

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ท่ามกลางกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปลายศตวรรษที่ 20 ที่เรากำลังสัมผัสอยู่ในขณะนี้ก็คือ การเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคที่เราอาจเรียกได้ว่าเป็น ยุคแห่งสังคมข่าวสาร หรือ Information Society ซึ่งมีลักษณะรูปแบบพื้นฐานของสังคมที่แตกต่างไปจากรูปแบบดั้งเดิม กล่าวคือข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้กลายเป็นพื้นฐานทางเศรษฐกิจและเข้ามามีบทบาทสำคัญแทนที่อุตสาหกรรมและการใช้แรงงาน

Daniel Bell (1976) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญประการหนึ่งของสังคมข่าวสาร ก็คือข้อมูลข่าวสาร (Information) และความรู้ (Knowledge) จะกลายเป็นพื้นฐานของเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่ก้าวเข้าสู่ระบบที่ต้องพึ่งพาสติปัญญาโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นโครงสร้างที่สำคัญ ซึ่งความสำคัญของข่าวสารนี้ยังสะท้อนให้เห็นในข้อเขียนของจอห์น โนซ์บิตต์และคณะ (2534) ว่า "เรากำลังจมอยู่ในทะเลแห่งข้อมูลข่าวสารและทวีไทยต่อความรู้ใหม่ๆ อย่างที่ สุด ทุกวันนี้มีสื่อมวลชนที่เสนอข้อมูลข่าวสารสะท้อนความเปลี่ยนแปลงในทุกด้านให้แก่เราได้ตลอดเวลา ทั้งจากเครือข่ายเคเบิลทีวี จากสถานีแต่ละช่อง จากวิดีโอ ภาพยนตร์ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์จำนวนนับไม่ถ้วน "

Schement , Parker , & Shelton (อ้างจาก Jerry L. Salvaggio, 1989) ได้กล่าวถึงลักษณะสังคมข่าวสาร 6 ประการ คือ

1. ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทที่สำคัญที่สุดต่อเศรษฐกิจ (Information Materialism , or Information exchanged as an economic commodity)
2. การเกิดอาชีพที่หลากหลายซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลข่าวสาร
(A Large Information Workforce)
3. การติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างบุคคลและสถาบันต่างๆ มากขึ้น ทั้งนี้เป็น

- ผลมาจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปง่ายและสะดวก (interconnectedness among individuals and institutions)
- 4. ศาสตร์หรือความรู้ต่างๆที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพแก่องค์กรทวีความสำคัญขึ้น (The Special Status of Scientific Knowledge)
- 5. เกิดจำนวนสื่อและช่องทางการสื่อสารจำนวนมาก (A Social Environment with many Messages and Channels)
- 6. การแพร่กระจายของเทคโนโลยีอย่างกว้างขวางช่วยให้แต่ละคนสามารถผลิต หรือเก็บข่าวสารได้มากขึ้น (Widely Diffused Information Technology)

กระแสของโลกาภิวัตน์ (Globalization) หรือที่เรียกว่าโลกไร้พรมแดนคือลักษณะหนึ่งของความเปลี่ยนแปลงในยุคสังคมข่าวสารที่เห็นได้เด่นชัดที่สุดในขณะนี้ โลกทั้งโลกสามารถติดต่อถึงกันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ธุรกิจวันนี้จึงเต็มเปี่ยมไปด้วยการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรงและนับวันจะเพิ่มความรุนแรงมากขึ้นแบบทวีคูณ เส้นพรมแดนระหว่างประเทศที่เคยเป็นอุปสรรคปิดกั้นการดำเนินธุรกิจถูกลบเลือนไปด้วยระบบการสื่อสารแบบใหม่ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการเชื่อมโยงโลกทั้งโลกเข้าไว้ด้วยกัน มนุษย์กำลังก้าวข้ามรูปแบบของยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมไปสู่ยุคใหม่ ซึ่งมีค่านิยมแบบใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิศาสตร์และการเมืองแบบใหม่ การดำเนินชีวิตแบบใหม่ การสื่อสารใหม่ จนอาจเรียกได้ว่าเป็นรอยเชื่อมต่อแห่งประวัติศาสตร์ ซึ่งอุตสาหกรรมได้ถูกอารยธรรมแบบใหม่หรืออารยธรรมคลื่นลูกที่สามเข้ามาแทนที่

