

ผนวก จ

ตัวอย่างจดหมายแนะนำตัวและแนวคำถาม



คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ท่าพระจันทร์ กรุงเทพฯ 10200.

20 กรกฎาคม 2549

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้สัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน คุณสรณ์ จงศรีจันทร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เดนทีส์ ยังก์ แอนด์ รูบี้แคม จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. หัวข้อวิทยานิพนธ์และประเด็นที่เกี่ยวข้อง

2. แนวคำถามในการสัมภาษณ์

ด้วยนางสุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม เลขทะเบียน 4607300060 นักศึกษาระดับปริญญาเอก คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กำลังทำงานวิจัยวิทยานิพนธ์ คุชฎีบัณฑิต หัวข้อเรื่อง “การสื่อสารองค์การบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัทไฮลด์ิง : กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศ” การวิจัยครั้งนี้ต้องเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูงของบริษัทตัวแทนโฆษณาในกลุ่มบริษัทไฮลด์ิง ผู้มีประสบการณ์ในการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศ โดยท่านเป็นบุคคลที่มีความเหมาะสมในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้สัมภาษณ์เพื่อการวิจัยโดยการสัมภาษณ์จะใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง โดยผู้วิจัยจะพบหรือโทรศัพท์เพื่อนัดหมาย วัน เวลา และสถานที่ ที่ท่านสะดวก สำหรับการให้สัมภาษณ์อีกครั้ง ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาเพื่อการทำวิทยานิพนธ์และเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์ โสภนะเสถียร)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

แนวคำถามที่แนบส่งพร้อมจดหมายแนะนำตัว

สรุปรายละเอียดหัวข้อวิทยานิพนธ์

ชื่อเรื่อง: การสื่อสารองค์การบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยภายใต้การบริหารงาน ของกลุ่มบริษัทโฮลดิ้ง : กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศ (Organizational Communication of Advertising Agencies Subsidiary of International Holding Companies: A Case Study of Communication for Global Account Management)

รายละเอียดฉบับย่อของหัวข้อวิทยานิพนธ์:

ปัจจุบัน ธุรกิจการโฆษณามีการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับโลกและในระดับประเทศ การแข่งขันกันกันอย่างดุเดือดเป็นสาเหตุสำคัญทำให้ธุรกิจบริษัทตัวแทนโฆษณาเริ่มผนวกรวมกันเป็นกลุ่มบริษัทโฮลดิ้ง และมีการขยายตัวของธุรกิจที่เน้นการให้บริการแบบครบวงจรตามแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อองค์การบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยทั้งในด้านโครงสร้างองค์การและรูปแบบการบริหารงาน การดำเนินธุรกิจโฆษณาของบริษัทตัวแทนโฆษณาที่อยู่ในกลุ่มบริษัทโฮลดิ้งในประเทศไทยจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารในองค์การเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจและองค์การที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น มีความซับซ้อนมากขึ้น และมีความเป็นสากลมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเจ้าของตราสินค้าระดับโลกซึ่งในปัจจุบันถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความสำคัญและเป็นเหมือนตัวแปรสำคัญที่ทำให้ธุรกิจการโฆษณาในประเทศไทยมีการเจริญเติบโต ดังนั้น ผู้ศึกษา ดังนั้น จึงสนใจศึกษาว่า บริษัทตัวแทนโฆษณาที่อยู่ในเครือของบริษัทโฮลดิ้งแต่ละกลุ่มนั้น มีรูปแบบโครงสร้างองค์การที่เชื่อมโยงกับบริษัทแม่และบริษัทอื่น ๆ ในเครือข่ายอย่างไร ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบเมื่อบริษัทตัวแทนโฆษณาต้องอยู่ในกลุ่มบริษัทโฮลดิ้ง รวมไปถึงการเข้ามามีส่วนในการบริหารงานจากฝ่ายผู้บริหารของบริษัทโฮลดิ้ง การได้รับรู้และเข้าใจการวางโครงสร้างขององค์การจะทำให้ผู้ศึกษามองเห็นภาพรวมของธุรกิจโฆษณาได้ชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ ผู้ศึกษาต้องการศึกษาการสื่อสารองค์การเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศ ซึ่งจะทำให้ผู้ศึกษาได้ทราบรูปแบบการสื่อสารองค์การของแต่ละบริษัทตัวแทนโฆษณาและสามารถแยกแยะประเด็นข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของการสื่อสารและการบริหารองค์การเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศในแต่ละองค์การได้ รวมทั้งมองเห็นปัญหาและอุปสรรคที่พบในการสื่อสารองค์การเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่าง

ประเทศได้ชัดเจน และทำยสุด ผู้ศึกษาต้องการทราบแนวโน้มรูปแบบโครงสร้างองค์การและการสื่อสาร องค์การเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบโครงสร้างองค์การบริษัทตัวแทนโฆษณาที่อยู่ในกลุ่มบริษัทโฮลดิ้ง แต่ละกลุ่มทั้งโครงสร้างภายในองค์การและโครงสร้างที่เชื่อมโยงกับบริษัทอื่น ๆ ในเครือข่าย
2. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารองค์การเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศ ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบเมื่อบริษัทตัวแทนโฆษณาตั้งอยู่ในกลุ่มบริษัทโฮลดิ้ง
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มรูปแบบโครงสร้างองค์การและการสื่อสารเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศในประเทศไทย

รายชื่อคณะกรรมการวิทยานิพนธ์

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ อรทัย ศรีสันติสุข | ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ |
| 2. ศาสตราจารย์ ดร. สุรพงษ์ โสธนะเสถียร | กรรมการและที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ |
| 3. คุณชัยประนิน วิสุทธิผล | กรรมการวิทยานิพนธ์ |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบญจรงค์กิจ | กรรมการวิทยานิพนธ์ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ | กรรมการวิทยานิพนธ์ |

แนวคำถามในการสัมภาษณ์

1. ในปัจจุบันบริษัทของท่านมีโครงสร้างองค์การเป็นอย่างไร
2. บริษัทของท่านมีเครือข่ายของการให้บริการทางด้านอื่น ๆ จากบริษัทในเครือของบริษัทเองและของกลุ่มบริษัทโฮลดิ้งที่บริษัทตัวแทนโฆษณาสังกัดอยู่หรือไม่ อะไรบ้าง
3. ทราบว่าบริษัทของท่านอยู่ในกลุ่มบริษัทโฮลดิ้ง WPP Group อยากทราบว่าบริษัทโฮลดิ้งเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารบริษัทในเครือแต่ละบริษัทในระดับใด ใช้รูปแบบการบริหารงานแบบใด
4. การรวมตัวกันเป็นบริษัทตัวแทนโฆษณาที่อยู่ในกลุ่มบริษัทโฮลดิ้ง ทำให้บริษัทของท่านต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์การหรือไม่ อย่างไร

5. การเป็นหนึ่งในบริษัทในเครือของกลุ่มบริษัทโฮลดิ้ง ทำให้บริษัทของท่าน มีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบอย่างไรบ้างในการให้บริการลูกค้า
6. บริษัทของท่านมีขั้นตอนการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศให้กับลูกค้าที่เป็น Global Account อย่างไร
7. รูปแบบการสื่อสารเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศให้กับลูกค้าที่เป็น Global Account มีขั้นตอนเป็นอย่างไร ใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบไหน โดยดูในเรื่องของการสื่อสารระหว่างสำนักงาน การสื่อสารของการแผนการสื่อสารทางการตลาดระหว่างสำนักงานข้ามประเทศ ความถี่ในการสื่อสารระหว่างสำนักงาน เนื้อหาและวิธีการในการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร
8. ในการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศนั้น บริษัทของท่านวัดความสำเร็จในการสื่อสารโดยดูในประเด็นใดบ้าง
9. ในการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศนั้น บริษัทของท่านมีรูปแบบการสื่อสารกับสำนักงานใหญ่ (Central head office) สำนักงานประจำภูมิภาค (Regional offices) และบริษัทโฮลดิ้ง อย่างไร บทบาทของสำนักงานใหญ่ สำนักงานประจำภูมิภาค และบริษัทโฮลดิ้งเป็นอย่างไร
10. การรวมตัวของบริษัทของท่านกับบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้านอื่น ๆ เป็นกลุ่มบริษัทโฮลดิ้งนั้น ทำให้การบริหารงานและการดูแลลูกค้าที่เป็น Global Account เป็นอย่างไร บริษัทของท่านต้องมีการปรับตัวอย่างไร ทั้งในแง่การบริหารองค์การ และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
11. ท่านมีความคิดเห็นต่อแนวโน้มการวางโครงสร้างของบริษัทตัวแทนโฆษณาในอนาคตอย่างไร
12. ท่านมีความคิดเห็นต่อแนวโน้มการสื่อสารเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศในอนาคตอย่างไร