

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

เมื่อธุรกิจการค้าทั่วโลกต่างขนานรับนโยบายการค้าเสรี ซึ่งส่งผลให้มีการเปิดกว้างทางการค้า การลดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ และการเข้ามาลงทุนของต่างชาติ มีการรวมตัวกันในระดับภูมิภาคหรือระหว่างประเทศเพื่อร่วมกันสร้างศักยภาพในด้านต่างๆ บริษัทการค้าใหญ่ๆก็เริ่มขยายฐานการผลิตเข้าไปในประเทศอื่นๆ เพื่อกระจายสินค้าของตนและสร้างระบบการค้าที่เป็นระบบตลาดเดียวทั่วโลก (Global Marketing) ทุกคนทั่วโลกจะมีสินค้าในระดับมาตรฐานเดียวกันใช้ สิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนแต่เป็นผลจากอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งกำลังปรับเปลี่ยนโลกนี้ให้เป็นโลกที่ไร้พรมแดน

การขยายตัวของบริษัทการค้าต่างๆก็ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยด้วย เพราะประเทศไทยเองก็เป็นประเทศหนึ่งในเอเชียที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็ว จึงเป็นสนามของการแข่งขันของบรรดาบริษัทยักษ์ใหญ่หลายๆประเทศด้วยกัน และทุกๆบริษัทต่างก็ต้องการสร้างความเป็นหนึ่งเดียวทางธุรกิจ พร้อมๆกับการปรับตัวสู่กระแสโลกาภิวัตน์ยิ่งมีมากขึ้น และต่างก็ได้พบว่า การกระจายสินค้าออกสู่ภูมิภาคต่างๆทั่วโลกภายใต้การวางแผนการตลาดที่สื่อสารกับผู้บริโภคด้วยความเดียวกันทั่วโลกหรือความเป็นเอกภาพจะได้ผลเพิ่มขึ้นเสมอๆ ด้วยเหตุนี้เองเจ้าของสินค้าจึงใช้การเชื่อมโยงพันธมิตรทางธุรกิจ โดยการนำเอาบริษัทโฆษณาที่ดูแลผลิตภัณฑ์นั้นๆอยู่ในต่างประเทศเข้ามาเปิดกิจการในประเทศที่สินค้าได้กระจายเข้าไปด้วย ซึ่งวิธีนี้ก็ทำให้เกิดผลดีในด้านต่างๆทั้งกับตัวสินค้าเองและบริษัทที่ทำโฆษณา เพราะสินค้านั้นก็จะได้สื่อสารกับผู้บริโภคด้วยแนวความคิดเดียวกันทั่วโลก และตัวบริษัทโฆษณาเองก็มีรายได้เพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องเสียโฆษณาให้กับบริษัทอื่น แต่การเข้ามาของบริษัทโฆษณาข้ามชาติก็มีข้อจำกัดด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านการลงทุน บุคลากร หรือกฎหมาย ฯลฯ ทำให้บริษัทโฆษณาข้ามชาติมีทางเลือกในการลงทุนอยู่ 2 ทาง ระหว่างการลงทุนเปิด

บริษัทเอง ก็การลงทุนกับบริษัทโฆษณาในท้องถิ่น กรณีนี้จึงทำให้รูปแบบบริษัทโฆษณาของไทยในอนาคตมีแนวโน้มที่จะรวมตัวกับบริษัทโฆษณาของต่างชาติมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันก็มีให้เห็นหลายบริษัทแล้วเช่นกัน

นอกจากนี้รูปแบบของบริษัทโฆษณาในอนาคตยังมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนเป็นการให้บริการทางด้านการสร้างสรรค์ผลงานโดยเฉพาะ หรือการให้บริการทางด้านสื่อโดยเฉพาะ

เมื่อสินค้ามีแนวโน้มที่จะใช้บริษัทโฆษณาเดียวกันทั่วโลก(Global Agency) ในอนาคตจึงมีแนวโน้มของการใช้โฆษณาเดียวทั่วโลก (Global Advertising) มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพยนตร์โฆษณาจากแหล่งการผลิตเดียวและใช้ผู้แสดง (Presenter) ที่เป็นที่ยุ้จักของคนทั่วโลกหรือในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง หรือการเปลี่ยนผู้แสดงไปในแต่ละประเทศ แต่รูปแบบและแนวความคิดของโฆษณายังคงเหมือนเดิม

นอกจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านรูปแบบของบริษัทโฆษณาและการใช้โฆษณาเดียวทั่วโลกแล้ว ยังมีแนวโน้มที่สำคัญอีกอย่างที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโฆษณา นั่นก็คือเรื่องของสื่อ (Media) โดยสื่อหลักไม่ว่าจะเป็นทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ ล้วนแล้วแต่จะมีราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่การแข่งขันก็มากขึ้นด้วยเช่นกัน สินค้าต่างๆและบริษัทโฆษณาจึงหาทางออกโดยการหันมาใช้สื่ออื่นๆที่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกัน และได้ผลคุ้มค่า ทำให้สื่อเสริมจะกลายมาเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากขึ้น