สังคมข่าวสารเป็นสังคมใหม่ที่เกิดขึ้น ข้อมูลข่าวสารได้กลายเป็นทรัพยากรสำคัญของโลก และมีบทบาทสำคัญที่สุดในยุคนี้ โดยจะเห็นได้จากแนวคิดของ อัลวิน ทอฟฟ์เลอร์ (2538) ซึ่งเขาได้ยกความสำคัญของข่าวสารให้เป็นยุคสำคัญยุคหนึ่งของโลก โดยแบ่งการเปลี่ยนแปลงอารยธรรมของโลกออกเป็น 3 ช่วง คือ

1. ยุคอารยธรรมแห่งคลื่นลูกที่ 1 หรือยุคเกษตรกรรม มนุษย์มีความผูกพันกับธรรมชาติ โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 10,000 ปี ในยุคนี้ ที่ดินคือทุนที่มีความสำคัญที่สุด เจ้าของทุนมีความผูกพันกับทุนที่ตนเองเป็นเจ้าของ สิ่งที่มีค่าเสมือนเงินตราคือ วัตถุ เช่น เกลือ ยาสูบ ฝ้าย
2. ยุคอารยธรรมแห่งคลื่นลูกที่ 2 หรือยุคอุตสาหกรรม เป็นช่วงที่มนุษย์ประดิษฐ์เครื่องจักรกลและเครื่องทุ่นแรงเพื่อนำเข้ามาใช้ในระบบการผลิต โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 300 ปี เริ่ม

ตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 17 เป็นต้นมา เครื่องจักรและวัตถุดิบสำหรับการผลิตกลายเป็นทุน ซึ่งเป็นที่
ต้องการมากกว่าที่ดิน รูปแบบของเงินจากเดิมที่เคยใช้วัตถุแทนเงินตรา เริ่มเปลี่ยนเป็นการใช้เงิน
กระดาษ ดังที่วิลเลียม พอตเตอร์ กล่าวว่า "ความมั่งคั่งในรูปแบบสัญลักษณ์จะเข้ามาแทนที่
ความมั่งคั่งที่เป็นจริง"

3. ยุคอารยธรรมแห่งคลื่นลูกที่ 3 หรือยุคสังคมข่าวสารเป็นช่วงที่ข้อมูลข่าวสารเข้ามามี
อิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์ วัตถุดิบอย่างหนึ่งที่ใช้ในทุกอุตสาหกรรมและเป็นวัตถุดิบที่ใช้ไม่มีวันหมดคือ
สารสนเทศและจินตภาพซึ่งช่วยให้เกิดทรัพยากรใหม่ขึ้นมาทดแทนอย่างไม่มีวันจบ ฉะนั้น
ผู้ที่มีอำนาจและอิทธิพลในสังคมก็คือผู้ที่มีข้อมูลอยู่ในมือและสามารถใช้ข้อมูลนั้นได้อย่างรวดเร็ว
ข้อมูลสารสนเทศต่างๆที่แฝงตัวอยู่ในรูปของเทคโนโลยีก็คือพื้นฐานของความรู้ซึ่งเป็นทุนสำหรับยุค
นี้

หากการแบ่งยุคตามแนวคิดของ Toffler สะท้อนให้เห็นในโลกความจริงทุกวันนี้ และสังคม
ยุคใหม่คือยุคสังคมข่าวสาร เทคโนโลยีการสื่อสาร หรือ IT : Information Technology ซึ่งหมายถึง
การใช้อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการในการจัดการกับข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Graham
Taylor, 1988) จึงต้องถูกคิดค้นและพัฒนามากขึ้นเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลง ความก้าวหน้าของ
เทคโนโลยีการสื่อสารในยุคสังคมข่าวสารนี้ อยู่ในยุคสมัยที่ L.H.Harms (1980) กล่าวไว้ว่าเป็นยุค
การจัดระเบียบใหม่ทางการสื่อสาร (1970-2020) ซึ่งหมายถึงการสื่อสารที่สามารถครอบคลุม
ขอบเขตทั่วโลก ทรัพยากรการสื่อสารที่มีอย่างมหาศาล ทำให้มนุษย์มีสิทธิที่จะได้ใช้ทรัพยากรเหล่านั้น
นั้นในการสื่อสารและโต้ตอบกัน โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจซึ่งต้องพึ่งพาการแลกเปลี่ยนข้อมูล
สารสนเทศและความรู้ต่างๆที่อยู่ในรูปของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (อ้างจาก คัดนางค์ แจ้งใจ, 2532)

ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ก่อให้เกิดผลกระทบกับทั้งระบบและทุกส่วนของสังคมทั้งใน
ระดับมหภาค คือ สังคม เศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ และระดับจุลภาคคือตัวองค์กรธุรกิจต้องมีการ
ปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ซึ่งแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงได้แก่

1. ความเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างขององค์กร (Boundaryless Organization)
2. ความเปลี่ยนแปลงด้านแรงงาน (New Employment & Work)
3. ความเปลี่ยนแปลงในบทบาทของผู้ค้าปลีก (New Retailing Environment)
4. ความเปลี่ยนแปลงด้านตลาดการค้าและสภาพการแข่งขัน (New Competition

Conditions)

5. ความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและบทบาทของสื่อ (New Media Technology)
6. ความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค (New Consumer Value)
7. ความเปลี่ยนแปลงด้านแนวคิดและกลยุทธ์การตลาด (New Marketing Concept)

จากแนวคิดทฤษฎีองค์กรกล่าวว่า องค์กรต้องดำเนินอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างมีแบบแผนจึงเกิดขึ้น โดยมีสมมุติฐานที่ว่าหากปล่อยให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงโดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยไม่มีการปรับตัวเพื่อการอยู่รอดแล้ว องค์กรย่อมเสื่อมถอยและล่มสลายไปในที่สุด ดังนั้น ลักษณะโครงสร้างขององค์กรหรือวิธีการจัดองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมและเข้ากันได้กับสภาพแวดล้อมดังกล่าว

บริษัทตัวแทนโฆษณา คือองค์กรธุรกิจหนึ่งที่ต้องมีการปรับตัวตามกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงนั้นเช่นกัน ดังนั้นการที่จะเข้าใจและสามารถปรับตัวให้พร้อมที่จะรับสภาวะใหม่ในยุคหน้านี้ เราจึงจำเป็นต้องตั้งคำถามถึงอนาคตเพื่อทราบแนวทางแห่งการอยู่รอดและแนวทางแห่งความสำเร็จ และเพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงได้อย่างทันที่และมีประสิทธิภาพ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัญหานำวิจัย

1. แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงด้านใดในทศวรรษ 2000 ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อบริษัทตัวแทนโฆษณา
2. ในยุคสมัยแห่งความเปลี่ยนแปลงของทศวรรษ 2000 บริษัทตัวแทนโฆษณามีทิศทางการปรับตัวและกลยุทธ์อย่างไรเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงนั้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงแห่งทศวรรษ 2000 ซึ่งส่งผลกระทบต่อบริษัทตัวแทนโฆษณา
2. เพื่อศึกษาทิศทางการปรับตัวและกลยุทธ์ของบริษัทตัวแทนโฆษณาในทศวรรษ 2000

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่จะมีผลต่อองค์กรตามกรอบที่ผู้วิจัยกำหนด ภายในช่วงปี ค.ศ. 2000-2020 ทั้งนี้เพราะช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาที่มีมนุษย์สามารถคาดการณ์ได้ภายในขอบเขตที่ไม่เกินความเป็นจริง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นิยามศัพท์

แนวโน้ม	หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตตามการคาดการณ์ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ
ยุคสังคมข่าวสาร	หมายถึง ช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงหลังจากยุคอุตสาหกรรมสู่ยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ ข้อมูลและความรู้ต่างๆซึ่งแฝงตัวอยู่ในรูปของเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทสำคัญและก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ
บริษัทตัวแทนโฆษณา	หมายถึง บริษัทที่ดำเนินธุรกิจโดยการสร้างสรรค์โฆษณา และจัดการเผยแพร่โฆษณาทางสื่อต่างๆเพื่อให้งานสร้างสรรค์นั้นเกิดประสิทธิผลในกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
Profit Center	หมายถึง โครงสร้างองค์กรรูปแบบใหม่ที่มีการแยกตัวออกเป็นหน่วยเล็กๆ (Group Business) ภายในบริษัทเพื่อความคล่องตัวและเพื่อลดต้นทุนในการบริหารและดำเนินการ
Media Independence	หมายถึง ธุรกิจหรือบริษัทที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ทำหน้าที่ในการวางแผนและซื้อสื่อโฆษณา (Plan&Buy) ให้กับลูกค้า โดยที่ Media Independence จะทำหน้าที่คล้ายแผนก Media ใน Agency แต่เป็นในลักษณะของ Profit Center

สถาบันวิจัยธุรกิจ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย