

การศึกษา เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกใช้สื่อมวลชนในการ เผยแพร่ข่าวสาร
ของนักประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐบาลกับภาค เอกชน

นางสาวอนงค์ลักษณ์ แพทยานันท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาการประชาสัมพันธ์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2534

ISBN 974-579-327-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

017161

110313586

A COMPARATIVE STUDY OF FACTORS INFLUENCING THE USE OF MASS MEDIA
IN DISTRIBUTING INFORMATION OF PUBLIC RELATIONS OFFICERS
IN THE PUBLIC AND PRIVATE SECTORS

MS. ANONGLUCK PATTAYANUNT

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Public Relations
Graduate School
Chulalongkorn University

1991

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน
ในการเผยแพร่ข่าวสารของนักประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐบาล
กับภาคเอกชน

โดย

นางสาวอนงค์ลักษณ์ แพทยานันท์

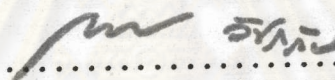
ภาควิชา

การประชาสัมพันธ์

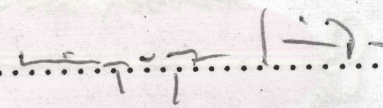
อาจารย์ที่ปรึกษา

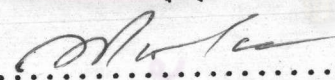
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี เชยจรรยา

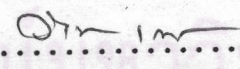
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรมหาบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรากัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์บำรุงสุข สีหอำไพ)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี เชยจรรยา)


.....กรรมการ
(ดร.วิเชียร เกตุสิงห์)

อนงค์ลักษณ์ แพทยานันท์ : การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้
สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารของนักประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐบาลกับภาคเอกชน
(A COMPATATIVE STUDY OF FACTORS INFLUENCING THE USE OF MASS MEDIA
IN DISTRIBUTING INFORMATION OF PUBLIC RELATIONS OFFICERS IN THE
PUBLIC AND PRIVATE SECTORS) อ.ที่ปรึกษา : ผศ.พัชนี เขยจรรยา,
96 หน้า ISBN 974-579-327-2

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา

1. ปัจจัยการเลือกใช้สื่อมวลชนแต่ละประเภท ในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ
นักประชาสัมพันธ์ระดับบริหาร
2. เปรียบเทียบปัจจัยการเลือกใช้สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์
ของนักประชาสัมพันธ์ระดับบริหารในหน่วยงานรัฐบาลและหน่วยงานเอกชน

โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ 90 ราย ซึ่งเป็นผู้บริหารงาน
ประชาสัมพันธ์ภาครัฐบาลจำนวน 40 ราย และผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ภาคเอกชน จำนวน 50 ราย
ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ภาค
รัฐบาลส่วนใหญ่มีอายุ 36-40 ปี ขณะที่ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ภาคเอกชน ส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี
โดยทั้งผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐบาลและภาคเอกชน มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสำเร็จ
การศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐบาลและภาคเอกชน
ส่วนมากมีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี

ในด้านปัจจัยการเลือกใช้สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ พบว่าฝ่าย
ประชาสัมพันธ์ภาครัฐบาลและภาคเอกชน คำนึงถึงตัวแปรด้านต่าง ๆ บางด้านแตกต่างกัน ก่อนที่จะใช้
สื่อมวลชนแต่ละประเภท โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ภาคเอกชนคำนึงถึงตัวแปรด้านงบประมาณสูงกว่าฝ่าย
ประชาสัมพันธ์ภาครัฐบาล ก่อนที่จะเลือกใช้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ รวมทั้งโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ และ
หนังสือพิมพ์ สำหรับตัวแปรด้านอื่น ๆ นั้น ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกัน นอกจากนี้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์
ภาคเอกชน คำนึงถึงตัวแปรด้านข้อมูลการใช้สื่อของคู่แข่งชั้นสูงกว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ภาครัฐบาล ก่อนที่จะ
เลือกใช้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ และก่อนที่จะเลือกใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ วีดีโอ
สไลด์มัลติวิชั่น ขณะที่ตัวแปรด้านอื่น ๆ นั้น ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านั้น จากการวิจัยพบว่า
ฝ่ายประชาสัมพันธ์ภาคเอกชนคำนึงถึงตัวแปรด้านราคาซื้อสื่อ เพื่อเผยแพร่สูงกว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ภาครัฐบาล
ก่อนที่จะเลือกใช้สื่อวิทยุ ภาพยนตร์ วีดีโอ สไลด์มัลติวิชั่น และหนังสือพิมพ์ โดยตัวแปรด้านอื่น ๆ นอกเหนือ
จากนี้ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการวิจัยยังพบว่า ฝ่ายประชาสัมพันธ์ภาครัฐบาลคำนึงถึง
ตัวแปรด้านความคุ้นเคยกับสื่อมวลชนแต่ละประเภทสูงกว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ภาคเอกชน ก่อนที่จะเลือกใช้สื่อ
โทรทัศน์ สำหรับตัวแปรด้านอื่น ๆ นั้น ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกันแต่อย่างใดระหว่างฝ่ายประชาสัมพันธ์
ภาครัฐบาลกับภาคเอกชน

