

บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานการจัดทำโครงการงานสหกิจศึกษาในครั้งนี้มีศึกษากลยุทธ์การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโครงการเรื่อง กระบวนการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เรื่องขอ ขวด แลก ข. ไข่ ของบริษัท แอล.พี.เอ็น ดีเวลลอปเม้นท์จำกัด(มหาชน)และศึกษาหาข้อมูลของขั้นตอนในการจัดกิจกรรมพิเศษในการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้ศึกษาได้นำเสนอตามหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. หลักการและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์และความหมายของการประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์และขั้นตอนการจัดกิจกรรมพิเศษ

หลักการและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายว่ามีความสำคัญและ จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับทุก ๆ องค์กร ไม่ว่าจะเป็นองค์กรเอกชน ราชการ รัฐวิสาหกิจและ องค์กรไม่แสวงหากำไร ตลอดจนกิจกรรมการดำเนินงานแทบทุกประเภทล้วนแล้วแต่ใช้การ ประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่เรื่องราว สร้างความเข้าใจและสานความสัมพันธ์อันดี ระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง แต่ด้วยชื่อ “การประชาสัมพันธ์” ที่สะท้อนความรู้สึกเชิงบวกในใจของผู้ที่พบเห็นทำให้หน่วยงานหรือบุคคลนำเอาคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ไปใช้กันอย่างแพร่หลายโดยที่ไม่ได้ มีความเข้าใจความหมาย การประชาสัมพันธ์อย่างถ่องแท้จึงก่อให้เกิดความสับสนในความหมาย รวมทั้งความคลุมเครือ ในบทบาทของการประชาสัมพันธ์ดังนั้น เพื่อให้มีความเข้าใจในความหมาย หลักการ บทบาท และวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง ผู้ที่ศึกษาจึงควรทำความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวเพื่อจะได้มีความเข้าใจศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ กระทั่งขั้นนี้

การประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้

1. การค้นคว้าหาความรู้
2. การวางแผน
3. การสื่อสาร
4. การติดตามและประเมินผล

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า Public Relation ซึ่งแยกได้เป็นคำสองคำคือ

Public หมายถึง ประชา หมู่คณะ

Relations หมายถึง สัมพันธ์ การผูกพัน

ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์ถ้าแปลตามตัวอักษรจะหมายความว่า การเกี่ยวข้องกับผูกพันกับหมู่คณะ การประชาสัมพันธ์ จึงเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คณะหรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชนนั่นเอง การประชาสัมพันธ์เป็นการใช้ความพยายามเพื่อให้สามารถสร้างและรักษาค่านิยม เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับชุมชนตามที่ได้วางแผนไว้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับ ข่าวสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น ทศนคติ และค่านิยมหรือเป็นการติดต่อสื่อสาร กับชุมชนทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน ซึ่งเป็นการวางแผน อย่างต่อเนื่องที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความปรารถนาดีและความเข้าใจกันระหว่างองค์กรและ สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์เป็นแผนงานที่ได้เตรียมการ ไว้อย่างรัดกุมและมีความพยายามมากต่อการที่จะสร้างไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กรกับประชาชน เป็นการปรับความพยายามที่จะสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่แนบแน่น และยังสามารถนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของงานที่วางแผนไว้ได้อย่างราบรื่น ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องนี้ จะเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ตรงกันและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกัน เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปด้วยดี การประชาสัมพันธ์ อาจกล่าว ได้ว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ทำให้องค์กรเป็นที่นิยมชมชอบและเชื่อถือศรัทธาขององค์กร ซึ่งเป็นการทำงานการประชาสัมพันธ์อย่างมีแบบแผนและต่อเนื่องเพื่อให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเกิดการยอมรับและมีทัศนคติที่ตรงกัน โดยอาจมีการสื่อความทั้งการพูด การเขียนการชักชวน เผยแพร่ข่าวสารและการขอความคิดเห็นเพื่อจูงใจประชาชนให้ทราบและเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงานขององค์กรอีกด้วย การประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่ต้องมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและมีการวางแผนที่แน่นอนเป็น ระบบ มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ที่แน่นอนซึ่งเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องอย่างมาก

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

ความหมายของการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกระทำก็คือการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในหน่วยงานหรือองค์การ สถาบันอย่างถูกต้องถ่องแท้การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยการเผยแพร่ หรือการกระจายข่าวสารเรื่องราวเกี่ยวกับนโยบายวัตถุประสงค์กิจกรรมผลงานและการดำเนินงาน ของหน่วยงานองค์การ สถาบัน ตลอดจนเรื่องราว ความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สถาบัน ให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้ทราบและเข้าใจเพื่อสร้างความนิยมนศรัทธาและเรียกร้องความร่วมมือ สนับสนุนจากกลุ่มประชาชน ฉะนั้นในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับ กลุ่มประชาชนกลุ่ม ต่าง ๆ จึงอาจกระทำได้ในหลายวิธีทางวิธีหนึ่งก็คือการใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ มาช่วยเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ องค์กรสถาบันมีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง หรือสามารถแพร่กระจายข่าวสาร ไปสู่มวลชนจำนวนมากมาย ทั้งในชุมชนและท้องถิ่นต่าง ๆ หรือ ทั่ว ประเทศทำให้้องค์กรสถาบันสามารถดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายตามความต้องการ ได้ สะดวกประหยัดรวดเร็วยิ่งขึ้นเครื่องมือและสื่อที่ใช้ใน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมียู่ หลายประเภทด้วยกันเช่น สื่อบุคคล (Personal media) คำพูด (Spoken words) ส่วนสื่อมวลชน (Mass media) ก็คือ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังมีสื่ออื่น ๆ อีก อัน ได้แก่ สิ่งพิมพ์และเอกสาร (Printed media) วารสารนิตยสาร ภาพนิ่งฟิล์ม สคริปจดหมายข่าว โปสเตอร์และป้ายประกาศการโฆษณาสถาบันหรือการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์และการจัด กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ (Special Events) เป็นต้นกิจกรรมพิเศษ (Special event) ถือเป็นกิจกรรม ทางการประชาสัมพันธ์ซึ่งใช้ป็นสื่อหรือ เครื่องมือในด้านการประชาสัมพันธ์ (The tool of PR) อีก ประเภทหนึ่งนอกเหนือจากเครื่องมือ สื่อสารอื่นๆ ที่เรานำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ซึ่ง เป็นเครื่องมือสื่อสารทางด้านอิเล็กทรอนิกส์อาทิ เช่น วิทยุโทรทัศน์เป็นต้นหรือสิ่งที่เป็นสิ่งพิมพ์ ต่างๆ (Printed media) เช่น จุลสารจดหมายข่าวแผ่นพับและแผ่นปลิว เป็นต้น กิจกรรมพิเศษ/ กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์หมายถึงกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ซึ่งใช้ป็นสื่อหรือเครื่องมือ ในด้านการประชาสัมพันธ์อีกประเภทหนึ่งนอกเหนือจากเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ (วิรัช ลภีรัตนกุล ,2546,หน้า 315) วาสนาจันทร์สว่าง (2534:77) ได้ให้ความหมายของกิจกรรมพิเศษไว้ว่า คือการจัด งานต่างๆ ในโอกาสพิเศษหรือ วันพิเศษเพื่อประกาศเผยแพร่ นโยบายกิจการและผลการ ดำเนินงานของหน่วยงานให้ประชาชนทราบเพื่อทำให้ประชาชนพอใจประทับใจและเกิดความนิยมนศรัทธาต่อหน่วยงาน การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Special Events) เป็นเครื่องมือ ประชาสัมพันธ์ที่ไม่เพียงสร้างการรับรู้ (perception) เท่านั้นแต่เป็นการเปิด โอกาสให้กลุ่มประชาชน เป้าหมายได้เข้ามามีส่วนร่วม (participation) ด้วย (เสรีวงษ์มณฑา,2542,หน้า 223) นอกจากนี้การจัด

กิจกรรมหรือการมีส่วนร่วมขององค์กรอื่น ๆ ในการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรของเราอีกด้วย

ขั้นตอนการจัดกิจกรรมพิเศษ

ขั้นตอนในการวิเคราะห์ความต้องการในการจัดกิจกรรมพิเศษนั้น ควรมุ่งไปที่การค้นหาความต้องการของผู้บริโภค และพัฒนาแผนไปสู่ความสามารถในการนำเสนอ กิจกรรมทางการตลาดที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อได้ไอเดียของรูปแบบกิจกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้แล้ว ก็จำเป็นที่จะต้องพิจารณาอีกครั้งถึงความถูกต้องของแนวคิดนั้น ๆ ด้วยการสอบถามความคิดเห็นจากผู้บริโภคเป้าหมาย ผู้ร่วมงาน และทีมผู้บริหารการจัดงาน ก่อนจะสรุปรูปแบบของงาน สามารถแบ่งขั้นตอนประกอบการพิจารณารูปแบบการจัดอีเวนต์ได้ดังนี้

1. แบ่งหมวดหมู่กลุ่มเป้าหมาย ทั้งผู้ร่วมงาน และผู้ร่วมงาน
2. วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง 2 กลุ่ม ความสำเร็จในการจัดงานนั้นวัดได้ ที่ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน ถ้าเป็นการจัดกิจกรรมเสมือนจริง ก็ต้องให้ได้รับความพึงพอใจสูงกว่าการจัดกิจกรรมทั่วไป
3. เขียนแนวคิดของการจัดงานออกมาอย่างละเอียด ผู้จัดต้องเห็นภาพของกิจกรรมอย่างชัดเจน ว่างานนี้จัดขึ้นเพื่ออะไร เพื่อใคร และจัดขึ้นทำไม กิจกรรมนี้ตอบสนองความต้องการของตลาดในแง่มุมไหน และตอบสนองได้ดีกว่าวิธีที่ใช้อยู่ได้อย่างไร
4. ได้รับการสนับสนุนอย่างดีจาก ผู้มีอิทธิพลในวงการนั้นๆ (influential) ในแต่ละวงการ ก็จะมีดาราดเด่นที่เป็นตัวดึงดูดให้คนเข้าร่วมงาน เช่นองค์กรหลัก หรือบริษัทใหญ่ๆในวงการ หรืออาจเป็นคนที่ได้รับความสนใจก็ได้ ขั้นตอนนี้เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุน ให้งานที่จัดขึ้นเป็นที่น่าเชื่อถือ และได้รับการตอบรับจากผู้ร่วมงานอย่างดี
5. เตรียมงบประมาณในการจัดกิจกรรมทางการตลาดให้เหมาะสม ตั้งประมาณการรายรับให้พอดี ไม่มากเกินไป และประมาณการค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อให้การจัดงานอยู่ในงบประมาณที่วางไว้
6. สุดท้ายเป็นขั้นตอนของการตัดสินใจ จากองค์ประกอบทั้งหมด ที่ได้พิจารณาว่า ถึงโอกาสทางธุรกิจจะจัดงานหรือไม่ หรือจะสามารถจัดกิจกรรมทางการตลาดเสมือนจริงออนไลน์หรือไม่

ไม่ว่ากิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นจะเป็นงานที่จัดทั่วไป หรือผ่านทางออนไลน์ ต่างก็ไม่มีคำตอบของการบริหารความเสี่ยงในการจัดงานที่แน่นอนตายตัว

จากการที่ได้ศึกษาแนวคิดเรื่องกระบวนการการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดกิจกรรมพิเศษ ควรมี 3 ขั้นตอน ขั้นตอนการจัดกิจกรรม ขั้นตอนจัดกิจกรรม ขั้นตอนหลังจัดกิจกรรม แต่ละขั้นมีความสำคัญเท่า ๆ กัน และหลักพื้นฐานสำคัญของการจัดกิจกรรมพิเศษที่นักจัดกิจกรรมพิเศษ มี 3 ส่วน คือ ขั้นตอน วิเคราะห์ความต้องการในการจัดกิจกรรมพิเศษนั้น มุ่งไปที่ความต้องการของผู้บริโภค และ พัฒนาแผนไปสู่ความสามารถในการนำเสนอ การจัดกิจกรรมพิเศษให้ดีสามารถเมื่อได้ไอเดียของรูปแบบกิจกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้แล้ว ก็จำเป็นที่จะต้องพิจารณาอีกครั้งถึงความถูกต้องของแนวคิดนั้น ๆ เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