

บทนำ

ความทั่วไป

ในปัจจุบันนี้ภาวะการแข่งขันของสินค้าที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น สินค้าต่างๆในตลาดมีมากจนผู้บริโภคไม่สามารถแยกความแตกต่างได้ บริษัท, ห้างร้านต่างๆ จึงต้องใช้ยุทธวิธีทางการตลาดเข้ามาเพื่อช่วยรักษายอดขายและขยายตลาดสินค้าของตนให้กว้างออกไปอีก ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในธุรกิจปัจจุบัน

การโฆษณาในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมการตลาดจึงเข้ามามีบทบาทในการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนงานการตลาดให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนงานที่ตั้งไว้โดยอาศัยการโฆษณาเป็นสื่อในการแจ้งข่าวสารและกระตุ้นความสนใจ ตลอดจนชักจูงให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมในการซื้อสินค้า การโฆษณาจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมการตลาด ผู้เขียนเองได้ตระหนักถึงความสำคัญนี้ จึงได้ทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ขึ้นเพื่อศึกษาถึงความสำคัญของบทบาทของการโฆษณา โดยได้ศึกษาเกี่ยวกับประเภทของการโฆษณาประเภทหนึ่งซึ่งก็คือ การโฆษณาร่วมกัน

การโฆษณาร่วมกันเมื่อพูดอย่างง่ายๆ คือการสนับสนุนการโฆษณาร่วมกันระหว่างผู้ผลิต และผู้ค้าปลีกซึ่งสื่อโดยตรงไปยังผู้บริโภค ถือได้ว่าเป็นการโฆษณาที่มีศักยภาพในการปรับปรุงผลผลิตทางการตลาด

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

การที่ผู้เขียนศึกษาค้นคว้าและเขียนสารนิพนธ์เกี่ยวกับเรื่องนี้ เนื่องจากปัจจุบันการโฆษณามีบทบาทต่อวงการธุรกิจเป็นอย่างมาก สินค้าในตลาดจะประสบผลสำเร็จได้ก็ขึ้นอยู่กับกิจกรรมหลักหลายประการเช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

การโฆษณาร่วมกันมักจะถูกจัดอยู่ในประเภทของการส่งเสริมการขาย เพราะว่าเป็นเป้าหมายของมันก็เพื่อสร้างอิทธิพลต่อผู้บริโภคในช่วงเวลาที่จะซื้อสินค้าและยี่ห้อ โดยเฉพาะผู้ผลิตจะมองว่าการส่งเสริมการขายเป็นวิธีที่จะบรรลุเป้าหมายการขายอย่างรวดเร็ว และกระตุ้น

ให้พ่อค้ากักตุนสินค้าในระยะสั้นด้วย และการส่งเสริมการขายยังเป็นการรองรับว่าสินค้าจะมีขาย
ในร้านค้าตลอด อีกทั้งยังสร้างความรู้สึกรับประกันแก่ผู้บริโภคโดยการใช้โฆษณาขายปลีก

อย่างไรก็ตาม เราจึงมองว่าการโฆษณาร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งของการโฆษณาและ
การส่งเสริมการขาย ดังนั้นผู้เขียนจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะช่วยให้บุคคลที่สนใจ
สามารถประยุกต์ใช้การโฆษณาร่วมกันไปกับกิจกรรมหลักอื่น ๆ ในการสร้างประสิทธิผลต่อการขาย
สินค้า

วิธีการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อเขียนสารนิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนกระทำโดย ศึกษาค้นคว้า
จากตำราทางด้านการศึกษาตลอดจนเอกสารจากห้องสมุด เช่น หนังสือ, สารนิพนธ์ เป็นต้น

ขอบเขตในการศึกษา

ขอบเขตในการศึกษาเพื่อประกอบการเขียนสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนได้ศึกษาถึงความ
สำคัญและการทำงานของการทำงานของการโฆษณาร่วมกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- บทที่ 1 กล่าวถึงคำนิยาม, ประเภทของการโฆษณาร่วมกัน, ผู้ใช้การโฆษณาร่วมกัน และลักษณะ
เด่นของจกรโฆษณาร่วมกัน
- บทที่ 2 จะกล่าวถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการโฆษณาร่วมกัน
- บทที่ 3 กล่าวถึงวัตถุประสงค์โดยรวมของการโฆษณาร่วมกัน
- บทที่ 4 จะกล่าวถึงประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น และอาจจะเกิดขึ้นจากการใช้การโฆษณาร่วมกัน
รวมทั้งการประเมินผลของการโฆษณา
- บทที่ 5 จะกล่าวถึงความเป็นเอกลักษณ์ของร้านค้าและตัวซื้อที่ซื้อสินค้า โดยจะพูดถึงการโฆษณา
ร่วมกันว่าจะส่งผลต่อผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกได้อย่างไร
- บทที่ 6 จะเป็นการสรุป และเสนอแนะแนวทางในการโฆษณาร่วมกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนได้ทำการศึกษาค้นคว้าและต้องการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญ

ของการโหมกร่วมกันว่ามีประโยชน์อย่างไรในการดำเนินงานด้านธุรกิจ รวมทั้งวิธีการต่างๆที่ควรกระทำ และปัญหาที่ควรหลีกเลี่ยง ดังนั้นผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้คงจะเป็นประโยชน์แก่นักศึกษาและผู้สนใจอย่างไม่มากก็น้อย



ชำนาญกหอสมุด