

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ขจิต หัพนานนท์. โลกของการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สมาคมนิสิตเก่า
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2570.

จิตรราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. การวางแผนการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร :
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

จุมพล รอดคำดี. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร :
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, 2530.

บุษมา สุธีธร. กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์. เอกสารการสอนชุดวิชา
การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ หน้าที่ 1-60. กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.

ประจวบ อินอ็อค. การประชาสัมพันธ์สำหรับธุรกิจสมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร :
2531.

_____. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของธุรกิจเอกชน. เอกสารการสอนชุดวิชา
การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.

มาลี บุญศิริพันธ์. การประเมินคุณค่าข่าว. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2
2526.

วิรัช ลภีรัตนกุล. นิกประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพมหานคร : สำนักงานโอเดียนสโตร์, 2529.

_____. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์จุฬาฯ, 2529.

สมควร กวียะ. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์. เอกสารการสอนชุดวิชา
การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-6 พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.

สะอาด ดันศุภผล. การประชาสัมพันธ์ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ. เอกสารโรเนียว
โรงเรียนการประชาสัมพันธ์, 2513.

อุทัย ทิรัญโต. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : พีรพัฒนา, 2520.

วิทยานิพนธ์

สุเทพ เตชาชีพ. คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์การ.

วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

ธีรวัช ไพธีสวรรณ. ศึกษากระบวนการกำหนดนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา

ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.

บทความ

ถาวร ชนะภัย. "การประชาสัมพันธ์กับธุรกิจ." นิตยสาร พีที 4 ฉบับที่ 1.

สิงหาคม, 2518.

ภาษาอังกฤษ

Berlo, David K. The Process of Communication; an introduction to
theory and practice. (New York, Holt, Rinehart and Winston, 1960).

Black, Sam. Practical Public Relations. 5th ed. (London: The Pitman
Press Lts., 1978).

Newson & Scott. This is P.R.: The Realistics of Public Relations. 2th ed.
(California: Wadsworth Publishing., 1981).

Stephonson, Howard. Handbook of public Relations. New york,
McGraw-Hill, 1960.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของหน่วยงานประชาสัมพันธ์

ประเภทของหน่วยงาน	จำนวน (ราย)		
	ภาครัฐบาล	40	
ภาคเอกชน	-ธุรกิจบริการ	13	
	-ธุรกิจการเงิน	12	
	-ธุรกิจการพาณิชย์	13	
	-ธุรกิจอุตสาหกรรม	12	
รวมทั้งสิ้น	90		

ตารางที่ 2 แสดงการเป็นอิสระของฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประเภทของหน่วยงาน

	ประเภทของหน่วยงาน	
	ภาครัฐบาล (%)	ภาคเอกชน (%)
ฝ่ายประชาสัมพันธ์อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่นหรือขึ้นตรงต่อฝ่ายอื่นๆ	54.8	37.0
ฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นอิสระหรือขึ้นตรงต่อผู้บริหารระดับสูงโดยตรง	45.2	63.0
รวม (%)	100.0	100.0



ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เลขที่แบบสอบถาม
1 2 3 4

ชื่อ.....นามสกุล.....

ตำแหน่ง.....

ชื่อบริษัท-ที่อยู่.....

กรุณา / หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้บริหารงานฝ่ายประชาสัมพันธ์

1. เพศ _(5)
 ชาย หญิง
2. อายุปี _ _ (6)(7)
3. ระดับการศึกษา
- อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ทางด้าน..... _ _ _ (8)(9)(10)
- ปริญญาตรี ทางด้าน..... _ _ _ (11)(12)(13)
- สูงกว่าปริญญาตรี ทางด้าน..... _ _ _ (14)(15)(16)
- อื่นๆ โปรดระบุ..... _ _ _ (17)(18)(19)
4. ประสบการณ์ในการทำงานด้านนิเทศศาสตร์-วารสารศาสตร์ ...ปี _ _ (20)(21)

