

บทที่ 1

บทนำ

เมื่อกล่าวถึงคำว่า “ ประชาสัมพันธ์ ” ก็คงเป็นที่ทราบกันดีว่าในสังคมปัจจุบันนี้หน่วยงาน องค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชน สินค้า ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ล้วนจำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น ด้วยเหตุผลที่ว่า การประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันมิใช่เพียงแค่การให้ข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว ในทางตรงกันข้ามกลับเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย อันจะสามารถเชื้อเชิญให้ยอมรับการดำเนินงานขององค์กรหรือการจัดจำหน่ายสินค้าในภาคธุรกิจให้ได้รับกระแสการตอบรับที่ดีมากยิ่งขึ้น ซึ่งย่อมนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจที่จะสะท้อนกลับมายังตัวองค์กร หน่วยงาน หรือสินค้า ผลิตภัณฑ์นั้นๆ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้หน่วยงาน องค์กรต่างๆ เริ่มต้นตัวหันมาดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์กันมากขึ้น แม้กระทั่งสินค้า ผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่ายตามท้องตลาดก็หันมาให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบต่างๆ ซึ่ง บริษัท เชนเนอรัล แคนดี้ จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายลูกอมฮาร์บีท ก็เป็นหนึ่งในองค์กรที่มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แก่สินค้าดังกล่าว โดยนำเสนอใจเป็นอย่างยิ่งหากมองในลักษณะของสินค้าแล้ว การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะสามารถมีบทบาทได้เพียงไร กระทั่งสามารถส่งผลให้สินค้าดังกล่าวนี้ สามารถครองตลาด ครองใจผู้บริโภค และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยจะเห็นได้ว่าบทบาทของการประชาสัมพันธ์ได้ทวีความสำคัญยิ่งขึ้น ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย สังคม เศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมต่างๆ อันเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาจากกรณีดังที่กล่าวมา

สารนิพนธ์เรื่อง “ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลูกอมฮาร์บีท ” เขียนขึ้นโดยการนำพินิจความรู้ที่ได้จากการศึกษาผนวกกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าศึกษาฝึกงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ชูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้แก่ บริษัท เชนเนอรัล แคนดี้ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ลูกอมฮาร์บีท โดยทางผู้เขียนได้จัดทำภายใต้กรอบของแนวทางการศึกษาที่ได้รับความเห็นชอบจากบุคลากรในสถานฝึกงานอันจะเกิดประโยชน์สูงสุดแก่การดำเนินการศึกษาดังกล่าว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถ ตลอดจนทักษะในการปฏิบัติงานจริงนอกเหนือจากการศึกษาในภาคทฤษฎี
2. เพื่อศึกษารูปแบบ แนวทาง ตลอดจนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ลูกอมฮาร์ทบีท
3. เพื่อศึกษากิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว
4. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาค้นคว้าแก่ผู้สนใจ

ขอบเขตการศึกษา

สารนิพนธ์เล่มนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์ เฉพาะกรณี “ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลูกอมฮาร์ทบีท ” โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ ภายใต้ “ โครงการ รักดีดี...มีไม่จำกัด ” เป็นสำคัญ ผ่านการดำเนินงานในช่วงระยะเวลาที่ศึกษา โดยผู้เขียนได้อาศัยข้อมูล เอกสารความเป็นจริงและการเข้าร่วมดำเนินงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์

วิธีการศึกษา

การศึกษาคณะกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลูกอมฮาร์ทบีทได้ศึกษาจาก

1. การศึกษาจากการเรียนการสอนในด้านการประชาสัมพันธ์ จากการศึกษาค้นคว้าในห้องสมุดและจากเอกสารประกอบการเรียน
2. การศึกษาโดยการสังเกต จุดจำหน่ายละเอียด ขั้นตอน กระบวนการขณะฝึกงานที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ชูโอ เจ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
3. ศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูล เอกสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ชูโอ เจ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่เกี่ยวข้องกับกรณีที่ทำการศึกษา
4. ศึกษาจากคำแนะนำ ชี้แจงและให้สัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่ดูแลและรับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ในกรณีที่ศึกษา

สถานที่ศึกษา

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ซูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
ชั้น 18 อาคารเอ็มโพเวียม เลขที่ 622 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน
เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2664-9700 โทรสาร: 0-2664-9720-21

ระยะเวลาการศึกษา

ตั้งแต่วันที่ 3 พฤศจิกายน 2546 – 3 กุมภาพันธ์ 2547
รวมระยะเวลา 3 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้เรียนรู้วิธีดำเนินงานและขั้นตอนปฏิบัติงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ซูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
2. สามารถเข้าใจพื้นฐาน กระบวนการ ปัญหาและเงื่อนไขต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์
3. เรียนรู้การสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ร่วมงานและรู้จักปรับตัวเพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ
4. เสริมสร้างประสบการณ์และทักษะในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
5. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษากรณีการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวแก่ผู้สนใจ