



บทที่ ๑๒

การประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจ



การประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจ

ความหมายของประชาสัมพันธ์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

นักประชาสัมพันธ์ทั้งหลายควรจะทำความเข้าใจถึงคำนิยามหรือความหมายของคำต่อไปนี้

๑. จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ (CORPORATE OBJECTIVE) หมายถึงสภาพหรือสถานะที่วิสาหกิจหนึ่งๆ ต้องการที่จะได้สมฤทธิ์ผลหรือประสบความสำเร็จ แล้วก็เพียรพยายามที่จะรักษาสภาพหรือฐานะนั้นไว้ให้คงอยู่ตลอดไป

๒. เป้าหมาย (GOAL) หมายถึงผลที่จะบังเกิดขึ้นในขั้นสุดท้ายตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผนการปฏิบัติ

๓. เป้าหมายจินตภาพหรือเป้าหมายภาพพจน์ (IMAGE GOAL) หมายถึงจินตภาพหรือภาพพจน์ที่ต้องการให้บรรลุตามเป้าหมายเป็นเป้าๆ ไป หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเราจะต้องทำให้ประชาชนกลุ่มต่างๆ ใฝ่มองวิสาหกิจหรือหน่วยงานของเราในแง่ดีๆ ในลักษณะใดบ้าง

๔. แนวนโยบายการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ (PR.POLICY FRAMEWORK) หมายถึงขอบเขตของนโยบายที่แผนก/ฝ่ายประชาสัมพันธ์กำหนดขึ้น เพื่อกำเนินงานโดยเฉพาะ และดำเนินนโยบายให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของวิสาหกิจนั้นๆ

๕. แผนงานการปฏิบัติ (PR.WORKMAN) คือกิจกรรมต่างๆ ที่ได้วางโครงการไว้ว่าจะดำเนินการปฏิบัติ รวมทั้งภารกิจ (TASK) และโครงการต่างๆ (PROJECTS) ซึ่งได้กำหนดไว้แล้ว และจะต้องลงมือปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายด้วย ระยะเวลาที่จะปฏิบัติตามโครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ ในห้วง ก็จะ ต้อง สอดคล้องกับการกำหนดเวลาของ เป้าหมายอื่นๆ ที่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

คำนิยามของการประชาสัมพันธ์ในแง่ของธุรกิจ

เกี่ยวกับคำนิยามของการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายตามที่ได้เคยกล่าวมาแล้ว แต่เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ มีอยู่ ๓ นิยามด้วยกันคือ

๑. การประชาสัมพันธ์หมายถึง "การปฏิบัติหรือกล่าวใดๆ ที่จะมีผลกระทบ ต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ต่อหน่วยงานหรือธุรกิจที่เรากำลังดำเนินงาน"
๒. การประชาสัมพันธ์หมายถึง "ศิลปะและการจงใจให้กับหน่วยงานธุรกิจ ให้เป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยกย่องจากพนักงาน ลูกค้าที่มาติดต่อ และประชาชนโดยทั่วไป"
๓. การประชาสัมพันธ์หมายถึง "การดำเนินงานของฝ่ายบริหารที่ประเมินค่าเพื่อหยั่งรู้ทัศนคติของประชาชน แล้ววางนโยบายเพื่อดำเนินงานและการปฏิบัติ โดยคำนึงถึงความ ต้องการและการให้ความสนใจของประชาชน เพื่อที่ประชาชนจะได้ให้การยอมรับ ให้การสนับสนุนกิจการค้าและธุรกิจนั้นๆ"

จากคำนิยามทั้ง ๓ ข้อที่ได้เลือกยกมานี้จะเห็นได้ว่ามีส่วนสำคัญทั้งสิ้นและมองกันในแต่ละแง่ ฉะนั้นจึงอาจจะสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ในความหมายของวงการธุรกิจนั้น หมายถึง "ความรับผิดชอบในการส่งเสริมและประสานนโยบาย โครงการ และพฤติกรรมต่างๆ ระหว่างวิสาหกิจหนึ่งกับประชาชนกลุ่มต่างๆ และระหว่างวิสาหกิจของประชาชนทุกกลุ่มเหล่านั้น ที่จะพึงมีต่อวิสาหกิจ และเพื่อเป็นเครื่องกระตุ้นให้มีโอกาสพัฒนาเจริญรุ่งเรือง ในกิจการของวิสาหกิจและได้รับผลประโยชน์มากยิ่งขึ้นๆ ไป"



นักประชาสัมพันธ์ที่พูดเป็น ดีกว่าพูดเก่งและพูดมาก

ตัวอย่างการกำหนดเป้าหมายและแผนงาน

ในเรื่องที่เกี่ยวกับการที่บริษัทธุรกิจที่ดี รวมทั้งโรงเรียนก็นับว่าเป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง จำเป็นจะต้องทำตัวให้เป็นพลเมืองที่ดี เป็นสมาชิกของสังคมที่ดี ในวงการธุรกิจต่างๆ นั้นเขามีความคิดเห็นดังต่อไปนี้

๑. ก่อนที่บริษัทธุรกิจจะได้รับการยอมรับจากประชาชนนั้น บริษัทจะต้องดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการบริหาร การดำเนินงานกิจการ และฐานะของบริษัท โดยเปิดเผยทั้งต้นทุนและกำไรของบริษัท ตลอดจนรายรับและรายจ่ายของบริษัท โดยเฉพาะสถาบันทางการเงินต่างๆ เช่น ธนาคาร บริษัทเงินทุน ฯลฯ หรือบริษัทที่มีหุ้นส่วนเป็นจำนวนมาก เช่น สหกรณ์ โรงพยาบาล โรงเรียน ฯลฯ

๒. ในการดำเนินงานของบริษัทธุรกิจจะต้องเป็นไปอย่างมีคุณธรรม มีหลักธรรม จรรยา มีความรับผิดชอบ และไม่ทำกิจการใดๆ ที่จะมีผลกระทบกระเทือนต่อสังคมโดยทั่วไป

๓. บริษัทจะต้องมีส่วนในการให้ความสนับสนุนในกิจการของสังคม มีส่วนร่วมในการพัฒนาบ้านเมือง อาจจะเป็นในรูปของการให้ความช่วยเหลือมูลนิธิต่างๆ สถาบันการศึกษา ตลอดจนให้ความช่วยเหลือประเทศชาติในเหตุการณ์เฉพาะหน้าต่างๆ เช่น การเกิด อุทกภัย อัคคีภัย วาตภัย ฯลฯ

จากบทบาทของบริษัทที่มีต่อสังคมทั้ง ๓ ประการดังกล่าวนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้บริษัทธุรกิจได้มีคุณลักษณะดังกล่าวบริษัทจะต้องกระทำในสิ่งต่อไปนี้ ๕ ประการคือ

๑. ส่งเสริมการผลิผลผลิตของบริษัทให้มีคุณภาพสูง และถูกต้องตามมาตรฐาน และพร้อมกันนั้นก็พยายามรักษาคุณภาพนั้นๆ โดยไม่หวังผลกำไร เป็นนโยบายสำคัญสูงสุดของบริษัท

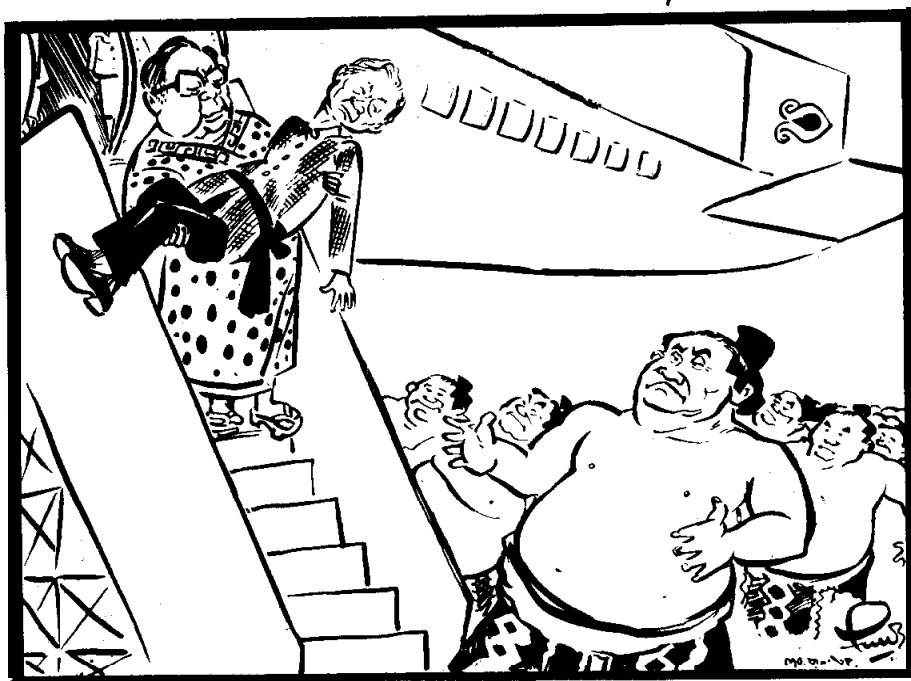
๒. ในการดำเนินงานธุรกิจบริษัทจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด เช่น การชำระเงินค่าภาษีโดยไม่พยายามหลีกเลี่ยง ไม่ใช่อภิสิทธิ์ใดๆ ในการดำเนินธุรกิจ ฯลฯ

๓. ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะต้องมีจรรยาบรรณ ไม่เอาชนะบริษัทอื่นๆ คุ้มกลอุบายหรือวิธีการที่ไม่ถูกต้อง

๔. บริษัทจะต้องมีส่วนในการพัฒนาทางด้านสังคมต่างๆ เช่นการช่วยเหลือราชการ

และมูลนิธิต่างๆ ในรูปของการให้เงินช่วยเหลือ หรือส่งพนักงานของบริษัทไปรวม

๕. บริษัทจะต้องมีส่วนช่วยส่งเสริมการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ เช่นการช่วย
ผลิตสินค้าออกจำหน่ายในราคาประหยัด การช่วยให้คนมีงานทำ การช่วยให้นักศึกษาและนัก
เรียนได้มีงานทำและมีรายได้ในระหว่างปิดภาคเรียน ฯลฯ



นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องอดทนต่อความเจ็บปวดและผิดหวัง

ลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ที่ดี

นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

๑. มีความรู้และความสามารถในการอาชีพประชาสัมพันธ์ ผู้ที่เป็นนักประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปควรมีความรู้ทางประชาสัมพันธ์ อาจจะได้จากการเรียน การอบรม หรือการไปทำงานก็ตาม นอกจากนั้นยังจะต้องมีความสามารถในการทำงานในอาชีพนี้ได้ โดยอาจจะเกิดจากประสบการณ์พื้นฐานเดิมของตน เช่น เคยเป็นครูมาก่อน เป็นนักจัดรายการวิทยุหรือโทรทัศน์มาก่อน เป็นนักเขียนหรือนักพูด เป็นต้น

๒. มีการวินิจฉัยและการตัดสินใจดี บ่อยครั้งที่งานประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ไม่สามารถรอได้ จำเป็นต้องตัดสินใจทำอะไรอย่างใดอย่างหนึ่ง อาจจะเป็นการให้ข่าว หรือตอบข้อซักถาม หรือสิ่งต่างๆ แทนผู้บริหาร การตัดสินใจต่างๆ นั้นจะต้องถูกต้องและรวดเร็วทันกับเหตุการณ์

๓. มีความรู้ในธุรกิจที่ทำ ไม่ว่าจะทำงานในบริษัท โรงงานอุตสาหกรรม หรือโรงเรียนก็ตาม ผู้ที่ทำงานทางด้านการประชาสัมพันธ์จะต้องมีโอกาสได้ตอบข้อซักถามกับผู้ที่มาเยี่ยมชมกิจการ หรือมีจดหมายสอบถามมา การที่นักประชาสัมพันธ์สามารถตอบคำถามได้นั้น จะช่วยให้ได้รับความเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

๔. ทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ในการทำงานประชาสัมพันธ์นั้นไม่ใช่การทำงานเพื่อตนเองหรือผู้บริหารเท่านั้น จะต้องทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อสายงานต่างๆ ภายในหน่วยงาน เพื่อที่บุคคลต่างๆ ภายในส่วนงานจะสามารถพึ่งพาอาศัยได้ เช่นการช่วยให้ติดต่อผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ การจ่ายจดหมายข่าว ตลอดจนเชิญผู้มีเกียรติต่างๆ เข้าชมกิจการของหน่วยงาน

๕. มีความระมัดระวังในการใช้จ่าย โดยทั่วไปแล้วกิจการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องใช้เงินมาก ทั้งในส่วนของหน่วยงานและของตนเอง เช่น เมื่อมีผู้มาขอให้ทางหน่วยงานช่วยเหลือ เช่นขอให้ลงโฆษณาในหนังสือ การขอให้ช่วยบริจาคเงิน ฯลฯ เป็นปัญหาสำคัญของผู้ทำงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ที่จะแก้ปัญหา และตัดสินใจว่าควรทำอย่างไรจึงจะเกิดผลดีที่สุด และผู้ที่ไปติดต่อไม่รู้ลึกเสียหน้าหรือผิดหวัง การที่ใช้จ่ายเงินมากเกินไปนี้โดยทั่ว

ไปผู้บริหารมักจะไม่ค่อยชอบใจนัก

๖. มีความละเอียดถี่ถ้วน ทั้งในด้านการทำงานและการใช้คำพูด ตลอดจนการจัดทำเอกสารต่างๆ ออกเผยแพร่ จะต้องมีความประณีต ไม่มีข้อผิดพลาด การที่มีข้อผิดพลาดจนเป็นนิสัยแล้ว จะทำให้ไม่ได้รับความเชื่อถือเท่าที่ควร

๗. มีการวางแผนล่วงหน้า การทำงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่แล้วจะต้องมีการวางแผนงานล่วงหน้าเป็นส่วนใหญ่ว่าจะมอบหมายให้ใครทำบ้าง จะต้องทำเมื่อใด ใช้งบประมาณมากน้อยเพียงใด การทำงานจึงจะราบเรียบและไม่มีปัญหา

๘. มีความกลั้วคลั่งจิตใจ ความกล้าเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับผู้ทำงานประชาสัมพันธ์ เช่นบางครั้งต้องเผชิญหน้ากับทั้งผู้ใช้แรงงานและผู้บริหาร จะทำตนอย่างไรจึงจะเกิดผลดีที่สุด ในบางครั้งอาจจะไม่ได้รับการเห็นด้วยจากผู้บริหาร แต่เป็นความพอใจของผู้ใช้แรงงาน นักประชาสัมพันธ์อาจจะต้องกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกไป การตัดสินใจที่แน่วแน่มั่นคง และมีจุดยืนที่แน่นอนและเห็นแก่ประโยชน์ของคนส่วนใหญ่จะช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ได้ในที่สุด

๙. ได้รับความเชื่อถือ นักประชาสัมพันธ์แต่ละคนสามารถสร้างความเชื่อถือในลักษณะที่แตกต่างกัน บางคนมีความซื่อสัตย์ บางคนมีประสิทธิภาพในการทำงาน บางคนทำงานไวกววดเร็วและทันเวลา ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความเชื่อถือทั้งสิ้น

๑๐. มีมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี โดยทั้งสามารถทำตนเป็นผู้นำและผู้ตามในโอกาสที่เหมาะสม

๑๑. เป็นผู้ที่เสียสละ งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จะต้องเสียสละ ทั้งกำลังกายและกำลังเงิน ซึ่งบางครั้งเราจะคิดค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์ไม่ได้ เช่น บ่อยครั้งต้องไปร่วมงานต่างๆ มากจนกระทั่งไม่มีเวลาเป็นของตนเอง บางครั้งต้องจ่ายเงินส่วนตัวบริจาคในกิจการต่างๆ ที่เป็นการกุศล สิ่งเหล่านี้หากไม่มีใจรักและไม่มีความเสียสละแล้ว ย่อมทำงานให้เกิดผลดีได้ยาก

๑๒. เป็นนักเขียนและนักพูด คือสามารถสื่อความหมายให้บุคคลโดยทั่วไปได้เข้าใจได้ บางคนอาจจะมีผลงานออกมาในรูปของ เอกสารสิ่งพิมพ์ บางคนก็ออกมาในรูปของการบรรยายและอภิปราย หรือร่วมแสดงความคิดเห็นในโอกาสต่างๆ

ปัญหาของนักประชาสัมพันธ์

ในการ เป็นนักประชาสัมพันธ์หากใครรู้จักปัญหาต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นกับการประชาสัมพันธ์ก็จะเป็นการดี ทำให้รู้จักการ เตรียมตัว เตรียมใจไว้ล่วงหน้าที่จะเจอกับปัญหาต่างๆ นักประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปมักจะมีปัญหาที่จะ เติญร่วมกันอยู่หลายประการด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นทำงานที่ใครก็ท้อทรมาน ปัญหาของนักประชาสัมพันธ์ใคร่แก้ปัญหาทั้งคอกไปนี้

๑. อาชีพการประชาสัมพันธ์ยังไม่เป็นที่ยอมรับในลักษณะเดียวกับนักกฎหมาย นายแพทย์ วิศวกร สถาปนิก หรือแม้แต่อำนาจรัฐ ซึ่งทำให้การทำงานเป็นไปด้วยความยากลำบาก ฉะนั้นคุณสมบัติเฉพาะตัวของนักประชาสัมพันธ์แต่ละคนจึง เป็นสิ่งสำคัญมาก จำเป็นจะต้องสร้างความสำคัญขึ้นมาเอง ทำให้บุคคลโดยทั่วไปได้เห็นคุณค่าและความจำเป็นต่อหน่วยงานขึ้นมา

๒. การทำงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น ฉะนั้นนักประชาสัมพันธ์จะต้อง เป็นผู้ที่มีความมนุษยสัมพันธ์เป็นอย่างดี รู้จักการให้ความช่วยเหลือและร่วมมือกับผู้อื่น ซึ่งจะมีผลทำให้ตนได้รับความช่วยเหลือและการให้ความร่วมมือจากผู้อื่นเป็นการตอบแทน

๓. งานประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นนามธรรมมากกว่าการเป็นรูปธรรม เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงซึ่งมีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และการวัดผลก็ไม่สามารถทำได้ออกมาเป็นตัวเลข เหมือนกับการค้าขายซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นกำไรหรือขาดทุนได้ ฉะนั้นการประเมินผลจึงจะต้องอาศัยผู้ที่มีความเข้าใจในเรื่องราวการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง เป็นผู้ทำการประเมิน

๔. งานประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ต้องสร้างความศรัทธาและความเชื่อถือ คือจะต้องให้ผู้อื่นได้รู้คุณค่าการประชาสัมพันธ์เสียก่อน การประชาสัมพันธ์จึงจะสามารถดำเนินงานไปได้อย่างดี ซึ่งการสร้างศรัทธาและความเชื่อถือนี้นั้นไม่ใช่เป็นของง่าย จะต้องใช้อุทิศความเป็นอย่างมากจากผู้ทำงานทางด้านประชาสัมพันธ์

๕. จะต้องสร้างความเชื่อถือให้แก่ผู้บริหารงานของบริษัทรหรือหน่วยงาน ในการสร้างความเชื่อถือนี้ จะต้องสร้างทั้งในค่านิยมประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ที่ทำงานประชาสัมพันธ์เอง และคุณค่าของงานประชาสัมพันธ์ในการที่จะส่งเสริมกิจการของหน่วยงานหรือบริษัทให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไปได้

ความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์

ในโอกาสการประชาสัมพันธ์มีขั้นตอนเหมือนบันได ๔ ขั้น โดยนักวิชาการได้เอา
พยัญชนะต้นของขั้นตอนแต่ละขั้นมาเรียงกัน ซึ่งจะได้อักษรภาษาอังกฤษว่า " RAGE "
หรือการแข่งขัน โดยมีแนวความคิดว่าการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของการแข่งขัน ผู้ประ-
สบสำเร็จคือผู้ที่ชนะในการแข่งขัน ตัวพยัญชนะทั้ง ๔ นี้มาจากคำเต็มคือ

R (RESEARCH)	หมายถึงการวิจัย อันได้แก่การวิจัยประจักษ์และวิจัยปัญหาต่างๆ
A (ACTION)	หมายถึงการลงมือปฏิบัติงานตามผลที่ได้วิจัยมา
C (COMMUNICATION)	หมายถึงการติดต่อสื่อสาร
E (EVALUATION)	หมายถึงผลการปฏิบัติงาน

ปัจจุบันนี้แนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ได้เปลี่ยนแปลงไป เพราะชาว
ขั้นตอนในการรับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์ ในแนวความคิดใหม่ของการประชาสัมพันธ์
ได้กำหนดหลักในการประชาสัมพันธ์ให้มีลักษณะเป็นวงล้อ ซึ่งเราเรียกว่าวงล้อของการประ-
ชาสัมพันธ์ (P.A. WHEEL หรือ PUBLIC AFFAIRS WHEEL)

วงล้อของการประชาสัมพันธ์

วงล้อของการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ ๕ อย่างดังต่อไปนี้
คือ

๑. การตรวจสอบ (MONITOR) หมายถึงการตรวจสอบเหตุการณ์ทาง
สังคม การเมือง ที่อาจมีผลกระทบต่อนโยบาย และนโยบายของหน่วยงาน การตรวจ
สอบทัศนคติของประชาชนกลุ่มต่างๆ ที่สำคัญและเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ เพื่อให้ได้ทราบ
ถึงปัญหาและข้อขัดข้องต่างๆ

๒. การวิเคราะห์ (ANALYSE) หมายถึงการวิเคราะห์วิจัยปัญหาต่างๆ
ที่เกี่ยวข้องกับการธุรกิจ รวมทั้งวิจัยสิ่งที่พึงกระทำ เพื่อแก้ไขปัญหาและข้อขัดแย้งต่างๆ ที่
อาจจะเกิดขึ้น หรือได้เกิดขึ้นแล้ว

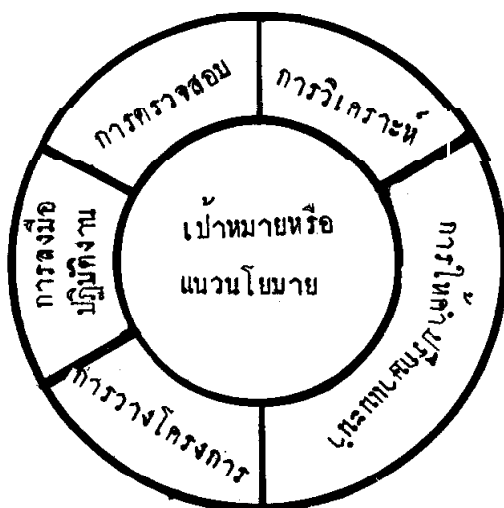
๓. การให้คำปรึกษาแนะนำ (ADVISE) หมายถึงการให้คำปรึกษาแนะนำ

ในเรื่องต่างๆ ไป ทั้งผู้บริหารและผู้ร่วมงาน นักประชาสัมพันธ์จะต้อง เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง สามารถนำและชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องให้แก่คณะกรรมการบริหารของหน่วยงานได้ และเป็นที่ยอมรับของกรรมการโดยทั่วไป

๔. การวางโครงการ (PROGRAM) คือการวางโครงการต่างๆ รวมทั้งการกำหนดวงเงินงบประมาณที่จะใช้ในการทำงานตามโครงการด้านประชาสัมพันธ์

๕. การลงมือปฏิบัติงาน (IMPLEMENT) คือการลงมือปฏิบัติงานเพื่อให้เป็นไปตามแผนงานที่ไ้วางไว้

ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า "วงล้อของการประชาสัมพันธ์" นั้นจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ๕ อย่างคือ การตรวจสอบ การวิเคราะห์ การให้คำปรึกษา การวางโครงการ และการลงมือปฏิบัติงาน ซึ่งองค์ประกอบทั้ง ๕ ประการนี้จะทำหน้าที่เป็น "ล้อ" ที่จะยึดวงล้อเอาไว้ได้โดยไม่มีการเปลี่ยนรูปร่าง การยึดวงล้อนี้จะต้องมีกระดูกงูอยู่ตรงกลางของวงล้อ ซึ่งหมายถึง "เป้าหมายหรือแนวนโยบาย" ที่บริษัทต้องสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงให้ปรากฏอยู่ ดังนั้นเราจะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจนั้น เป็นงานที่ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า มีการสร้างภาพพจน์หรือจินตภาพในทางที่ดีและมีนโยบายที่บริษัทวางไว้อย่างแน่นอน จะต้องเป็นแนวนโยบายที่ต้องเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการฝ่ายบริหารได้พิจารณาอนุมัติก่อนลงมือปฏิบัติ ฝ่ายบริหารจึงมีหน้าที่ต้องพิจารณานโยบายของประชาสัมพันธ์อย่างรอบคอบให้สอดคล้องกับแนวนโยบายทั่วไปในการประกอบธุรกิจของบริษัทหรือหน่วยงานนั้น แผนงานการปฏิบัติตามโครงการต่างๆ แล้วจึงอนุมัติและจัดสรรงบประมาณให้เพื่อการปฏิบัติต่อไป



แนวนโยบายของการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ

แนวนโยบายของการประชาสัมพันธ์ธุรกิจเปรียบเสมือนเส้นทางเดินไปสู่จุดหมายร่วมกัน นักประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจต่างๆ โดยทั่วไปจะต้องมีการวางแผนนโยบายที่แน่นอน เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงานของคณะบุคคลหลายๆ คน จะได้ไม่ต้องมาเสียเวลาขอคำปรึกษากันบ่อยๆ แนวนโยบายที่ว่าๆ ไปที่นักประชาสัมพันธ์ธุรกิจยึดถือได้แก่สิ่งดังต่อไปนี้

๑. ฝ่ายบริหารจะต้องดำเนินกิจการของหน่วยงานให้อยู่บนพื้นฐานแห่งผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างบริษัทธุรกิจและประชาชนโดยทั่วไป

๒. ฝ่ายบริหารจะต้องยอมรับความสำคัญของโมติวิจิจากประชาชนที่มีต่อกิจการธุรกิจของหน่วยงานหรือบริษัทที่กำลังดำเนินอยู่ และจะต้องยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริตและเกียรติศักดิ์ในการทำธุรกิจติดต่อกับประชาชนทั้งมวล

๓. ฝ่ายบริหารเชื่อว่าการที่ประชาชนจะให้การยอมรับบริษัทธุรกิจเพียงใดหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานของบริษัทซึ่งเป็นพื้นฐานในอันที่จะสร้างภาพพจน์หรือจินตภาพในทางที่ดีตามความปรารถนาของบริษัทธุรกิจนั้นๆ

๔. ฝ่ายบริหารยอมรับว่าเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่การดำเนินธุรกิจของบริษัทจะต้องสอดคล้องกับกฎหมายและกฎเกณฑ์ทุกประการ

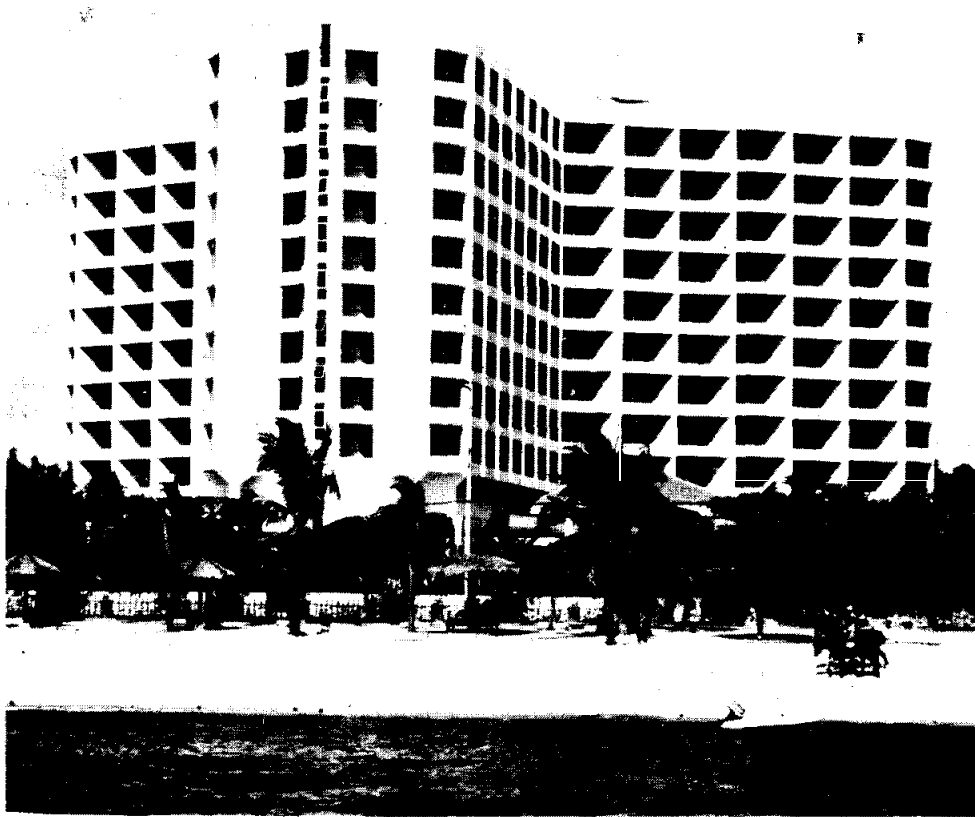
๕. ฝ่ายบริหารจะต้องยอมรับว่า พนักงานทุกคนมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน และมองเห็นความจำเป็นในการให้ข่าวสารและความรู้ ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทและตัวบุคคล ไปสู่พนักงานของบริษัทและประชาชนโดยทั่วไปอย่างทันที่ทางที่โดยเปิดเผยและตรงไปตรงมา