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....
ปีการศึกษา 2533.....

ลายมือชื่อนิติดี
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
.....

ANONGLUCK PATTAYANUNT : A COMPARATIVE STUDY OF FACTORS INFLUENCING THE USE OF MASS MEDIA IN DISTRIBUTING INFORMATION OF PUBLIC RELATIONS OFFICERS IN THE PUBLIC AND PRIVATE SECTORS. THESIS ADVISOR : ASSIT.PROF.PATCHANEE CHEYJUNYA, Ed.D., 96 pp. ISBN 974-579-327-2

This research was aimed at which factors influencing the use of mass media in distributing of public relations officers. Moreover, a comparative study of those factors in the public and private sectors.

Sample size of 90 public relations officers divided into two groups, one from 40 governmental officers and other from 50 private officers was used for data collection. It was found that most of public relations officers were female. As for age, most of the governmental officers were 36-40 years old. While most of private officers were 26-30 years old. However, Both of them mostly graduated from communication arts field at university level. Moreover, as for experience. Research revealed that both of them had at least 5 years of experience.

In regard to the factors influencing the use of mass media in distributing information, research explained budget factor influenced private public relations officers's mass media using especially of television, print and newspaper more than governmental public relations officers's. Moreover, competitor factor also influenced private public relations's radio, television, print, film video and slide multivision using more than governmental public relations's. Furthermove, media expenditure concerned on the use of radio, film film, video, slide multivision and newspaper influenced private public relations in more than governmental public relations. However, influenced in television u using of governmental public relations officers more than private public relations officers.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2533

ลายมือชื่อนิติ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก
ผู้มีพระคุณหลายท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชรี เขยจรรยา อาจารย์ที่
ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ
จึงทำให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณศาสตราจารย์บำรุงสุข สีหอำไพ
และ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำด้วยดีตลอด อีกทั้งยังเป็นกรรมการ
ในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ทุกท่านที่กรุณา
ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุก ๆ คน
ที่ช่วยให้กำลังใจกับผู้วิจัยตลอดมา

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และพี่น้องทุก ๆ คนที่คอยให้
คำปรึกษาและกำลังใจแก่ผู้วิจัย เป็นอย่างดีจนสามารถทำงานวิจัยนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปตามที่
ปรารถนาไว้ทุกประการ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
อนงค์ลักษณ์ แพทยานันท์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานในการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	25
ประชากร.....	25
กลุ่มตัวอย่าง.....	25
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	26
ตัวแปรในการวิจัยและเกณฑ์ในการวัด.....	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การวัดตัวแปร.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
สภาพของผู้บริหารงานฝ่ายประชาสัมพันธ์.....	32
ประเภทของหน่วยงาน.....	38
ความพร้อมของบริษัท/หน่วยงาน.....	38
-สภาพของผู้บริหารงานฝ่ายประชาสัมพันธ์.....	38
-ลักษณะที่ต่างๆ ไปที่เชื่อถือฝ่ายประชาสัมพันธ์.....	40
-ระดับความสำคัญของฝ่ายประชาสัมพันธ์.....	43
-ความมีอิสระในการตัดสินใจของฝ่ายประชาสัมพันธ์..	45
กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	46
-สื่อมวลชน.....	46
-วิทยุ.....	50
-โทรทัศน์.....	53
-สิ่งพิมพ์.....	58
-ภาพยนตร์ วีดีโอ สไลด์บันทึกวีซีดี.....	62
-หนังสือพิมพ์.....	66
5. สรุปผลอภิปรายและเสนอแนะ.....	69
อภิปรายผล.....	72
ข้อเสนอแนะ.....	75
บรรณานุกรม.....	76
ภาคผนวก.....	78
ก ตารางแสดงผลการวิจัย.....	78
ข แบบสอบถาม.....	80
ค รายชื่อองค์กร.....	91
ประวัติผู้เขียน.....	96