ตอนที่ 2 ความพร้อมของบริษัท/หน่วยงาน

5. บริษัท/หน่วยงานที่ท่านปฏิบัติงานอยู่เป็น
- หน่วยงานราชการ
- หน่วยงานเอกชน
- ธุรกิจบริการ
- ธุรกิจการเงิน
- ธุรกิจพาณิชย์
- ธุรกิจอุตสาหกรรม _ (22)

	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
-ความสำคัญของกิจกรรมประชาสัมพันธ์	_(53)
-ข้อดี ข้อเสียของสื่อแต่ละประเภท	_(54)
-ความรวดเร็วของสื่อแต่ละสื่อ	_(55)
-ความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสาร	_(56)
-กลุ่มเป้าหมาย	_(57)
-จำนวนผู้รับสารในแต่ละสื่อ	_(58)
-อื่นๆ.....	_(59)
.....						_(60)

19. ท่าน เลือกให้สื่อวิทยุในการ เผยแพร่ข่าว

ประชาสัมพันธ์ เพราะคำนึงถึงปัจจัยด้าน เหล่านี้

-นโยบายของหน่วยงาน/บริษัทที่ท่านปฏิบัติงานอยู่	_(61)
-จำนวนบุคลากรของฝ่ายประชาสัมพันธ์	_(62)
-งบประมาณของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่	_(63)
-ราคาซื้อสื่อเพื่อเผยแพร่	_(64)
-ข้อมูลการให้สื่อของคู่แข่ง	_(65)
-วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	_(66)
-ความคุ้นเคยกับสื่อมวลชนแต่ละประเภท	_(67)
-ลักษณะเนื้อหาข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์	_(68)
-ความต่อเนื่องของข่าวสารที่เคยเผยแพร่ออกไป	_(69)
-ประเภท/ชนิดของกิจกรรมประชาสัมพันธ์	_(70)
-ความสำคัญของกิจกรรมประชาสัมพันธ์	_(71)
-ความรวดเร็วของสื่อแต่ละประเภท	_(72)
-ความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสาร	_(73)
-กลุ่มเป้าหมาย	_(74)
-จำนวนผู้รับสารในแต่ละสื่อ	_(75)
-อื่นๆ.....	_(76)
						_(77)

	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
20. ท่านเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ เพราะค่าเบี่ยงถึงปัจจัยด้านเหล่านี้						
-นโยบายของหน่วยงาน/บริษัทที่ท่านปฏิบัติ งานอยู่	_(78)
-จำนวนบุคลากรของฝ่ายประชาสัมพันธ์	_(79)
-งบประมาณของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่	_(80)
-ราคาซื้อสื่อเพื่อเผยแพร่	_(5)
-ข้อมูลการใช้สื่อของคู่แข่งชั้น	_(6)
-วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์	_(7)
-ความคุ้ม เคยกับสื่อมวลชนแต่ละประเภท	_(8)
-ลักษณะ เนื้อหาข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์	_(9)
-ความถี่ เนื่องของข่าวสารที่เคยเผยแพร่ ออกไป	_(10)
-ประเภท/ชนิดของกิจกรรมประชาสัมพันธ์	_(11)
-ความสำคัญของกิจกรรมประชาสัมพันธ์	_(12)
-ความรวดเร็วของสื่อแต่ละประเภท	_(13)
-ความครอบคลุมของกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นผู้รับสาร	_(14)
-กลุ่มเป้าหมาย	_(15)
-จำนวนผู้รับสารในแต่ละสื่อ	_(16)
-อื่นๆ.....	_(17)
.....						_(18)