๖. ฝ่ายบริหารจะต้องให้โอกาสแก่พนักงานทุกคนในอันที่จะพัฒนาตนเอง เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและเพื่อให้พนักงานได้มีขีดความสามารถสูงขึ้น อันเป็นความต้องการของธุรกิจในอนาคต

๗. ฝ่ายบริหารยอมรับว่าความสำเร็จของฝ่าย แผนก ประชาสัมพันธ์ของบริษัทจะบังเกิดขึ้นได้ อยู่ที่ความเข้าใจและความร่วมมือของพนักงานของบริษัททุกคน

๘. ฝ่ายบริหารยอมรับในผลกระทบและความสำคัญของธุรกิจของบริษัทที่จะบังเกิด

ชั้นต่อชุมชนต่างๆ ที่บริษัท เข้าไปดำเนินการอยู่ และจะเพียรพยายามให้การสนับสนุนเพื่อ
การพัฒนาทางบ้านสังคมและเศรษฐกิจ



ฉบับนี้ไม่ว่าจะเป็นกิจการใดๆ การประชาสัมพันธ์ก็มีความจำเป็นต่อการดำเนินการด้วยกันทั้งสิ้น

สื่อหรือเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ในการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีสื่อหรือเครื่องมือที่จะนำมาช่วยให้การประชาสัมพันธ์นั้นได้บรรลุเป้าหมาย สิ่งที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์มีทั้งที่เป็นลักษณะของกิจกรรม วิธีการ และเครื่องมือต่างๆ เช่น

๑. การลงโฆษณา การลงโฆษณาที่เรานิยมใช้สื่อมวลชนต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ซึ่งจะเป็นการช่วยให้ประชาชนโดยทั่วไปมีโอกาสรู้จักสินค้าหรือกิจการของบริษัทได้ดียิ่งขึ้น

๒. การเขียนบทความและสารคดี การเขียนบทความและสารคดีในหนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่างๆ ที่ผลิตโดยผู้อื่นที่ไม่ใช่บริษัทเป็นผู้ผลิตเอง เป็นการประหยัดรายจ่ายของบริษัทเป็นอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการช่วยให้ประชาชนโดยทั่วไปได้เกิดความรู้สึกสนใจและศรัทธาผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ มีการเข้าใจในแนวความคิดตลอดจนได้รับทราบความรู้ต่างๆ ทางด้านวิชาการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการของหน่วยงานหรือบริษัทมากยิ่งขึ้น

๓. การจัดประชุมและสัมมนา การจัดประชุมและสัมมนาเป็นการช่วยให้ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน หรือผู้ที่ทำงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้มีโอกาสพบกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีการสร้างความคุ้นเคยกัน ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการดำเนินกิจการร่วมกันในอนาคตต่อไป

๔. การช่วยเหลือสังคม การช่วยเหลือสังคมอาจจะทำได้ในหลายๆ รูปแบบ เช่น การตั้งทุนเพื่อช่วยเหลือนักเรียนที่ยากจน ร่วมบริจาคเงินในกิจการต่างๆ เช่น การสร้างโรงพยาบาล ช่วยเหลือผู้ประสบอัคคีภัย วาตะภัย และอุทกภัย ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเป็นเครื่องช่วยสร้างความศรัทธาและความเชื่อถือให้เกิดแก่ประชาชนโดยทั่วไป

๕. การจัดนิทรรศการ การจัดนิทรรศการเป็นการช่วยในการเผยแพร่ความรู้ในเรื่องที่บริษัทหรือหน่วยงานเกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก ช่วยให้หน่วยงานหรือบริษัทได้เป็นผู้นำในด้านแนวความคิดต่างๆ ไปสู่กลุ่มชน นอกจากนั้นยังได้ช่วยในเรื่องการเป็นศูนย์กลางของผู้ที่มีความสนใจในสิ่งที่คล้ายกัน ได้มีโอกาสได้พบกันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

๖. การจัดทำหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ที่หน่วยงานหรือบริษัทควรจัดทำนั้นได้แก่หนังสือพิมพ์ทางธุรกิจต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน รายสัปดาห์ หรือหนังสือพิมพ์รายเดือน โดยเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจการของบริษัท เช่นถ้าเป็นบริษัทที่จำหน่ายอาหารสัตว์และลูกสัตว์ ก็ออกหนังสือพิมพ์ทางด้านการเกษตร ถ้าเป็นบริษัททางด้านการเงินก็ออกหนังสือพิมพ์ทางธุรกิจทางการเงิน เป็นต้น ซึ่งหนังสือพิมพ์นั้นจะช่วยเป็นสื่อกลางสำหรับผู้ที่มีความรู้ความสามารถจะได้ออกโอกาสนำผลงานทางด้านการวิจัย หรือการค้นคว้าของตนออกเผยแพร่ให้สาธารณชนได้รับทราบ

๗. สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า โดยจัดทำเป็นเอกสารมีความหนาเพียง ๓ - ๔ หน้า เพื่อแจกลูกค้าที่มีความสนใจในกิจการต่างๆ ของบริษัท ซึ่งอาจจะมีอยู่หลายๆ อย่าง ทำให้ประหยัดเวลาในการอธิบายหรือชี้แจงข้อความที่ซ้ำๆ ซากๆ วันละหลายร้อยเที่ยว การแจกเอกสารต่างๆ นี้ทำให้ลูกค้าได้มีโอกาสนำไปอ่านเองที่บ้านได้ และถ้าหากมีข้อข้องใจเป็นพิเศษจึงค่อยมาขอคำแนะนำเพิ่มเติม เอกสารในรูปแบบนี้ได้แก่ วิธีการขอไฟฟ้าจากการไฟฟ้า วิธีการวางแผนครอบครัว การเตรียมตัวก่อนการคลอดบุตร ระเบียบการสมัครเข้าเป็นนักเรียนของโรงเรียน ฯลฯ

๘. การจัดทำวารสารภายใน เหมาะสำหรับในหน่วยงานใหญ่ๆ เช่น ธนาคารต่างๆ ที่มีสาขาทั่วประเทศ กระทรวงต่างๆ ที่มีหน่วยงานทั่วประเทศ การปฏิบัติงานของพนักงานที่มีจำนวนมากเป็นพันเป็นหมื่น จำเป็นจะต้องรับทราบข้อมูลต่างๆ ที่ไต่ส่งไปจากหน่วยกลางอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้เข้าใจในนโยบายและคำสั่งต่างๆ ตลอดจนการให้พนักงานหรือ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันโดยมีวารสารภายในเป็นสื่อกลาง ซึ่งจะช่วยให้การท างานของหน่วยงานหรือบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๙. การจัดทำวารสารภายนอก เพื่อเป็นศูนย์กลางระหว่างหน่วยงานกับประชาชนโดยทั่วไป ทำให้หน่วยงานได้มีโอกาสรับใช้ปวงชนในรูปของการให้ความรู้และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานหรือบริษัท ทำให้หน่วยงานได้รับความเชื่อถือและความศรัทธาจากประชาชนโดยทั่วไป

๑๐. ภาพยนตร์ ภาพยนตร์มีข้อดีกว่าสื่อทัศนูปกรณ์อื่นๆ ในกรณีให้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน ในการประชาสัมพันธ์กิจการของหน่วยงานใหญ่ๆ ที่มีสาขาทั่วประเทศ หน่วยงานมักจะต้องมีห้องสำหรับฉายภาพยนตร์และเครื่องฉายภาพยนตร์ไว้เป็นประจำ ภาพยนตร์ที่ควรจัดทำมีทั้งในรูปแบบที่เพื่อประโยชน์ในการโฆษณากิจการต่างๆ โดยตรง โดยอ้อม นำออกฉายทางโทรทัศน์ หรือฉายตามโรงภาพยนตร์โดยทั่วไป หรืออาจจะเป็นในรูปแบบของการให้ความรู้ทั่วๆ ไปในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการของหน่วยงานหรือบริษัท เพื่อนำฉายให้ผู้ที่เป็นแขกเยี่ยมชมกิจการ ได้รู้พร้อมทั้งคำอธิบายประกอบของผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์

๑๑. การแจกข่าวให้หนังสือพิมพ์ การแจกข่าวให้หนังสือพิมพ์มักทำในโอกาสที่หน่วยงานมีกิจการพิเศษต่างๆ เช่นมีการผลิตสินค้าขึ้นใหม่ ผู้มีเกียรติเข้าเยี่ยมชมกิจการของบริษัท หรือมาใช้บริการของหน่วยงาน บริษัทอาจจะจัดการถ่ายรูปเอาไว้พร้อมทั้งเขียนข่าวส่งไปให้หนังสือพิมพ์ลงข่าวในหน้าข่าวสังคม หรือหน้าวิทยุการก้าวหน้า ฯลฯ

๑๒. การศึกษาค้นคว้า การศึกษาค้นคว้าอาจจะเป็นการเดินทางไปพบด้วยตนเองเพื่อพูดคุยถึงธุระต่างๆ หรืออาจจะใช้วิธีโทรศัพท์ไปติดต่อ หรือส่งจดหมายไปติดต่อกับธุระการงานได้ การศึกษาค้นคว้าทำให้มีโอกาสพูดคุยไต่ถามเนื้อหาและลึกซึ้ง สร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันได้ดีกว่าวิธีอื่น การศึกษาค้นคว้านี้จะช่วยให้ผู้ที่ได้รับการติดต่อเกิดความเกรงใจและเป็นการสร้างความสัมพันธ์กันมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็มีข้อเสียตรงที่ต้องใช้เวลา และบางครั้งทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ที่เราต้องไปติดต่อ

