดชอบต่องสังคมยิ่งขึ้น
2. เพื่อยกระดับมาตรฐานของโฆษณาในประเทศไทย ให้เป็นประโยชน์ต่อ

ประชาชน

3. เพื่อนำผลของการตัดสินไปวิเคราะห์ อันจะเป็นประโยชน์กับวิทยาการโฆษณาต่อไป
4. เพื่อยกระดับมาตรฐานการประกอบวิชาชีพการโฆษณาในประเทศไทย

ทางคณะกรรมการดำเนินงานเห็นว่า จากหลายปีที่ผ่านมา การโฆษณาในประเทศไทยในปัจจุบัน มีคุณภาพดี โดยเฉลี่ยแล้วได้มาตรฐาน และ การโฆษณาบางเรื่องบางชิ้นเป็นผลงานที่เด่นมาก จนได้รับรางวัลในระดับนานาชาติ เช่น รางวัล CLIO AWARDS ซึ่งเป็นรางวัลจากการประกวดโฆษณานานาชาติ เป็นต้น คงจะเป็นการพิสูจน์ได้ว่า วัตถุประสงค์ของแพ็คเกจเวิร์คที่ตั้งไว้ ได้บรรลุเป้าหมายแล้ว แต่ไม่ได้หมายความว่าแพ็คเกจเวิร์คแค่รางวัลเดียว จะสามารถทำให้วงการโฆษณามีมาตรฐานที่ดีขึ้นได้ แต่อย่างน้อยก็นับว่า มีส่วนอยู่บ้างพอสมควร

เกณฑ์การตัดสิน

คณะกรรมการดำเนินงานได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของกรรมการตัดสิน โดยยึดหลักของการทำโฆษณาที่เป็น Professional ไม่ใช่ Popularity Vote การทำโฆษณาที่ดี ควรจะมีหลักการอะไรอยู่บ้าง ดังนั้น แนวทาง หรือ เกณฑ์การตัดสิน จะเน้นทั้งทางด้านการตลาด ความคิดสร้างสรรค์ และ การผลิต โดยพิจารณาว่า โฆษณาเรื่องนั้น หรือ ชิ้นนั้นสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้หรือไม่ ซึ่งผู้โฆษณาจะต้องระบุวัตถุประสงค์เข้ามาในใบสมัครด้วย เช่น หากผู้โฆษณายกมาว่า ภาพยนตร์ชิ้นนี้สร้างขึ้นมานำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่เมื่อพิจารณาแล้วปรากฏว่า คุณแล้วไม่ทราบว่าสินค้าที่โฆษณานั้นใหม่ ถ้าเป็นเช่นนั้น คะแนนของโฆษณานั้นก็จะค่อยลงไป แม้ว่าผู้บริโภคจะดูภาพยนตร์เรื่องนี้แล้ว มีความรู้ดีว่าโฆษณาชิ้นนี้สร้างได้ก็ก็ตาม นอกจากนี้ ยังพิจารณาคือว่า โฆษณาชิ้นนั้นสามารถทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเข้าใจเนื้อหาที่โฆษณาหรือไม่ เช่น โฆษณาบางชิ้นมุ่งตลาดเป้าหมายระดับล่าง แต่แนวการโฆษณาสร้างไว้เหมาะกับระดับบน หรือ เนื้อหาซับซ้อน สับสน ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายก็อาจจะไม่เข้าใจก็ได้ สิ่งสำคัญต่อมา คือ ความคิดริเริ่ม โฆษณานั้นมีจุดเด่นของแนวความคิดที่เด่นหรือไม่ อย่างไร สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้สนใจได้เพียงใด โฆษณานั้นชักจูงให้คนจ่ายหรือสินค้า หรือ บริษัทใดเพียงใด สามารถสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคเป้าหมายได้มากน้อยเพียงใด ทางด้านส่วน

ของการถ่ายทำ ก็จะพิจารณาค่าน แสง สี เสียง ความคมของภาพ ความสอดคล้องของเนื้อเรื่อง คนตรี ผู้แสดง ฉาก และ อื่น ๆ ประกอบ

กล่าวโดยสรุป แนวทางการพิจารณาจะดูจากการตลาด ความคิดสร้างสรรค์ และการผลิต ถ้าเป็นรางวัลพิเศษ ก็จะมีแนวทางการพิจารณาที่เน้นหนักไปทางใดทางหนึ่ง เช่น ความคิดสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม (Best Creativity) หรือ สร้างภาพยนตร์ยอดเยี่ยม (Best Production) ก็จะเน้นหนักเจาะลึกทางด้านความคิดสร้างสรรค์ หรือ การผลิต ตามลำดับ

กรรมการตัดสิน

เนื่องจาก เกณฑ์การตัดสินเป็นแบบ Professional Vote จึงมีการเชิญ กรรมการตัดสินจากแขนงต่าง ๆ ซึ่งในช่วงเริ่มแรกนั้น การคัดเลือกกรรมการตัดสิน ได้รับความร่วมมือ และ แนะนำจากสมาคมโฆษณา ฯ และ สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย โดยคณะกรรมการ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ จาก 4 กลุ่ม คือ

1. นักการตลาด และ นักโฆษณา
2. นักวิชาการทางการตลาด และ การโฆษณา
3. นักสร้างภาพยนตร์
4. สื่อมวลชน

สัดส่วนในการตัดสิน จะเน้นหนักด้านการตลาด โดยแบ่งกรรมการตามประเภทของรางวัล ดังนี้

1. รางวัลประเภทภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม

แยกการพิจารณาโดยเด็ดขาด ระหว่าง กรรมการทางส่วนการตลาด และ กรรมการทางส่วนศิลปะ และ การสร้าง โดยที่กรรมการส่วนการตลาด และ การโฆษณา จะได้รับแบบสอบถามที่เกี่ยวกับด้านการตลาด และ การโฆษณา เท่านั้น เช่นเดียวกับ กรรมการทางด้านความคิดสร้างสรรค์ และ การผลิตภาพยนตร์ ก็จะตอบแบบสอบถามเฉพาะในแขนงของตน แล้วจึงนำมารวมกัน โดยมีการถ่วงน้ำหนัก (weighted) โดยเป็น

การตลาด	50 %
ความคิดสร้างสรรค์	30 %
การสร้าง	20 %

2. รางวัลภาพยนตร์โฆษณาความคิดสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม และ ภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตยอดเยี่ยม

การตัดสินแยกออกจากจากการตัดสินภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม โดยคณะกรรมการดำเนินงานได้เชิญผู้อำนวยการฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ (Creative Director) และ ผู้จัดการบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ มาเป็นกรรมการตัดสิน โดย weighted ตาม

ฝ่ายสร้างสรรค์ Creative	65 %
ฝ่ายสร้างภาพยนตร์ Production	25 %
นักวิชาการ	10 %

3. รางวัลสิ่งพิมพ์โฆษณา ทั้งที่เป็นนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และ โปสเตอร์

มีการ weighted คะแนนตาม

นักการตลาด	45 %
Creative	20 %
Artist	20 %
นักวิชาการ	10 %

ทางคณะกรรมการดำเนินงานจะพิจารณากรรมการที่รับเชิญจากตัวบุคคล ไม่ใช่จากบริษัทโฆษณา ดังนั้นไม่จำเป็นที่ทุกบริษัทตัวแทนโฆษณาจะได้รับเชิญ และ ผู้ที่เป็นกรรมการตัดสิน จะคงคะแนนให้กับผลงานของตนเอง

ประเภทของรางวัล

แรกเริ่มของการจัดประกวดรางวัลแห่งชาติโทรทัศน์ ในปี 2521 มีการจัดประกวดเฉพาะภาพยนตร์โฆษณาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์เท่านั้น รางวัลที่ให้แก่เป็นการคัดเลือก

ภาพยนตร์โฆษณา 10 อันดับยอดเยี่ยม และ ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมยอดเยี่ยม ไม่มีการแบ่งแยกรางวัลอื่น ๆ ในปีต่อมา ได้เพิ่มอีก 2 รางวัล คือ ภาพยนตร์โฆษณาความคิดสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม และ ภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตยอดเยี่ยม จากนั้น ในปี 2524 คณะกรรมการดำเนินงานก็เพิ่มการจัดประกวด และ ให้รางวัล ประเภท สิ่งพิมพ์โฆษณาค้าย คือ โฆษณาทามนิตยสาร และ หนังสือพิมพ์ โดยแบ่งตามประเภทสินค้า เช่น ประเภทของใช้ส่วนตัว รถยนต์ เป็นต้น ในปี 2525 ได้เพิ่มการประกวด แคมเปญสิ่งพิมพ์ขึ้น รวมทั้งทางสำนักนายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้คณะกรรมการดำเนินงาน คัดเลือก ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมเยาวชนยอดเยี่ยมประจำปีด้วย จากนั้น ในปี 2526 ได้เพิ่มรางวัล แคมเปญภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม และ โปสเตอร์โฆษณายอดเยี่ยม ประเภทละ 1 รางวัล และ ในปี 2527 ขอมช่วยการประกวดได้ขยายไปยังโฆษณาทางวิทยุ โดยได้จัดให้มีรางวัลโฆษณาทางวิทยุยอดเยี่ยม 5 รางวัล ต่อมา ในปี 2528 มีการเพิ่มรางวัลชมเชยที่ 2 และ ที่ 3 แก่ภาพยนตร์โฆษณาที่มีความคิดสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม และ ภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตยอดเยี่ยม เนื่องจาก คุณภาพของภาพยนตร์โฆษณาต่าง ๆ ได้พัฒนาขึ้นจนใกล้เคียงกันมาก และ คาดว่าในอนาคต รางวัลของการประกวด อาจจะเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับสื่อชนิดใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นตามมา

ความสำคัญของ แทคทอะวอร์ด

ในปัจจุบันนี้ รางวัลแทคทอะวอร์ดถือได้ว่าเป็นรางวัลหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับของ คนส่วนใหญ่ในหลาย ๆ วงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวงการโฆษณา ทั้งนี้ เนื่องจาก รางวัลแทคทอะวอร์ด มีความสำคัญในหลาย ๆ ด้าน กล่าวคือ

1.. เป็นรางวัลที่ช่วยสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการโฆษณาให้แก่ผู้บริโภคทั้งหลาย ทำให้พวกเขาเหล่านั้นเข้าใจผู้ผลิตสินค้า หรือ ผู้สร้างสรรคงานโฆษณาได้ดียิ่งขึ้น โฆษณาที่ปรากฏมิใช่โฆษณาที่หลอกลวง และ เกินความจริงเสมอไป โฆษณาที่ดี และมีคุณค่า จะทำให้พวกเขาได้รับความรู้ และ ประโยชน์จากการดู หรือ ฟังโฆษณานั้น ๆ

2.. เป็นรางวัลที่กระตุ้นผู้ผลิตสินค้าได้ตระหนักถึงผลประโยชน์ที่จะมอบให้แก่ ผู้บริโภค มิใช่คำนึงถึงแต่ประโยชน์ทางการค้าแต่เพียงอย่างเดียว การโฆษณาสินค้าที่ เกินความจริง เขาชาวตนเอง จะทำให้ ผู้บริโภคหมดความเชื่อถือในตัวสินค้า ตลอดจน ผู้ผลิตสินค้าย

3. เป็นรางวัลที่กระตุ้นให้ผู้สร้างงานโฆษณาที่มีความรับผิดชอบต่อคนส่วนรวมในสังคม ทำให้พวกเขาเหล่านั้น ตระหนักถึงวิชาชีพทางการโฆษณาอย่างจริงจัง ไม่คำนึงถึงผลกำไรของเจ้าของผลิตภัณฑ์แต่เพียงอย่างเดียว แต่คำนึงว่า จะให้ประโยชน์อะไรแก่ผู้บริโภคมากที่สุด (Consumer Oriented) โดยไม่สร้างความรำคาญ หรือ เบื่อหน่าย อีกทั้งยังทำให้นักโฆษณาที่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ มีโอกาสได้เกิดในวงการโฆษณาด้วย

4. หนึ่งในหลาย ๆ รางวัลของการประกวดเทศกาลอะวอร์ด คือ รางวัลส่งเสริมสังคม ทำให้ผู้ผลิตสินค้า และ ผู้สร้างงานโฆษณาตระหนักถึงภาระที่ตนต้องมีส่วนในสังคมนั้นคือ ความคิดสร้างสรรค์ที่จะผลิตงานโฆษณาที่จะส่งเสริมสังคม ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าผู้ผลิตสินค้าไม่ไถ่แค่กำไรอย่างเดียว แต่ยังมีภาระที่จะต้องรับผิดชอบต่อสังคม และ มีความห่วงใยสังคมส่วนรวมอยู่ เท่ากับว่า เป็นการส่งเสริมความเข้าใจอันดีแก่ผู้ผลิตสินค้า ผู้สร้างงานโฆษณา และ ผู้บริโภคทั้งหลาย ก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับการโฆษณา

สำนักหอสมุด