มาก	มาก	ปาน	น้อย	น้อย
ที่สุด		กลาง		ที่สุด

21. ท่านใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร ใน

การเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์เพราะคำนึงถึง

-นโยบายของหน่วยงาน/บริษัทที่ท่าน

ปฏิบัติงานอยู่	_(19)
-จำนวนบุคลากรของฝ่ายประชาสัมพันธ์	_(20)
-งบประมาณของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่ถืออยู่	_(21)
-ราคาซื้อสื่อเพื่อเผยแพร่	_(22)
-ข้อมูลการใช้สื่อของคู่แข่งที่:	_(23)
-วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ข่าว						
ประชาสัมพันธ์	_(24)
-ความคุ้นเคยกับสื่อมวลชนแต่ละประเภท	_(25)
-ลักษณะเนื้อหาข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์	_(26)
-ความต่อเนื่องของข่าวสารที่เคยเผยแพร่						
ออกไป	_(27)
-ประเภท/ชนิดของกิจกรรมประชาสัมพันธ์	_(28)
-ความสำคัญของกิจกรรมประชาสัมพันธ์	_(29)
-ความรวดเร็วของสื่อแต่ละประเภท	_(30)
-ความครอบคลุมของกลุ่มเป้าหมาย						
ที่เป็นผู้รับสาร	_(31)
-กลุ่มเป้าหมาย	_(32)
-จำนวนผู้รับสารในแต่ละสื่อ	_(33)
-อื่นๆ.....	_(34)
.....						_(35)

มาก มาก ปาน น้อย น้อย
 ที่สุด กลาง ที่สุด

23. ท่านเลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์เป็นตัวกลางเผยแพร่

ข่าวประชาสัมพันธ์ เพราะคำนึงถึง						
-นโยบายของหน่วยงาน/บริษัทที่ท่าน						
ปฏิบัติงานอยู่	(53)
-จำนวนบุคลากรของฝ่ายประชาสัมพันธ์	(54)
-งบประมาณของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่	(55)
-ราคาซื้อสื่อเพื่อเผยแพร่	(56)
-ข้อมูลการใช้สื่อของคู่แข่ง	(57)
-วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ข่าว						
ประชาสัมพันธ์	(58)
-ความคุ้นเคยกับสื่อมวลชนแต่ละประเภท	(59)
-ลักษณะเนื้อหาข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์	(60)
-ความต่อเนื่องของข่าวสารที่เคยเผยแพร่						
ออกไป	(61)
-ประเภท/ชนิดของกิจกรรมประชาสัมพันธ์	(62)
-ความสำคัญของกิจกรรมประชาสัมพันธ์	(63)
-ความรวดเร็วของสื่อแต่ละประเภท	(64)
-ความครอบคลุมของกลุ่มเป้าหมาย						
ที่เป็นผู้รับสาร	(65)
-กลุ่มเป้าหมาย	(66)
-จำนวนผู้รับสารในแต่ละสื่อ	(67)
-อื่นๆ.....	(68)
.....						(69)



ภาคผนวก ค

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หน่วยราชการ

- กองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร
- กรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์
- กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์
- กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
- กองส่งเสริมและเผยแพร่ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
- งานประชาสัมพันธ์ สำนักเลขาธิการกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง
- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์
- กรมควบคุมโรคติดต่อ กระทรวงสาธารณสุข
- ศูนย์การนิเทศและประชาสัมพันธ์ กระทรวงสาธารณสุข
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี
- กรมอุดมศึกษา กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไทย กระทรวงอุตสาหกรรม
- สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน
- ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการกรมการศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ
- กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
- กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม กระทรวงยุติธรรม
- กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
- สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงศึกษาธิการ
- สำนักงานเลขาธิการกรม กรมแรงงาน กระทรวงมหาดไทย
- กองกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง ทบวงมหาวิทยาลัย

- สำนักงานพลังงานแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี
- กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
- กรมชลประทาน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง
- กองกลาง กระทรวงคมนาคม
- กองเกษตรพาณิชย์ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- กองกลาง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- กองเกษตรสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม
- กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หนองมหาวิทยาลัย

