ปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์การธุรกิจ

นางสาวชนินันท์ เลิศวงษ์วรกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2549
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS USED IN SELECTING PUBLIC RELATIONS AGENCIES OF BUSINESS ORGANIZATIONS

Miss Chaninun Lertwongworakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University

491784

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์การธุรกิจ
โดย	นางสาวชนินันท์ เลิศวงษ์วรกุล
สาขาวิชา	การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. พนม คลี่ฉายา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ พัชนี เชยจรรยา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ ดร. พนม คลี่ฉายา)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์)

ชนินันท์ เลิศวงษ์วรกุล : ปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์การธุรกิจ. (FACTORS USED IN SELECTING PUBLIC RELATIONS AGENCIES OF BUSINESS ORGANIZATIONS) อ. ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. พนม คลี่ฉายา, 175 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์และปัจจัยการเลือกใช้บริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์การธุรกิจ ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบผสมผสานวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพกับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเริ่มจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์การธุรกิจที่เคยใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์หรือใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน 4 ประเภทธุรกิจ คือ ธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจพาณิชยกรรม ธุรกิจบริการ และธุรกิจการเงิน รวมจำนวน 12 องค์การ และนำข้อสรุปจากการสัมภาษณ์มาสร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ขององค์การธุรกิจ โดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และได้แบบสอบถามกลับคืน 136 ชุด

ผลการสัมภาษณ์สรุปได้ว่า องค์การธุรกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์จำนวน 5 ด้าน คือ ปัจจัยด้านข้อมูลและชื่อเสียง ปัจจัยด้านทีมงาน ปัจจัยด้านผลงานและประสบการณ์ ปัจจัยด้านลูกค้า และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ส่วนผลการสำรวจด้วยแบบสอบถามสรุปได้ว่า องค์การธุรกิจให้ความสำคัญปัจจัยระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ปัจจัยด้านผลงานและประสบการณ์ และปัจจัยด้านทีมงาน ในด้านลักษณะการใช้บริการสรุปได้ว่า องค์การธุรกิจใช้บริการลักษณะเป็นโครงการเฉพาะมากที่สุด และมีงานที่ใช้บริการมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การจัดงานแถลงข่าว การวางแผนประชาสัมพันธ์ และการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อนิสิต.....

สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2549.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4885071428 : MAJOR PUBLIC RELATIONS
KEY WORD: FACTORS / PUBLIC RELATIONS / PUBLIC RELATIONS AGENCY / BUSINESS ORGANIZATION

CHANINUN LERTWONGWORAKUL : FACTORS USED IN SELECTING PUBLIC RELATIONS AGENCIES OF BUSINESS ORGANIZATIONS. THESIS ADVISOR : PHNOM KLEECHAYA, Ph.D., 175 pp.

The objectives of this research are to explore the services and factors used in selecting public relations agencies of business organizations. The research is conducted in two parts which are qualitative research and quantitative research. The qualitative research is conducted through the series of in-depth interviews with the executives from 12 organizations who hired or is hiring the public relations agencies in 4 segments which are industrial segment, commercial segment, service segment and financial segment. The quantitative research is conducted through the collection of information from public relations practitioners by mailing survey, 136 of questionnaires were completed and returned.

The results from qualitative research is concluded that business organizations indicated the 5 factors in terms of public relations agencies' selection which are Credential and Reputation, Staff, Reference and Experience, Client, and Cost. The results from quantitative research conclude that most important factors which the business organizations prioritized are Cost, Reference and Experience and Staff. In terms of service, it can be concluded that the most type of service used is project-based and the top three types of jobs provided are press conference organizing, public relations planning and press releases writing.

Department Public Relations.....Student's signature.....
Field of study Public Relations.....Advisor's signature.....
Academic year 2006.....Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จเรียบร้อยไปได้ด้วยความกรุณาและความเอาใจใส่ของ อาจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้ความรู้ คำปรึกษา ข้อชี้แนะ และความช่วยเหลือในหลายสิ่งหลายอย่างจนกระทั่งลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์พัชนี เชยจรรยา ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความกรุณาในการช่วยเหลือและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆของงานวิจัย รวมทั้งคณาจารย์ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ตลอดการศึกษาที่ผ่านมา

ขอขอบพระคุณผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์การธุรกิจทั้ง 12 องค์การที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ และองค์การธุรกิจทั้ง 136 องค์การที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามข้อมูลจากท่านเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณคุณนิมิตร หมดราคี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท 124 คอมมิวนิเคชั่นส จำกัด (มหาชน) ที่เป็นเจ้านายที่น่ารักและเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ในเรื่องนี้ ขอบพระคุณคุณทองฉาน บุญญภัทโร ผู้ซึ่งเคยเป็นหัวหน้างานที่ให้ความรู้และสอนงานให้แก่ผู้วิจัย รวมทั้งคอยเอาใจใส่และช่วยเหลือในงานวิจัยในครั้งนี้เสมอมา ขอบคุณพี่ๆเพื่อนๆน้องๆทุกคน เพื่อนร่วมงานที่ 124 เพื่อนๆ BU รวมไปถึงเพื่อนๆแห่งโลกไซเบอร์ทั้งหลายที่คอยเป็นห่วงเป็นใย คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยเสมอ ขอบคุณเพื่อนๆ ป.โท PR รุ่น 1 ทุกคนที่เป็นเพื่อนร่วมทุกข์ร่วมสุขมาตลอดระยะเวลาการศึกษา รวมถึงขอบคุณผู้มีพระคุณทุกท่านที่มิได้เอ่ยนามไว้ ณ ที่นี้

สุดท้าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา บุพการีที่ได้ให้กำเนิด ให้ความรักและให้ทุกสิ่งทุกอย่างแก่ผู้วิจัยมาตลอดชีวิตนี้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... จ

กิตติกรรมประกาศ..... ฉ

สารบัญ..... ช

สารบัญตาราง..... ฌ

สารบัญแผนภูมิ..... ฎ

บทที่

1 บทนำ..... 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1

1.2 ปัญหานำวิจัย..... 7

1.3 วัตถุประสงค์ของาการวิจัย..... 7

1.4 ขอบเขตของการวิจัย..... 7

1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย..... 8

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 9

2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 10

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์..... 11

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์..... 33

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 60

3 ระเบียบวิธีวิจัย..... 65

3.1 ประชากร..... 65

3.2 กลุ่มตัวอย่าง..... 65

3.3 วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง..... 66

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 68

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 70

3.6 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ..... 71

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล..... 73

3.8 เกณฑ์เทียบระดับคะแนน..... 73

หน้า

บทที่

4 ผลการวิจัย 74
4.1 ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ 74
4.2 ผลการสำรวจปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ 116
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 148
5.1 สรุปผลการวิจัย 148
5.2 อภิปรายผล 156
5.3 ข้อเสนอแนะ 163

รายการอ้างอิง 165
ภาคผนวก 169
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ 175

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ของ Scott M. Cutlip and Others	50
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	117
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	118
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับของตำแหน่ง	119
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานประชาสัมพันธ์	120
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทธุรกิจ	121
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนพนักงานในองค์การ	122
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของทุนจดทะเบียนขององค์การ	123
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนผู้รับผิดชอบในหน่วยงานประชาสัมพันธ์	124
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของตามหน้าที่ในหน่วยงานประชาสัมพันธ์	125
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของงบประมาณในการทำประชาสัมพันธ์	127
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานะในการใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์	128
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์การธุรกิจ	129
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะงานที่ใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์การธุรกิจ	130
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ที่ใช้บริการ	132
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของงบประมาณในการใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์	133
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละขององค์การธุรกิจที่ใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์จำแนกตามงบประมาณที่ใช้บริการ	134
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์	135

ตารางที่ หน้า

4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ที่ใช้บริการ..... 136
4.19 แสดงการให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลและชื่อเสียงของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์..... 137
4.20 แสดงการให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ด้านทีมงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์..... 138
4.21 แสดงการให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ด้านผลงานและประสบการณ์ของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์..... 140
4.22 แสดงการให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ด้านลูกค้าของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์..... 141
4.23 แสดงการให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์..... 142
4.24 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์รวมทั้งหมด 5 ด้าน..... 143
4.25 แสดงการให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจอุตสาหกรรม..... 144
4.26 แสดงการให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจพาณิชยกรรม..... 145
4.27 แสดงการให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจบริการ..... 146
4.28 แสดงการให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจการเงิน..... 147
5.1 แสดงปัจจัยการเลือกใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์..... 154

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ หน้า

2.1 ระบบและขั้นตอนการดำเนินงานของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์..... 39

2.2 โครงสร้างบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์แบ่งตามหน้าที่..... 42

2.3 โครงสร้างบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเป็นโครงการ..... 43

2.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย..... 64