

ค่านา

ในสภาพการแข่งขันทางการตลาดที่เข้มข้นมากขึ้น และมีแนวโน้มจะทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต BRAND ROYALTY กำลังจะหมดความสำคัญลงทุกที เนื่องจากปัจจัยหลายอย่าง อาทิ การเกิดของสินค้าหรือบริการรูปแบบใหม่ๆ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เพื่อความสะดวกสบายของผู้บริโภค แนวโน้มการค้าจะเป็นแบบ GLOBALIZATION คือมีสินค้าระดับมาตรฐานโลกมาจำหน่ายในประเทศไทยมากขึ้น กลยุทธ์ต่างๆ ถูกนำมาใช้เพื่อปกป้อง MARKET SHARE ไว้ให้ได้มากที่สุดในการที่สินค้าเข้าตลาดมาก่อน หรือในทางตรงกันข้ามก็เพื่อแย่ง MARKET SHARE ให้ได้ถ้าเป็นสินค้าที่เพิ่งเข้าสู่ตลาดใหม่ กลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินงานก็คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด

สารนิพนธ์ฉบับนี้มุ่งให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบของการตลาด ที่มีส่วนในความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ โดยผู้เขียนได้รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์จาก หนังสือวิชาการต่างๆ , วารสารธุรกิจ แนวความคิดของผู้ที่ทำงานด้านนี้ และจากประสบการณ์ในการฝึกงานที่ บริษัทแหลมทองอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด

ถ้ามีข้อผิดพลาดประการใดในสารนิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนต้องขออภัยไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย พร้อมทั้งน้อมรับคำติชมด้วยความเต็มใจ ถ้ามีส่วนไหนที่สามารถที่จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ได้อ่าน ผู้เขียนขอขอบคุณอันนั้นให้แก่อาจารย์คณะวารสารศาสตร์ และบริษัทแหลมทองอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด

เมษายน

2538

สำนักหอสมุด