ศูนย์วิทยพัชยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายชื่อหน่วยงานเอกชน

ธุรกิจการเงิน

ธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารทหารไทย

ธนาคารไทยพาณิชย์

ธนาคารกรุงเทพพาณิชย์การ

ธนาคารนครหลวงไทย

ธนาคารสธธนาคาร

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ทีเอสไอจำกัด

หน่วยงานที่ไม่เปิดเผยรายชื่อ 4 ราย

ธุรกิจการพาณิชย์

บริษัทกรุงเทพการไฟฟ้า จำกัด

บริษัทมาบุญครองอบพิชและไซโล จำกัด

บริษัทมั่นคงเคหะการ

บริษัทไควยูสะกรุงเทพ จำกัด

บริษัทคอมพิวเตอร์ไมโครซิสเต็ม จำกัด

บริษัทโอลิมเปียไทย จำกัด

บริษัทไอพีเอ็มประเทศไทย จำกัด

บริษัทเสริมสุข จำกัด

บริษัทสหวิริยาอินเตอร์เนชั่นแนลคอมพิวเตอร์

บริษัทสยามดนตรียามาฮา จำกัด

หน่วยงานที่ไม่เปิดเผยรายชื่อ 3 ราย

ธุรกิจอุตสาหกรรม

บริษัทชลประทานซีเมนต์ จำกัด

บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

บริษัทสยามกลการ จำกัด

บริษัทปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด

บริษัทไทยออยล์ จำกัด

หน่วยงานที่ไม่เปิดเผยรายชื่อ 7 ราย

ธุรกิจบริการ

ห้างโรบินสัน

โรงแรมดุสิตธานี

บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด

โรงแรมแมนดาริน

บริษัทบางกอกเอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

โรงแรมรอยัลลอร์ดคิด เซอราตัน

บริษัท ประกันชีวิตศรีอยุธยา จำกัด

แลนด์ แอนด์ เฮาส์

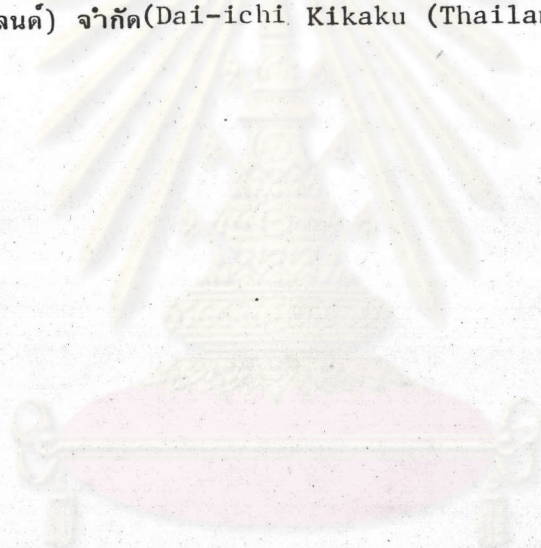
บริษัท ศรีอยุธยาประกันภัย จำกัด

หน่วยงานที่ไม่เปิดเผยรายชื่อ 4 ราย

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้วิจัย

นางสาวอนงค์ลักษณ์ แพทยานันท์ เกิดวันที่ 10 มีนาคม 2510 ณ กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรีนิติศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยม) ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2530 จากนั้นเข้าทำงานที่บริษัท สยามร่วมมิตร จำกัด ในตำแหน่งผู้ประสานงานโฆษณา ก่อนที่จะมาศึกษาต่อในระดับปริญญาโทนิติศาสตร์ นอกจากนี้เคยเป็นอาจารย์พิเศษคณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยครูบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ปัจจุบันเป็นผู้วางแผนสื่อโฆษณา(Media Planner) ที่บริษัท ไดอิชิ คิกากุ (ไทยแลนด์) จำกัด(Dai-ichi Kikaku (Thailand) Co., LTD.)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย