

ตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย



นาย พนม คลีฉายา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์ดุสิตบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-333-843-8

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INDICATORS FOR PUBLIC RELATIONS PERFORMANCE EVALUATION
IN THAILAND

Mr. Phnom Kleechaya

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy in Communication Arts

Faculty of Communication Arts

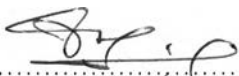
Chulalongkorn University

Academic Year 1999

ISBN 974-333-843-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย
โดย นายพนม คลี่ฉายา
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกายะ
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ

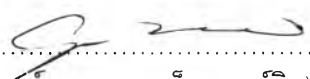
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต



..... คณะบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

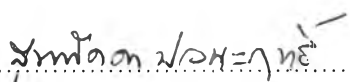

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกายะ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิระโสภณ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. อรวรรณ ปิณฑน์ไธวาท)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพัตตา ปวณะฤทธิ์)

พนม คลีฉายา : ตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย
(INDICATORS FOR PUBLIC RELATIONS PERFORMANCE EVALUATION IN THAILAND)
อ. ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ, อ. ที่ปรึกษาร่วม : รศ.ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 711 หน้า,
ISBN 974-333-843-8

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาและอธิบายตัวบ่งชี้ความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และสามารถนำตัวบ่งชี้ไปใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กรชั้นนำ ที่มีลักษณะการดำเนินงานแตกต่างกัน 21 ลักษณะกิจการ รวมจำนวน 80 องค์กร

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์พิจารณาจาก 5 มิติ ตามลำดับขั้นดังต่อไปนี้

มิติที่หนึ่งคือ งานสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ที่ผู้ปฏิบัติงานต้องปฏิบัติซึ่งมีลักษณะงานและจำนวนงานที่แตกต่างกันในองค์กรแต่ละลักษณะกิจการ งานที่ต้องปฏิบัตินี้ถือเป็นงานพื้นฐานที่นำไปสู่ความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

มิติที่สองคือ ความสำเร็จด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีตัวบ่งชี้ 3 ประการ ประกอบด้วย หนึ่งคือปริมาณงานและคุณภาพงาน สองคือความคุ้มค่าในการลงทุน และสามคือการบรรลุวัตถุประสงค์

มิติที่สามคือ ความสำเร็จด้านความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีตัวบ่งชี้ 5 ประการ ประกอบด้วย หนึ่งคือการรับรู้ สองคือความเข้าใจ สามคือภาพลักษณ์ สี่คือความน่าเชื่อถือ และห้าคือความพึงพอใจ

มิติที่สี่คือ ความสำเร็จด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีตัวบ่งชี้ 2 ประการ ประกอบด้วย หนึ่งคือความสัมพันธ์ที่ดี และสองคือพฤติกรรมตามที่ต้องการ

มิติที่ห้าคือ ความสำเร็จด้านผลประโยชน์ขององค์กร ซึ่งมีตัวบ่งชี้ 3 ประการ ประกอบด้วย หนึ่งคือผลประโยชน์การ สองคือยอดขาย และสามคือการทำงานราบรื่น

ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สามารถประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ด้วยการสังเกต การตรวจวัดและการสำรวจวิจัย เพื่อให้ทราบถึงตัวบ่งชี้ผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 มิติ

ภาควิชา.....
นิเทศศาสตร์
สาขาวิชา.....
2542
ปีการศึกษา.....

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

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เกิดขึ้นจากองค์ประกอบหลักที่สำคัญที่สุด คือ ความรู้ คำแนะนำ ความช่วยเหลือ และความเอาใจใส่อย่างดีเยี่ยมตลอดระยะเวลาการศึกษาในระดับดุษฎีบัณฑิตที่ได้รับจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกายะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ นอกจากนี้ความสำเร็จครั้งนี้ยังเกิดมาจากการสนับสนุน และคำแนะนำที่มีประโยชน์อย่างมากต่อความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ที่ได้รับจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ตลอดจนประธานคณะกรรมการและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน รวมทั้งความช่วยเหลือจากท่านคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ ที่สนับสนุนให้การดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูลสำเร็จลุล่วงไปได้อย่างรวดเร็ว ผู้วิจัยสำนึกและซาบซึ้งในพระคุณของอาจารย์ทุกท่านที่กล่าวมาข้างต้น และขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วย อีกส่วนหนึ่งขององค์ประกอบของความสำเร็จครั้งนี้คือการสนับสนุนด้านเงินทุนดำเนินงานวิจัยที่ได้รับจาก “กองทุนประดิษฐ์ กัลย์จาฤก” และ “มูลนิธิศาสตราจารย์บำรุงสุข สีหอำไพ” ความช่วยเหลือในครั้งนีถือเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมของเจ้าของทุนทั้งสองที่มีต่อการพัฒนาการศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ของประเทศไทย

นอกเหนือไปจากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และความร่วมมือที่ดีในการให้ข้อมูลที่สำคัญซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ นิสิตปริญญาดุษฎีบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจที่ดีมาโดยตลอด เพื่อนร่วมรุ่นวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ช่วยเหลือตรวจทานความสมบูรณ์ของต้นฉบับ มหาบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์ที่อุทิศเวลามาช่วยเหลืองานวิจัย รวมทั้งเพื่อน ๆ และน้อง ๆ ที่ช่วยเหลือให้กำลังใจที่ดีตลอดมา

ความสำเร็จในครั้งนี้ผู้วิจัยขอมอบให้แก่นายโพธิ์ คลี่ฉายา บิดาผู้ล่วงลับไปแล้ว ผู้ซึ่งเห็นความสำคัญและทุ่มเทให้แก่การศึกษาของลูกอย่างเต็มที่ ถึงแม้ท่านจะไม่มีโอกาสได้เห็นความสำเร็จในครั้งนี้ด้วยตัวของท่านเอง แต่มารดาผู้ที่คอยห่วงใยเอาใจใส่ผู้วิจัยมาตลอดจนถึงปัจจุบัน แม้จะอยู่ในช่วงวัยชราแล้วก็ตาม จะได้ชื่นชมความสำเร็จในครั้งนี้แทนบิดาผู้ล่วงลับไปแล้ว

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหำนำการวิจัย.....	20
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	21
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	21
1.5 ข้อเสนอพื้นฐานการวิจัย.....	21
1.6 นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	21
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	23
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการประเมิน.....	24
2.2 การประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์.....	38
2.3 แนวความคิดการประเมินงานประชาสัมพันธ์ในแบบการตัดสินคุณค่า.....	63
2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับขอบเขตของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์.....	66
2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับกิจกรรมและงานของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์.....	76
2.6 สรุปการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	96

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

3	ระเบียบวิธีวิจัย	99
	3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	99
	3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	116
	3.3 การตรวจสอบข้อมูล.....	121
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	122
	3.5 การนำเสนอข้อมูล.....	124
4	ภาระหน้าที่และทิศทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	126
	4.1 กิจการด้านพลังงาน	127
	4.2 กิจการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม	169
	4.3 กิจการด้านการขนส่ง	193
	4.4 กิจการด้านการสาธารณสุข	209
	4.5 กิจการด้านอุตสาหกรรม	229
	4.6 กิจการด้านการเงิน	263
	4.7 กิจการด้านสินค้าอุปโภคบริโภค	284
	4.8 กิจการด้านสื่อมวลชน	298
	4.9 กิจการด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม	308
	4.10 กิจการด้านความบันเทิง	321
	4.11 กิจการด้านสาธารณูปโภคสาธารณูปการ	342
	4.12 กิจการด้านการเมือง	366
	4.13 กิจการด้านการทหาร	388
	4.14 กิจการทางการศึกษา	402
	4.15 กิจการด้านการกีฬา	416
	4.16 กิจการด้านศิลปวัฒนธรรม	430
	4.17 กิจการด้านสาธารณประโยชน์	444
	4.18 กิจการด้านการเกษตร	454

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

4.19	กิจการด้านการก่อสร้าง	470
4.20	กิจการด้านสิ่งแวดล้อม	479
4.21	กิจการด้านบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์	504
4.22	สรุปภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ในแต่ละลักษณะกิจการ.....	523
5	การวิเคราะห์เชิงสถิติ ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์.....	533
6	ความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	581
6.1	ความหมายของความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	581
6.1.1	ความสำเร็จ 4 ด้านของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์.....	604
6.1.2	ตัวบ่งชี้ความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์.....	606
6.2	เกณฑ์ที่แสดงถึงตัวบ่งชี้ความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์.....	608
7	ตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	653
7.1	มิติที่ 1 : งานสำคัญที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติ	658
7.2	มิติที่ 2 : ความสำเร็จด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงาน.....	667
7.3	มิติที่ 3 : ความสำเร็จด้านความรู้สึกร่วมของกลุ่มเป้าหมาย.....	669
7.4	มิติที่ 4 : ความสำเร็จด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย	671
7.5	มิติที่ 5 : ความสำเร็จด้านผลประโยชน์ขององค์กร.....	672
7.6	ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์.....	677
7.7	ข้อสังเกตประกอบผลการวิจัย.....	681
8	สรุปและข้อเสนอแนะ	682
8.1	รายการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 21 ลักษณะกิจการ.....	684
8.2	แบบรายการตัวบ่งชี้สำหรับประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	686
8.3	ขั้นตอนการประยุกต์ใช้ตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	691
8.4	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยเพิ่มเติมในลำดับต่อไป	693

รายการอ้างอิง.....	696
ภาคผนวก.....	702
ประวัติผู้เขียน.....	711

สารบัญตาราง

ตารางที่

5.1	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับ องค์กรกิจการด้านพลังงาน.....	534
5.2	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านพลังงาน.....	535
5.3	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับ องค์กรกิจการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม.....	536
5.4	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม..	537
5.5	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับ องค์กรกิจการด้านการขนส่ง.....	538
5.6	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านการขนส่ง.....	539
5.7	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านการสาธารณสุข.....	540
5.8	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านการสาธารณสุข.....	541
5.9	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านอุตสาหกรรม.....	542
5.10	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านอุตสาหกรรม.....	543
5.11	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านการเงิน.....	544
5.12	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านการเงิน.....	545

ตารางที่

5.13	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านสินค้าอุปโภคบริโภค.....	546
5.14	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านสินค้าอุปโภคบริโภค...	547
5.15	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านสื่อมวลชน.....	548
5.16	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านสื่อมวลชน.....	549
5.17	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม.....	550
5.18	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม	551
5.19	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านความบันเทิง.....	552
5.20	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านความบันเทิง.....	553
5.21	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ.....	554
5.22	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านสาธารณูปโภคและ สาธารณูปการ.....	555
5.23	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านการเมือง.....	556
5.24	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรกิจการด้านการเมือง.....	557
5.25	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์กรกิจการด้านทหาร	558

ตารางที่

5.26	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์การกิจการด้านทหาร.....	559
5.27	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การกิจการด้านการศึกษา.....	560
5.28	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์การกิจการด้านการศึกษา.....	561
5.29	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การกิจการด้านกีฬา	562
5.30	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์การกิจการด้านกีฬา.....	563
5.31	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การกิจการด้านศิลปวัฒนธรรม.....	564
5.32	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์การกิจการด้านศิลปวัฒนธรรม.....	565
5.33	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การกิจการด้านสาธารณสุข.....	566
5.34	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์การกิจการด้านสาธารณสุข.....	567
5.35	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การกิจการด้านการเกษตร.....	568
5.36	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์การกิจการด้านการเกษตร.....	569
5.37	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การกิจการด้านการก่อสร้าง.....	570
5.38	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์การกิจการด้านการก่อสร้าง.....	571
5.39	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การกิจการด้านสิ่งแวดล้อม.....	572

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		
2.1	เอกมิตีของการกำหนดคุณค่า.....	28
2.2	พหุมิตีของการกำหนดคุณค่า.....	29
2.3	มิตีของรูปแบบการประเมิน.....	32
2.4	การประเมินงานประชาสัมพันธ.....	65
2.5	กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	98
4.1	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ (กิจการด้านพลังงาน)	128
4.2	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายแบบงานประชาสัมพันธรวมกับงานอื่น (กิจการด้านพลังงาน).....	129
4.3	โครงสร้างแบบระดับส่วนงานในสำนักงานผู้บริหารสูงสุด (กิจการด้านพลังงาน).....	131
4.4	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ (กิจการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม).....	170
4.5	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธอยู่ในฝ่ายอื่น (กิจการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม).....	172
4.6	โครงสร้างแบบส่วนงานสนับสนุน (กิจการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม)	173
4.7	แนวทางการประชาสัมพันธกลุ่มการสื่อสารโทรคมนาคม.....	190
4.8	โครงสร้างแบบส่วนงานในสำนักงานผู้บริหารสูงสุด (กิจการด้านการขนส่ง)	194
4.9	โครงสร้างแบบขึ้นตรงกับผู้บริหารสูงสุด (กิจการด้านการขนส่ง)	195
4.10	โครงสร้างงานประชาสัมพันธส่วนกลางและกระจายตามส่วนงานต่าง ๆ (กิจการด้านการสาธารณสุข).....	210
4.11	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธอยู่ในฝ่ายอื่น (กิจการด้านการสาธารณสุข).....	213