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประจำสัมพันธ์ จำแนกตาม เพศและประ เภทของหน่วยงาน	32
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประจำสัมพันธ์ จำแนกตามอายุและประ เภทของหน่วยงาน	33
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประจำสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาและประ เภทของหน่วยงาน	34
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประจำสัมพันธ์ จำแนกตามสาขาวิชาที่สำ เริ่จการศึกษาและประ เภทของหน่วยงาน	35
5	แสดงจำนวนและร้อยละของสาขาวิชาที่ผู้บริหารงานประจำสัมพันธ์ สำ เริ่จการศึกษาพิจารณาแยกตามประ เภทของหน่วยงานและ ระดับการศึกษา	36
6	แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์ในการทำงานของผู้บริหาร งานประจำสัมพันธ์ จำแนกตามประ เภทของหน่วยงาน	37
7	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์อยู่ร่วมกับ ฝ่ายอื่น ๆ หรือระยะเวลาที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขึ้นตรงกับฝ่ายอื่น ๆ จำแนกตามประ เภทของหน่วยงาน	39
8	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เป็นอิสระ จำแนกตามประ เภทของหน่วยงาน	40
9	แสดงค่าเฉลี่ยของลักษณะทั่ว ๆ ไปที่เอื้อต่อฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประ เภทของหน่วยงานและแสดงค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของลักษณะทั่ว ๆ ไป ที่เอื้อต่อ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐบาลกับภาค เอกชน	41
10	แสดงระดับความสำคัญของฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประ เภท ของหน่วยงานและค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของระดับ ความสำคัญของฝ่ายประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐบาลและภาค เอกชน	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	แสดงค่าเฉลี่ยของควมมีอิสระในการตัดสินใจของฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประเภทของหน่วยงานและค่า t-test เพื่อทดสอบ ความแตกต่างของควมมีอิสระในการตัดสินใจของฝ่าย ประชาสัมพันธ์.....	45
12	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยการเลือกใช้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ จำแนกตามประเภทของหน่วยงาน และค่า t-test เพื่อทดสอบ ความแตกต่างของปัจจัยการเลือกใช้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ระหว่างภาครัฐบาลกับภาคเอกชน.....	47
13	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยการเลือกใช้สื่อวิทยุ จำแนกตามประเภท ของหน่วยงานและค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัย การเลือกใช้สื่อวิทยุระหว่างภาครัฐบาลกับภาคเอกชน.....	51
14	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ จำแนกตามประเภท ของหน่วยงาน และค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัย การเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ระหว่างภาครัฐบาลกับภาคเอกชน.....	54
15	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยการเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ จำแนกตามประเภท ของหน่วยงาน และค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของ ปัจจัยการเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ระหว่างภาครัฐบาลกับภาคเอกชน.....	58
16	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยการเลือกใช้สื่อภาพยนตร์ วิดีโอ สไลด์มัลติวีชั่น จำแนกตามประเภทของหน่วยงานและค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกใช้สื่อภาพยนตร์ วิดีโอ สไลด์มัลติวีชั่นระหว่างภาครัฐบาลกับภาคเอกชน.....	62
17	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยการเลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์ จำแนกตาม ประเภทของหน่วยงาน และค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่าง ของปัจจัยการเลือกใช้หนังสือพิมพ์ระหว่างภาครัฐบาลกับ ภาคเอกชน.....	66