

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

การประชาสัมพันธ์ในลักษณะของกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังกรณีศึกษาการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลูกอมฮาร์ทปีท ภายใต้โครงการรักดีๆไม่มีจำกัด เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการจัดกิจกรรมที่มุ่งหวังผลให้เกิดการสื่อสารในลักษณะสองทาง โดยจากผู้จัดงานที่เป็นฝ่ายจัดกิจกรรมและเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้เข้าร่วมงาน ในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานก็มีการตอบกลับโดยการเข้าร่วมกิจกรรมในงาน จะเห็นได้ว่าการจัดกิจกรรมพิเศษมีข้อได้เปรียบกว่าการเผยแพร่ข่าวสารโดยใช้สื่อ เพราะสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ เข้าใจ มีการให้ความสนใจ ร่วมมือ และให้การสนับสนุนในกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยทันที กลุ่มเป้าหมายย่อมค่อยๆเกิดการรับรู้ในภาพลักษณ์ที่เราสร้างขึ้นโดยใช้กิจกรรมเป็นสื่อ และจะค่อยๆเกิดทัศนคติที่ดีตามมาเมื่อมีการรับรู้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในอนาคตหากมีการจัดกิจกรรมของบริษัทหรือการจำหน่ายสินค้าของบริษัทก็ย่อมได้รับการสนับสนุน

แนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์หรือสอดคล้องกับเนื้อหาที่ได้ดำเนินงานมาก่อนหน้านี้ ถือเป็นข้อได้เปรียบและช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ง่ายยิ่งขึ้น ดังกรณีที่ลูกอมฮาร์ทปีทได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องของความรักมาก่อนหน้านี้แล้ว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์จากความรักในลักษณะหนุ่มสาว ไปสู่ความรักจากการเป็นผู้ให้ก็ย่อมง่าย เพราะทั้งสองประเด็นเป็นสิ่งที่มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ดังนั้น ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะสามารถประสบความสำเร็จและได้เปรียบคู่แข่ง หากรู้จักเลือกประเด็นที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่เคยสร้างไว้ในอดีตมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน

งานประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างและรักษาผลประโยชน์ในระยะยาว ถ้ามีการดำเนินงานที่ชัดเจน ถูกต้องและมีประสิทธิภาพก็ย่อมที่จะสามารถครองใจกลุ่มเป้าหมายได้ตลอดไป ดังเช่น กรณีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของลูกอมฮาร์ทปีทที่มีการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์มาโดยตลอด และพยายามที่จะหามุมมองใหม่ๆที่จะสร้างภาพลักษณ์ให้กว้างและชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการหวังผลระยะยาวในการที่จะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอุดหนุนผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยภาพลักษณ์ที่ดีย่อมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

## ข้อเสนอแนะ

ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์นั้นจำเป็นต้องมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิได้จำกัดช่วงเวลาเพียงแค่ช่วงใดช่วงหนึ่ง เพราะการที่จะสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นจนกลายเป็นภาพลักษณ์นั้น ต้องอาศัยระยะเวลาและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หากมุ่งหวังที่จะสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่ดียิ่งก็ควรมีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ในระยะยาว เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและสอดคล้องในการดำเนินงาน

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ ฉลาก ก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจ เพราะข้อมูลที่เราต้องการสื่อจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง สามารถให้รายละเอียดไปพร้อมกับสินค้าซึ่งน่าจะดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายแทนที่การใช้สื่อประเภทอื่นที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมาก

การสร้างกิจกรรมที่ให้ผู้บริโภคสามารถมีส่วนร่วมเข้าร่วมกิจกรรมก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจ โดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสโดยการหักกำไรส่วนหนึ่งจากสินค้าไปบริจาคให้องค์กรต่างๆ ทุกครั้งที่มีการซื้อสินค้า หรือให้ผู้บริโภคร่วมสนุกส่งฉลากสินค้ามายังบริษัทเพื่อรวบรวมแล้วแทนเป็นจำนวนเงินสมทบทุนบริจาคให้องค์กรต่างๆ

การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินงานไปแล้วก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยควรมีการวางแผนและบรรจุรูปแบบการประเมินผลไว้ในแผนการดำเนินงาน เมื่อประเมินผลเสร็จสิ้นควรมีการจัดอันดับความพึงพอใจ และสรุปหาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมา โดยควรมีการประเมินผลทั้งในระดับบุคคล สื่อมวลชน และองค์กร