

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ วิเคราะห์การออกแบบเพื่อการประชาสัมพันธ์: กรณีศึกษา บริษัทไทยซิลค์ วิลล์

ผู้เขียน นางสาวอัจฉรา ขนทอง

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ดร.จิตรลดา บุรพรัตน์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ อุทิศ อติมานะ

กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์การออกแบบเพื่อการประชาสัมพันธ์ของบริษัทไทยซิลค์ วิลล์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงกระบวนการ ปัญหาและอุปสรรค การประสานงานกับหน่วยงานอื่นในการประชาสัมพันธ์องค์กรและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของบริษัทไทยซิลค์ วิลล์ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบการประชาสัมพันธ์บริษัทจำหน่ายผ้าไหมผ่านการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วย 4 วิธีการดังนี้ 1) วิเคราะห์จากเอกสาร (Document Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ 2) สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 คน 3) การสังเกตการณ์ (Observation Note) และ 4) การแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารของลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมผ้าไหมของบริษัทไทยซิลค์วิลล์ รวมทั้งหมด 18 คน และแนวทางการออกแบบการประชาสัมพันธ์ของบริษัท โดยจะศึกษาในช่วงที่มีการจดทะเบียนเป็นบริษัทไทยซิลค์ วิลล์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2549

ผลการวิจัยพบว่า

บริษัทไทยซิลค์ วิลล์มีการจัดจำหน่ายสินค้าของสินค้าที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว และส่งออกไปต่างประเทศ นโยบายหลักของการประชาสัมพันธ์ที่ทางบริษัทได้ดำเนินการอยู่เป็นการประชาสัมพันธ์ตรงไปที่บริษัทธุรกิจนำเที่ยว ให้เกิดความชื่นชอบและประทับใจในบริษัทและสินค้า เพื่อนำนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมร้านผ้าไหม

กระบวนการประชาสัมพันธ์ของบริษัทประกอบด้วย 4 ขั้นตอน เริ่มที่ 1) การวิจัยและรับฟัง 2) การวางแผน – การตัดสินใจ 3) การสื่อสาร 4) การประเมินผล

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์คือ กำหนดให้ใช้สื่อเฉพาะกิจโดยเฉพาะสื่อบุคคลเป็นสื่อหลักและมีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อรอง สำหรับสื่อมวลชนมีการใช้เพียงเล็กน้อย

อุปสรรคต่อการประชาสัมพันธ์องค์กรและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจคืองบประมาณที่มีจำกัดและการขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการประชาสัมพันธ์

การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ มีการให้ความร่วมมือต่อกันเป็นอย่างดีในกลุ่มสมาชิกผู้ผลิตสินค้าที่ระดับภาคเหนือ แต่ยังคงต้องการความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นเพิ่มเติมในการประชาสัมพันธ์องค์กรและผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



The result of this study shows that

Since Thai Silk Village Company operates souvenirs shops and export business, its main policy for public relations is to attract travel agencies. The company tries to impress travel agencies so that they will bring tourists to the company's shop.

The public relations process of the company composes of 4 steps: 1) doing research and public hearing, 2) planning – making decision, 3) processing communication, and 4) evaluating.

Media used for public relations are mainly person-to-person. Printed media are sometimes used, and mass media are rarely used.

Problems of public relations for promoting organization and products are its limited budget and the lack of PR-specialized staffs.

For co-ordination with other organizations, the company has very good cooperation and support from members of Northern Souvenirs Manufacturers Association; however more cooperation from other organizations is needed in order to improve its public relations.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved