

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

การโฆษณา เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน เป็นธุรกิจที่คอยส่งเสริมให้ธุรกิจอื่น ๆ มีความเติบโตและพัฒนาไปได้ด้วยดี เพราะการโฆษณาเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญที่จะช่วยให้แผนงานทางการตลาดประสบความสำเร็จ การเปลี่ยนแปลงใดๆก็ตามที่เกิดขึ้นกับระบบตลาดย่อมส่งผลกระทบต่อไปยังธุรกิจโฆษณาด้วย

ปัจจุบันธุรกิจการค้าของโลกกำลังขนานรับนโยบายการค้าเสรี อันจะส่งผลให้ระบบตลาดทั่วโลกเกิดการเปลี่ยนแปลง โดยรูปแบบการค้าทั่วโลกจะอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์เดียวกัน ซึ่งเราเรียกสิ่งนี้ว่า กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization)

การเกิดขึ้นของกระแสโลกาภิวัตน์นี้ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆขึ้นอย่างมากมายกับระบบตลาดทั่วโลก โดยเฉพาะปี ค.ศ. 2000 ที่จะมาถึงนี้ ซึ่งผู้คนในสังคมทั่วโลกมีความเชื่ออยู่ลึกๆว่าจะเป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคใหม่ เป็นการก้าวไปสู่คริสต์ศตวรรษที่ 21 ทั้งที่จริงการเปลี่ยนแปลงทั้งหลายทั้งปวงไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกันในปีนั้น แต่เริ่มต้นมาก่อนหน้านั้นหลายปี ระบบตลาดก็เช่นกันต้องมีการปรับปรุงการบริหาร การจัดการ การผลิต การขาย ให้ตอบสนองกับพฤติกรรมของผู้บริโภครุ่นใหม่ที่น่าวันจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วขึ้น เพราะอิทธิพลของเทคโนโลยีข่าวสารและโทรคมนาคมที่ถูกพัฒนาให้ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจการค้าใหญ่ๆต่างก็ต้องการขยายฐานการตลาดออกไปสร้างลูกค้าให้เกิดทั่วทุกมุมโลก

ประเทศไทยก็เป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับผลของการเปลี่ยนแปลงนี้ เพราะประเทศไทยนั้นถือเป็นประเทศหนึ่งในเอเชียที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง ทำให้บริษัทยักษ์ใหญ่จากต่างประเทศสนใจที่จะเข้ามาลงทุนและทำธุรกิจในเมืองไทยมากขึ้น

เมื่อต้องทำธุรกิจภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การวางแผนทางการตลาด ภายใต้การสื่อสารที่เป็นหนึ่งเดียวกันทั่วโลกจึงถูกนำมาใช้ ตรงจุดนี้เองที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโฆษณา โดยบริษัทต่างๆที่เข้ามาต่างนำเอาบริษัทโฆษณาที่ดูแลผลิตภัณฑ์นั้นๆ อยู่ในต่างประเทศตามเข้ามาดูแลสินค้าในประเทศที่มาลงทุนด้วย การผูกติดกันเป็นพันธมิตรทางธุรกิจจึงส่งผลไปทั่วโลก

เมื่อเป็นเช่นนี้ทำให้เกิดความน่าสนใจขึ้นมาว่าถ้าเช่นนั้นบริษัทโฆษณาของไทยในอนาคตนั้นจะเป็นอย่างไร แล้วจะได้รับผลกระทบอย่างไรบ้างจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สารนิพนธ์เรื่อง “ธุรกิจโฆษณาไทยบนเส้นทางสายโลกาภิวัตน์” นี้จึงได้เสนอให้เห็นผลกระทบที่กำลังจะเกิดขึ้นและการเตรียมพร้อมรับมือของบรรดาบริษัทโฆษณาท้องถิ่นต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงนี้

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของระบบตลาดอันเนื่องมาจากการเข้าสู่กระแสโลกาภิวัตน์ของธุรกิจทั่วโลก
2. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับวงการธุรกิจโฆษณาในประเทศไทยอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของระบบตลาดทั่วโลก
3. เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มของธุรกิจโฆษณาของประเทศในอนาคต

ขอบเขตการศึกษา

สารนิพนธ์ฉบับนี้มุ่งศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของระบบตลาดในกระแสโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโฆษณาของไทย และเสนอให้เห็นถึงแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นกับบริษัทโฆษณาในประเทศ รวมถึงการเตรียมตัวรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นของบริษัทโฆษณาท้องถิ่น

วิธีการศึกษาค้นคว้า

1. ศึกษาและค้นคว้าจากหนังสือการตลาดและการโฆษณาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จากห้องสมุดคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน และห้องสมุดคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2. ศึกษาและค้นคว้าจากสารนิพนธ์ของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3. ศึกษาและค้นคว้าจากบทความในวารสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
4. ศึกษาจากเอกสารของบริษัทไดอิจิ-คิคาคุ (ประเทศไทย) จำกัด

สถานที่ศึกษาและระยะเวลาในการศึกษา

ผู้เขียนได้รับความอนุเคราะห์ให้เข้าฝึกงานที่บริษัทไดอิจิ-คิคาคุ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 159 อาคารเสริมมิตร ชั้น 26 ถนนสุขุมวิท 21 กรุงเทพฯ 10110 ในแผนกบริหารงานลูกค้า (Client Service) ในระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2539 รวมเป็นระยะเวลากว่า 200 ชั่วโมง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงของระบบตลาดที่เกิดจากอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์
2. เพื่อวิจารณ์ถึงผลกระทบที่จะเกิดกับวงการธุรกิจโฆษณาในประเทศอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของระบบตลาดทั่วโลก
3. เพื่อแยกแยะถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่จะเกิดกับบริษัท โฆษณาของประเทศในอนาคต
4. เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ทำงานหรือกำลังจะเข้าทำงานในวงการโฆษณา