

การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังกับการปฏิบัติงานจริงในงานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุน

นางสาวกนกพร ปิมแปง



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สาขานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-636-845-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I1732970x

**THE COMPARATIVE STUDY BETWEEN THE EXPECTATION AND  
APPLICATION OF PUBLIC RELATIONS IN FINANCE COMPANIES**

**MISS KANOKPORN PIMPANG**

**A Thesis submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Communication Arts**

**Department of Public Relations**

**Graduate School**

**Chulalongkorn University**

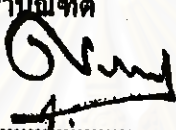
**Academic Year 1996**

**ISBN 974-636-845-1**

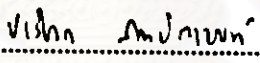
หัวข้อวิทยานิพนธ์      การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังกับการปฏิบัติงานจริงใน  
งานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุน  
โดย                              นางสาวกนกพร ปิมแปง  
ภาควิชา                        การประชาสัมพันธ์  
อาจารย์ที่ปรึกษา        รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวดี บุญลือ

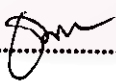
---


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาดำเนินหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

  
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ นพ. ศุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....ประธานกรรมการ  
(ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์)

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชนวดี บุญลือ)

  
.....กรรมการ  
(ดร. วิเชษฐ์ เกตุสิงห์)


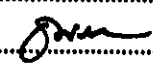
กนกพร ปิมแปง : การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังกับการปฏิบัติจริงในงาน  
ประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุน (COMPARATIVE STUDY BETWEEN THE  
EXPECTATION AND THE APPLICATION OF PUBLIC RELATIONS IN  
FINANCE COMPANIES) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ชนวดี บุญถือ, 100 หน้า. ISBN  
974-636-845-1

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจถึงคุณลักษณะงานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุนของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเปรียบเทียบความคาดหวังกับการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคอันเป็นข้อจำกัดในการทำงานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุน โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ในบริษัทเงินทุนที่เป็นสมาชิกของสมาคมบริษัทเงินทุนประจำปี 2538 และมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัท จำนวนทั้งสิ้น 7 บริษัท

ผลการวิจัยพบว่าผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุนแต่ละแห่งมีความรู้ความเข้าใจในคุณลักษณะของงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดีและมีทัศนคติในทางบวกต่อการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังมีความคาดหวังต่องานประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน โดยแต่ละบริษัทจะคาดหวังงานประชาสัมพันธ์ในระดับที่สามารถดำเนินงานได้คือไม่สูงจนเกินไปและจะคาดหวังตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ การปฏิบัติจริงจึงสอดคล้องกันและส่วนใหญ่จะคาดหวังในเรื่องของการป้องกัน แก้ไข และก่อกำเนิดลักษณะให้กับองค์การ การปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทเงินทุนในด้านต่าง ๆ จะทำอย่างเต็มที่ แต่ด้านการประเมินผลหรือติดตามผลยังไม่ทำมากพอ

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุนคือ ลักษณะของธุรกิจเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อส่วนรวมได้ง่ายและเป็นการขายสินค้าที่เหมือนกันในตลาดเดียวกัน จนไม่เกิดข้อแตกต่างใดๆ รวมทั้งความเข้าใจและการให้ความสำคัญของผู้บริหารระดับสูงงบประมาณในการดำเนินงาน ระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินงานของธุรกิจเงินทุนก็เป็นอีกข้อจำกัดหนึ่งด้วย

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์ .....  
สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์พัฒนการ .....  
ปีการศึกษา ..... 2539 .....

ลายมือชื่อนิสิต .....  .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## C851712 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION  
KEY WORD:

COMPARATIVE STUDY / PUBLIC RELATIONS / FINANCE COMPANY  
KANOKPORN PIMPANG : COMPARATIVE STUDY BETWEEN THE EXPECTATION  
AND APPLICATION OF PUBLIC RELATIONS IN FINANCE COMPANIES. THESIS  
ADVISOR : ASSO. PROF. TANAVADEE BOONLUE, Ph.D.100 pp.  
ISBN 974-636-845-1

The objective of this research was to investigate public relations responsibilities from the view of public relations management executives, as well as to compare their expectations against the actual practice in public relations activities. Also to study the support facilities provided to public relations tasks together with their obstacles and limitation which caused inefficient activities. The research was conducted through indepth interview the public relations management executives from 7 prominent Finance companies which are the members of the Association of Finance Company.

The research reveals that all public relations management executives have clear knowledge and understandings as well as positive attitudes towards the public relations responsibilities. Their are different in revels in the expectations inwhich correlate with the actual practice. Most of all public relations mangement executives have expectations on building good image to organizations and preventing . The research is also found that public relations activities in the finance companies will be carried out completely, however the effectiveness of the result have not been evaluated fully.

The obatacles of public relations activities of the Finance companies are: their are no differences among Finance companies'activities, top executives' lack of good understanding and give less importance to the public relations tasks, limitation of budget as well as government's regulations.

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิสิต 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

## กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดีของรองศาสตราจารย์ดร.ชนวดี บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการวิจัยมาด้วยดีตลอด นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้บริหารบริษัทเงินทุนทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลอย่างละเอียด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณชนม์เกียรติ วนาพรรณ์ กรรมการผู้อำนวยการ บริษัทเงินทุน ยูไนเค็ด จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้ให้การสนับสนุนด้วยดีในทุก ๆ ด้าน มา ณ ที่นี้

ท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณ คุณวนิดา เศษกัลยา คุณภัทรพร อธิธิชนากร และ คุณธนุพัฒน์ ธรรมสระ. ผู้เป็นกำลังสำคัญในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ รวมทั้งขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานอีกหลายท่านที่มีส่วนช่วยผลักดันและเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยจนสำเร็จการศึกษา

สถาบันวิทยบริการ  
กนกพร ปิมแปง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
1.3 ปัญหาในการวิจัย.....	8
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.6 นิยามศัพท์.....	10
2. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
2.1 แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์.....	16
2.2 แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์กับนโยบายธุรกิจ.....	18
2.3 แนวคิดด้านการตลาด.....	50
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	53
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	55
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	59
3.1 ประชากรที่ศึกษา.....	59
3.2 แหล่งข้อมูล.....	62
3.3 เครื่องมือที่ใช้.....	62
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	62

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
4.1 ความรู้ความเข้าใจถึงคุณลักษณะงานประชาสัมพันธ์.....	63
4.2 การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการปฏิบัติงานจริง.....	73
4.3 ปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคของงานประชาสัมพันธ์.....	78
4.4 ภาระหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์.....	79
4.5 ทักษะของผู้บริหารต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	80
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	84
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	84
5.2 ข้อเสนอแนะในการประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุน.....	88
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	90
รายการอ้างอิง.....	<b>91</b>
ภาคผนวก.....	97
ประวัติผู้วิจัย.....	100

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย