

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันองค์การหรือหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนต่างตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นการส่งเสริมความเข้าใจอันดี และสร้างสัมพันธภาพระหว่างองค์การหรือหน่วยงานกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์ที่ดีเป็นการสร้างความนิยมนแก่กลุ่มประชาชนต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การ ด้วยวิธีการบอกกล่าวที่แจ่มแจ้งให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์และสิ่งซึ่งองค์การได้กระทำลงไป นอกจากนี้ ที่สำคัญองค์การจะต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของประชาชน (ประชามติ) เพราะความคิดเห็นของประชาชนนี้อาจจะก่อให้เกิดผลดีผลเสียแก่องค์การก็ได้

ในสังคมที่เต็มไปด้วยการแข่งขันขณะนี้ องค์การหรือหน่วยงานธุรกิจต่างก็หวังที่จะนำกำไรกลับมาคืนสู่ธุรกิจของตน การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาเพื่อช่วยพัฒนาสินค้าให้มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการขาย การทุ่มงบประมาณทางสื่อโทรทัศน์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นยุทธวิธีของบรรดาหน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ เพื่อเป้าหมายทางการตลาด แต่เป้าหมายอีกประการหนึ่งที่หน่วยงานธุรกิจไม่ควรละเลย หรือมองข้าม นั่นคือ การมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของประชาชน ถ้าประชาชนมีความรู้สึกที่ดีและประทับใจในหน่วยงานธุรกิจนั้นย่อมหมายความว่า หน่วยงานธุรกิจจะได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากประชาชนทั้งในด้านสินค้าบริการ หรือกิจกรรมใด ๆ ก็ตามที่หน่วยงานธุรกิจกระทำขึ้น

การประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางที่มีส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การหรือหน่วยงานธุรกิจ ดังนั้น หน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ จึงอาศัยการประชาสัมพันธ์ เข้าช่วยให้การประกอบธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น รวมทั้งช่วยเพิ่มจุดเด่น และสร้างความคุ้นเคยแก่ผู้บริโภค

และที่สำคัญในปัจจุบันบริษัทรับจ้างทำประชาสัมพันธ์ หรือบริษัทที่ปรึกษาทางด้าน การประชาสัมพันธ์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน

บริษัทรับจ้างทำประชาสัมพันธ์ (Public Relations Agency) หรือสำนักงานที่ปรึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Counseling Firm) หมายถึง หน่วยงานของเอกชนที่ดำเนินงานธุรกิจทางด้านบริการให้คำแนะนำ ปรึกษา วางแผนงาน นโยบาย สำรองวิจัย ทางด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ในหน่วยงานหรือองค์การใดองค์การหนึ่ง รวมทั้งการสร้างสัมพันธ์อันดีกับประชาชนและสถาบันที่เกี่ยวข้องด้วย อาทิเช่น การหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ (Press Relations) รัฐสัมพันธ์ (Government Relations) และชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) เป็นต้น ตลอดจนการดำเนินงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยเครื่องมือหรือสื่อต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ฯลฯ¹

สำหรับบริษัท เพรสโก้ จำกัด (PRESKO limited) ซึ่งเป็นบริษัทที่ผู้เขียนฝึกงานนั้น เป็นบริษัทรับจ้างทำประชาสัมพันธ์แห่งแรกในประเทศไทย และในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ดำเนินการมาประมาณ 32 ปี โดยผู้เขียนฝึกงานอยู่ในฝ่ายบริการลูกค้ากลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคและการตลาด บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นหนึ่งในบรรดาลูกค้าของบริษัท เพรสโก้ จำกัด ซึ่งในขณะที่ผู้เขียนฝึกงานอยู่นั้น ผู้เขียนได้มีโอกาสดูแลศึกษาข้อมูล เอกสารเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทแอมเวย์ และเห็นว่า บริษัทแอมเวย์ มีนโยบายที่จริงจังในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ประกอบกับมีกิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากมาย ผู้เขียนจึงสนใจ และนำบทบาทของบริษัทแอมเวย์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชนมาใช้เป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้

1 วิรัช อภิรัตน์กุล, สำนักงานที่ปรึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์ , นิเทศสาร ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 ส.ค. 19, หน้า 59-62

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะในการปฏิบัติงานนอกเหนือไปจากการศึกษาในภาคทฤษฎี
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างการจัดองค์กร และการดำเนินงานของบริษัท เพอร์สโก้ จำกัด
3. เพื่อศึกษาบทบาทของบริษัทแอมเวย์เกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในหัวข้อ บ. แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ศึกษาการตีความรับผิดชอบต่อสังคมผู้เข้มนุ่งศึกษาบทบาทเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมเพื่อชุมชนเท่านั้น มิได้รวมถึงบทบาทของบริษัทแอมเวย์ในด้านอื่น ๆ เนื่องจากผู้เขียนตระหนักว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันเป็นปัญหาที่สำคัญซึ่งทางองค์กรหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรมีส่วนในการรับผิดชอบร่วมกัน ดังนั้น ผู้เขียนจึงนำบทบาทของแอมเวย์ต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนมาเป็นตัวอย่างในการศึกษาบทบาทขององค์กรธุรกิจ ซึ่งมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม

วิธีการศึกษา

1. ศึกษาจากความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทั้งหมดที่ได้ศึกษามา ไม่ว่าจะจากคำบรรยายตามลักษณะวิชาประชาสัมพันธ์ในชั้นเรียน จากการค้นคว้าในห้องสมุด หรือจากเอกสารประกอบการเรียน
2. ศึกษาโดยการสังเกตและจดจำขณะปฏิบัติงานที่ฝ่ายบริการลูกค้า บริษัท เพอร์สโก้ จำกัด
3. ศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูล เอกสาร สิ่งพิมพ์ และหนังสืออ้างอิงต่าง ๆ ของบริษัท เพอร์สโก้ จำกัด ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทแอมเวย์ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน
4. ศึกษาจากคำแนะนำ ชี้แจงของเจ้าหน้าที่ผู้ดูแล ซึ่งรับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัทแอมเวย์

สถานศึกษา

ฝ่ายบริการลูกค้า (Client Service) บริษัท เพอร์สโกลี จำกัด ชั้น 20 อาคารที่
เอสที ทาวเวอร์ เลขที่ 21 ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ 10900 โทร. 273-8800-9

ระยะเวลาที่ศึกษา

ตั้งแต่วันที่ 10 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2535 รวมเป็นระยะเวลา
1 เดือนครึ่ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถเข้าใจระบบการทำงานขั้นพื้นฐาน เงื่อนไขต่าง ๆ และกระบวนการในการดำเนินงานด้าน
การประชาสัมพันธ์
2. ทราบถึงหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ในการจัดทำและนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เรียนรู้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
4. เรียนรู้การปรับตัวเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ
5. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ต่อไปในอนาคต