

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาของการศึกษา

เบื้องหลังความสำเร็จขององค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านธุรกิจเอกชน และหน่วยงานของรัฐบาลในปัจจุบัน นอกเหนือจากการตลาด การโฆษณา และการส่งเสริมการขายแล้ว ย่อมขึ้นอยู่กับ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเปรียบเสมือนอาวุธคู่มือขององค์กรต่างๆ อันทรงประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์ถือว่าการปฏิบัติงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบันในการเผยแพร่ ซึ่งแจ้งข่าวสาร รวมทั้งการดำเนินงานวิธีการอื่นๆ อย่างมีแผนการ และกระทำการอย่างต่อเนื่องกัน เพื่อช่วยเสริมสร้างบรรยากาศแห่งความเข้าใจอันดีแก่ทุกฝ่าย ตลอดจนสร้างชื่อเสียงเกียรติคุณความเชื่อถือ ศรัทธาของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน เพื่อภาพพจน์ที่ดีในสายตาของสาธารณชน (Public Image) และเพื่อความนิยม (Goodwill) ความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชน อันจะมีส่วนในการสร้างสรรค์ความสำเร็จแก่การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ

ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ได้มีขอบเขตขยายกว้างออกไปมากมาย และซับซ้อนยิ่งขึ้น โดยแพร่ขยายไปสู่วงการต่างๆ ในทุกระดับสาขา จึงนับได้ว่างานประชาสัมพันธ์ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทที่จะสนับสนุนการบริหารงานขององค์กร หรือสถาบันต่างๆ ในองค์กรที่อยู่ในช่วงของการก่อตั้ง และธุรกิจที่เพิ่งดำเนินการจะยังไม่มีความพร้อมในการจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขึ้นในองค์กร เพื่อรองรับกับวัตถุประสงค์ขององค์กร การใช้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ จากบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ จะช่วยทำให้องค์กรนั้นๆ ได้รับความสะดวก โดยมีต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงาน และซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยไม่จำเป็น

ความต้องการบริการด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีมากขึ้น ทำให้ช่องทางในการจัดตั้งบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์มีมากขึ้น บริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์

จึงเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งที่เปิดให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ และบริษัท
โฆษณาที่หันมาเปิดให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเป็นการให้บริการกับ
บริษัทลูกค้าอย่างครบวงจร ซึ่งในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทที่ปรึกษาด้าน
การประชาสัมพันธ์แต่ละแห่งนั้น จะมีลักษณะการให้บริการ และขั้นตอนการดำเนินงาน
แตกต่างกันไป บริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์แต่ละแห่งจะมีความเชี่ยวชาญ
เฉพาะด้าน ผู้เขียนมีความสนใจในธุรกิจการให้บริการที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์
จึงได้ศึกษาถึงการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอน
ซัลติง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด บริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินธุรกิจ
การเป็นที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ในธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นสถานที่
ที่ผู้เขียนได้ฝึกภาคปฏิบัติ

THANMASAT UNIVERSITY
ค่านักหอสมุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความเป็นมา วิวัฒนาการ การจัดโครงสร้าง และประเภทของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์
2. เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์
3. เพื่อศึกษาโครงสร้าง การดำเนินงาน นโยบาย ลักษณะการให้บริการ และขั้นตอนการดำเนินงานของบริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
4. เพื่อทราบถึงปัญหา และอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์

ขอบเขตของการศึกษา

สารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนมุ่งศึกษาถึงการดำเนินธุรกิจที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยจะเน้นถึงขั้นตอนการให้บริการที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ และกรณีศึกษา ซึ่งเป็นการเสนอผลงานบางส่วนของบริษัท

วิธีการศึกษาค้นคว้า

1. ศึกษาโดยการสังเกต และจดจำลักษณะงาน ขณะฝึกภาคปฏิบัติที่บริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ บริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
2. ศึกษาโดยการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ และหนังสืออ้างอิงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
3. ศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายบริการให้คำปรึกษาบริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

4. ศึกษาจากคำแนะนำ และคำชี้แจงของเจ้าหน้าที่ในบริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชันแนล จำกัด

5. ศึกษาจากการเข้าร่วมในการปฏิบัติงานของบริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชันแนล จำกัด

สถานที่และระยะเวลาที่ศึกษา

ผู้เขียนได้เข้ารับการฝึกภาคปฏิบัติที่บริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 4 ซอยประดิพัทธ์ 14 (ซอยกิ่งจินดา) ถนนประดิพัทธ์ เขต พญาไท กรุงเทพฯ 10400 โดยใช้ระยะเวลาฝึกภาคปฏิบัติระหว่างวันที่ 17 พฤศจิกายน 2540 ถึงวันที่ 15 มกราคม 2541 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 2 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจ วิชาการ การจัดการ และประเภทของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์
2. ทำให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ ข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์
3. ทำให้เข้าใจการดำเนินธุรกิจการให้บริการของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์
4. ทำให้ทราบถึงปัญหา และอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์