

บทคัดย่อ

T 163089

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจโฆษณาของ นักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยที่นักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ใช้พิจารณาเลือกใช้บริการธุรกิจ โฆษณา ตลอดจนความคิดเห็นของนักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการปรับตัวของธุรกิจโฆษณา ที่ท้องถิ่น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์นักธุรกิจกลุ่มตัวอย่าง 136 คน และวิเคราะห์ด้วย โปรแกรม SPSS for Windows

ผลการวิจัยพบว่า นักธุรกิจกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 59.6 เพศชายร้อยละ 40.4 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 51.47 ส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 64 มีตำแหน่ง งานเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 32.4

จากการศึกษาแนวโน้มการปรับตัวของธุรกิจโฆษณาท้องถิ่นตามความคิดเห็นของ นักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าธุรกิจโฆษณาท้องถิ่นกำลังดำเนินไปได้ อย่างต่อเนื่อง และมีผลกำไรสูง เนื่องจากนโยบายการส่งเสริมธุรกิจขนาดย่อมของภาครัฐมีอิทธิ พลเป็นอย่างมากในการกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจโฆษณา แนวโน้มในการเลือกใช้บริการ ธุรกิจโฆษณาท้องถิ่นจะเป็นการให้บริการเฉพาะด้าน อาทิ การจัดทำสื่อโฆษณา การคิดสร้างสรรค์ งานโฆษณา การวางแผนโฆษณา เป็นต้น เนื่องจากบริษัทโฆษณาแบบครบวงจรมีค่าใช้จ่ายสูงเกิน ความสามารถที่จะจ่ายได้ จากการศึกษายังพบอีกว่านักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เลือกที่จะ ติดต่อผู้ผลิตสื่อโดยตรง มากกว่าจะติดต่อผ่านบริษัทที่ให้บริการแบบครบวงจร บริษัทโฆษณาที่ เชี่ยวชาญการผลิตสื่อโดยเฉพาะจึงเป็นทางเลือกแรกในการใช้โฆษณาสินค้าหรือบริการ เนื่องจาก เชื่อว่าสามารถพัฒนาคุณภาพทั้งในด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาบุคลากรและเทคโนโลยีที่ใช้ ให้มีความทันสมัย สามารถแข่งขันและมีความทัดเทียมกับบริษัทโฆษณาในส่วนกลางมากกว่าอดีต ด้านคุณภาพนั้นบริษัทโฆษณาต้องเก็บรักษาข้อมูลสำคัญทางธุรกิจไว้เป็นอย่างดีเพราะเสี่ยงต่อการ ถูกลอกเลียนแบบ และชิ้นงานโฆษณาในอนาคตจะถูกสร้างสรรค์อย่างพิถีพิถันมากขึ้น กลยุทธ์ใน การวางแผนใช้สื่อโฆษณาจะซับซ้อนขึ้น การวิจัยตลาดจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความแตกต่าง

T163089

ในการแข่งขันให้แก่บริษัทโฆษณาในท้องถิ่น การแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้ค่าบริการถูกลง และงบประมาณในการซื้อสื่อของแต่ละหน่วยงานจะถูกพิจารณาใช้อย่างประหยัดมากขึ้น

พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจโฆษณาของนักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนมากมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับตัวสินค้า บริการของธุรกิจ หรือกิจกรรมขององค์กร และเพื่อสร้างการแข่งขันในตัวสินค้าหรือบริการ ทั้งเพื่อให้เข้าถึงความทรงจำและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ประกอบกับสร้างความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ หรือองค์กร ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือการใช้บริการ ปัญหาที่พบมากในการใช้บริการทางโฆษณา คือค่าบริการแพง ผลงานไม่ได้คุณภาพอย่างที่คาดหวัง

ปัจจัยที่นักธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ใช้พิจารณาเลือกใช้บริการธุรกิจโฆษณาในด้านคุณภาพนั้นพบว่าปัจจัยที่พิจารณามากในการเลือกใช้บริการธุรกิจโฆษณา คือ การมีขั้นตอนการเสนองานที่ดี ค่าบริการถูก บุคลากรมีความสามารถและติดต่อประสานงานง่าย

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจแต่ละประเภทให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการของธุรกิจโฆษณาไม่สอดคล้องกัน เนื่องจากมีลักษณะการดำเนินงานต่างกัน ดังนั้นเมื่อต้องพิจารณาเลือกใช้บริการธุรกิจโฆษณาจึงให้ความสำคัญกับเฉพาะสื่อที่ตนเองเห็นว่ามีประสิทธิภาพเหมาะสมกับสินค้าหรือบริการของตนเองเท่านั้น

ABSTRACT

TE 163089

This research aimed to study the behavior in using business advertisement services of businessmen in Chiang Mai, factors affecting their selection of using business advertisement services, and their opinions on adjustment trends of local advertisement businesses. The data was collected by means of interview schedules from 136 samples of businessmen and analyzed by using the SPSS for Windows.

The results revealed that 59.6% of the businesspersons were females, 40.4% were males, 51.47% were under 30 years old, 64.00% held a bachelor degree, and 32.4% were business owners.

The study of opinions on the adjustment of the local businesses revealed that most businessmen thought that the businesses have been going well and continuously gaining high profits as the direction of advertising businesses have been influenced by the government's small business promotion policy. The trend of selection of using local advertisement businesses will be in a particular area such as media preparation, advertisement creation, advertisement planning, etc. due to high expenses. It was also found that most businessmen in Chiang Mai choose to directly contact the producers rather than via the complete-cycle agencies. Therefore, local advertisement companies are first alternative in advertising goods or services as they are believed to be able to improve in quality, administrative management, personnel and technology to be able to reach standards and compete with the central advertisement companies. In terms of quality, local advertisement companies have to keep important data due to the risk of copying and future advertisement works will have to be created more carefully. Tactics of planning to use advertisement media will be more complicated and marketing research will play an important role in establishing differences in competition of local advertisement companies. Higher competition

TE 163089

among local advertisement companies will lower service costs and budgets for buying media will be used more economically.

In terms of behavior of using advertisement services, it was found that most of the businessmen in Chiang Mai use advertisement services for the purposes of disseminating information about their products, services or the activities of their organizations, creating competition in products or services, reminding customers of their products, and establishing good images of and loyalty to products or organizations to encourage more buying of products and services. Their problems in using advertisement services were high service costs and unsatisfactory quality of the work.

The factors affecting the selection of using advertisement services were good procedures of work presentation, cheap service costs, capable workers, and ease of contact.

From the study, it is obvious that different types of business gave different importance to different factors when selecting to use services of advertisement business. They chose to use services of advertisement businesses which have been efficient and suitable to their products or services.