ตารางที่

5.40	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์การกิจการด้านสิ่งแวดล้อม.....	573
5.41	ภาระหน้าที่สำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์การกิจการด้านบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์.....	574
5.42	การทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อภาระหน้าที่สำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์การกิจการด้านบริษัทที่ปรึกษา ด้านประชาสัมพันธ์.....	575
6.1	ตัวบ่งชี้และเกณฑ์ที่ใช้วัดตัวบ่งชี้ด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน.....	647
6.2	ตัวบ่งชี้และเกณฑ์ที่ใช้วัดตัวบ่งชี้ด้านความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย.....	648
6.3	ตัวบ่งชี้และเกณฑ์ที่ใช้วัดตัวบ่งชี้ด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย.....	650
6.4	ตัวบ่งชี้และเกณฑ์ที่ใช้วัดตัวบ่งชี้ด้านผลประโยชน์องค์กร.....	651

แผนภูมิที่

4.12	โครงสร้างแบบฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ (กิจการด้านอุตสาหกรรม)	231
4.13	โครงสร้างแบบส่วนงานในสำนักงานผู้บริหารสูงสุด (กิจการด้านอุตสาหกรรม).....	232
4.14	โครงสร้างแบบที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารสูงสุด (กิจการด้านอุตสาหกรรม).....	233
4.15	โครงสร้างงานประชาสัมพันธ์ส่วนกลางและโรงงาน โดยอยู่ในฝ่ายอื่น (กิจการด้านอุตสาหกรรม).....	234
4.16	ข้อเสนอแบบการสื่อสารส่งเสริมอุตสาหกรรม.....	261
4.17	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธ์ส่วนกลางและกระจาย ตามส่วนงานต่าง ๆ (กิจการด้านการเงิน).....	265
4.18	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ (กิจการด้านการเงิน)	266
4.19	โครงสร้างแบบส่วนงานสนับสนุน (กิจการด้านการเงิน).....	267
4.20	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธ์ส่วนกลางและกระจายตาม ส่วนงานต่าง ๆ (กิจการด้านสินค้าอุปโภคบริโภค).....	285
4.21	โครงสร้างแบบระดับแผนกในฝ่ายอื่น (กิจการด้านสินค้าอุปโภคบริโภค)...	286
4.22	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ (กิจการด้านสื่อมวลชน)	299
4.23	โครงสร้างแบบระดับส่วนในฝ่ายอื่น (กิจการด้านสื่อมวลชน).....	301
4.24	โครงสร้างแบบส่วนงานในสำนักผู้บริหารสูงสุด (กิจการด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม).....	309
4.25	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ (กิจการด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม).....	310
4.26	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธ์อยู่ในฝ่ายอื่น (กิจการด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม).....	311
4.27	โครงสร้างแบบส่วนงานในฝ่ายอื่น (กิจการด้านความบันเทิง).....	322
4.28	กระบวนการ "โปรโมท" เทปเพลง.....	328
4.29	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ (กิจการด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ).....	343

แผนภูมิที่

4.30	โครงสร้างแบบส่วนงานในสำนักผู้บริหารสูงสุด (กิจการด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ).....	346
4.31	โครงสร้างส่วนงานประชาสัมพันธ์รัฐบาล (กิจการด้านการเมือง).....	368
4.32	วัฏจักรการสื่อสารองค์กรกิจการด้านการเมือง.....	381
4.33	โครงสร้างส่วนงานประชาสัมพันธ์กองทัพ (กิจการด้านการทหาร).....	389
4.34	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธ์ส่วนกลางและกระจายหน่วยงาน (มหาวิทยาลัยของรัฐ).....	403
4.35	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธ์ส่วนกลางและกระจายหน่วยงาน (ส่วนงานราชการด้านการศึกษา).....	404
4.36	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธ์อยู่ในฝ่ายอื่น (กิจการด้านการกีฬา).....	417
4.37	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ (กิจการด้านการกีฬา)	418
4.38	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธ์อยู่ในฝ่ายอื่น (กิจการด้านศิลปวัฒนธรรม).....	431
4.39	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธ์อยู่ในฝ่ายอื่น (องค์กรกิจการด้านสาธารณประโยชน์).....	445
4.40	โครงสร้างแบบส่วนงานสนับสนุน (กิจการด้านการเกษตร).....	455
4.41	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ (กิจการด้านการเกษตร)	456
4.42	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธ์อยู่ในฝ่ายอื่น (กิจการด้านการก่อสร้าง)	471
4.43	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ (กิจการด้านการก่อสร้าง).....	472
4.44	โครงสร้างแบบระดับฝ่ายเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ (กิจการด้านสิ่งแวดล้อม).....	480
4.45	โครงสร้างแบบงานประชาสัมพันธ์รวมกับงานอื่น (กิจการด้านสิ่งแวดล้อม)	481
4.46	โครงสร้างองค์กรกิจการด้านบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์.....	506

แผนภูมิที่

8.1	รายการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 21 ลักษณะกิจการ.....	684
8.2	แบบรายการตัวบ่งชี้สำหรับประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์.....	686