

สรุป

การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่การหลอกลวงหรือตบตาประชาชน แต่เป็นการชี้แจง สื่อสารนโยบาย วัตถุประสงค์ และการกระทำขององค์กร ไปสู่ประชาชน โดยยึดหลักความจริง และประโยชน์ร่วมกัน ของทั้ง 2 ฝ่าย คือ องค์กรสถาบันกับประชาชน อันเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม แต่ในส่วนของ การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดแล้ว นอกจากจะมีวัตถุประสงค์ที่เหมือนกับการประชาสัมพันธ์ทั่วไป ก็ยังมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญอื่นด้วยคือ การที่จะทำกิจกรรมอะไรก็ตามหวังให้เกิด ผลกับยอดขายของสินค้า นั่นคือต้องการให้ยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้นนั่นเอง

อย่างไรก็ตามพึงระลึกไว้เสมอว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่สำคัญตัวหนึ่งขององค์ ประกอบการตลาดแต่ไม่ใช่ว่าการทำการประชาสัมพันธ์แต่เพียงอย่างเดียวแล้วจะทำให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จได้ การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จและสามารถที่จะอยู่ในระบบการแข่งขันที่เข้มข้นอย่าง ในปัจจุบัน ธุรกิจควรที่จะเป็นการทำการตลาดแบบครบวงจร คือให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการตลาด ครบทุกตัว ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ราคาที่เหมาะสม หาซื้อ ได้ง่าย มีการโฆษณาที่ดึงดูดความสนใจ มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสามารถสร้าง AWARENESS ให้กับสินค้า และกระตุ้นให้เกิดการตลาดซื้อไปใช้

จากสภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจที่สูงมาก ธุรกิจที่ได้รับความนิยม เชื่อถือ ความไว้วางใจจาก ผู้บริโภค เท่านั้นที่จะสามารถที่จะดำเนินธุรกิจอยู่ในตลาดได้ต่อไป จากจุดนี้ทำให้การประชาสัมพันธ์ก้าว เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในวงการธุรกิจมากขึ้น และก็มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ เพื่อ ให้มีความเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน จนกระทั่งมาถึงยุคของ การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด ซึ่งมีความแตกต่างจากทฤษฎีที่ได้มีการเรียนการสอนอยู่ในมหาวิทยาลัยต่างๆ อยู่บ้าง แต่ก็มีความ ใกล้เคียง เพียงแต่การที่จะทำกิจกรรมอะไรก็ตามต้องมีการหวังผลทางการตลาด หรือมีผลต่อยอดขาย เข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1 ด้านการจัดองค์กรด้านการประชาสัมพันธ์

จากการที่งานประชาสัมพันธ์ได้เข้ามามีบทบาทเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงาน ของบริษัท ฝ่ายบริหารน่าจะให้ความสำคัญต่องานด้านการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น น่าจะให้มีการจัด ตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขึ้นมา ให้มีหน้าที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริษัท โดย ขึ้นตรงกับฝ่ายบริหาร เนื่องจากบางครั้งการตัดสินใจต้องอาศัยความรวดเร็ว และแม่นยำในการตัดสินใจ

และเป็นการลดขั้นตอนสายงานหรือระบบงานให้กระชับขึ้น เพื่อที่จะได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ทัน
 ทางที่ในบางกรณี นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจ แก่บุคลากรในหน่วยงานประชาสัมพันธ์

2 ด้านบุคลากร

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์เป็นตัวจักรที่สำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึง
 ควรที่บริษัทจะได้มีบุคลากรที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับงานประชาสัมพันธ์ (หากมีการตั้งหน่วยงานประชา
 สัมพันธ์ขึ้น) ควรจะมีบุคลากรที่มีคุณวุฒิทางด้านนิเทศศาสตร์ หรือสื่อสารมวลชน เพราะคนเหล่านี้มีความรู้
 โดยตรงทางด้านงานประชาสัมพันธ์ย่อมเข้าใจ และเรียนงานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้เร็วกว่าคน
 ที่ไม่ได้จบมาทางด้านนี้โดยตรง หรือรับบุคลากรที่มีพื้นฐานหรือเคยผ่านการอบรมในหลักสูตรประชาสัมพันธ์
 ทั้งระยะสั้นและระยะยาว สำหรับหัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ก็ควรที่จะสรรหาผู้ที่มีคุณวุฒิหรือมีประสบ
 การทางด้านนี้มาทำงานด้านนี้ก่อน และที่สำคัญหัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ควรมีการเฝ้าหาความรู้
 วิชาการใหม่ๆ ด้านนี้ หรือเข้ารับการฝึกอบรมเพิ่มเติม หรือสนับสนุนให้บุคลากรได้เข้ารับการฝึกอบรมเพิ่ม
 เพื่อจูงใจและสนับสนุนให้บุคลากร มีความสนใจในงานด้านการประชาสัมพันธ์ อันจะส่งผลด้านขวัญและ
 กำลังใจของบุคลากร

3 ด้านงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์

งบประมาณนับเป็นปัจจัยหนึ่งในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ควรที่ทุกหน่วยงาน
 ประชาสัมพันธ์จะมีงบประมาณด้านนี้โดยตรงและเพียงพอ เพื่อเสริมให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างเรียบ
 ร้อยและมีประสิทธิภาพ นอกจากการมีงบประมาณโดยตรงแล้ว การบริหารงบประมาณก็นับว่ามีส่วนสำคัญ
 อยู่ไม่น้อย เพราะการบริหารงบประมาณ ดี หรือ ไม่ดี นั้นจะส่งผลกระทบต่อทั้งหัวหน้า หน่วยงาน
 ประชาสัมพันธ์ว่าบริหารงานเป็นหรือไม่เป็น มีความสามารถในการดำเนินงานเพียงใด และจะเกี่ยว
 ข้องกับความเป็นไปได้อย่างแผน และจะส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงานด้วย

4 ด้านกิจกรรมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นอกจากจะเป็นการดำเนินงานที่เป็นระบบ มีการจัด
 ทำแผนมีการติดตามและประเมินผล สิ่งที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์พึงให้ความสำคัญก็คือ การกำหนดกลยุทธ์
 ในการดำเนินงาน ว่าควรจะใช้สื่อใดในสถานการณ์กลุ่มเป้าหมายหรือจะใช้กลวิธีในการดำเนินงานแบบใด
 จึงจะสอดคล้องและประสานต่อเนื่องกันได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้การพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือขจัดปัญหา
 ต่างๆ ก็เป็นเรื่องที่มีความจำเป็น ตลอดจนการแก้ปัญหาต่างๆ ทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ การดำเนินงาน
 หรือความไม่เข้าใจของฝ่ายบริหาร การไม่ได้รับความร่วมมือจากบุคคลอื่น การดำเนินงาน
 ประชาสัมพันธ์ก็เหมือนกับการดำเนินกิจกรรมอื่นที่ต้องมีการติดตามและประเมินผล เพื่อนำมาปรับปรุงแก้
 ไขในการดำเนินงานในครั้งต่อไป ให้มีความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น