

บทที่ 1

บทนำ

ในปัจจุบันนี้หน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนได้ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์มากขึ้นกว่าเดิม เพราะการประชาสัมพันธ์สามารถช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงาน สร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีภายในองค์กรและระหว่างองค์กรกับประชาชนภายนอกได้ การประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย เพิ่งเริ่มพัฒนาในค่านุทวิธี การทำงานอย่างถูกหลักวิชาการมาไม่นานนี้เอง โดยเฉพาะหน่วยงานใหญ่ ๆ อย่างบริษัท การบินไทย จำกัด จักควมมีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ และมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด เป็นการประชาสัมพันธ์ระดับชาติที่คงมีการเผยแพร่ข่าวสารไปยังประเทศต่าง ๆ เป็นองค์กรที่เป็นตัวแทนของชาวไทยในการสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของประเทศ

การประชาสัมพันธ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด ได้มีการพัฒนาการดำเนินการในรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งมีนโยบายในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนผู้รับข่าวสาร เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม เศรษฐกิจของไทย นอกจากนี้ยังมีข่าวสารเกี่ยวกับการประกอบการของบริษัทฯ ที่จะแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในการทำงานอีกด้วย นอกจากนี้บริษัท การบินไทย จำกัด ยังได้ให้ความร่วมมือในกิจกรรมทางสังคมอื่น ๆ ของหน่วยงานรัฐบาล องค์กรต่าง ๆ และหน่วยงานเอกชนอีกด้วย

### ความสำคัญของปัญหา

การเผยแพร่ข่าวสารนับได้ว่าเป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่งที่มีความสำคัญมากทีเดียว หน่วยงานควรมีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับตัวองค์กรให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ โดยผ่านทางสื่อมวลชนต่าง ๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ การเผยแพร่ข่าวสารจะเป็นการชี้แจงข้อเท็จจริงในเรื่องต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่สื่อมวลชนและประชาชน เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่ออกไปสามารถจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยม หัตถศกดิ์ ตลอดจนสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่

## หน่วยงานใด

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด ในปัจจุบันได้มีการประชาสัมพันธ์ในแบบใหม่ที่เรียกว่า "Corporate Pr." ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อมุ่งที่จะสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อหน่วยงานในสายตาของประชาชนภายนอก ซึ่งโดยหลักวิชาการแล้วข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปก็ควรจะเน้นข่าวสารที่มีประโยชน์ ข่าวสารที่แสดงการประกอบการในค่านอง ๆ มากกว่าที่จะเป็นข่าวเล็ก ๆ น้อย ๆ ทั่วไปที่ไม่ค่อยมีเนื้อหาสาระ

ผู้เขียนสนใจที่จะศึกษาการเผยแพร่ข่าวสารส่งออกของบริษัท การบินไทย จำกัด ว่ามีลักษณะของข่าวสารอย่างไรบ้าง ข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นมีความสำคัญในการสร้างภาพพจน์ให้กับบริษัทหรือไม่ และโดยรวมแล้วเป็นข่าวสารประเภทใดบ้าง ซึ่งจะทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ข่าวสารอันจะเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมค่านองของบริษัทต่อไปในอนาคต

## วัตถุประสงค์การศึกษา

สารนิพนธ์ฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและประเมินผลการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด ในสื่อประเภทข่าวสาร หรือ Press Release ที่ส่งไปยังสื่อมวลชนต่าง ๆ สรุปวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความต่อเนื่องของข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด
2. เพื่อศึกษาถึงประเภทของเนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่ออกไป
3. เพื่อศึกษาถึงการเผยแพร่ข่าวสารว่าเน้นการเผยแพร่ข่าวสารของฝ่ายใดในการบินไทยบ้าง
4. เพื่อศึกษาว่าข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปแต่ละประเภทนั้นมีการเลือกใช้สื่ออะไรบ้าง

### ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาการเผยแพร่ข่าวสารของสำนักประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด โดยดูจากเอกสารข่าวแจก (Press Release) ที่ส่งออกไปในรอบ 4 เดือน คือในระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2532 - กุมภาพันธ์ 2533

### วิธีการศึกษาค้นคว้า

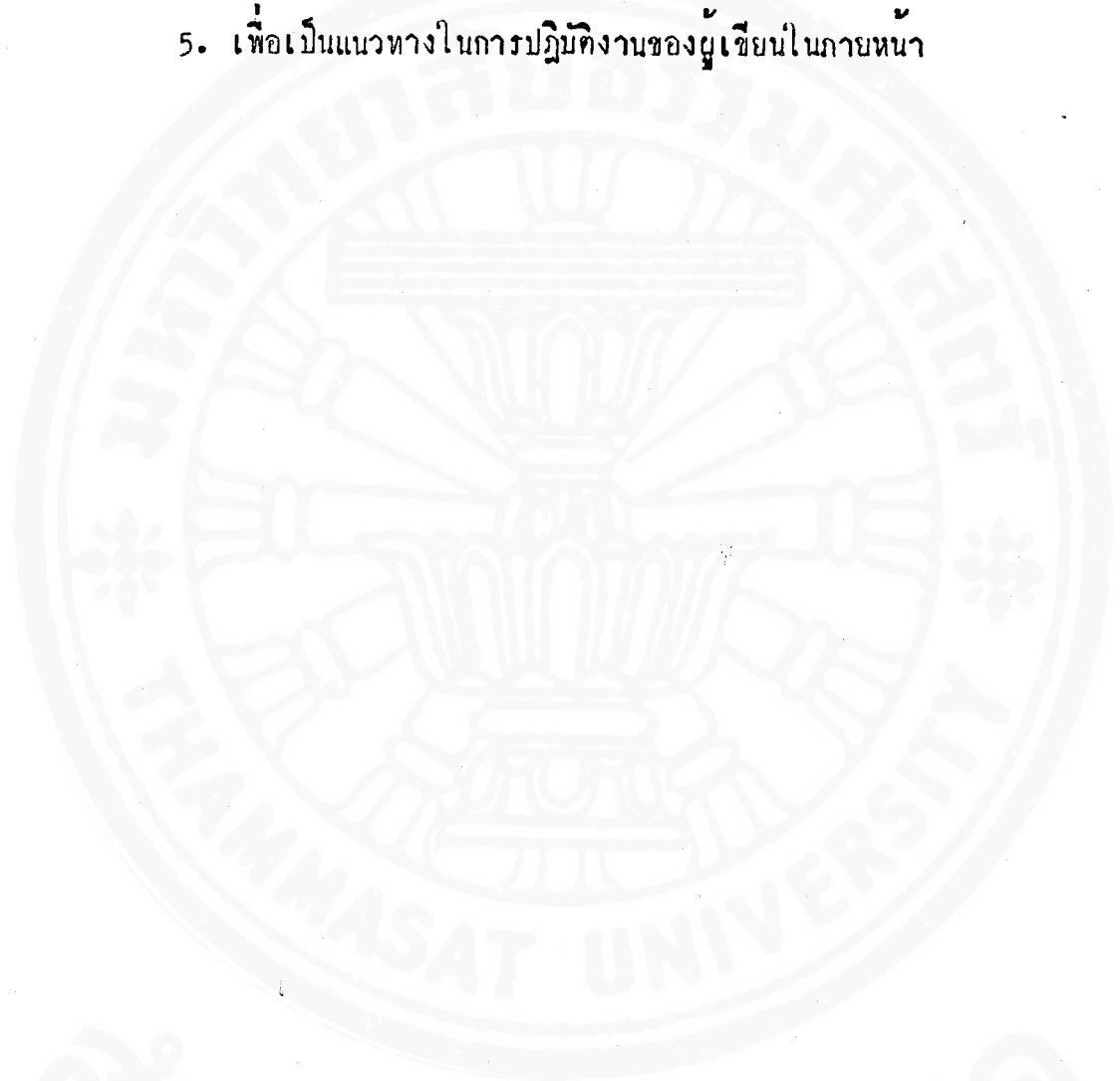
สารนิพนธ์ฉบับนี้ใช้วิธีการศึกษาการเผยแพร่ข่าวสารของบริษัท การบินไทย จำกัด โดย

1. มีส่วนร่วมในงานด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2532 ถึงกุมภาพันธ์ 2533
2. ศึกษาจากผู้ทำงานในแผนกสื่อมวลชนสัมพันธ์ โดยสอบถาม สัมภาษณ์ ซักถามการทำงานที่รับผิดชอบ
3. ศึกษาจากแฟ้มข่าวและเอกสารเผยแพร่ข่าว เพื่อการประชาสัมพันธ์ของแผนกสื่อมวลชนสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด
4. ศึกษาในลักษณะการกระจายความถี่ (Frequency Distribution) ของข่าว
5. ศึกษาประกอบจากแฟ้มข่าวตัด (Clippings) จากบริษัท Pressko เกี่ยวกับบริษัท การบินไทย จำกัด ในช่วงปีงานที่สำนักงานประชาสัมพันธ์
6. ศึกษาจากตำราอ้างอิงของผู้ทรงคุณวุฒิในการประชาสัมพันธ์

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงประเภทของข่าวสารของบริษัท การบินไทย จำกัด ที่เผยแพร่ออกไปว่ามีเนื้อหาอะไร และมีความสำคัญต่อการสร้างภาพพจน์ขององค์กรมากน้อยเพียงใด
2. ใ้ทราบถึงปัญหาในการดำเนินงานเผยแพร่ข่าวสารส่งออกว่าตามความจริงแล้วต่างกับนโยบายหรือทฤษฎีที่ทางสำนักประชาสัมพันธ์ได้มุ่งหวังเอาไว้หรือไม่อย่างไร

3. ไ้ทราบขอขมายการทำงานของสำนักประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด โดยเฉพาะในส่วนการทำงานของแผนกสื่อมวลชนสัมพันธ์
4. เพื่อเป็นแนวทางให้สำนักประชาสัมพันธ์ของบริษัท การบินไทย ไ้แก้ไขข้อบกพร่องในการเสริมสร้างภาพพจน์ของบริษัท โดยการเผยแพร่ข่าวสาร
5. เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของผู้เขียนในภายหน้า



สำนักหอสมุด

อ้างอิง

1. จากการสัมภาษณ์คุณปรีดี บุญชื้อ เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิจัย วางแผนและรัฐสัมพันธ์ สำนักงาน  
ประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด



สำนักหอสมุด