๑๓. จัดทำสิ่งพิมพ์ในโอกาสต่างๆ เช่นวันครบรอบปีของการดำเนินกิจการในแต่ละปี การเปิดกิจการใหม่หรือสาขาต่างๆ ใหม่ การจัดนิทรรศการ การสัมมนาหรือการประชุมต่างๆ ควรจะได้มีการจัดทำเอกสารขึ้นมาเพื่อแจกผู้ที่เกี่ยวข้อง เอกสารต่างๆ อาจจะมีควมหนาตาม เช่น การสรุปผลงานในรอบปี หรือเอกสารที่มีความหนาเพียง ๓ - ๔ หน้าเพื่อแจกผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมกิจการของบริษัทในโอกาสที่นำสินค้าไปแสดงในงานต่างๆ

๑๔. การแสดงสุนทรพจน์และการไปบรรยายในที่ต่างๆ นักประชาสัมพันธ์จะทำงานได้ประสพผลสำเร็จควรเป็นนักพูด ก็สามารถพูดให้บุคคลโดยทั่วไปสามารถเข้าใจในความคิดเห็นของตนที่ได้พูดออกไป และมีความรู้สึกคล้อยตามในสิ่งที่ได้พูดออกไป

๑๕. การจัดโครงการพิเศษ การจัดโครงการพิเศษอื่นๆ อาจจะเป็นการพา

ผู้ที่สนใจเข้าชมกิจการของบริษัท อาจจะนำเข้าเยี่ยมชมโรงงานเพื่อให้เข้าใจถึงขบวนการ
ทำงาน และการให้สวัสดิการแก่คนงานของบริษัทของเราและบริษัทอื่นๆ เพื่อจะได้เกิดแนว
ความคิดในการปรับปรุงกิจการของบริษัทหรือหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

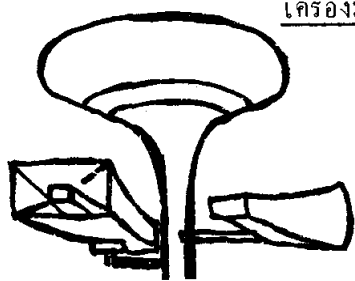


การบรรยาย การอภิปราย และ การสัมมนา ก็เป็นงานสำคัญอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน

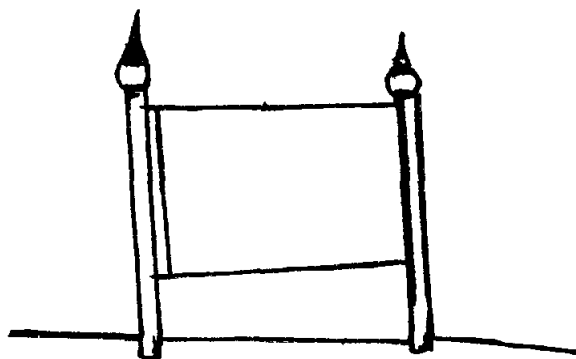


การให้ความร่วมมือต่อสังคม
ในเรื่องของการมอบทุน หรือ
การมอบสิ่งของต่างๆ ก็เป็น
งานที่สำคัญ และมีผลต่อการ
ประชาสัมพันธ์หน่วยงาน

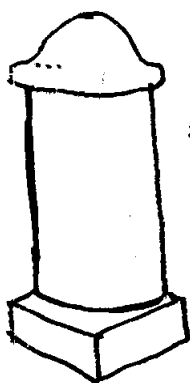
เครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์



ลำโพงที่ติดตั้งตามจุดต่างๆ
ในมหาวิทยาลัยรามคำแหง
และในต่างจังหวัดเพื่อเผยแพร่
ข่าวสารที่เป็นประโยชน์
ต่อสาธารณชน



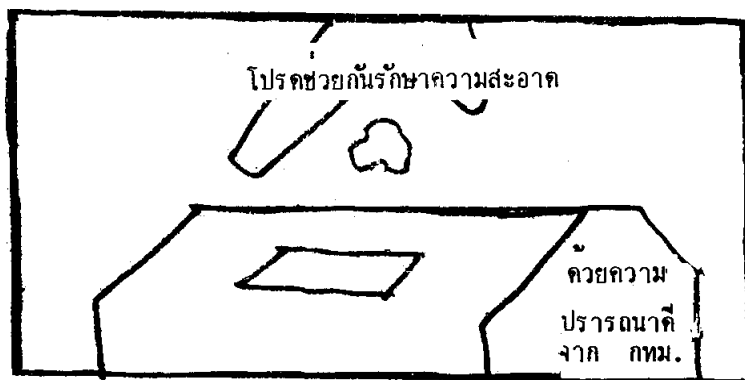
แผ่นป้ายนิเทศที่ติดตั้งตามชุมชนต่างๆ
ที่ช่วยเผยแพร่ข่าวสารออกไป



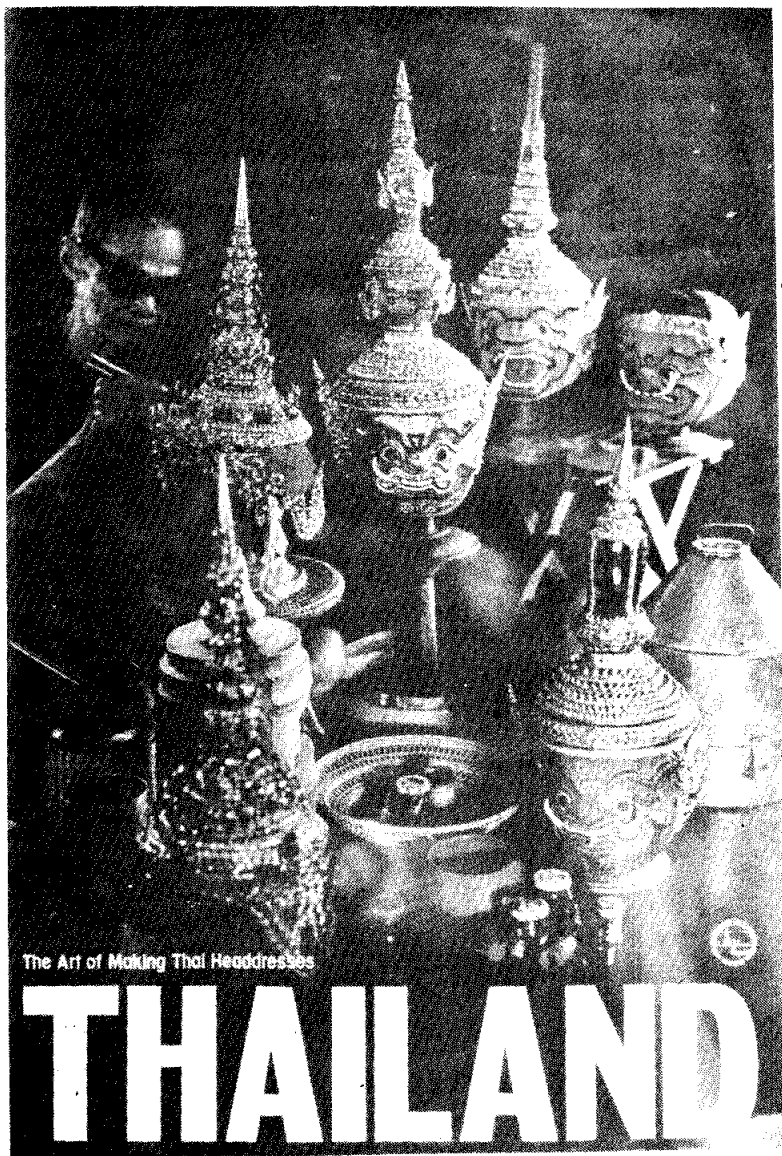
ที่ติดป้ายโปสเตอร์ของ กทม.
ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ประชาชนให้
ความสนใจมากทีเดียว
ชมรอรดเมลที่แจ้งข่าวสาร
ที่ติดอยู่ข้างหนึ่ง



ตู้รับความคิดเห็น
เป็นการให้ประชาชนหรือผู้รับบริการ
ได้แสดงความคิดเห็นได้โดยอิสระ

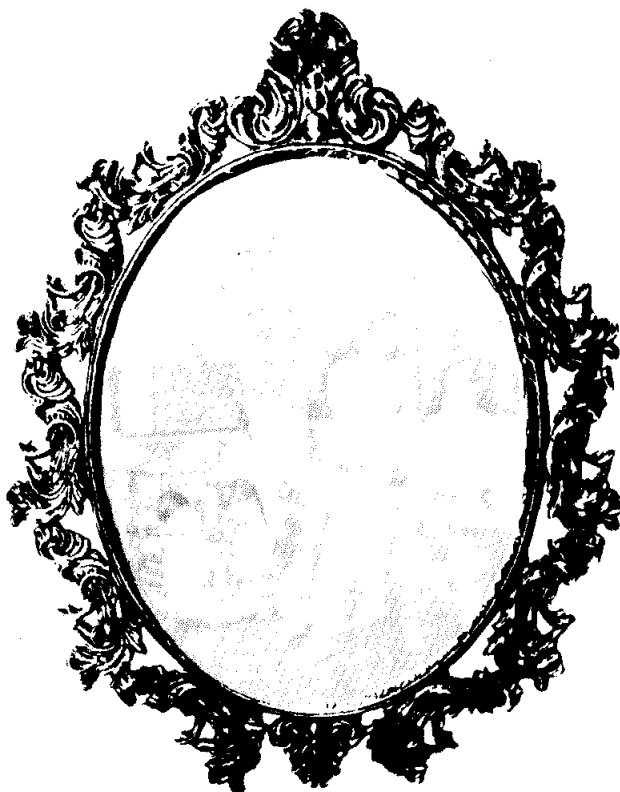


แผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่
ที่ติดตามสี่แยก ชุมชน
สามารถเรียกรองความสนใจ
แก่ผู้พบเห็นได้มาก เหมาะ
สำหรับการณรงค์โครงการต่างๆ
เช่น การประหยัดไฟฟ้า การ
ประหยัดน้ำมัน การรักษาความ
สะอาด



ภาพโปสเตอร์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) ที่ถูกจัดพิมพ์ขึ้นมาด้วยความประณีตและบ่งบอกถึง
 ศิลปวัฒนธรรมของประเทศไทย อันเป็นการแจ่มส่าระและความเป็นเอกลักษณ์ของคนไทยให้ชาวต่างชาติได้
 ทราบ

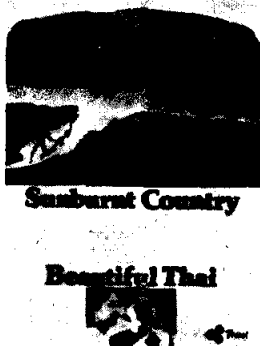
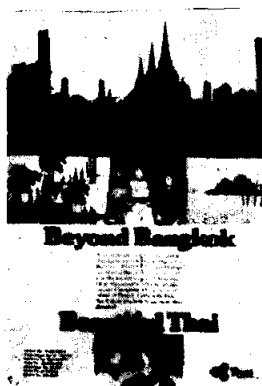
แผนพับของโครงการวางแผนครอบครัว
ของ กระทรวงสาธารณสุข ที่จัดทำขึ้น
เพื่อแจกให้กับประชาชนโดยทั่วไป



แผนภาพของสายการบินไทยที่จัดพิมพ์ขึ้น
เผยแพร่ไปทั่วโลก ที่ได้รับการออกแบบ
และวางภาพ ความหมาย และ สีสรรที่
สวยงาม น่าเป็นงานประชาสัมพันธ์
ที่ดีเด่นอีกอย่างหนึ่ง



ห่วง
อนามัย





TOURIST ORGANIZATION
OF THAILAND



MONTIENHOTEL

แผนผังของหน่วยงานราชการ-องค์กร-รัฐวิสาหกิจ-ธุรกิจเอกชน
ที่ให้ความสำคัญต่อการจัดทำเอกสารต่างๆ ออกเผยแพร่แก่สาธารณชน
อันก่อให้เกิดภาพพจน์และทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานนั้นๆ



Tourism Authority of Thailand
Ratchadamnoen Nok Avenue, Bangkok 1
Cable: TOT BANGKOK



THAILAND



กิจกรรมต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์
เช่น การต้อนรับผู้เข้าเยี่ยมชมกิจการ
การจัดกีฬาทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน
การจัดรางวัลให้กับกิจกรรมต่างๆ
การจัดการฝึกอบรม



ความรู้ในการจัดทำหนังสือพิมพ์

การจัดทำหนังสือพิมพ์ หรือ การเขียนข่าวในหนังสือพิมพ์ หรือการมีส่วน ในการส่งข่าวสารต่างๆ ไปลงในหนังสือพิมพ์ เป็นงานที่มีความเกี่ยวข้องกับนักประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก หนังสือพิมพ์มีความแตกต่างจากนิตยสาร หรือ หนังสือทั่วๆ ไปคือการไม่เย็บปก หนังสือพิมพ์จะออกเป็นระยะติดต่อกันไป โดยส่วนใหญ่จะออกทุกวันเรียกว่า "หนังสือพิมพ์รายวัน" ภายในฉบับจะมีเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ ข่าวที่มีอยู่เป็นประจำวัน อาจจะเป็นข่าวอาชญากรรม ข่าว เศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ฯลฯ มีข้อคิดเห็นต่างๆ ของคอลัมนิสต์ในรูปของบทความ สารคดี การตอบปัญหา ฯลฯ มีสิ่งที่ให้ความบันเทิง เช่น นวนิยาย คอลัมน์ข่าวสั้น ภาพยนตร์ ฯลฯ ตลอดจนสิ่งที่ใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น การโฆษณาสินค้า และ บริการต่างๆ

หนังสือพิมพ์โดยทั่วไปจะแบ่งเนื้อเรื่องออกเป็นคอลัมน์ แต่ละหน้าจะมี 8 คอลัมน์ หรือ 8 แถว บางฉบับอาจจะมีมากกว่า 8 คอลัมน์ก็ได้

วัตถุประสงค์ในการแบ่งแต่ละหน้าออกเป็นคอลัมน์

การจัดทำหนังสือพิมพ์ที่จำเป็นต้องแบ่งในแต่ละหน้าออกเป็นคอลัมน์ ๆ เป็น 8 คอลัมน์ มีเหตุผลที่สำคัญ 2 ประการคือ

1. ความสะดวกในการจัดหน้า ในการจัดทำหนังสือพิมพ์นั้นจำเป็นต้องทำงานแข่งกับเวลา เพื่อสามารถนำออกขายให้ทันตามกำหนด การที่หนังสือพิมพ์ออกจำหน่ายล่าช้าไปเพียง 1 ชั่วโมง หรือ ข่าวที่ลงช้ากว่าที่ประชาชนกำลังสนใจอยู่นั้น อาจมีผลทำให้ยอดขายลดลงอย่างหน้าใจหาย ฉะนั้นเพื่อความสะดวกในการจัดหน้า ตลอดจนการแบ่งหน้าที่กันทำงาน จึงต้องมีการแบ่งในแต่ละหน้าออกเป็นคอลัมน์ ซึ่งจะช่วยให้ทำงานง่ายขึ้น และได้แนวคิดต่างๆ มีใช้ในการจัดหน้าด้วย

2. ความสบายตาในการอ่าน ในการจัดหนังสือพิมพ์ออกเป็นคอลัมน์นั้นจะช่วยให้ผู้อ่านอ่านได้สบายตา ดูแล้วไม่เบื่อ เพราะมีการจัดเป็นหมวดหมู่ การอ่านไม่จำเป็นต้องเหลือกลากลับไปกลับมาซึ่งทำให้เสียเวลาและเสียสายตา

กลุ่มประชาชนเป้าหมายสำหรับงานประชาสัมพันธ์

ในการประชาสัมพันธ์นั้นจำเป็นต้องมีเป้าหมายที่เราจะต้องไปให้ถึง กลุ่มประชาชนเป้าหมายอาจแบ่งออกได้เป็นหลายๆ กลุ่มด้วยกันคือ

๑. สื่อมวลชน สื่อมวลชนต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ การที่เราสามารถสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับสื่อมวลชนต่างๆ ทั้งที่ใกล้ชิดเข้ามา นี้ ก็จะช่วยให้อำนาจสื่อมวลชนให้การสนับสนุน มีความเข้าใจหน่วยงานในแง่ที่ดี ชาวต่างชาติ ที่ไม่ช่วยส่งเสริมความเจริญของงานของกิจการก็จะไม่เกิดขึ้น คงจะมีแต่ข่าวที่ด่า ที่ช่วยสร้างความเสียหายให้เกิดแก่ประชาชนโดยทั่วไปในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจการของหน่วยงานหรือบริษัท

๒. พนักงานของบริษัท เป็นผู้ที่อยู่ระหว่างผู้บริหารกับประชาชนผู้เข้ามาขอใช้บริการของทางบริษัท ความศรัทธาและความเชื่อถือว่าประชาชนจะมีต่อหน่วยงานและบริษัทนี้ ก็ขึ้นอยู่กับการทำงานของพนักงานนี้เอง ฉะนั้นทางบริษัทจึงควรให้ความสนใจใส่พนักงานของบริษัทให้มาก โดยการให้ข้อมูลต่างๆ พร้อมทั้งนโยบายต่างๆ ของบริษัทให้พนักงานได้รับทราบ ตลอดจนพยายามให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะมีผลตอบสนองไปยังประชาชนผู้มาขอใช้บริการต่อไป

๓. ลูกค้า หมายถึงลูกค้าที่มารับสินค้าของบริษัทออกไปจำหน่าย โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะมีความต้องการหากำไรจากสินค้าให้มากที่สุด รองลงมาคือต้องการบริการที่มีความคล่องตัว เช่นการจัดส่งสินค้าไปให้อย่างรวดเร็วทันเวลา สินค้าที่จัดส่งไม่มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่เชื่อถือได้ มีสินค้าที่จะส่งไปอย่างสม่ำเสมอไม่ขาดตอน สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่บริษัทจะต้องมีให้กับลูกค้า

๔. ผู้นำชุมชนท้องถิ่นของเรา ในพื้นที่เราหมายถึงผู้ใช้น้ำหรือผู้บริโภค น้ำดื่ม เหล่านี้มีความต้องการในเรื่องของราคาที่ถูกคุ้มค่ากับเงินที่เขาจะต้องเสีย หรือต้องการคุณภาพที่ดีเกินราคา นอกจากนั้นยังต้องการความรู้ในการเลือกซื้อสินค้า สิ่งเหล่านี้ผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์สามารถอำนวยความสะดวกให้ได้

๕. หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่นกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม ฯ ซึ่งจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการของบริษัท ทางบริษัทจะต้องให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

คือ ทั้งนี้เพื่อชื่อเสียงและการได้รับความเชื่อถือที่พึงจะได้รับ

๖. ผู้นำชุมชน ผู้นำชุมชนในท้องถิ่นนี้หมายถึงผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หัวหน้าลูกเสือชาวบ้าน นายกสมาคมฯ มุคคละเหล่านี้มีส่วนเกี่ยวข้องในการแนะนำให้ผู้อื่นรับบริการหรือซื้อสินค้าของบริษัทได้ ทางบริษัทจึงควรตั้งเป้าหมายไปยังบุคคลเหล่านี้เป็นพิเศษ

๗. นักธุรกิจ นักธุรกิจที่ทางบริษัทหรือหน่วยงานควรตั้งเป้าหมายนั้น หมายถึง นักธุรกิจที่มีกิจการคล้ายคลึงกับทางบริษัทและธุรกิจอื่นๆ ในการดำเนินธุรกิจนั้นให้利ว่าการร่วมมือและการสร้างความเข้าใจกันเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจ อย่าได้ให้เล็ดเหลี่ยมหรือการแข่งขันกันในทางที่ไม่ถูกต้อง เพราะผลเสียหายจะเกิดขึ้นกับทั้ง ๒ ฝ่าย

๘. สหพันธ์ต่างๆ ปัจจุบันนี้ผู้ใช้แรงงานได้มีการรวมตัวกันมากขึ้นเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้ใช้แรงงานเอง ในการต่อรองกับเจ้าของกิจการต่างๆ การที่ทางบริษัทหรือหน่วยงานได้ให้ความเอาใจใส่ความเป็นอยู่ของผู้ใช้แรงงานภายในหน่วยงานหรือบริษัท ปัญหามากมาย ก็จะไม่เกิดขึ้น แต่ถ้าหากได้มีการเรียกร้องหรือการนัดหยุดงานเกิดขึ้นแล้ว ภาพพจน์ของหน่วยงานหรือบริษัทก็จะต้องเสียหายไปด้วย

๙. นักวิชาการ หรือ นิสิต นักศึกษา บ่อยครั้งที่นักวิชาการ นิสิต นักศึกษามักมาขอความร่วมมือกับหน่วยงานหรือบริษัทในรูปของการขอทุนวิจัย หรือขอใช้บุคลากรของหน่วยงานหรือบริษัทเพื่อใช้ในการวิจัย ตลอดจนการขอใช้เครื่องมือต่างๆ หน่วยงานหรือบริษัทควรให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์พอสมควร เพราะผลของการวิจัยนั้นจะเกิดประโยชน์ในการแก้ไขและปรับปรุงงานเป็นอย่างมาก

๑๐. ประชาชนโดยทั่วไป ประชาชนโดยทั่วไปถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ลูกค้าของบริษัท แต่ก็จะเป็นผู้ที่มีส่วนในการแสดงประชามติ ตลอดจนอาจจะเปลี่ยนเป็นลูกค้าได้ในเวลาต่อมา ฉะนั้นบริษัทหรือหน่วยงานควรสร้างภาพพจน์ไปในทางที่ดีอยู่ตลอดเวลา ในการสร้างประโยชน์ให้เกิดแก่สังคมโดยรวม ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกที่หน่วยงานหรือบริษัทไม่ใช่เพียงแต่ผู้ขายสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ยังได้ช่วยปรับปรุงความเป็นอยู่ในสังคมให้ดีขึ้นด้วย

การเขียนแผนงานตามนโยบายและเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์

ในการเขียนแผนงานตามนโยบายและเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑. เรื่องที่เกี่ยวกับปัญหาต่างๆ เช่น การที่บริษัทเรามาทำธุรกิจอยู่ที่ไม่มีปัญหาอะไรเกิดขึ้น ประชาชนเข้าใจหรือไม่เข้าใจบริษัทของเราอย่างไร และเรามีวิธีการแก้ไขอย่างไร

๒. กำหนดเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์

๓. วางโครงการต่างๆ ที่จะให้บรรลุเป้าหมายนั้น กำหนดกิจกรรมต่างๆ ว่ามีอะไรที่จะต้องทำบ้าง

๔. ระบุระยะเวลาและผู้รับผิดชอบไว้ให้แน่ชัด

๕. ตั้งข้อสังเกตต่างๆ เช่น ทำสิ่งนี้สำเร็จหรือไม่สำเร็จเพราะเหตุใด ต้องการความช่วยเหลืออย่างไรบ้างและจากหน่วยงานใด

ดังนั้นจะเห็นได้ว่านักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความอดทน งานประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องทำไปโดยไม่หยุดนิ่ง เหมือนกับวงล้อที่หมุนอยู่ตลอดเวลาเพื่อเดินทางไปเรื่อยๆ บางครั้งก็เดินทางไปบนทางที่ขรุขระ ซึ่งหมายถึงการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินไปโดยมีอุปสรรคขวางกั้นและไม่ราบรื่น นักประชาสัมพันธ์ก็ต้องพยายามหาวิธีจัดการอุปสรรคนั้นให้หมดไป แต่บางครั้งก็เดินไปโดยราบเรียบไม่มีอุปสรรคอันใด งานประชาสัมพันธ์ต้องใช้สติปัญญา ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์เพื่อให้การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ในการดำเนินประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑. การตรวจสอบ ในดำเนินงานในลักษณะต่อไปนี้

- ก. ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการทำงานอย่างชัดเจน
- ข. เป้าหมายในการสร้างจินตภาพและชื่อเสียงที่ดีจะต้องทันสมัยอยู่เสมอ
- ค. กลุ่มชนใดที่มีความสำคัญต่อธุรกิจ จะต้องจัดกลุ่มชนนั้นไว้ตามลำดับความสำคัญ
- ง. วิธีการใดๆ ที่มีประสิทธิภาพในการหยั่งรู้ทัศนคติของกลุ่มชนที่สำคัญ

ที่จะนำมาใช้นั้นจะต้อง เกี่ยวข้องกับ เป้าหมายในการสร้างจินตภาพ
ชื่อเสียงของธุรกิจนั้นๆ

- จ. จะต้องเข้าใจว่า สภาพทางการ เมืองและสังคมจะต้องมีผลกระทบ
ต่อการธุรกิจ

๒. การวิเคราะห์ ให้ดำเนินงานในลักษณะดังต่อไปนี้

- ก. ประเมินสภาพแวดล้อมของการธุรกิจที่จะดำเนินกิจการนั้นได้อย่างถูกต้อง
ของวิฑูรย์ สภาพแวดล้อมนั้นหมายรวมไปถึง เป้าหมายของชาติและ
ความปรารถนาของประชาชนด้วย
- ข. เป้าหมายของชาติและความปรารถนาของประชาชน จะมีปฏิกิริยา
ต่อกันกับการดำเนินการธุรกิจและชื่อเสียงของธุรกิจ
- ค. เป้าหมายต่างๆ เพื่อการสร้างชื่อเสียงของธุรกิจยังทันสมัยอยู่เสมอ
- ง. เป้าหมายเหล่านั้นมีอะไรบางอย่างที่สัมพันธ์ผล ไปแล้วในกลุ่มชนที่สำคัญแต่ละ
กลุ่ม และแก้ปัญหาที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องประเมินให้ได้
- จ. เมื่อประเมินตามข้อ(ง) แล้ว จะต้องวิเคราะห์ต่อไปว่าทัศนคติที่
ประเมินได้แล้วนั้น มีความถูกต้องวิฑูรย์ และ ผลที่ได้จะเป็นไปใน
ทางบวกหรือทางลบ
- ฉ. ผลการประเมินบวก หรือ ลบ ต้องวิเคราะห์สาเหตุให้ได้ว่า

๓. การให้คำปรึกษาแนะนำ ให้ดำเนินงานในลักษณะดังต่อไปนี้

- ก. ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องมีส่วนร่วมในการ เตรียมการในส่วนที่เกี่ยวข้อง
กับสถานการณ์ทางการเมืองและสังคมที่ทางธุรกิจจัดทำขึ้นเป็นประจำ
ปี เพื่อการดำเนินธุรกิจของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว
- ข. แนะนำฝ่ายบริหาร เป็นประจำเกี่ยวกับด้านชื่อเสียงของธุรกิจนั้นๆ
- ค. เมื่อมีการ เปลี่ยนแปลงทั้งในด้านสังคมและการ เมือง จะต้องรับรายงาน
ให้ฝ่ายบริหารทราบโดยด่วน
- ง. เมื่อได้วิเคราะห์แล้วว่านโยบายหรือการปฏิบัติของธุรกิจนั้นมีผลในทาง
บวกและเป็นผลดีแก่ธุรกิจ ก็จะต้องแนะนำให้ฝ่ายบริหารคงไว้ซึ่งนโยบาย

และการปฏิบัตินั้น และให้ใช้ความพยายามให้มากขึ้น

- จ. ถ้ามีผลในทางลบ ประชาสัมพันธ์จะต้องแนะนำให้เปลี่ยนนโยบายและการปฏิบัติที่เสีย
- ฉ. ถ้าผลวิเคราะห์แสดงว่าประชาชนยังไม่เข้าใจธุรกิจนั้นก็พอ ประชาสัมพันธ์จะต้องแนะนำให้ใช้เครื่องมือในการสื่อสารเสียใหม่ เพื่อเข้าถึงประชาชนและแก้ไขความเข้าใจผิด

๔. การวางแผน ในการวางแผนโครงการปฏิบัติงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- ก. ทราบจุดมุ่งหมายการดำเนินงานของฝ่ายอื่นๆ และ แผนอื่นๆ ด้วย
- ข. กิจกรรมและโครงการต่างๆ ของฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของแผนอื่นๆ เช่นเดียวกัน
- ค. กิจกรรมและโครงการเหล่านั้นจะต้องสอดคล้องกับ เป้าหมายหรือการสร้างความเชื่อเสียของบริษัท ตามที่วิเคราะห์และประเมินผลไว้แล้ว
- ง. โครงการแต่ละโครงการจะต้องมีวิธีการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้ โดยใช้สาร (MESSAGE) และ การปฏิบัติที่ถูกต้อง (ACTION) ใช้สื่อเฉพาะ (MEDIA) ที่ใดคนแน่นอนและมุ่ง ไปสู่เป้าหมายเฉพาะกลุ่มชน (SPECIFIC TARGET AUDIENCE)
- จ. โครงการแต่ละโครงการต้องการปฏิบัติที่มีความสามารถทั้งการทำงานภายในบริษัทและภายนอกบริษัทเพื่อให้ประสบผลสำเร็จให้ได้
- ฉ. แผนงานของโครงการนั้นเมื่อนำมาปฏิบัติ จะต้องคำนึงถึงตัวบุคคลงบประมาณ และทรัพยากรอื่นๆ
- ช. ในการกำหนดแผนงาน ประชาสัมพันธ์จะต้องรู้ล่วงหน้าเกี่ยวกับกิจกรรมและแผนงานของบริษัทที่เป็นคู่แข่งกันด้วย
- ซ. แผนงานที่ระบุโครงการจะต้องกำหนดวันที่จะปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จ กำหนดตัวบุคคลในการปฏิบัติของแต่ละโครงการ
- ณ. แผนงานนั้นจะต้อง เปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบผลได้ด้วย

๗. แผนงานและค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานตามโครงการ ได้เสนอให้ฝ่ายบริหารรับทราบและอนุมัติแล้วเป็นทางการ

๘. การลงมือปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์จะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรคำนึงงานให้มีลักษณะดังต่อไปนี้

- ก. แผนงานทั้งหมดที่ได้วางไว้สามารถนำมาปฏิบัติได้ตรงตามเวลาที่กำหนด
- ข. สาระสำคัญของแต่ละโครงการนั้นมีความสำคัญจริงตามที่ได้วางโครงการไว้ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสำคัญขึ้นมา
- ค. กิจกรรมใดๆ ที่ไม่สำคัญก็ให้ปฏิบัติแต่น้อย
- ง. กิจกรรมใดๆ ที่ต้องปฏิบัติโดยไม่ได้อาศัยการล่วงหน้ามาก่อน กับปฏิบัติโดยไม่ทำให้โครงการอื่นๆ ที่วางไว้ก่อนเกิดความเสียหาย
- จ. ทุกโครงการจะต้องมีการตรวจสอบและจะต้องมีกลไกในการตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ



การดูแลทุกข์สุขของชาวบ้านโดยทั่วหน้า ก็เป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งที่หน่วยงานของรัฐ และ เอกชน ควรให้ความสนใจ

สื่อสารมวลชนกับการประชาสัมพันธ์

สื่อสารมวลชนมีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก จนกระทั่งบางครั้งเกือบจะแยกออกจากกันไม่ได้ มีหลายสิ่งหลายอย่างที่มีลักษณะเหมือนกันและหลายสิ่งหลายอย่างที่มีลักษณะแตกต่างกัน ซึ่งจะคอยขยายให้เห็นเป็นเรื่องๆ ต่อไป

ความหมายของคำ

การสื่อสารมวลชนกับการประชาสัมพันธ์มีข้อแตกต่างกันอยู่ ๓ ประการด้วยกันคือ

๑. การสื่อสารมวลชนเป็นเรื่องของสังคมมวลชน ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของการสื่อสารขององค์การ
๒. การสื่อสารมวลชนเป็นเรื่องระหว่างทุกคนทุกฝ่ายที่อยู่ร่วมกันในสังคม ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องขององค์การกับสาธารณะ ไม่ว่าจะอยู่ในสังคมเล็กหรือสังคมใหญ่ก็ตาม
๓. การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารของสังคมมนุษย์ที่วิวัฒนาการมาเป็นสถาบันสังคมเทียบเท่าสถาบันการเมือง สถาบันเศรษฐกิจ และสถาบันวัฒนธรรม ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการที่ทันสมัยของการสื่อสารประเภทสร้างศรัทธาและทัศนคติ

กระบวนการของการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์

กระบวนการของการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์มีข้อแตกต่างกันอยู่ ๔ ประการคือ

๑. การสื่อสารมวลชนถือว่าสังคมเป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสาร ส่วนการประชาสัมพันธ์ถือว่าองค์การเป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสาร
๒. การสื่อสารมวลชนนั้นการสื่อสารจะต้องผ่านสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่ แต่อาจผ่านสื่อพิเศษและสื่อบุคคลด้วย ส่วนการประชาสัมพันธ์การสื่อสารจะต้องผ่านการกระทำพิเศษ สื่อมวลชน สื่อสาธารณะ และสื่อมวลชน
๓. การสื่อสารมวลชนถือเอาสังคมเป็นผู้รับสาร ส่วนการประชาสัมพันธ์นั้นถือเอาสาธารณชนเป็นผู้รับสาร

๔. การสื่อสารมวลชนเป็นระบบการสื่อสารหลายวิถี ส่วนการประชาสัมพันธ์ เป็นระบบสื่อสารสองวิถี

บทบาทและหน้าที่ของการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์

บทบาทและหน้าที่ของการสื่อสารมวลชนคือ การให้ข้อมูล ๑ ประเภทแก่สังคม คือ ข่าวเพื่อการเรียนรู้ ความคิดเห็นเพื่อความเข้าใจ และการศึกษาเพื่อประยุกต์ใช้ในชีวิตและสังคม ส่วนการประชาสัมพันธ์มีบทบาทและหน้าที่ให้ข้อมูลทั้ง ๑ ประเภทแก่ประชาชนเพื่อการเรียนรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับองค์การ ต้องมีการโน้มน้าวศรัทธาโดยการกระทำและประจักษ์พยาน ควบข้อมูลโดยตรงอย่าง เกี่ยวไม่เพียงพอ

สัมพันธภาพของการสื่อสารมวลชนกับการประชาสัมพันธ์

สัมพันธภาพของการสื่อสารมวลชนกับการประชาสัมพันธ์ อาจจะกล่าวได้เป็นข้อๆ ดังต่อไปนี้

๑. การสื่อสารในประเทศเสรีนิยมมีขนาดใหญ่เท่าใด ก็ยิ่งจำเป็นต้องใช้สื่อมวลชนมากขึ้นเท่านั้น ในทางกลับกันสถาบันสื่อมวลชนและสื่อสารมวลชนแต่ละหน่วยจะต้องมีการประชาสัมพันธ์

๒. องค์การต้องเคารพต่อสถาบันสื่อมวลชนซึ่งต้องการความเป็นอิสระในการปฏิบัติภาระหน้าที่ต่อสังคม การโฆษณาชวนเชื่อและการโฆษณาสินค้าอาจจะเป็นการกระทำที่ล่วงล้ำสิทธิและหน้าที่ของการสื่อสารมวลชน แต่การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการป้องกันมิให้เกิดปัญหาดังกล่าว อย่างไรก็ตามถ้าสถาบันสื่อมวลชนไม่แข็งแรงพอ อาจจะกลายเป็นเครื่องมือขององค์การและไม่อาจเป็นตัวแทนการสื่อสารของประชาชนได้

๓. สถาบันนิติบัญญัติ บริหาร และตุลาการ มีระบบที่ค่อนข้างแข็งแกร่งอยู่แล้ว จึงสามารถเข้ามาเป็นตัวแทนของประชาชนได้ดีกว่า

๔. ในต่างประเทศ สถาบันสื่อมวลชนเริ่มเข้ามามีบทบาทและหน้าที่เป็นตัวแทนของประชาชนแล้ว โดย

ก. ประชาชนเข้าร่วมในการบริหารสื่อมวลชนโดยทางหุ้นส่วนหรือโดยการเลือกตั้งของสมาคมผู้รับสารจากสื่อมวลชน(หรือผู้วิโลก)

ข. สถาบันสื่อมวลชนกลายเป็นสถาบันวิชาชีพอย่างแท้จริง กลุ่มวิชาชีพ
ย่อมถือว่าเป็นตัวแทนของประชาชนในการทำหน้าที่นั้นๆ ในสังคม

ค. รัฐบาลเข้ามาดูแลรับผิดชอบทางนโยบายและการวางแผนการสื่อสาร
มวลชนของชาติ

ง. รัฐบาลใช้หลักการประชาสัมพันธ์ในการติดต่อสื่อสารกับประชาชน
อย่างแท้จริง

จ. สื่อมวลชนที่ร่ำรวยสนับสนุนช่วยเหลือสื่อมวลชนที่ยากจน เพื่อให้สามารถ
อยู่ร่วมกันได้ เป็นปากเสียงของประชาชนกลุ่มต่างๆ และป้องกันการหลกั่วเช่น ในประเทศ
สวีเดน

ฉ. สถาบันสื่อมวลชนที่เข้าร่วมเป็นร่วมค่ายในกระบวนการสื่อสารเพื่อ
การพัฒนาสังคมและประเทศชาติ เกิดมีทฤษฎีใหม่เรียกว่า "วารสารศาสตร์พัฒนาการสื่อสาร
พัฒนาการ"

๔. สถาบันสื่อมวลชนได้เข้าร่วมในการประชาสัมพันธ์ของรัฐด้วย เช่นวิทยุ
โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

ปัญหาของการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

การสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์มีปัญหาเหมือนกันและมีความแตกต่างกัน
ดังต่อไปนี้

๑. ทั้งการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ต่างก็ถูกกำกับและควบคุมโดย
ขบวนการทางสังคม ทางกฎหมาย และ สถาบันทางวิชาชีพ

๒. ทั้งการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ต่างก็มีเสรีภาพ มีความรับผิดชอบ
รวมทั้งทางสังคมและความรับผิดชอบต่อผลประโยชน์ของกลุ่ม

๓. การสื่อสารมวลชนมักมีปัญหาเกี่ยวกับประเภทเครื่องมือ ส่วนการประชาสัมพันธ์
มักมีปัญหาความซับซ้อนและความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กับการโฆษณาชวนเชื่อ

๔. ทั้งการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ต่างก็มีความสนใจในเรื่องที่เกี่ยวกับ
เนื้อหาและวัฒนธรรม

๕. การสื่อสารมวลชนมีความเสียเปรียบในเชิงการสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศ

ส่วนการประชาสัมพันธ์หรือสิทธิพลของต่างประเทศมีมากในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ

๖. การสื่อสารมวลชนมีปัญหาก็เกี่ยวกับระบบสื่อสารมวลชนของชาติ ส่วนการประชาสัมพันธ์มีปัญหาก็เกี่ยวกับระบบประชาสัมพันธ์ของรัฐ

ข้อเสนอแนะบางประการในการแก้ปัญหาการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะบางประการในการแก้ปัญหาการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยอาจกล่าวเป็นข้อๆ ได้ดังต่อไปนี้

๑. ควรจะส่งเสริมให้สถาบันทางด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ให้ถูกกำกับและควบคุมโดยสมาคมทางวิชาชีพ ทั้งทางสังคมและทางกฎหมาย

๒. รัฐสภาควรเข้ามาดูแลในเรื่องนโยบายในการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

๓. ส่งเสริมให้มีการลงทุนทางด้านการสื่อสารมวลชนและมีการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ของรัฐในเรื่องระบบ ความรับผิดชอบ และงบประมาณ

๔. ส่งเสริมเสรีภาพในการเสนอข่าวสารและสิทธิในการทอมติสิ่งที่ไม่ได้รับความเห็นชอบ โดยการยกเลิกกฎหมายพิเศษที่เจาะจงควบคุมเฉพาะสื่อมวลชน

๕. ส่งเสริมการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านการศึกษาและการพัฒนา



การแก้ปัญหาอย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์เป็นหลักสำคัญในการทำงานประชาสัมพันธ์