

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าของโครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง



นายศิขริน อารยางกูร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนารการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-17-1003-8

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PUBLIC RELATIONS STRATEGY FOR TEXTILE PRODUCTS OF
DOI TUNG DEVELOPMENT PROJECT MAE FAH LUANG FOUNDATION

Mr.Sikarin Arayangkoon

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2001

ISBN 974-17-1003-8

ศิริน อารยางกูร : กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าของโครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง
(PUBLIC RELATIONS STRATEGY FOR TEXTILE PRODUCTS OF DOI TUNG DEVELOPMENT
- PROJECT MAE FAH LUANG FOUNDATION)

อาจารย์ที่ปรึกษา . รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวี บุญลือ, 126 หน้า ISBN 974-17-1003-8

การวิจัยเรื่อง " กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าของโครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง " มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ในการนำเสนอ ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการประชาสัมพันธ์ และการประสานงานหรือการร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่นๆ ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าของโครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของโครงการฯ ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้สังสาร ได้แก่ ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าของโครงการฯ

ผลจากการวิจัย พบว่า

1. กระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าของโครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง เริ่มที่การวิจัย - รับฟังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสื่อสารและการประเมินผล
2. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ้าของโครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ประกอบด้วย (1) สื่อมวลชน เป็นสื่อหลัก (2) สื่อเฉพาะกิจ และ (3) สื่อกิจกรรมเป็นสื่อรองที่ใช้ในการสนับสนุนสื่อหลัก
3. ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าของโครงการพัฒนาออยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ส่วนใหญ่จะเกี่ยวเนื่องกับความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายบางส่วนที่ยังมีการรับรู้ไม่ดีพอ หรือยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเพียงพอในเรื่องของผลิตภัณฑ์ผ้าของโครงการฯ นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในด้านงบประมาณ การไม่มีแผนประชาสัมพันธ์ระยะยาวซึ่งเป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
4. ความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ของโครงการฯเนื่องจากการใช้กลยุทธ์หลากหลายรูปแบบ อาทิ การร่วมมือกับหน่วยงานองค์กรธุรกิจบันเทิง ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสาร และผู้ประกอบการในกลุ่มห้างสรรพสินค้า,หน่วยงานราชการ ซึ่งให้การสนับสนุนด้านการจัดกิจกรรม การใช้สื่อมวลชนประเภทนิตยสารแฟชั่น การจัดกิจกรรมพิเศษที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น การแสดงแฟชั่น,การจัดคอนเสิร์ต, การสร้างภาพลักษณ์ที่เน้นความหลากหลายและความประณีตของผลิตภัณฑ์

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ลายมือชื่อนิสิต
 สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
 ปีการศึกษา 2545ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

4385136128 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORD : PUBLIC RELATIONS / DOI TUNG DEVELOPMENT PROJECT
MAE FAH LUANG FOUNDATION /

SIKARIN ARAYANGKOON : PUBLIC RELATIONS STRATEGY FOR TEXTILE
PRODUCTS OF DOI TUNG DEVELOPMENT PROJECT MAE FAH LUANG
FOUNDATION. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF.DR.TANAWADEE BCONLUE
126 pp. ISBN 974-17-1003-8

The objective of this research is to study the public relation process media used, the problems that obstruct PR conduct and coordination among external organization relating to product promotion, This study conducted indepth interview with the public relation officers and the executive officers of the Doi Tung Development Project totalled 9 persons.

the conclusion derived as follows :

1. The public relations process of Fabric Products of Doi Tung Development Project Mae Fah Luang Foundation can be divided into 4 steps: research & listening, planning, communicating and evaluating. The first step was to collecting data for the purpose of designing the products and identifying target customers. There was no long-range planning only project by project is planned.

2. Media used to promote Fabric products of Doi Tung Development Project Mae Fah Luang Foundation are 1.mass media as the main media, 2.specialized media and 3.organized events as the supporting media.

3. The problems found were, the customers, lack of correct understanding about the textile products, insufficient budget for PR and no long-range PR planning as master guideline for PR conduct.

4. The success of public relations was due to various strategies used in this project such as the coordination with various sectors, i.e. entertainment business sector, the magazine publishers and the department store business group the government sector who supported the organization of activities. Mass media also fully supported the publicity of the programs and projects. Mass media used appeared in fashion magazines, Special events were organized for specialized target groups such as fashion show, concert, Image building emphasized diversity and refinement of the products.

Department PUBLIC RELATIONS Student's signature Sikarin Arayangkoon
Field of Study DEVELOPMENT COMMUNICATION Advisor's signature Tanawadee B
Academic year 2002 Co – Advisor's signature _____

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือและความกรุณาตลอดเวลาอันมีค่า แนะนำและให้คำปรึกษาลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัติ บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้ง รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนา โหมยิต ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณทุกท่านในที่นี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่านที่ได้ให้ความเอื้อเฟื้อสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เก็บรวบรวมรายละเอียดอันเป็นประโยชน์ ทั้งยังได้แสดงทัศนะต่างๆ สำหรับงานวิจัย นอกจากนี้ยังขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่น Dev.Com. ทุกคนที่ได้ให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ รวมทั้งคำแนะนำและกำลังใจจนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา – มารดา และทุกคนในครอบครัว ผู้ซึ่งคอยช่วยเหลือเกื้อกูลผู้วิจัยด้วยความรัก ความห่วงใยเสมอมาทั้งในยามท้อแท้และเผชิญกับอุปสรรคนานัปการ อีกทั้งยังได้ให้การสนับสนุนทั้งทางด้านการกำลังใจและกำลังทรัพย์ด้วยดีเสมอมา จนผู้วิจัยพบกับความสำเร็จในวันนี้

ศิขริน อารยางกูร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย.....	1
ปัญหำนำการวิจัย.....	6
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์.....	9
การประชาสัมพันธ์การตลาด.....	15
ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์.....	20
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์.....	21
กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	22
การวางแผนงานประชาสัมพันธ์.....	23
กลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์.....	28
การเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์.....	35
บทบาทของส่วนผสมทางการตลาดต่อการสื่อสารการตลาด.....	39
บทบาทของสินค้าและบริการต่อการสื่อสารการตลาด.....	40
บทบาทของราคาทางการสื่อสารการตลาด.....	40
บทบาทสถานที่จำหน่ายทางการสื่อสารการตลาด.....	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	49
แหล่งที่มาของข้อมูลเบื้องต้น.....	49

สารบัญ (ต่อ)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
การสร้างเครื่องมือ.....	51
การตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของเครื่องมือ.....	51
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิจัย.....	53
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	56
กระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าของ โครงการพัฒนาตอยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง.....	58
นโยบายการประชาสัมพันธ์.....	58
ผลิตภัณฑ์.....	59
กลุ่มเป้าหมาย.....	62
คุณสมบัติของสื่อแต่ละประเภท.....	62
สื่อและการใช้สื่อ.....	63
1. สื่อมวลชน.....	63
2. สื่อเฉพาะกิจ.....	64
3. สื่อกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้า.....	65
ปัญหาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้า ของโครงการพัฒนาตอยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง.....	70
การประสานงานหรือการร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่น.....	71
องค์กรด้านธุรกิจบันเทิง.....	71
ผู้ประกอบการธุรกิจ.....	73
หน่วยงานภาครัฐ.....	78
สื่อมวลชน.....	82
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	88
สรุปผลการวิจัย.....	88
อภิปรายผล.....	98
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	106
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	107

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
รายการอ้างอิง.....	105
ภาคผนวก.....	107
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	126