

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของเรื่อง

ธุรกิจรถยนต์เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงมาก ในสภาวะการณ์ที่เจริญขึ้นตลอด เวลาของสังคมมีความจำเป็นจะต้องใช้ยานพาหนะ ที่ไม่ได้ใช้เพื่อตอบสนองในด้านประโยชน์ใช้ สอยเพียงอย่างเดียว รถทุกยี่ห้อที่มีอยู่ในตลาด และรวมทั้งยี่ห้อใหม่ที่เพิ่งเข้ามาแย่ง มาเกิด แชร์ ของยี่ห้อเดิม ก็มีเป็นจำนวนมาก ทั้งรถยนต์ยุโรป และในเอเชียอย่างญี่ปุ่น เกาหลี ทุกบริษัทที่ นำรถเข้าหรือประกอบขึ้นในประเทศก็ต้องพยายามดำเนินการด้านการตลาด ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้สินค้าภายใต้ชื่อยี่ห้อของตนขายได้ ซึ่งส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญ ในการขายสินค้า คือการสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่รถยนต์นั้น ซึ่งก็ต้องอาศัยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ปัจจุบัน การส่งเสริมการขายต่าง ๆ ได้นำกลยุทธ์ มากมายมาใช้ซึ่งเป็นแบบอย่าง que ทุกบริษัทได้ใช้เพื่อ เพิ่มยอดขาย และการเพิ่มคุณภาพทางด้านภาพพจน์ของสินค้าก็เช่นกันได้มีการนำ ทีมประชาสัมพันธ์ พิเศษ เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ทำให้การส่งเสริมการตลาด (PROMOTION) เป็น ไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษา สภาพตลาดรถโดยทั่วไปในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาความสำคัญ ของการส่งเสริมการขายของธุรกิจรถยนต์
3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของบริษัทเอ็ม เอ็ม ซี ลิทธี
4. เพื่อศึกษา บทบาท และความสำคัญของทีมประชาสัมพันธ์พิเศษ

ระยะเวลาและสถานที่ศึกษา

ผู้เขียนได้ศึกษาจากการฝึกงานที่บริษัท เอ็ม เอ็ม ซี ลิทธีผล จำกัด ตั้งอยู่ ณ ถนนรามคำแหง หัวหมาก กรุงเทพฯ รวมระยะเวลาฝึกงานทั้งสิ้น 2 เดือน คือตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2535

วิธีการศึกษาและค้นคว้า

1. ศึกษาจากการฝึกงานที่บริษัท เอ็ม เอ็ม ซี ลีทิลผล จำกัด ด้วยการช่วยงานด้านประชาสัมพันธ์และการตลาด
2. ศึกษาจากการค้นคว้าข้อมูลของวารสาร เอกสารต่าง ๆ ของบริษัท และสารนิพนธ์ในห้องสมุด
3. ศึกษาจากการสัมภาษณ์ และสอบถาม เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ฝ่ายการตลาด ของบริษัทเอ็ม เอ็ม ซี ลีทิลผล จำกัด ข้อมูลต่าง ๆ ได้นำมารวบรวม สรุป วิเคราะห์ และแสดงความคิดเห็นโดยผู้เขียน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการนำเสนอสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาถึงยุทธวิธีในการส่งเสริมการขาย และการนำเอาทีมประชาสัมพันธ์พิเศษมาช่วยในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งรายละเอียดในส่วนนี้อาจเป็นแนวทางในการคิดรูปแบบของการส่งเสริมการขายหรือการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่พัฒนาขึ้นอีกหลังจากที่ได้เห็นข้อดี ข้อเสียในการทำงานโดยทีมประชาสัมพันธ์พิเศษ ที่จะมีผลต่อการส่งเสริมภาพพจน์ของตัวสินค้า

ตำแหน่งหอสมุด