



การประชาสัมพันธ์ ทางการตลาด

ดร.สุทธิชัย ปัทมโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก
www.drsuthichai.com

การประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานธุรกิจมีความสำคัญมาก
หน่วยงานธุรกิจบางแห่งให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์มากกว่าการโฆษณาด้วยซ้ำไป

นายมีงขวัญ แสงสุวรรณ เริ่มทำงาน เป็นเจ้าพนักงานฝ่ายขายของบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ส ประเทศไทย จำกัด ต่อมาได้ย้ายไปอยู่แผนกประชาสัมพันธ์ จนกระทั่งได้รับตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ซึ่งนายมีงขวัญ แสงสุวรรณ มีความสามารถโดดเด่น เป็นพนักงานจำนวนน้อยมากๆ ที่สามารถข้ามขั้น ข้ามตำแหน่ง ซึ่งบริษัทโตโยต้า (บริหารงานแบบญี่ปุ่น) มักให้ความสำคัญกับระบบเรียงลำดับความอาวุโส ถึงแม้ว่านายมีงขวัญ แสงสุวรรณ จะจบนิติศาสตร์บัณฑิต ก็ตาม ฉะนั้น หากท่านเป็นคนที่ต้องการเก่งทางด้านการตลาด เก่งทางด้านประชาสัมพันธ์ ท่านจะเรียนจบสาขาอะไรก็ได้ ท่านก็สามารถเป็นนักประชาสัมพันธ์ นักการตลาดที่เก่งได้ ขอเพียงแต่ท่าน ศึกษา เรียนรู้ และหาประสบการณ์จากมัน ดังคำพูดของนายมีงขวัญ แสงสุวรรณ ได้กล่าวไว้ “ตอนอยู่การตลาด 10 ปี ผมอ่านหนังสือเยอะมาก แม้จะ

“ไม่ได้เรียนการตลาดแต่กลับกลายเป็นว่าผมรู้เรื่องการตลาดมากกว่าปกติ”

ด้วยเป็นนักประชาสัมพันธ์ นักการตลาด จึงทำให้นายมีงขวัญ แสงสุวรรณ ได้รับตำแหน่งต่างๆ เช่น ผอ.อสมท. , อธิบดีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร, อธิบดีรองนายกรัฐมนตรี, อธิบดีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม, อธิบดีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

ด้วยการเป็นนักประชาสัมพันธ์ เขาจึงใช้หลักการประชาสัมพันธ์ในการช่วยปั้นดารา เช่น วิลลี่ แมคอินทอช, ทักษิณ ชินวัตร, วรคุณ วรรณกรรม, จอห์นนี่ แอนโฟเน่ เป็นต้น จนเขาได้รับฉายา *“Image maker”* สำหรับการทำการตลาดของบุคคลเขาให้แก่งัดคิดดังนี้

“ในเมื่อผมขายรถยนต์ได้ตั้งเยอะแล้ว ก็ไม่ใช่เรื่องแปลกที่ผมจะมาขายคน เพราะไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ สบู่ ยาสีฟัน หรือคน ก็มีวิธีคิดของการสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่แตกต่างกัน เป็นงานอดิเรกที่ทำเงิน

ให้ผมมาก ดารารู้จักเกือบทุกคน ผมเคยนั่งดูโทรทัศน์ก็รีโมตไปดารา
ที่ผมบ่นขึ้นมา เล่นชนกันเกือบทุกช่อง”

ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์ จึงมีความสำคัญกับทุกหน่วยงาน
ทั้งภาคเอกชน ไม่เว้นแม้กระทั่ง หน่วยงานรัฐบาล

ทำไมหน่วยงาน องค์กร รัฐบาลถึงต้องทำการประชาสัมพันธ์
คำตอบก็คือ เพื่อให้ประชาชนหรือผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ได้ทราบถึง
การให้บริการ และงานที่ทำ

สำหรับผู้นำประเทศก็มีความจำเป็นที่จะต้องทำการประชาสัมพันธ์
เช่นกัน ดังคำพูดของประธานาธิบดี ทูแมน(Harry
S.Truman) ได้กล่าวไว้ว่า *“ท่านคงเคยได้ยินประชาชนพากัน
กล่าวขวัญถึงอำนาจอันยิ่งใหญ่ของประธานาธิบดีในฐานะที่
เป็นผู้ปกครองประเทศ แต่อำนาจของประธานาธิบดี ขึ้นอยู่กับ
ความสำเร็จในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้วย เพราะ
ประธานาธิบดีก็ต้องฟังเสียงประชาชน และต้องรู้จักวิธีเข้า
กับประชาชนให้ได้”*

ประธานาธิบดี จอห์นสัน กล่าวไว้ว่า *“กระผมทราบดี
ว่า ปัญหาที่ใหญ่ที่สุดของเราคือการติดต่อสื่อสาร ถ้าเรา
สามารถสื่อสารถึงประชาชนได้แล้ว ประชาชนก็จะเข้าใจถึงปัญหา
ต่างๆ ที่เรากำลังเผชิญร่วมกันอยู่”*

เหตุผลที่นักการตลาดจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์
เข้ามาช่วย มีเหตุผลดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสูงขึ้นทุกขณะ ส่วนการ
ประชาสัมพันธ์ซึ่งงบประมาณที่น้อยกว่า แต่สามารถสร้างความ
น่าเชื่อถือได้มากกว่า
2. สื่อต่างๆ มีความทันสมัย และมีจำนวนมาก ทำให้สื่อ
หลักๆ ในอดีต เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ มีอานุภาพลดน้อยลง ส่วนสื่อสมัย
ใหม่ เพชฌกูฏ ทวิตเตอร์ บล็อก ยูทูป ฯลฯ มีอานุภาพ มีพลังที่มากขึ้น



3. พฤติกรรม **ทัศนคติ** ของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอด
เวลา การทำประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือที่มีความยืดหยุ่น และทำได้
รวดเร็วกว่า

ทั้งนี้ นักการตลาดจะต้องนำแผนการตลาด และแผนการ
ประชาสัมพันธ์ให้มีความสอดคล้อง และไปในแนวทางเดียวกัน ไม่ว่าจะ
จะเป็นแผนระยะสั้น แผนระยะกลาง และแผนระยะยาว

สำหรับนักการตลาด ที่สามารถนำการประชาสัมพันธ์ไปใช้
อย่างได้ผล มักมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. มักจะเป็นนักคิดที่มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบคิดนอก
กรอบ คิดอะไรใหม่ๆ
2. เป็นผู้ที่ไม่หาความรู้ อยู่เสมอ มีความรอบรู้
3. เป็นนักสังเกตการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมของ
ประเทศ และสังคมโลก ว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง
4. เป็นนักวิเคราะห์ และรับรู้ปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
5. เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส สะอาด
เรียบร้อย สุภาพ อ่อนโยน
6. เป็นผู้ที่มีจริยธรรม คุณธรรม ซื่อสัตย์ อดทน
7. ข้อนี้สำคัญที่สุด คือ เป็นผู้รักงานด้านการประชาสัมพันธ์
และรักงานทางด้านการตลาด

หากว่าท่านมีคุณสมบัติข้างต้น กระผมเชื่อแน่ว่าท่านจะเป็น
นักการตลาดที่สามารถนำเอาการประชาสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้ได้
อย่างดียิ่งเยี่ยม 