สรุปแล้วธุรกิจโฆษณาของประเทศในวันนี้กำลังปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของระบบตลาดและอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์คือการเข้ามาของบริษัทโฆษณาข้ามชาติ ผนวกกับการที่บริษัทโฆษณาในประเทศเองต่างก็ประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ลูกค้าน่าต่างก็ตัดงบโฆษณาลงหรือบางที่ก็ดึงสินค้ากลับไปทำเองก็มี บริษัทโฆษณาในท้องถิ่นจึงต้องหาทางออกต่างๆเพื่อความอยู่รอด โดยการดึงบริษัทโฆษณาข้ามชาติมาร่วมทุน ซึ่งต่างก็ได้รับผลประโยชน์จากกันและกัน บริษัทโฆษณาท้องถิ่นก็มีโอกาสได้สินค้าเพิ่มขึ้น บริษัทข้ามชาติก็ต้องการใช้ฐานการตลาดของบริษัทท้องถิ่นในการบุกตลาด เพราะคนในท้องถิ่นย่อมเข้าใจเงื่อนไขการตลาดและด้านสื่อดีกว่า

สำหรับบริษัทโฆษณาท้องถิ่นที่มีขนาดใหญ่หลายๆแห่งที่ไม่ได้มีการ
ร่วมทุนกับบริษัทโฆษณาข้ามชาติก็เร่งสร้างศักยภาพของตนเอง โดยการขยายออกไปสู่
ต่างประเทศบ้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะขยายสู่ภูมิภาคอินโดจีน ไม่ว่าจะเป็นจีน เวียดนาม
เมียนมาร์ เขมร ลาว ฟิลิปปินส์ ในลักษณะของการเข้าไปผูกสัมพันธ์กับบริษัท
โฆษณาของท้องถิ่นนั้นๆ การขยายตัวเช่นนี้เป็นลักษณะของการเติบโตไปพร้อมๆกับ
สินค้าที่กระจายออกไป ดังเช่นบริษัทข้ามชาติเข้ามาในเมืองไทย

การปรับตัวของบริษัทโฆษณาท้องถิ่นในวันนี้ ต่างก็ทำเพื่อความอยู่รอด
ของธุรกิจ ซึ่งก็เป็นไปตามกระบวนการในระบบเศรษฐกิจ การที่บริษัทโฆษณาจะ
เลือกการเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบใดนั้นคงต้องขึ้นอยู่กับวิจรรณญาณของแต่ละบริษัท
ว่าเหมาะสมหรือพร้อมที่จะเดินทางไปทางใด

ข้อเสนอแนะ

1. การเข้ามาของบริษัทโฆษณาข้ามชาตินั้นย่อมส่งผลให้วงการโฆษณา
ของไทยมีความตื่นตัวและก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น การแข่งขันก็คงจะสูงขึ้น เพราะลูกค้ามี
ทางเลือกมากขึ้น บริษัทโฆษณาในท้องถิ่นจึงควรที่จะต้องเร่งสร้างคุณภาพและประ
สิทธิภาพในผลงานให้ทัดเทียมกับบริษัทต่างชาติ เพื่อที่จะได้ไม่เสียลูกค้าที่มีอยู่กับ
บริษัทเหล่านั้นไป

2. แม้ว่าบริษัทโฆษณาท้องถิ่นจะไม่ค่อยมีโอกาสนในการได้ดูแลสินค้า
ระดับโลกจากต่างประเทศ แต่ก็มีโอกาสในการเติบโตและขยายตัวทางธุรกิจได้ เพราะ
ปัจจุบันมีสินค้าของไทยหลายตัวที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติและส่งขายไปทั่วโลก
บริษัทโฆษณาท้องถิ่นจึงไม่ควรมองข้ามบริษัทเหล่านั้นไป รวมทั้งบริษัทโฆษณาที่ดูแล
สินค้าต่างๆนี้แล้วก็ควรมีการขยายตัวเองตามสินค้าออกไป เหมือนอย่างที่ได้จากต่างประเทศ
ขยายเข้ามาในประเทศ

3. การที่บริษัทโฆษณาจะตัดสินใจเลือกสื่อใดในการลงโฆษณาสินค้านั้น
คงจะต้องพิจารณากันอย่างรอบคอบ เพราะปัจจุบันมีสื่อใหม่ๆเกิดขึ้นมาอย่างมากมาย
เพื่อเป็นทางเลือกให้กับสินค้า เนื่องจากการที่สื่อหลักมีราคาสูงขึ้นทุกวัน สินค้าบาง

ประเภทที่มีงบประมาณอยู่ไม่มากก็ไม่สามารถที่จะลงได้ก็พอที่จะเข้าถึงผู้บริโภคได้ สื่อเสริมจึงเป็นสื่อที่คนกำลังให้ความสนใจ แต่ถึงอย่างไรก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้สื่อประเภทใดๆนั้นบริษัทโฆษณาก็ควรที่จะพิจารณาความเหมาะสมต่างๆ ถึงแม้ว่าสื่อเสริมจะมีราคาถูกก็จริงแต่ถ้าลงไปแล้วไม่ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มเป้าหมายมีโอกาสน้อยมากที่จะได้เห็น การเลือกลงสื่อนั้นก็เท่ากับเป็นการสูญเปล่า



ชำนาญ หอสมุด