

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษานโยบาย กลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ธุรกิจเพลง ในประเทศไทย โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึก ผู้บริหารระดับสูง ผู้ที่รับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์ และศิลปินของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) บริษัท โซนี่ บีเอ็มจี มิวสิค เอนเทอร์เทนเมนต์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท สมอลล์รูม จำกัด ตลอดจนสื่อมวลชนสายบันเทิงรวม 25 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า

บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจเพลงทั้ง 3 บริษัทมีนโยบายองค์กรที่แตกต่างกัน แต่นโยบาย และวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ คือ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร สินค้าและบริการ สร้างความเข้าใจอันดีกับกลุ่มเป้าหมาย และมีภาพลักษณ์ที่ดีในใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่ไม่แตกต่างกัน ส่งผลให้การกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อีกด้วย โดยใช้กลยุทธ์ดังต่อไปนี้ 1) กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์การเจาะกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การใช้สื่อหลายประเภทร่วมกัน และให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การใช้สื่อสมัยใหม่ 2) กลยุทธ์การนำเสนอสารประชาสัมพันธ์ ประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์การเผยแพร่ข่าวสาร และกลยุทธ์โน้มน้าวใจและจูงใจ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือ 1) ปัญหาด้านการสื่อสาร กับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย 2) บุคคลากรในองค์กรไม่เข้าใจงานประชาสัมพันธ์ 3) ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ ส่งผลต่อการประเมินงานประชาสัมพันธ์ 4) งบประมาณประชาสัมพันธ์ 5) เพศชาย สำหรับปัจจัยในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ คือ 1) นักประชาสัมพันธ์ต้องพัฒนาตนเองและทักษะทางการสื่อสารอยู่เสมอ 2) สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ให้บุคคลากรในองค์กร 3) มีส่วนร่วมในการรณรงค์ให้ประชาชนสนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์

5184754928 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : PUBLIC RELATIONS / STRATEGIES / THAI MUSIC / ENTERTAINMENT

NICHAPHAT UTHAILARPTONG : PUBLIC RELATIONS STRATEGIES OF

THAI MUSIC ENTERTAINMENT BUSINESS. THESIS ADVISOR :

SUTHILUCK VUNGSUNTITUM, Ph.D., 224 pp.

The objectives of the research are to study about policies, strategies, Public Relations' problems and obstacles, and Public relations methods of music business in Thailand by using qualitative research that study from related documents and in-depth interview with executives, responsible Public Relations staffs, and artists of GMM Grammy Public Company Limited, Sony BMG Music Entertainment (Thailand) Company Limited, and Small Room Company Limited and also entertainment press total 25 samples. The results of the research are as follow;

All three companies have different policies but the policies and objectives are aiming to spread messages of their companies, products, services that bond good understanding with target groups, and maintain good images to target groups. These policies and objectives make them go to the same strategies of Public Relations. The strategies are as follow; 1) using media and Public Relations activities strategies which go through target groups, using various types of media, and emphasizing on using contemporary media 2) Message presentation strategies which contain spreading messages strategy and motivation strategy.

Problems and obstacles in Public Relations are 1) communication with various target groups 2) people in company do not understand the importance of PR 3) privacy which effected to PR evaluation 4) PR budget 5) being male. PR Development methods are 1) PR personnel must develop their communication skills every now and then 2) PR personnel should create the same understanding among people in the same company in term of PR working tasks 3) PR personnel should involve in privacy campaigns to support license products