

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ
ความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการพัฒนา

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการด้านงานโฆษณาของ
บริษัท ทรีโอ แอดเวอร์ไทซิง แอนด์ มีเดีย จำกัด

โดย

นางสาวชลธิชา รุ่งสาตรา

ตุลาคม 2546

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ศาสตราจารย์ ดร.นำชัย ทนุผล

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทราบถึงลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและ
สังคมของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการด้านงานโฆษณาของบริษัท ทรีโอ แอดเวอร์ไทซิง แอนด์
มีเดีย จำกัด 2) ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการด้านงานโฆษณาของบริษัท
ทรีโอ แอดเวอร์ไทซิง แอนด์ มีเดีย จำกัด 3) ระบุถึงปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการด้าน
งานโฆษณาของบริษัท ทรีโอ แอดเวอร์ไทซิง แอนด์ มีเดีย จำกัด ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ
ผู้ที่ใช้บริการด้านงานโฆษณาของบริษัท ทรีโอ แอดเวอร์ไทซิง แอนด์ มีเดีย จำกัด จำนวน 192 คน
ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยวิธีจับฉลาก เครื่องมือที่ใช้ใน
การรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงเนื้อหา ความเป็นปรนัยและความ
เที่ยง การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดำเนินการระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546
ข้อมูล ที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์
ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 35 ปี สำเร็จการศึกษา
ระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ย 23,692 บาทต่อเดือน มีระยะเวลาการเป็นผู้ใช้
บริการของบริษัทเฉลี่ย 3 ปีและส่วนมากให้เหตุผลที่รู้จักบริษัทด้วยวิธีการแนะนำตัวจากบริษัท
ทางสื่อหรือฝ่ายการตลาด สื่อสิ่งพิมพ์เป็นบริการที่ผู้ให้ข้อมูลใช้มากที่สุดโดยให้เหตุผลที่เลือกใช้
บริการของบริษัทคือ พพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการด้านงานโฆษณาของบริษัท ทรีโอ แอดเวอร์ไทซิง แอนด์ มีเดีย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านคือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ทางบริษัทมีความชำนาญด้านงานออกแบบ การให้บริการด้านสื่อสิ่งพิมพ์ การใช้เวลาในการออกแบบ การตรวจคุณภาพสินค้าและความเรียบร้อยของการบรรจุภัณฑ์ แต่ไม่พึงพอใจในด้านการใช้เวลาในการผลิตสื่อ 2) ด้านราคา ทางบริษัทใช้นโยบายการกำหนดระยะเวลาสินค้า เชื้อ เงื่อนไขการชำระ และค่าขนส่ง อย่างยุติธรรม แต่ไม่พึงพอใจในด้านการกำหนดราคายุติธรรม 3) ด้านสถานที่ ทางบริษัทได้อำนวยความสะดวกทั้งที่ตั้งและที่จอดรถ มีความทันสมัยในการใช้อุปกรณ์สำนักงานและการควบคุมสินค้าคงคลัง รวมถึงการรักษาความสะอาดของบริษัทและการส่งผลิตภัณฑ์ 4) ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ทางบริษัทมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดมีอัธยาศัยไมตรี กิริยามารยาทที่ดี มีความรอบรู้เรื่องบริการของบริษัท ซึ่งสามารถให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภคได้ มีการพูดจาและแต่งกายสุภาพ รวมทั้งมีการจัดการส่งเสริมการจัดจำหน่ายพิเศษที่ดี

ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการด้านงานโฆษณาของบริษัท ทรีโอ แอดเวอร์ไทซิง แอนด์ มีเดีย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์คือ การใช้เวลาในการออกแบบและการผลิตสื่อนานเกินไป ซึ่งไม่ทันต่อความต้องการนำไปใช้งานของผู้บริโภค รวมถึงการตรวจคุณภาพสินค้า สำหรับปัญหาด้านราคาคือการกำหนดราคาที่สูงเกินไป ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จึงทำให้ไม่เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ส่วนปัญหาด้านสถานที่คือ การจัดสำนักงานที่คับแคบจนเกินไป เนื่องจากบริษัทมีทั้งสำนักงานและโรงพิมพ์ในห้วงคูหาเดียวกัน จึงทำให้ผู้บริโภครู้สึกไม่ประทับใจเมื่อมาใช้บริการและปัญหาการส่งเสริมการจัดจำหน่ายคือ การส่งเสริมการจัดจำหน่ายพิเศษเมื่อ 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อถือในการใช้บริการของบริษัทเนื่องจากใช้เวลาในการผลิตนานเกินกำหนดมาก รวมถึงการรับมอบงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดที่บกพร่องเรื่องการสื่อสารจึงทำให้เกิดการผลิตสินค้าที่ผิดพลาดไปจากความต้องการของผู้บริโภค

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Development Administration

**CONSUMERS' SATISFACTION TOWARDS THE ADVERTISING SERVICE
OF TRIO ADVERTISING AND MEDIA COMPANY LIMITED**

By

CHONTHICHA RONGSATTRA

OCTOBER 2003

Chairman: Professor Dr. Numchai Thanupon

Department/ Faculty: Department of Agricultural Extension, Faculty of Agricultural Business

The objectives of this research were to study: (1) personal characteristics and socio-economic aspects of consumers towards the advertising service of Trio Advertising and Media Company Limited; (2) consumers' satisfaction towards the advertising service of Trio Advertising and Media Company Limited; and (3) the problems of consumers' satisfaction towards the advertising service of Trio Advertising and Media Company Limited.

The 192 respondents were consumers buying the advertising service of Trio Advertising and Media Company Limited. The tools for data collection was the questionnaires, which were tested by the content validity and reliability. Data was collected from January to February 2003, and it was analyzed by using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS/ PC⁺).

The results revealed that the majority of the responders were female in an average age of 35 and they graduated bachelor's degree. Most of them were married and had the average monthly salary of 23,692 baht. In addition, most of them were consumers for at least 3 years, and

the consumers knew the company through media or marketing. The printing media were mostly used for public relation. The reason for choosing this company was satisfaction of staff service.

The research showed that they were satisfied in four areas of Marketing Mix:

1) Product: this company had skills in design, print service, period of design, quality control of goods and complement of packaging, but the consumers were dissatisfied with period of printing; 2) Price: the company had the credit-term policy, condition payment and transportation cost, but the respondents were dissatisfied with the price; 3) Location: the company located in a good area. It had high technology materials in the office and stock control including the cleanliness of building and transportation; and 4) Promotion: this company had a good public relations. The marketing staffs had hospitality, politeness and good manner and they knew how to service and advice consumers. The company had also a special sales promotion.

The problems of consumers towards the advertising service of Trio advertising and Media Company Limited were: 1) Product: spending too much time on design and production and it had an effect on consumers' using product and quality control; 2) Price: the price was too high, and the consumers compared with the other competitors, therefore, the consumers did not continually buy the service; 3) Location: the limited space of office and printing house, which located in the same place, did not impress the consumers; and 4) Promotion: three years ago, the company had a special sales promotion which spent a long period on producing. The consumers did not trust the company with the result that the marketing staff miscommunicated with the consumers and produced the wrong product.