

บทที่ 6

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. เพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร
3. เพื่อให้สามารถอธิบายถึงลักษณะของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้
4. เพื่อให้เข้าใจแนวคิดและวิธีการในการระบุและกำหนดลำดับกลุ่มเป้าหมาย
5. เพื่อให้สามารถอธิบายถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่นักประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรโดยทั่วไปนั้น จะต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่มทั้งภายในและภายนอกองค์กร แต่โครงการประชาสัมพันธ์แต่ละโครงการที่จัดทำขึ้นนั้น ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพราะในแต่ละสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจะมีกลุ่มคนที่ต้องเกี่ยวข้องแตกต่างกัน โดยอาจเกี่ยวข้องเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง 2-3 กลุ่ม หรือ 10 กลุ่มก็ได้ ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องระบุกลุ่มเป้าหมายของโครงการนั้นให้ถูกต้องก่อน จากนั้นจึงศึกษากลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงลักษณะ ความคิดเห็น และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มเพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาข่าวสาร และกำหนดสื่อหรือกิจกรรมที่จะนำข่าวสารไปยังแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ความหมายของกลุ่มคน

ในทศวรรษ 1940 Herbert Blumer นักสังคมวิทยา และ John Dewey นักปรัชญา ต่างได้ให้ความหมายของคำว่า กลุ่มคน (Public) ไว้อย่างชัดเจน

1. เฉลี่ยกับสถานการณ์หนึ่ง
2. มีการแบ่งแยกความคิดไปตามวิธีการจัดการกับสถานการณ์นั้น
3. เข้าร่วมในการอภิปรายเกี่ยวกับสถานการณ์นั้น

ส่วน Dewey ก็ได้ให้ความหมายในลักษณะใกล้เคียงกันว่า² กลุ่มคนเป็นกลุ่มประชาชนที่

1. พบปัญหาเดียวกัน
2. รู้ว่าปัญหายังคงมีอยู่
3. มีการจัดระบบเพื่อดำเนินการบางอย่างเกี่ยวกับปัญหานั้น

จะเห็นว่า ความหมายของกลุ่มคนทั้งของ Blumer และ Dewey มีความคล้ายคลึงกันโดยที่ต่างก็ระบุว่า สมาชิกของกลุ่มพบว่ามีปัญหาเกิดขึ้น และในการเฉลี่ยกับปัญหาหรือสถานการณ์นั้น สมาชิกของกลุ่มมีการอภิปรายและดำเนินการบางอย่างเกี่ยวกับปัญหานั้น โดยที่สมาชิกของกลุ่มมีการรับและตีความหมายข่าวสารข้อมูลที่ได้รับที่อาจนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมแบบเดียวกันโดยที่สมาชิกเหล่านั้นอาจไม่เคยเห็นหน้าหรือรู้จักกันมาก่อนเลยก็ได้ ตัวอย่าง โรงงานหลอมโลหะแห่งหนึ่ง ก่อให้เกิดภาวะอากาศเป็นพิษที่เป็นอันตรายต่อระบบการหายใจของคนในบริเวณนั้น หากคนที่อยู่รอบโรงงานรู้ว่า อากาศเป็นพิษก็อาจนำไปสู่การเป็นกลุ่มคนที่ตระหนักว่า โรงงานเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดอากาศเป็นพิษ กลุ่มคนเหล่านี้อาจมีการอภิปรายถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และอาจมีการดำเนินการบางประการเพื่อแก้ไขสถานการณ์นั้นกลับเป็นปกติ

นอกจากให้ความหมายของกลุ่มคนแล้ว Blumer ยังอธิบายถึงความแตกต่างระหว่าง กลุ่มคน กับมวลชน (Mass) ไว้ว่า กลุ่มคนเป็นกลุ่มที่สมาชิกของกลุ่มมีบางสิ่งที่เหมือนกัน และได้รับผลกระทบจากปัญหาหรือสถานการณ์เดียวกัน ส่วนการที่คนรวมตัวกันเป็นมวลชนนั้นมิใช่เพราะคนบางสิ่งบางอย่างที่เหมือนกัน แต่เป็นเพราะรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเดียวกัน หรืออาศัยอยู่ในเมืองหรือในประเทศเดียวกัน

กลุ่มคนนี้อาจเป็นกลุ่มที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นทางการ และมีผู้สนใจสมัครเป็นสมาชิกของกลุ่ม เช่น สหภาพแรงงาน ฯ หรือเป็นกลุ่มที่มีได้มีการจัดตั้งขึ้น แต่เป็น

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Lawson ให้ความหมายของคำ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ว่า³ เป็นบุคคล กลุ่มคน และองค์การที่มีความสนใจในสิ่งที่องค์การกระทำทั้งที่องค์การตั้งใจดำเนินการให้ มีผลกระทบ เช่น ผู้บริโภค ผู้จัดส่งวัสดุ ฯ และที่ไม่ได้ตั้งใจให้มีผลกระทบ เช่น ชุมชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ ฯ ส่วน Freeman ให้ความหมายว่า⁴ เป็นบุคคลหรือสถาบันหรือ องค์การใดๆ ที่จะได้รับผลกระทบจากหรือมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย ขององค์การ หรือมีความสนใจในสิ่งที่องค์การกระทำ หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับองค์การ

องค์การต่างๆ ที่จัดตั้งขึ้นมาอาจมีลักษณะหรือจัดอยู่ในประเภทเดียวกัน หรือคนละประเภทก็ได้ โดยทั่วไป ประเภทและลักษณะขององค์การจะเป็นตัวกำหนด กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์การต้องเกี่ยวข้อง องค์การที่มีเป้าหมายในการดำเนินงาน เช่นเดียวกันจะมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องเกี่ยวข้องเหมือนกัน เช่น องค์การที่จัดตั้ง ขึ้นเพื่อขายสินค้า ก็จะต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้บริโภค หรือสถาบันการศึกษาจะเกี่ยวข้องกับ นักเรียนหรือนักศึกษา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม องค์การประเภทเดียวกันแต่มี ลักษณะเฉพาะก็จะมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีลักษณะเฉพาะด้วย เช่น โรงเรียนชาย ก็ จะเกี่ยวข้องกับนักเรียนชายโดยเฉพาะ เป็นต้น ดังนั้น เมื่อองค์การมีการเปลี่ยนแปลง ไปไม่ว่าในลักษณะใดๆ ก็จะมีผลให้ลักษณะของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องเกี่ยวข้อง เปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่น ธุรกิจที่ขายสินค้าสำหรับผู้หญิง เปลี่ยนนโยบายมาขายสินค้า ที่ใช้ได้ทั้งเพศหญิงและเพศชายแล้ว กลุ่มผู้ซื้อก็จะเปลี่ยนจากกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นหญิง มาเป็นกลุ่มผู้บริโภคทั้งหญิงและชาย หรือการที่ธุรกิจเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าเพื่อขาย ในประเทศเป็นการผลิตเพื่อส่งออก ในกรณีนี้ในลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลง ไป เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินงานขององค์การใดๆ นั้น องค์การมิได้ เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพียงกลุ่มเดียว แต่จะต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียหลายกลุ่ม และหากแยกองค์การตามวัตถุประสงค์ที่จัดตั้ง อาจแยกได้เป็น 2 ประเภท คือ องค์การที่จัดตั้งขึ้นเพื่อแสวงหากำไร และองค์การที่ไม่ได้มุ่งหวังกำไร

โดยทั่วไป กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มจะมีความสนใจและความต้องการจากองค์การแตกต่างกัน และนักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถควบคุมความคิดและความรู้สึกของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ ดังนั้นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ควรทำ คือ การสร้างความเข้าใจร่วมระหว่างองค์การกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญที่องค์การต้องการมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและพฤติกรรม⁵ ในการสื่อสารกับกลุ่มคนเหล่านี้ต้องดำเนินการให้กลุ่มคนเหล่านี้รู้ถึงสิ่งที่องค์การต้องการทำ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องเรียนรู้สิ่งที่กลุ่มคนเหล่านี้สนใจและพร้อมที่จะปรับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มคนเหล่านี้ด้วย อย่างไรก็ตาม ความสนใจหรือความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มนี้ ในบางครั้งอาจขัดแย้งกันได้ เช่น กลุ่มพนักงานต้องการค่าตอบแทนการทำงานที่เหมาะสม มีสวัสดิการ และมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ส่วนกลุ่มผู้ถือหุ้นต้องให้บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นที่จะมีผลให้ได้รับเงินปันผลมากขึ้นและราคาหุ้นสูงขึ้น ขณะที่กลุ่มผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพในระดับราคาที่เหมาะสม และกลุ่มรัฐบาลต้องการให้ธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมายในด้านต่างๆ เช่น ดำเนินงานเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ จะเห็นว่า ความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ขัดแย้งกัน กล่าวคือ ความต้องการของพนักงานเป็นผลให้ธุรกิจมีต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น ความต้องการของรัฐบาลก็มีผลให้ธุรกิจต้องมีการลงทุนในระบบควบคุมมลพิษที่ทำให้ต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น ส่วนกำไรที่ผู้ถือหุ้นต้องการ จะเป็นผลให้ธุรกิจไม่สามารถขายสินค้าในราคาต่ำได้ซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องดำเนินการเพื่อประสานประโยชน์ของทุกกลุ่ม หรือในบางกรณีอาจต้องยอมสละความต้องการบางส่วนของกลุ่มหนึ่งให้กับอีกกลุ่มหนึ่ง

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์การธุรกิจเกี่ยวข้อง

ในการดำเนินงาน ธุรกิจต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 6.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของธุรกิจมีดังต่อไปนี้

พนักงาน	พนักงานทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ รวมถึง ครอบครัวพนักงานด้วย ผู้ที่คาดว่าจะเป็พนักงานในอนาคต สหภาพแรงงาน
สื่อมวลชน	สื่อท้องถิ่นและสื่อระดับประเทศ สื่อมวลชนเฉพาะด้าน และสื่อทั่วไป
ผู้บริโภค	ผู้บริโภคปัจจุบัน ผู้ที่คาดว่าจะเป็ผู้บริโภคในอนาคต สมาคมเพื่อผู้บริโภคต่างๆ
ผู้จัดส่งวัสดุ	ผู้จัดส่งวัสดุ อุปกรณ์ ชิ้นส่วนต่างๆ รวมถึงผู้ให้บริการ ด้านต่างๆ ที่ไม่ใช่ด้านการเงิน
กลุ่มเป้าหมายทางการเงิน	ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ธนาคาร ตลาด หลักทรัพย์ ตลาด เงิน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และสื่อมวลชนด้านธุรกิจ การเงิน
ตัวแทนจำหน่าย	ตัวแทนขายส่งและร้านค้าปลีก
รัฐบาล	เจ้าหน้าที่ระดับต่างๆ ของหน่วยราชการต่างๆ คณะรัฐบาล สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา และ ฝ่ายตุลาการ
ชุมชน	บุคคลและองค์กรต่างๆ ที่อยู่รอบองค์การ
ผู้นำความคิดเห็น	ผู้นำชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ผู้มีชื่อเสียงในสังคม นักการเมือง
นักเคลื่อนไหวด้านต่างๆ	องค์กรอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน ฯ
สมาคมการค้าหรือสมาคมอุตสาหกรรมต่างๆ	
องค์กรที่ไม่หวังผลกำไรต่างๆ	สภาอากาศไทย มูลนิธิ ฯลฯ
สถาบันการศึกษา	

ตารางที่ 6.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ

พนักงาน

กลุ่มพนักงาน หมายถึง บุคคลทุกประเภทและทุกระดับที่ทำงานใน
องค์การ ไม่ว่าจะเป็นลูกจ้าง พนักงานฝ่ายปฏิบัติการ หรือพนักงานระดับบริหารที่ได้รับ

พนักงานคาดหวังว่า ธุรกิจจะมีแนวทางปฏิบัติต่อพนักงานที่เหมาะสมและเป็นธรรม เช่น จ่ายค่าแรงที่เหมาะสม จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย ให้สวัสดิการที่ดี รวมถึงมีความมั่นคงในการทำงาน นอกจากนี้ยังต้องให้ความเคารพในศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ไม่กดขี่แรงงาน ไม่กดขี่ทางเพศ ตลอดจนจัดให้มีสถานดูแลเด็กเล็กในที่ทำงานด้วยเนื่องจากในปัจจุบันมีพ่อแม่ที่มีบุตรธิดาและต้องทำงานควบคู่ไปด้วยเป็นจำนวนมาก ขณะที่ธุรกิจก็คาดหวังให้พนักงานเชื่อถือผู้บริหาร สินค้าและบริการขององค์กร และเชื่อมั่นในแนวปฏิบัติที่เป็นธรรมต่อพนักงาน

พนักงานจัดเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญมากที่สุดใน การดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานให้บรรลุถึงเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร จากศึกษาวิจัยพบว่า⁶ หากพนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร การให้บริการแก่ผู้บริโภคก็มีคุณภาพมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม กลุ่มพนักงานในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปในหลายๆ ด้าน อาทิ ปัจจุบันมีพนักงานทำงานที่บ้านมากขึ้น พนักงานกลุ่มนี้จะติดต่อกับองค์กรทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ สำหรับธุรกิจที่ขยายการดำเนินงานไปยังต่างประเทศก็ต้องจ้างแรงงานท้องถิ่นเข้ามาทำงานมากขึ้น ดังนั้นพนักงานจึงมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น การติดต่อกับพนักงานเหล่านี้จึงต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แตกต่างกันด้วย นอกจากนี้ปัจจุบันธุรกิจหลายแห่ง ยินยอมให้พนักงานทำงานตามเวลาที่ต้องการได้ เช่น ทำงานเวลาบ่ายโมงตรงและเลิกงานเวลาสามทุ่ม เป็นต้น เป็นผลให้การติดต่อสื่อสารรูปแบบเดิมไม่เพียงพอที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มพนักงานได้ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานจึงเป็นงานที่ทำท้าทายความสามารถของนักประชาสัมพันธ์อีกด้านหนึ่ง⁷ การติดต่อกับคนกลุ่มนี้ครอบคลุมถึงการติดต่อเกี่ยวข้องกับครอบครัวของพนักงานด้วย

ผู้ที่จะเป็นพนักงานในอนาคต

องค์การต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนที่จะเป็นพนักงานในอนาคต เนื่องจากพนักงานที่ทำงานอยู่ อาจทำงานต่อไปจนถึงอายุที่กฎหมายกำหนดก็ต้องเกษียณออกไปหรือในกรณีที่พนักงานลาออกไปด้วยเหตุผลต่างๆ เช่น ต้องการไปทำงานที่อื่น ไปประกอบธุรกิจของตนเอง ไปประกอบอาชีพอื่น ฯลฯ หรือในกรณีที่บริษัทมีการขยายกิจการ องค์การก็จะต้องการพนักงานใหม่เข้ามาทดแทนหรือเข้ามาเพิ่มเติม องค์การจึงต้องการให้กลุ่มคนเหล่านี้รู้จักและเกิดความรู้สึกที่ดี มีความสนใจในตำแหน่งงาน และสมัครเข้าทำงานในองค์การ เพื่อที่องค์การจะไม่ประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานและพนักงานที่มีคุณภาพ

กลุ่มเป้าหมายทางการเงิน

กลุ่มเป้าหมายทางการเงินจะครอบคลุมถึง ผู้ถือหุ้นปัจจุบัน นักลงทุนสถาบันการเงินต่างๆ นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ตลาดเงิน ตลาดทุน และสื่อมวลชนด้านธุรกิจการเงิน⁸ โดยนักลงทุน รวมถึงผู้จัดการกองทุนต่างๆ ที่เป็นเจ้าของเงินทุนหรือผู้ที่จะเป็นผู้ถือหุ้นในอนาคตซึ่งเป็นกลุ่มคนหรือองค์การที่จะนำมาลงทุนในธุรกิจหรืออาจนำมาลงทุนเพิ่มขึ้นในอนาคต คนกลุ่มนี้ต้องการให้องค์การมีการขยายกิจการและมีกำไรเพิ่มขึ้น เพื่อที่จะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปเงินปันผลหรือราคาหุ้นที่สูงขึ้น ส่วนสถาบันการเงินเกี่ยวข้องกับองค์การในฐานะผู้ให้บริการด้านการเงิน เช่น การให้กู้เงินเพื่อใช้ในการดำเนินงาน ฯลฯ จึงต้องการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายเพื่อให้สามารถชำระหนี้และดอกเบี้ยคืนได้ ขณะที่นักวิเคราะห์หลักทรัพย์เป็นกลุ่มคนที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลขององค์การแล้วเสนอความคิดเห็นสู่นักลงทุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สนใจลงทุนในหลักทรัพย์นั้น ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องตระหนักด้วยว่า ปัจจุบันความนิยมในการซื้อขายหุ้นทางอินเทอร์เน็ตนั้นมีมากขึ้นและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต เพราะคนรุ่นใหม่มีความคุ้นเคยกับการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นและต้องการมีรายได้มากขึ้น กลุ่มคนเหล่านี้จะให้ความสนใจต่อฐานะการเงิน ความมั่นคง ประสิทธิภาพในการบริหารงาน ตลอดจนแผนงานในอนาคตของธุรกิจ องค์การจึงต้องดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อความสนใจและความต้องการของคนกลุ่มนี้ ส่วนตลาดหลักทรัพย์นั้น องค์การต้องติดต่อเมื่อต้องการนำหลักทรัพย์เข้าจดทะเบียนในตลาด หรือเมื่อมีหลักทรัพย์อยู่ในตลาดแล้วก็ต้องปฏิบัติตามระเบียบที่กำหนดที่ให้การให้ธุรกิจดำเนินการ

ผู้จัดส่งวัสดุ

ผู้จัดส่งวัสดุเป็นกลุ่มคนหรือองค์การที่จัดส่งสิ่งต่างๆ เพื่อให้องค์การใช้ในดำเนินการ สิ่งที่คนกลุ่มนี้จัดหาให้กับองค์การอาจเป็นในรูปวัสดุ เช่น วัตถุดิบ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องจักร กล่องบรรจุสินค้า ฯลฯ หรือบริการต่างๆ เช่น น้ำ ไฟ พลังงาน ฯลฯ ผู้จัดส่งวัสดุของแต่ละองค์การจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทขององค์การนั้นๆ สิ่งที่ผู้จัดส่งวัสดุต้องการจากองค์การคือ ต้องการให้องค์การสามารถจ่ายค่าวัสดุให้ได้ตามเวลาที่ตกลงกัน นอกจากนี้ยังต้องการความมั่นใจว่า องค์การจะสั่งซื้อวัสดุหรือใช้บริการตลอดไป องค์การจะต้องเกี่ยวข้องกับคนกลุ่มนี้เพื่อให้มีความเข้าใจที่ดีต่อกัน อันจะทำให้ผู้จัดส่งวัสดุยินดีให้ความร่วมมือและช่วยเหลือ โดยเฉพาะในภาวะที่ธุรกิจประสบปัญหา หรือความต้องการความร่วมมือเป็นพิเศษ

ตัวแทนจำหน่าย

ในกรณีที่ธุรกิจมิได้ขายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง กลุ่มตัวแทนจำหน่ายจะเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ธุรกิจต้องเกี่ยวข้องกับในฐานะคนกลางที่จะนำสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภค ตัวแทนนี้อาจเป็นผู้ค้าส่ง นายหน้า ร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า หรือการขายในรูปแบบอื่นๆ กลุ่มตัวแทนมีบทบาทมากต่อจำนวนสินค้าที่จะขายได้มากหรือน้อย หากตัวแทนมีความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและองค์การอย่างดี ตลอดจนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับองค์การแล้ว ก็จะมีส่วนช่วยให้ตัวแทนเต็มใจ และพยายามที่จะทำหน้าที่ของตนให้ดีที่สุด⁹

ผู้บริโภค

ผู้บริโภคเป็นกลุ่มคนที่ซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจ จึงเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อธุรกิจเพราะเป็นแหล่งรายได้ของธุรกิจ โดยทั่วไป ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าและบริการที่ปลอดภัย มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม ให้บริการที่ดี และซื่อสัตย์ ไม่หลอกลวงผู้บริโภคหรือกระทำการสิ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในด้านต่างๆ นอกจากนี้ยังคาดหวังว่า ธุรกิจจะดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม เช่น ไม่กดขี่แรงงาน ไม่ทำลาย

ชุมชน

ชุมชน หมายถึง บุคคลและองค์การที่อยู่รอบโรงงาน สำนักงาน ร้านค้า คลังสินค้า ห้องปฏิบัติการวิจัย หรืออื่นๆ ที่ธุรกิจต้องติดต่อเกี่ยวข้อง หรือได้รับผลกระทบจากธุรกิจ หรือการกระทำใดๆ ของชุมชนมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ตัวอย่าง การเปิดสนามบินใหม่แห่งหนึ่งอาจมีทั้งบุคคลหรือองค์การอื่นๆ ได้รับผลกระทบทั้งในทางบวกและทางลบ เช่น บุคคลหรือองค์การอื่นๆ รอบบริเวณสนามบิน อาจได้รับความเดือดร้อนจากเสียงเครื่องบินขึ้นลง บางกลุ่มอาจเดือดร้อนเพราะการจราจรแออัดเป็นประจำ แต่บางกลุ่มอาจได้ประโยชน์จากระบบการคมนาคมขนส่งที่สะดวกมากขึ้น ขณะที่บางกลุ่มก็มีโอกาสที่จะได้งานทำ เป็นต้น

ชุมชนที่ธุรกิจเกี่ยวข้องนี้จะกว้างแคไหนขึ้นกับขนาดและลักษณะของธุรกิจ เช่น ชุมชนที่ร้านค้าเล็กๆ ต้องเกี่ยวข้องจะไม่กว้างนัก แต่ถ้าเป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศก็อาจครอบคลุมชุมชนทั่วประเทศ เป็นต้น สิ่งที่ชุมชนคาดหวังจากธุรกิจ คือ การจ้างงาน สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ และการเสียภาษีให้กับชุมชน นอกจากนี้ที่เป็นรูปธรรมเหล่านี้แล้ว ชุมชนยังต้องการให้ธุรกิจช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้นโดยไม่ก่อให้เกิดภาวะมลพิษ มีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เช่น การดูแลสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สวนสาธารณะ เกาะกลางถนน การให้ความช่วยเหลือด้านการศึกษา ศาสนา และสาธารณสุข ตลอดจนคาดหวังให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างมั่นคงเพื่อทำให้เศรษฐกิจของชุมชนมั่นคงและเจริญก้าวหน้า

ปัจจุบันธุรกิจจำนวนมากตระหนักว่า การมีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสร้างชื่อเสียงที่ดีได้ จึงจัดโครงการเพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งน้ำและอากาศ การสร้างงานให้กับผู้ด้อยโอกาส รวมถึงดำเนินการเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น เช่น การกระตุ้นให้พนักงานเข้าร่วมในโครงการเพื่อสังคมต่างๆ การบริจาคเงินและอุปกรณ์การศึกษาให้แก่สถาบันการศึกษา การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนด้านต่างๆ เป็นต้น

รัฐบาล

รัฐบาลเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ธุรกิจต้องเกี่ยวข้อง เพราะรัฐบาลมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของธุรกิจ โดยเฉพาะการออกกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ รัฐบาลต้องการให้ธุรกิจดำเนินการภายใต้กรอบของกฎหมาย และเป็นประชากรที่ดีของสังคม ในอดีตการออกกฎหมายต่างๆ ของรัฐบาลมีสาเหตุมาจากการปฏิบัติที่เอาเปรียบสังคมของธุรกิจ เช่น การกดขี่แรงงาน การเอาเปรียบผู้บริโภค การทำลายสิ่งแวดล้อม ฯลฯ การดำเนินงานของธุรกิจจึงเกี่ยวข้องกับเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลทุกระดับตั้งแต่ระดับปฏิบัติการไปจนถึงฝ่ายบริหารทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค ประเทศและระหว่างประเทศ บุคคลในฝ่ายนิติบัญญัติไม่ว่าจะเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภาที่มีอำนาจในการออกกฎหมายเพื่อควบคุมหรือช่วยเหลือธุรกิจ รวมถึงฝ่ายตุลาการด้วย ธุรกิจจึงต้องมีการเผยแพร่ชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก และเพื่อให้เข้าใจบุคคลฝ่ายต่างๆ ดังกล่าวถึงลักษณะการทำงานขององค์กรอันจะเป็นประโยชน์อย่างมาก โดยเฉพาะในกรณีที่มีปัญหาหรือเกิดวิกฤติการณ์ นอกจากนี้กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐอาจช่วยให้ข้อมูลต่างๆ รวมถึงการตีความหมายของกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ให้นักประชาสัมพันธ์เข้าใจได้ชัดเจนขึ้น¹²

สื่อมวลชน

สื่อมวลชนเป็นแหล่งที่เผยแพร่เรื่องราวต่างๆ ขององค์กรไปยังประชาชน บางครั้งเรื่องราวที่สื่อเผยแพร่อาจไม่ถูกต้อง หรือไม่สมบูรณ์ เนื่องจากมีเวลาในการค้นหาข้อมูลไม่เพียงพอ หรือการที่ธุรกิจไม่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล หรืออาจเนื่องมาจากอคติที่มีต่อบุคคลหรือองค์กร หรือความแตกต่างในมุมมองที่มีต่อข่าวสารนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในปัจจุบันมีสื่อมวลชนเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งหนังสือพิมพ์ วารสารและนิตยสารรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน รายสามเดือน สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ เคเบิลทีวี รวมทั้งเว็บไซต์ต่างๆ ด้วย

นักประชาสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นคนกลางระหว่างองค์กรและสื่อมวลชน และทราบว่า สื่อมวลชนโดยเฉพาะบรรณาธิการ ผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหรือผู้ผลิตรายการ เป็นผู้ตัดสินใจว่า ควรจะเผยแพร่เรื่องใด และไม่เผยแพร่เรื่องใด ซึ่งในการพิจารณานั้น สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นผู้สื่อข่าวของสื่อใด จะพิจารณาเผยแพร่เรื่องราวที่มีคุณค่าของความเป็นข่าวที่ตอบสนองต่อความสนใจของผู้รับข่าวสาร ดังนั้น หากนักประชาสัมพันธ์ สามารถให้ข่าวที่เหมาะสมและเป็นที่น่าสนใจของผู้ใช้สื่อ รวมถึงให้ข้อมูลที่ถูกต้อง สมบูรณ์ และทันต่อเวลาแล้วจะช่วยสร้างโอกาสที่ข่าวสารนั้นจะได้รับการเผยแพร่และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนได้

นอกจากนี้ ธุรกิจยังต้องติดต่อกับกลุ่มอื่นๆ อีกมาก เช่น บริษัทที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน สหภาพแรงงาน สมาคมต่างๆ ผู้นำความคิดเห็น สถาบันศาสนา องค์กรสาธารณกุศล ฯลฯ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทและลักษณะของการดำเนินงานของธุรกิจ

สำหรับกลุ่มต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ในการดำเนินงานแต่ละสถานการณ์ ยังสามารถแยกเป็นกลุ่มย่อยๆ ที่มีลักษณะเฉพาะและเหมาะสมกับสถานการณ์ได้อีก เช่น กลุ่มพนักงานก็อาจแยกเป็น พนักงานระดับบริหารและพนักงานระดับปฏิบัติการ พนักงานที่ทำงานในสำนักงานและพนักงานที่ทำงานในโรงงาน พนักงานที่ทำงานมานาน 10 ปีขึ้นไปกับกลุ่มพนักงานใหม่ พนักงานหญิงและพนักงานชาย หรือกลุ่มนักลงทุน อาจแยกเป็นนักลงทุนประเภทสถาบันและนักลงทุนประเภทบุคคล นักลงทุนรายใหญ่และ

ตัวอย่าง	<p>กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่บริษัทผู้ผลิตอาหารต้องเกี่ยวข้อง</p> <p>พนักงานทุกฝ่าย</p> <p>ผู้ที่จะเป็นพนักงานในอนาคต</p> <p>สำนักงานจัดหางาน</p> <p>ผู้จัดส่งวัสดุในท้องถิ่น</p> <p>ตัวแทนจำหน่าย</p> <p>ร้านขายอาหาร</p> <p>ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ</p> <p>ผู้เขียนบทความเกี่ยวกับอาหาร</p> <p>สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร</p> <p>หน่วยงานของรัฐ</p> <p>ข้าราชการ</p> <p>สมาคมการค้า</p> <p>สมาคมผู้บริโภค</p> <p>ชุมชน</p> <p>สื่อมวลชน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ฝ่ายบริหาร ฝ่ายขาย ฝ่ายผลิต ฝ่ายวิจัย ฯ - ผู้ที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา ฯ - ผู้ส่งวัตถุดิบ - บริษัทรับขนส่งสินค้า - บริษัทจัดทำหีบห่อ พิมพ์ฉลาก และผู้ผลิตเครื่องมือเครื่องจักรและอุปกรณ์ - ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก ผู้ส่งออก ฯ - โภชนาการ การประกอบอาหาร
----------	---	--

ตัวอย่าง	<p>กลุ่มคนที่ธนาคารเกี่ยวข้อง</p> <p>พนักงานทุกระดับ</p> <p>ผู้ที่จะเป็นพนักงานในอนาคต</p> <p>ผู้จัดส่งวัสดุและบริการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ใกล้สำเร็จการศึกษา - บริษัทขายอุปกรณ์สำนักงาน บริษัทขายคอมพิวเตอร์ ฯ
----------	--	--

ผู้บริโภค ขึ้นกับประเภทและทำเลที่ตั้ง เช่น ชาวนา นักธุรกิจ นักเรียน
นักศึกษา ผู้ส่งออก ธุรกิจ ฯลฯ

สมาคมธนาคารไทย

ผู้ถือหุ้น

ตลาดหลักทรัพย์ และตลาดเงิน

นักเศรษฐศาสตร์และผู้เขียนบทความด้านการเงินการธนาคาร

เจ้าหน้าที่ของรัฐ

ธนาคารแห่งประเทศไทย

ชุมชน

สื่อมวลชน

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรไม่หวังผลกำไร

องค์กรที่ไม่หวังผลกำไรต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
หลายกลุ่ม ที่สำคัญมีดังนี้

คณะกรรมการบริหาร

พนักงานประจำ

ผู้รับบริการ

อาสาสมัคร

ผู้บริจาค

คณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริหารเป็นกลุ่มคนที่รับผิดชอบในการบริหารองค์กร มี
หน้าที่กำหนดนโยบายและแนวทางในการดำเนินงาน คณะกรรมการส่วนใหญ่ มักเป็นผู้มี
ชื่อเสียงในวงการต่างๆ เช่น สังคม การศึกษา ธนาคาร ศาสนา ฯลฯ การเป็นผู้มี
ชื่อเสียงนี้จะทำให้ได้รับความร่วมมือในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น และโดยทั่วไป
คณะกรรมการจะได้มาจากการเลือกตั้งและมีวาระการดำรงตำแหน่งแน่นอน เช่น 1 ปี
เป็นต้น นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารส่วนใหญ่เป็นผู้มีงานประจำทำแล้ว และมัก
เป็นผู้ที่ไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์

พนักงานประจำ

พนักงานประจำเป็นกลุ่มคนที่องค์กรต้องจ่ายค่าตอบแทนในการทำงานโดยทั่วไป องค์กรประเภทนี้จะมีพนักงานจำนวนไม่มากนัก หน้าที่ความรับผิดชอบของคนกลุ่มนี้ จะเกี่ยวข้องกับการติดต่อประสานงานกับคณะกรรมการบริหารและอาสาสมัคร การให้ข้อมูลแก่ผู้รับบริการและบุคคลภายนอกอื่นๆ องค์กรจึงต้องให้ข้อมูลต่างๆ เพื่อให้คนกลุ่มนี้เข้าใจเพื่อเผยแพร่ต่อไปได้อย่างถูกต้อง

ผู้รับบริการ

ผู้รับบริการขององค์กรสาธารณกุศลมักจะเป็นผู้ด้อยโอกาส ผู้ประสบภัยธรรมชาติ และอื่นๆ ที่ต้องการความช่วยเหลือในการดำรงชีพในสังคมนั้นและสังคมโลก องค์กรที่ไม่หวังผลกำไรแต่ละแห่งจะมีเป้าหมายในการดำเนินงานแตกต่างกัน ซึ่งมีผลให้มีผู้รับบริการแตกต่างกัน เช่น องค์กรสาธารณกุศลหรือมูลนิธิบางแห่งอาจมุ่งให้บริการแก่คนทั่วไป ขณะที่บางองค์กรอาจมุ่งให้บริการเฉพาะกลุ่ม เช่น คนชรา แม่และเด็กที่ติดเชื้อเอชไอวี คนพิการทางสายตา ฯลฯ ส่วนองค์กรประเภทสมาคมนั้น ผู้รับบริการก็คือ สมาชิกขององค์กรและบุคคลภายนอก ซึ่งสมาชิกเป็นกลุ่มคนที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานของสมาคมเพราะเป็นแหล่งรายได้สำคัญของของสมาคม

อาสาสมัคร

อาสาสมัครเป็นบุคคลที่เข้ามาช่วยในการดำเนินงานขององค์กรประเภทนี้อาจเข้ามาช่วยด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน เช่น ต้องการทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม ต้องการเป็นผู้มีชื่อเสียงในสังคม เพื่อนหรือผู้บังคับบัญชาขอรับรอง เป็นต้น กลุ่มอาสาสมัครก็ต้องการการยอมรับ ดังนั้นนอกจากองค์กรจะดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารด้านต่างๆ ให้คนกลุ่มนี้ทราบและเข้าใจเพื่อให้สนับสนุนการดำเนินงานแล้ว ยังต้องดำเนินงานเพื่อแสดงถึงการยกย่องชมเชยอาสาสมัครในรูปแบบต่างๆ ด้วย

ผู้บริจาค

กลุ่มคนที่บริจาคเงินหรือทรัพย์สินอื่นๆ เช่น ที่ดิน รถยนต์ เสื้อผ้า ฯลฯ ให้กับองค์กรสาธารณกุศลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงาน ผู้บริจาคมีทั้งผู้บริจากรายใหญ่ ได้แก่ บริษัทธุรกิจ ผู้มีฐานะการเงินดี ๆ และผู้บริจากรายย่อย ซึ่ง

นอกจากกลุ่มต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว องค์กรที่ไม่หวังผลกำไรยังต้องติดต่อกับองค์กรธุรกิจ สื่อมวลชน สถาบันการศึกษา รัฐบาล ชุมชน องค์กรที่ไม่หวังผลกำไร และอื่นๆ

ตัวอย่าง	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่โรงพยาบาลต้องเกี่ยวข้อง
	ชุมชน
	พนักงาน
	ผู้ที่เป็นพนักงานในอนาคต
	ผู้จัดส่งวัสดุ
	คนไข้ ทั้งอดีตและปัจจุบัน
	ผู้บริจาค
	สมาคมวิชาชีพ
	หน่วยงานวิจัย
	สภาวิชาชีพ
	รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง
	อาสาสมัคร
	สื่อมวลชน
	- หมอ พยาบาล เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ
	- ผู้ที่จะสำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากสถาบันต่างๆ
	- บริษัทฯ บริษัทขายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางแพทย์
	- สมาคมพยาบาล แพทย์สมาคม
	- สถาบันวิจัยโรคมะเร็ง ฯ

ตัวอย่าง	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สถาบันการศึกษาต้องเกี่ยวข้อง
	อาจารย์และเจ้าหน้าที่
	นักศึกษาปัจจุบัน

ผู้ปกครอง
สื่อมวลชน
โรงเรียนมัธยม
ผู้ที่จะเป็นนักศึกษาในอนาคต
มหาวิทยาลัยอื่น
นักศึกษาเก่า
องค์กรธุรกิจต่างๆ
ประชาชนทั่วไป
หน่วยราชการ เช่น กระทรวงศึกษาธิการ ฯลฯ
ชุมชน
องค์กรที่ไม่หวังผลกำไรต่างๆ
หน่วยงานวิจัยต่างๆ

ประเภทของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่องค์กรต้องเกี่ยวข้องกับนี้ อาจแยกตามลักษณะต่างๆ ได้หลายประเภท ที่สำคัญคือ การแยกตามการเกี่ยวข้องกับองค์กร ระยะเวลาการติดต่อ และขอบเขตการดำเนินงาน

การแยกตามการเกี่ยวข้องกับองค์กร

การแยกตามการเกี่ยวข้องกับองค์กรนี้สามารถแยกเป็น 2 กลุ่ม¹³ คือ

1. กลุ่มคนภายในองค์กร กลุ่มคนที่จัดเป็นกลุ่มคนภายในองค์กร ได้แก่ พนักงานทุกฝ่ายทุกระดับของธุรกิจ คณะกรรมการบริหารและพนักงานประจำขององค์กรที่ไม่หวังผลกำไร เจ้าหน้าที่และสมาชิกของสมาคมอาชีพ อาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักเรียนนักศึกษาปัจจุบันของสถาบันการศึกษา แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ และคนไข้ในของโรงพยาบาล เป็นต้น
2. กลุ่มคนภายนอกองค์กร เป็นกลุ่มคนอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มคนภายในองค์กร ได้แก่ สื่อมวลชน รัฐบาล ผู้บริโภค ผู้จัดส่งวัสดุ ตัวแทน

การแยกตามระยะเวลาการติดต่อ

หากพิจารณาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามระยะเวลาการติดต่อแล้ว สามารถแยกเป็น 2 กลุ่ม¹⁴ คือ

1. กลุ่มคนที่ติดต่อดังเดิม เป็นกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กับองค์กรมาเป็นเวลานานแล้ว เช่น กลุ่มพนักงาน กลุ่มผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น ตัวแทนจำหน่าย รัฐบาล ชุมชน ฯลฯ
2. กลุ่มอนาคต เป็นกลุ่มที่องค์กรเล็งเห็นว่า ควรต้องมีการติดต่อเกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานปัจจุบันและหรืออนาคต กลุ่มนี้อาจเป็นกลุ่มคนที่มีในสังคมอยู่แล้ว หรือเป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นใหม่จากลักษณะเฉพาะก็ได้ เช่น กลุ่มวัยรุ่นที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเพศที่สาม ฯลฯ

การแยกตามขอบเขตการดำเนินงาน

การแยกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามขอบเขตการดำเนินงานขององค์กร อาจแยกได้ดังนี้¹⁵

1. กลุ่มคนภายในประเทศ เป็นกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในประเทศหนึ่งที่สามารถแยกเป็นกลุ่มย่อยได้อีก คือ ระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ
2. กลุ่มคนภายนอกประเทศ เมื่อองค์กรมีการขยายการดำเนินงานไปยังประเทศต่างๆ มากขึ้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีการติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศมากขึ้น เช่น เมื่อธุรกิจจากประเทศไทยไปลงทุนสร้างโรงงานในประเทศสาธารณประชาชนจีน เวียดนาม กัมพูชา ฯลฯ นักประชาสัมพันธ์ต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน ผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ของรัฐ และอื่นๆ ในประเทศต่างๆ เหล่านี้ด้วย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้จะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปใน

การระบุกลุ่มเป้าหมาย

การระบุกลุ่มเป้าหมาย (Target groups) เป็นพื้นฐานสำคัญของโครงการประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าไม่ระบุกลุ่มเป้าหมายก็ไม่อาจพัฒนาข่าวสาร และเลือกสื่อและกิจกรรมที่จะใช้ในการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่กล่าวแล้ว แม้ว่าองค์การแต่ละแห่งต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม แต่ในสถานการณ์หนึ่ง องค์การจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนบางกลุ่มเท่านั้น ดังนั้น องค์การจึงต้องมีการระบุกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงในแต่ละสถานการณ์ เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้ทรัพยากรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความพยายาม เวลาและเงินไปโดยเปล่าประโยชน์

โดยทั่วไป สถานการณ์ที่แตกต่างกันจะมีกลุ่มคนที่ต้องเกี่ยวข้องแตกต่างกัน โครงการประชาสัมพันธ์บางโครงการอาจมุ่งเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม เช่น การที่สถาบันมะเร็งแห่งชาติจะเผยแพร่เกี่ยวกับลักษณะอาการของโรคมะเร็งเต้านมในช่วงต่างๆ ในกรณีนี้มุ่งเข้าถึงคนหลายกลุ่ม เช่น สื่อมวลชน ผู้หญิงทั่วไป กลุ่มแพทย์และพยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ฯลฯ ทราบเรื่องที่เผยแพร่มากที่สุด เพื่อให้ตรวจสอบอาการโดยสม่ำเสมอ หรือการที่คณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการรณรงค์ให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์สวมหมวกกันน็อกในขณะที่ขับขี่นั้น โครงการนี้นอกจากมุ่งเข้าถึงกลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์แล้ว ยังต้องการเข้าถึงกลุ่มผู้มีส่วนในการออกกฎหมายควบคุมในเรื่องนี้ สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไปด้วย ขณะที่บางโครงการอาจมุ่งเข้าถึงเฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น เช่น การที่องค์การธุรกิจให้สิทธิ์พนักงานซื้อหุ้นสามัญที่ออกใหม่ได้ก่อนคนทั่วไป โครงการนี้มุ่งเข้าถึงเฉพาะพนักงานเท่านั้น โดยฝ่ายบริหารจะต้องชี้แจงให้รายละเอียดเกี่ยวกับแผนการเสนอขายหุ้นแก่พนักงานและเหตุผลให้พนักงานเข้าใจทั่วกัน เป็นต้น

ในการระบุกลุ่มเป้าหมายนี้จะต้องทำอย่างระมัดระวังให้เหมาะสมกับโครงการ ทั้งนี้เพราะการที่องค์การจะใช้เงินจำนวนมากและดำเนินการต่างๆ เพื่อให้ความรู้แก่มหาชนทั่วไปในเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่ได้ให้ความสนใจ จะไม่เกิดประโยชน์ใดๆ แต่การส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมจะได้ผลที่น่าพอใจมากกว่า และเนื่องจากกลุ่มคนแต่ละกลุ่มมีลักษณะ ความต้องการ และการคาดหวังจากองค์การ

วิธีการระบุกลุ่มเป้าหมาย

การระบุกลุ่มเป้าหมายของแต่ละโครงการมีขั้นตอนสำคัญดังต่อไปนี้

1. การแจกแจงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่องค์กรต้องเกี่ยวข้องกับ ก่อน ซึ่งในการแจกแจงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่องค์กรต้องเกี่ยวข้องกับอาจทำได้โดยการพิจารณาตามลักษณะการเกี่ยวข้องกับ องค์กร¹⁶ ซึ่งสามารถแยกได้เป็น 4 ลักษณะคือ
 - 1.1 เกี่ยวข้องในฐานะที่สามารถควบคุมองค์การในบางลักษณะ เช่น กลุ่มผู้ถือหุ้น รัฐบาล สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ฯ เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการจัดสรรทรัพยากรและอิสระในการดำเนินงาน
 - 1.2 เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งอาจแยกเป็น กลุ่มที่เกี่ยวข้องในกระบวนการดำเนินงาน ซึ่งมี กลุ่มพนักงาน และกลุ่มบริษัทผู้จัดส่งวัตถุดิบหรือชิ้นส่วน (Suppliers) กับกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่ได้จากการดำเนินงาน เช่น กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น
 - 1.3 เกี่ยวข้องในฐานะที่สนใจในสิ่งเดียวกัน เนื่องจากมีค่านิยม ความสนใจ เป้าหมาย หรือปัญหาในการดำเนินงาน เช่นเดียวกัน ได้แก่ บริษัทคู่แข่ง สมาคมด้านอุตสาหกรรม สมาคมอาชีพ เป็นต้น
 - 1.4 เกี่ยวข้องในลักษณะอื่นๆ เป็นกลุ่มที่ยากที่จะระบุได้ชัดเจน เพราะมักจะเกี่ยวข้องตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่ได้ติดต่อเกี่ยวข้องกับองค์การเป็นประจำ เช่น สื่อมวลชน ชุมชน กลุ่มนักเคลื่อนไหว ฯลฯ
2. การระบุกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่ต้องเกี่ยวข้องในสถานการณ์นั้น พร้อมทั้งเหตุผลที่ต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายนั้น โดยพิจารณาจากผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ความสนใจและหรือความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายนั้นต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

ตัวอย่าง¹⁷

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ขนาดใหญ่แห่งหนึ่งวางแผนที่จะปิดโรงงานแห่งหนึ่ง เพื่อจัดตั้งเป็นศูนย์วิจัยและพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่แทน ซึ่งศูนย์นี้จะจ้างพนักงานเดิมเพียงบางส่วนเท่านั้น

ขั้นแรก การระบุก่อนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่องค์กรต้องเกี่ยวข้อง จากตัวอย่าง องค์กรนี้เป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์แห่งนี้ต้องเกี่ยวข้องมีดังต่อไปนี้

1. กลุ่มที่สามารถควบคุมองค์กร ก็มี
 - ผู้ถือหุ้น
 - ธนาคาร
 - นักการเมือง
 - หน่วยงานราชการ
 - กรมโรงงาน
 - กรมแรงงาน
 - กรมการขนส่ง
 - ฯลฯ
2. กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน
 - กระบวนดำเนินงาน
 - พนักงาน
 - บริษัทจัดส่งชิ้นส่วน (Suppliers)
 - สินค้าและบริการ
 - ผู้บริโภค
 - ตัวแทนจำหน่าย
3. กลุ่มที่มีเป้าหมายหรือสนใจสิ่งเดียวกัน
 - บริษัทที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน หรือคู่แข่ง
 - สมาคมผู้ผลิตรถยนต์
4. กลุ่มอื่นๆ

- ชุมชน
- ผู้นำความคิดเห็น รวมถึงมวลชน
- สมาคมผู้บริโภค
- บริษัทประกันภัย
- กลุ่มนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ฯลฯ

ขั้นที่สอง การระบุกลุ่มเป้าหมายที่ต้องเกี่ยวข้องกับตามสถานการณ์

จากสถานการณ์ที่กำหนดสามารถระบุกลุ่มเป้าหมายและเหตุผลที่ธุรกิจนี้ต้องเกี่ยวข้องกับได้ดังนี้

- พนักงาน เนื่องจากพนักงานจะได้รับผลกระทบโดยตรง เพราะบางส่วนต้องถูกให้ออกจากงาน
- นักการเมือง ด้วยเหตุที่บริษัทนี้เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ มีการจ้างพนักงานจำนวนมาก การดำเนินงานจึงต้องได้รับการสนับสนุนจากนักการเมืองท้องถิ่นและระดับประเทศ ในกรณีนี้ การวิจัยเพื่อพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่นั้น อาจต้องการการสนับสนุนด้านกฎหมายหรือมาตรการส่งเสริมอื่นๆ
- บริษัทผู้ประกอบการรายอื่น การพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่จะมีผลกระทบต่อบริษัทคู่แข่ง โดยเฉพาะการแข่งขันในอนาคต
- ผู้บริโภค หากมีการพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่อาจมีผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจชะลอการซื้อรถยนต์ในปัจจุบันออกไปได้
- กลุ่มนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นกลุ่มคนที่สนใจกระบวนการผลิตและมลพิษจากรถยนต์ การพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่จึงเป็นที่สนใจของคนกลุ่มนี้
- สื่อมวลชนด้านเทคนิค โดยทั่วไปกลุ่มนี้จะสนใจนวัตกรรมใหม่ด้านเครื่องยนต์ที่น่าสนใจเพื่อนำไปเผยแพร่ ซึ่งจะมีผลให้ประชาชนทั่วไปยอมรับนวัตกรรมใหม่ได้เร็วขึ้น
- ผู้นำชุมชน เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของคนในชุมชนนั้นๆ และยังมีอิทธิพลต่อนักการเมืองที่อาจส่งผลต่ออนาคตของบริษัทได้

- ธนาคาร เป็นสถาบันที่ต้องให้เงินกู้แก่บริษัทนี้ในการวิจัยและพัฒนา เครื่องยนต์ชนิดใหม่
- ผู้ถือหุ้น เป็นกลุ่มที่ต้องให้ความเห็นชอบต่อแผนงานการพัฒนา เครื่องยนต์ชนิดใหม่ของบริษัทก่อนที่จะดำเนินการจริง
- บริษัทผู้จัดส่งชิ้นส่วนรถยนต์ เป็นกลุ่มที่จะได้รับผลกระทบเพราะไม่รู้ว่า บริษัทจะเลิกส่งชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่เคยใช้สำหรับการผลิตรถยนต์ที่ใช้เครื่องยนต์ชนิดใหม่หรือไม่
- ตัวแทนจำหน่าย เป็นกลุ่มที่ต้องการรู้ว่า เครื่องยนต์ชนิดใหม่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจการขายรถยนต์ในอนาคตอย่างไร
- สื่อมวลชนทั่วไป เป็นกลุ่มที่สนใจนำเรื่องราวการดำเนินงานที่น่าสนใจของบริษัทต่างๆ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่เผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปทราบ

การกำหนดลำดับกลุ่มเป้าหมาย

เมื่อทราบถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ในแต่ละสถานการณ์แล้ว ในกรณีที่โครงการนั้นมีกลุ่มเป้าหมายที่ต้องเกี่ยวข้องมากกว่าหนึ่งกลุ่มแล้ว องค์กรจะต้องมีการกำหนดลำดับของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงก่อนหลัง กลุ่มเป้าหมายใดต้องสื่อสารเป็นอันดับแรก กลุ่มเป้าหมายใดที่ต้องติดต่อในอันดับต่อมา และในลำดับรองๆ ลงไป เนื่องจากองค์กรมีทรัพยากรจำกัด ไม่สามารถเข้าถึงทุกกลุ่มได้เท่าเทียมกัน ซึ่งการกำหนดลำดับก่อนหลังของกลุ่มเป้าหมายนี้ทำได้โดยการพิจารณาการเกี่ยวข้องกับสถานการณ์

การเกี่ยวข้องกับสถานการณ์

กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ไม่ว่าด้านภูมิศาสตร์หรือด้านอารมณ์ต่างกันจะมีผลต่อระดับอันตรายหรือความช่วยเหลือที่จะได้รับ ได้รางวัลหรือถูกลงโทษแตกต่างกัน จึงสามารถบ่งชี้ถึงลำดับในการสื่อสารได้ว่า ควรจะติดต่อกับกลุ่มใดในทันที กลุ่มใดอาจรอไปได้ระยะหนึ่ง โดยทั่วไปกลุ่มคนที่อยู่ใกล้กับเหตุการณ์จะได้รับผลกระทบมากกว่ากลุ่มคนที่อยู่ไกลออกไป เปรียบได้กับการโยนก้อนอิฐลงไปในสระน้ำ

สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์นี้ สามารถแยกตาม ความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายหรือผลกระทบที่ได้รับหรือความริบด่วนในการดำเนินการ เพื่อลดผลกระทบ ได้เป็น 3 กลุ่ม¹⁸ ดังนี้

1. กลุ่มปฐมภูมิ เป็นกลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ การดำเนินการ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่วางแผนไว้ขององค์การนั้นโดยตรง เป็นกลุ่มคนที่องค์การต้องใช้ความพยายามทุกอย่างที่มีอยู่เพื่อสื่อสาร เป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่จะช่วยในการดำเนินงานของ องค์การบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด หรือช่วยแก้ไขปัญหาขององค์การ ได้เร็วที่สุด
2. กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ การดำเนินการ หรือแผนงานขององค์การนั้นเป็นอันดับสอง องค์การจึง ต้องดำเนินการสื่อสารเมื่อวิกฤติการณ์หรือความริบด่วนผ่านพ้นไปแล้ว หรือเมื่อเริ่มโครงการที่เข้าถึงกลุ่มที่มีความสำคัญอันดับแรกแล้ว
3. กลุ่มที่มีความสำคัญอันดับสามหรือรองๆ ลงไป เป็นกลุ่มที่องค์การ มุ่งเข้าถึงในอันดับรองลงไป กลุ่มประเภทนี้เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวกัน เนื่องจากกฎหมาย หรือมีการพบปะกันเป็นประจำเพื่อดำเนินการ บางอย่างที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ หรืออาจเป็นกลุ่มคนที่อาจ ก่อให้เกิดปัญหาหรือความยุ่งยากแก่องค์การในอนาคตได้

จากตัวอย่างเรื่องโรงงานผลิตพลังงานปรมาณู ที่ว่าลัวป้องกันกรั่วไหล ของกัมมันตภาพรังสีชัดชัด หากพิจารณาความใกล้กับเหตุการณ์แล้ว จะเห็นว่ากลุ่ม พนักงานเป็นกลุ่มที่อยู่ใกล้เหตุการณ์มากที่สุด จึงมีโอกาที่จะได้รับอันตรายจาก เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมากที่สุด กลุ่มประชาชนรอบโรงงานเป็นกลุ่มคนที่อยู่ใกล้เหตุการณ์ใน ลำดับต่อมา จึงมีโอกาที่จะได้รับอันตรายในอันดับรองลงมา ส่วนกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่ม วิศวกรที่รับผิดชอบ กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีหน้าที่ในการตรวจสอบโรงงาน กลุ่มผู้ขาย เครื่องปฏิกิริยาปรมาณูและอุปกรณ์ ฯ อยู่ห่างออกไป โอกาสที่จะได้รับอันตรายก็มี น้อยลงหรือไม่มีเลย ดังนั้น กลุ่มพนักงานจึงเป็นกลุ่มคนที่ต้องให้ความสนใจเป็นอันดับ

แต่หากสมมุติให้สถานการณ์เปลี่ยนไป คือ ในการตรวจสอบการทำงานของวาล์วสำรองตามปกติ หากเจ้าหน้าที่ของโรงงานพบว่า วาล์วสกรปรกมีฝุ่นจับหนา มากจนไม่สามารถใช้การได้ จึงรีบไปยังเครื่องควบคุมอัตโนมัติ แต่กลับพบว่าเครื่องนั้น ไม่อาจบอกได้ว่ากลไกบรอกพร่องที่จุดใด หรือไม่แสดงว่ามีการรั่วไหลของกัมมันตภาพรังสีหรือไม่ ในสถานการณ์นี้กลุ่มผู้รับเหมาสร้างโรงงาน ผู้จัดส่งอุปกรณ์ และคณะกรรมการตรวจสอบสภาพโรงงาน จะกลายมาเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อเหตุการณ์โดยตรง จึงต้องเกี่ยวข้องเป็นอันดับแรก ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้พลังงานจากโรงงาน กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เจ้าหน้าที่ผู้ออกใบอนุญาต นักการเมืองที่สนับสนุนหรือคัดค้านโรงงาน ฯลฯ จะเป็นกลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โดยตรง

การศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

การที่จะติดต่อเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายให้บรรลุผลที่ต้องการ นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดีก่อน โดยอาจใช้การวิจัยทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการช่วยในการศึกษากลุ่มเป้าหมายได้ การศึกษากลุ่มเป้าหมาย จะช่วยให้ทราบถึงข้อมูลต่อไปนี้¹⁹

1. ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มที่ต้องการเข้าถึง
2. เป้าหมาย ความสนใจ และสิ่งจูงใจของแต่ละกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสถานการณ์ที่องค์การให้ความสนใจติดตาม
3. กลุ่มเป้าหมายสำคัญ อำนาจและอิทธิพลของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม รวมถึงความสำคัญหรือผลกระทบของแต่ละกลุ่มที่มีต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ
4. กลุ่มเป้าหมายที่มีความคิดเห็นสอดคล้อง และกลุ่มที่มีความเห็นขัดแย้งกับสิ่งที่องค์การต้องการหรือดำเนินการอยู่
5. ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่อาจเป็นพันธมิตรกัน
6. ความสามารถและรูปแบบของความร่วมมือระหว่างกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ในแต่ละขั้นตอนการดำเนินงาน

ซึ่งการที่จะตอบคำถามข้างต้นได้ นักประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาวิเคราะห์
ข้อมูลต่อไปนี้²⁰

1. แต่ละกลุ่มมีอิทธิพลต่อความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรมากน้อยเพียงใด นั่นคือ ต้องสามารถระบุได้ว่า กลุ่มใดเป็นกลุ่มที่จะก่อให้เกิดผลกระทบแก่องค์กรหรือได้รับผลกระทบจากการกระทำขององค์กรมากน้อยและก่อนหลังตามลำดับ โดยทั่วไป นักประชาสัมพันธ์ต้องการติดต่อและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับทุกกลุ่มเป้าหมาย แต่ในทางปฏิบัตินั้นยากที่จะเป็นไปได้ เพราะทุกองค์กรจะมีทรัพยากรในการดำเนินงานจำกัด
2. ความต้องการหรือสิ่งที่แต่ละกลุ่มคาดหวังจากองค์กร โดยทั่วไปคนแต่ละกลุ่มจะมีความสนใจและความต้องการจากองค์กรแตกต่างกัน เช่น ผู้ถือหุ้นต้องการให้ราคาหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคต้องการสินค้าหรือบริการที่มีคุณค่าเหมาะสมกับเงินที่จ่ายไป พนักงานให้ความสนใจในค่าจ้างแรงงานและผลตอบแทนอื่นๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นต้น การทราบถึงสิ่งที่แต่ละกลุ่มต้องการหรือคาดหวังจากองค์กรเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ทุกฝ่ายจะได้ประโยชน์ร่วมกัน (Win-win situations)
3. ผู้นำความคิดเห็นหรือผู้ตัดสินใจของแต่ละกลุ่ม ผู้นำความคิดเห็นจะเป็นผู้เสนอความคิดเห็นหรือชี้นำสมาชิกของกลุ่ม เช่น กลุ่มนักลงทุนจะสนใจคำแนะนำของนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ พนักงานจะรับฟังผู้นำสภาพแรงงานหรือหัวหน้างาน ฯลฯ ดังนั้น หากสามารถระบุผู้นำความคิดเห็นได้ และสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้นำความคิดเห็นได้ก็จะช่วยให้ความสัมพันธ์กับสมาชิกของกลุ่มนี้ดีขึ้นด้วย ส่วนผู้ตัดสินใจเป็นบุคคลที่มีอำนาจในการกำหนดสิ่งที่จะทำและกำหนดนโยบายของกลุ่มคน กลุ่มคนบางกลุ่มสามารถระบุ

4. การศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาถึงลักษณะบางประการที่เหมือนกันของกลุ่มเป้าหมาย เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา ที่อยู่อาศัย จำนวนสมาชิกในครอบครัว ฯลฯ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะและองค์ประกอบของกลุ่มเป้าหมาย ในการศึกษาข้อมูลเหล่านี้ควรมีการหาค่าเฉลี่ยของแต่ละลักษณะเพื่อช่วยให้ทราบลักษณะที่สำคัญของกลุ่มเป้าหมายต่อองค์การ เช่น อายุเฉลี่ย สัดส่วนของผู้หญิงต่อผู้ชายในกลุ่ม เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการเลือกสื่อและวิธีการติดต่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายและไม่เกิดผลกระทบเชิงลบต่อองค์การ เช่น การติดต่อกับผู้ถือหุ้นเพื่อแจ้งให้ทราบว่าบริษัทสามารถจ่ายเงินปันผลให้มากขึ้นได้ โดยปฏิเสธการขึ้นค่าแรงให้กับพนักงานนั้น จะต้อง

5. การศึกษาลักษณะทางจิตวิทยา เป็นการศึกษาวิเคราะห์ถึงความรู้สึก ความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัญหา หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้ทราบถึงที่มาของความคิดเห็น ระดับความรุนแรงของความรู้สึกและพฤติกรรมนั้น รวมถึงทิศทาง ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายว่า สอดคล้องหรือขัดแย้งกับสิ่งที่ องค์การต้องการ

ในบรรดากลุ่มคนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์หนึ่งนั้นควร ศึกษาทั้งทัศนคติที่แสดงออกและระดับการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมต่อ สถานการณ์นั้น หากพิจารณาด้านความคิดเห็นที่มีต่อปัญหาหรือ สถานการณ์นั้น แยกได้เป็น 3 กลุ่มคือ

1. กลุ่มผู้มีความเห็นสนับสนุน (Proponents) ต่อสิ่งที่องค์การ เสนอหรือกระทำ การที่จะติดต่อกับกลุ่มคนลักษณะนี้ ควรใช้ ข่าวสารที่ช่วยจะเสริมความคิดเห็นหรือความเชื่อเดิมของกลุ่ม คนให้มั่นคงมากขึ้น
2. กลุ่มผู้ไม่เห็นด้วยหรือคัดค้าน (Opponents) ต่อสิ่งที่องค์การ เสนอหรือกระทำ การติดต่อกับเกี่ยวข้องกับคนกลุ่มนี้ หาก ต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นแล้ว องค์การ จำเป็นต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการสื่อสารเพื่อจูงใจ ให้เปลี่ยนทัศนคติ
3. กลุ่มผู้ยังไม่แสดงความคิดเห็น (Uncommitted) เป็นกลุ่มที่ไม่ แสดงการสนับสนุนหรือคัดค้าน เนื่องจากไม่มีความสนใจ หรือไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้น หรือไม่อยากเกี่ยวข้องก็ได้ คนกลุ่มนี้มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะในกรณีที่ต้องการ ต้องการให้คนกลุ่มนี้เปลี่ยนมาเป็นกลุ่มผู้สนับสนุนองค์การ เพื่อช่วยให้องค์การสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ เช่น ถ้าองค์การต้องการเพิ่มทุนโดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มขึ้น หาก

หากพิจารณาในแง่พฤติกรรมของกลุ่มคนที่แสดงออกต่อสถานการณ์หนึ่ง สามารถแยกการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมได้เป็น 3 ระดับ²¹ คือ

1. กลุ่มคนที่เกี่ยวข้ององค์การหรือสถานการณ์นั้นในบางแง่มุม แต่ไม่คิดหรือยังไม่เห็นว่า สถานการณ์นั้นเป็นปัญหาต่อกลุ่ม (Latent public) คนกลุ่มนี้จะยังไม่สนใจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์นั้น แต่อาจเปลี่ยนเป็นกลุ่มที่เริ่มตระหนักถึงปัญหา หรือมีการดำเนินการเกี่ยวกับสถานการณ์นั้นได้ หากมีข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงการรับรู้ของคนกลุ่มนี้
2. กลุ่มคนที่เริ่มตระหนักว่า องค์การหรือสถานการณ์นั้นเป็นปัญหาหรือมีผลกระทบต่อกลุ่ม แต่ยังไม่มีการดำเนินการใดๆ เพื่อติดต่อกับองค์การนั้น (Aware public) คนกลุ่มนี้จะเริ่มเสาะแสวงหาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้มีความมั่นใจมากขึ้น โดยอาจจะดำเนินการบางรูปแบบต่อองค์การหรือไม่ก็ได้
3. กลุ่มคนที่มีการดำเนินการบางรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับองค์การนั้นหรือสถานการณ์นั้น (Active public) มักเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับปัญหาหรือสถานการณ์มากและตระหนักว่า สถานการณ์นั้นเป็นปัญหาหรือมีผลกระทบต่อกลุ่มมากด้วย จึงเห็นว่าควรดำเนินการบางอย่างเกี่ยวกับสถานการณ์นั้น คนกลุ่มนี้จึงเสาะแสวงหาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับมาอย่างจริงจัง

นอกจากนี้ต้องศึกษาด้วยว่า สมาชิกของกลุ่มแต่ละคนมีความรู้ในเรื่องนั้นเท่าเทียมกันหรือไม่ อย่างไร และสมาชิกของกลุ่มรู้เรื่องที่เกี่ยวข้องการเผยแพร่มากน้อยเพียงใด ข้อมูลประเภทนี้แม้ว่าจะรวบรวมได้ยากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ แต่ก็มีความสำคัญมาก เพราะจะช่วยให้เข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมาย และสิ่ง

ตัวอย่าง²²

จากสถานการณ์ที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ต้องการปิดโรงงานเพื่อเปิดเป็นศูนย์วิจัยและพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่ เมื่อศึกษากลุ่มเป้าหมายแล้วจะพบว่า แต่ละกลุ่มคาดหวังจากองค์การและคิดเกี่ยวกับสถานการณ์นี้ตามลำดับความสำคัญดังนี้

- พนักงาน โดยทั่วไปความเป็นอยู่ของพนักงานขึ้นกับโรงงาน พนักงานจึงต้องการรู้ว่า หากให้ออกจากงานแล้วบริษัทจะดูแลด้านใดบ้าง และการพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่จะใช้เวลานานเท่าไร และหากจะเปิดโรงงานใหม่จะรับพนักงานเก่ากลับเข้าทำงานหรือไม่ หากรับต้องมีความรู้ความสามารถใหม่ๆ หรือไม่ อย่างไร
- ผู้บริโภค ต้องการรถยนต์ที่มีมาตรฐานสูงขึ้นและราคาต่ำลง จากสถานการณ์นี้อาจเข้าใจว่า บริษัทมีโครงการจะเลิกผลิตรถยนต์รุ่นที่จำหน่ายอยู่ จึงอาจชะลอการซื้อรถยนต์จากบริษัทนี้ไว้ระยะหนึ่งก่อน
- สื่อมวลชนทั่วไป โดยทั่วไป ต้องการข่าวเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจขนาดใหญ่ และการที่บริษัทแห่งนี้ประกาศปิดโรงงานย่อมเป็นที่สนใจของสื่อมวลชน
- สื่อมวลชนด้านเทคนิค คาดหวังที่จะได้ข่าวเกี่ยวกับนวัตกรรมในอุตสาหกรรมรถยนต์ หากคนกลุ่มนี้สนใจและเห็นว่าสำคัญแล้วก็เป็นโอกาสที่คนทั่วไปจะยอมรับนวัตกรรมใหม่นั้นได้เร็วขึ้น
- นักการเมือง โดยทั่วไปต้องการให้บริษัทมีการขยายตัว เพื่อจะได้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น แต่ก็ต้องการให้ปฏิบัติต่อพนักงานให้ดีขึ้น
- ผู้ถือหุ้น ต้องการให้บริษัทเติบโตขึ้น ซึ่งหมายความว่า มีกำไรเพิ่มขึ้นและราคาหุ้นสูงขึ้น แต่การพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่เป็นการลงทุนระยะยาว และไม่รู้ว่าจะประสบความสำเร็จเมื่อใด สมควรขายหุ้นบริษัทนี้ก่อนดีไหม

- ธนาคาร ต้องการผลตอบแทนจากการให้กู้ยืมเงินเพื่อใช้ในการพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่ จึงต้องตัดสินใจว่า ควรให้บริษัทนี้กู้เงินหรือไม่ โดยจะต้องมีการศึกษาข้อมูลต่างๆ เช่น บริษัทนี้มีปัญหาอะไรหรือไม่ เป็นต้น
- กลุ่มนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริษัทผู้ผลิตรถยนต์เป็นองค์การหนึ่ง ที่ก่อให้เกิดมลพิษในอากาศที่ทำลายสิ่งแวดล้อม กลุ่มนี้คาดหวังว่า เครื่องยนต์ชนิดใหม่ควรมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมลดลง
- ตัวแทนจำหน่าย ต้องการมีสินค้าที่มีคุณภาพจำหน่าย จึงสนใจที่จะรู้ว่า รถยนต์ที่ใช้เครื่องยนต์ชนิดใหม่มีโอกาสที่จะขายได้หรือไม่
- ชุมชน ต้องการให้การพัฒนาสำเร็จผลโดยเร็ว เพื่อจะได้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น แต่การปิดโรงงานก็มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของชุมชน
- บริษัทผู้จัดส่งชิ้นส่วน ต้องการให้บริษัทสั่งซื้อชิ้นส่วนอุปกรณ์ต่อไป และสามารถจ่ายเงินค่าวัสดุได้ตามกำหนด นอกจากนี้ยังต้องการรู้ว่า การพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่จะมีผลให้บริษัทยังคงสั่งซื้อชิ้นส่วนอุปกรณ์ต่อไปหรือไม่
- บริษัทคู่แข่ง อาจเห็นว่า บริษัทนี้กำลังประสบปัญหาในการดำเนินงาน จะดำเนินการอย่างไรให้บริษัทนี้ออกจากตลาดไป หรือ อาจพิจารณาว่า การพัฒนาเครื่องยนต์ชนิดใหม่จะมีผลกระทบต่อการแข่งขันในอนาคตอย่างไร

จากนั้นก็ต้องพิจารณาว่า สิ่งของแต่ละกลุ่มคิดหรือคาดหวังสอดคล้องกับสิ่งที่องค์กรต้องการหรือไม่ หากสอดคล้องกันจะได้ดำเนินการสื่อสารเพื่อให้ความมั่นใจในความคิดนั้นมากขึ้น แต่ถ้าไม่สอดคล้องกัน ก็ต้องจัดโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความคิดเห็นในทางที่องค์กรต้องการ

กลุ่มเป้าหมายกับกลยุทธ์การสื่อสาร

การศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายนั้นนอกจากจะทำเพื่อหลีกเลี่ยงการใช้เงินและความพยายามต่างๆ ไปโดยไม่เกิดประโยชน์ที่อาจส่งผลให้ฝ่ายบริหารเห็นว่าการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ไม่มีประสิทธิผลและไม่เกิดประโยชน์ใดๆ ต่อองค์กร

ในการติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะต่างกัน นักประชาสัมพันธ์ต้องใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารแตกต่างกัน กล่าวคือ

หากองค์การจะดำเนินการใดๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อกลุ่มคนที่องค์การต้องเกี่ยวข้องแล้ว ควรจะมีการสื่อสารให้มีความเข้าใจที่ดีต่อกัน แม้ว่าคนกลุ่มนั้นจะยังไม่เห็นความสำคัญของสถานการณ์นั้นว่าจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มอย่างไร หรือไม่เห็นว่าสิ่งที่ยุทธศาสตร์การกระทำนั้นจะก่อให้เกิดปัญหาให้กับเขาในอนาคตก็ตาม นักประชาสัมพันธ์ไม่ควรรอจนกระทั่งคนกลุ่มนั้นกลายเป็นกลุ่มคนที่มองเห็นปัญหาและเริ่มดำเนินการบางอย่างเกี่ยวกับเรื่องนั้น เพราะจะนำมาซึ่งความยุ่งยากในการติดต่อและมีผลเสียต่อองค์การ เช่น การชุมนุมประท้วงที่เกิดขึ้นในเขตอุตสาหกรรมมาบตาพุด หรือกรณีโรงงานแทนทาลัม โรงไฟฟ้าบ่อนอก หรือการสร้างท่อส่งก๊าซจากประเทศมาเลเซียมายังประเทศไทย เป็นต้น ในกรณีเหล่านี้ นักประชาสัมพันธ์ควรให้ข่าวสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ เพื่อให้การสนับสนุนองค์การก่อนที่สถานการณ์นั้นจะกลายเป็นปัญหา

หากกลุ่มเป้าหมายยังไม่คิดว่า ตนเองเกี่ยวข้องกับสถานการณ์นั้นอันเนื่องมาจากการขาดความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้น ในกรณีนี้ควรให้ข่าวสารเพื่อเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องนั้น

แต่ถ้ากลุ่มเป้าหมายรู้ว่าสถานการณ์นั้นเกี่ยวข้องและเป็นปัญหาแล้ว แต่ยังไม่แสดงออก องค์การก็ควรรีบทำการติดต่อเกี่ยวข้องกับคนกลุ่มนี้ ก่อนที่กลุ่มนี้จะตัดสินใจดำเนินการใดๆ เพื่อคัดค้านต่อการดำเนินการขององค์การ หรือขอให้หน่วยงานของรัฐหรือองค์การอื่นๆ เข้ามาช่วยดำเนินการ ทั้งนี้เพราะถ้าองค์การไม่ดำเนินการให้ข่าวสาร คนกลุ่มนี้ก็จะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งอื่น ซึ่งอาจได้ข้อมูลที่บิดเบือนจากความเป็นจริงหรือเป็นอันตรายต่อองค์การอย่างร้ายแรงได้ นอกจากนี้ ข้อมูลจากแหล่งอื่นจะไม่สามารถแสดงถึงทัศนะต่างๆ ขององค์การได้ดีเท่ากับข้อมูลจากองค์การเอง สำหรับสาระสำคัญของข่าวสารควรเป็นข้อมูลเกี่ยวกับผลที่จะเกิดขึ้น หรือใช้สิ่งชี้แนะที่จะนำไปสู่การเคลื่อนไหวดำเนินการ

หากกลุ่มเป้าหมายที่คิดว่าตนเองเกี่ยวข้องกับสถานการณ์นั้นและสนับสนุนแนวคิดหรือการดำเนินงานขององค์กร นักประชาสัมพันธ์ต้องสื่อสารข่าวสารในลักษณะที่เน้นให้มีการดำเนินการในลักษณะที่ต้องการไปยังกลุ่มเป้าหมายนั้น โดยข่าวสารที่เสนอนั้นควรเสริมความคิดเห็นหรือพฤติกรรมที่เป็นอยู่ให้มั่นคงมากขึ้น จะทำให้กลุ่มคนยอมรับได้ง่ายกว่า การให้ข่าวสารที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นของกลุ่มคน

หากองค์กรต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนที่ดำเนินการคัดค้านต่อข้อเสนอหรือการกระทำขององค์กรแล้ว จะมีความยุ่งยากมากในการติดต่อกับคนกลุ่มนี้ เนื่องจากกลุ่มคนที่ได้ตัดสินใจที่จะดำเนินการคัดค้านแล้ว จะพยายามแสวงหาข้อมูลที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าการตัดสินใจเช่นนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้อง การให้ข้อมูลที่ขัดแย้งกับความคิดเห็น ความเชื่อ และการกระทำของกลุ่มจึงยากที่จะทำให้สนใจและยอมรับได้ ในกรณีนี้ควรให้ข่าวสารในลักษณะที่เสนอแนวทางแก้ไขปัญหาที่ทั้งสองฝ่ายจะได้ประโยชน์ร่วมกันจะเหมาะสมกว่า โดยพยายามชี้แจงให้เห็นว่า ปัญหาจะยังคงมีอยู่ต่อไป และหากกลุ่มเป้าหมายไม่เปลี่ยนแปลงความคิดเห็นหรือพฤติกรรมแล้ว อาจนำไปสู่สภาพที่เลวร้ายกว่าเดิมก็ได้ เช่น กลุ่มชนที่ได้รับผลกระทบจากอากาศเป็นพิษ และไม่ได้ข้อมูลข่าวสารใดๆ จากองค์กรที่ก่อให้เกิดภาวะอากาศเป็นพิษแล้ว กลุ่มอาจขอร้องให้รัฐบาลออกกฎหมายเพื่อควบคุมอากาศเป็นพิษ และกลุ่มจะไม่ขอให้ยกเลิกกฎหมายดังกล่าว หากองค์กรไม่สามารถชี้แจงให้เห็นว่า กฎหมายดังกล่าวอาจทำให้ภาวะอากาศเป็นพิษเลวร้ายลดลง แต่อาจก่อให้เกิดผลกระทบด้านเศรษฐกิจที่อาจเป็นปัญหาที่รุนแรงมากกว่า ปัญหาอากาศเป็นพิษก็ได้ เช่น องค์กรต้องปิดโรงงานที่จะมีผลให้พนักงานต้องออกจากงาน เป็นต้น

การติดต่อกับกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมคัดค้านต่อการกระทำขององค์กรนั้น มีความยุ่งยากมากและยากที่จะบรรลุเป้าหมายที่องค์กรต้องการ ดังนั้นหากเป็นไปได้ องค์กรควรรีบติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่คนกลุ่มนี้ยังไม่เห็นถึงปัญหา หรือเมื่อเริ่มตระหนักถึงปัญหานั้นแล้ว จะบรรลุผลที่ต้องการได้ง่ายกว่า เมื่อกลุ่มเป้าหมายนั้นเริ่มดำเนินการบางอย่างเพื่อคัดค้านการกระทำขององค์กร

กลุ่มเป้าหมายตามกลยุทธ์การสื่อสาร

หากพิจารณาแยกกลุ่มเป้าหมายตามกลยุทธ์ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายแล้วสามารถแยกเป็น 2 กลุ่มสำคัญ คือ กลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มที่นำข่าวสารขององค์การไปเผยแพร่ต่อให้แก่กลุ่มเป้าหมายหลัก (Intervening public)

กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มคนที่องค์การต้องการให้มีส่วนร่วมหรือร่วมมือดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ มักเป็นกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์การ หรือเป็นกลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง หรือเป็นกลุ่มคนที่มีการดำเนินการบางอย่างต่อสถานการณ์นั้นแล้ว คนกลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มที่องค์การกำหนดไว้เป็นลำดับแรกที่ต้องติดต่อ ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น หน่วยงานของรัฐ ฯลฯ

กลุ่มที่นำข่าวสารขององค์การไปเผยแพร่ต่อยังกลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มนี้แยกเป็น 2 กลุ่มที่สำคัญคือ สื่อมวลชน และผู้นำความคิดเห็น โดยทั่วไป สื่อมวลชนเป็นกลุ่มคนที่องค์การคาดหวังว่า จะเป็นกลุ่มที่นำข่าวสารขององค์การไปเผยแพร่ให้กลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ทราบ สำหรับผู้นำความคิดเห็น เป็นกลุ่มที่มีส่วนสำคัญต่อการประสบความสำเร็จของโครงการประชาสัมพันธ์ เพราะผู้นำความคิดเห็นไม่ว่าจะเป็นกลุ่มใด ดังแสดงในตารางที่ 6.2 อาจเป็นฝ่ายสนับสนุนหรือเป็นฝ่ายตรงข้ามกับองค์การก็ได้ และสมาชิกของกลุ่มก็จะเชื่อฟังผู้นำความคิดเห็น

บิตารมรดา ครูอาจารย์ นักวิชาการ แพทย์ ภิภษุสงฆ์

นักการเมือง ผู้นำชุมชน

ข้าราชการ

ผู้วิพากษ์วิจารณ์เรื่องต่างๆ (Commentators)

สื่อมวลชน นักเขียน ผู้จัดรายการวิทยุและโทรทัศน์

ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ

เจ้าหน้าที่ขององค์การทางสังคม สมาคมการค้า สมาคมวิชาชีพ

หน่วยให้บริการข้อมูลต่างๆ

ภาพที่ 6.1 ผู้นำความคิดเห็น

โครงการประชาสัมพันธ์จึงต้องให้ความสนใจต่อการที่ผู้นำความคิดเห็นตีความหมายข่าวสารขององค์กรแล้วเผยแพร่ข่าวสารนั้นไปยังกลุ่มอื่นๆ ซึ่งหากเผยแพร่ในเชิงปรักษ์ก็จะเป็นปัญหาต่อการดำเนินงานขององค์กร แต่หากเสนอความคิดเห็นในเชิงสนับสนุนก็จะเป็นผลดีต่อองค์กร ผู้นำความคิดเห็นจัดเป็นกลุ่มนี้เมื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ หรือสินค้าขององค์กรให้บุคคลอื่นทราบ เช่น แพทย์เมื่อเผยแพร่เรื่องราวและสินค้าขององค์กรหนึ่งให้คนไข้ทราบ ครูอาจารย์เมื่อเผยแพร่เรื่องราวขององค์กรหนึ่งให้นักเรียนนักศึกษา รู้ เป็นต้น แต่หากองค์กรตั้งใจให้ข่าวสารแก่กลุ่มแพทย์ อาจารย์ และสื่อมวลชนแล้ว กลุ่มแพทย์ อาจารย์และสื่อมวลชนก็จะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ

การแยกกลุ่มเป้าหมายในลักษณะนี้จะช่วยในการพัฒนาข่าวสารและเลือกใช้สื่อหรือกิจกรรมเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มหรือทุกกลุ่มได้เหมาะสมยิ่งขึ้น

คำถามท้ายบท

1. จงอธิบายความหมายของคำว่า “กลุ่มคน” มาพอเข้าใจ
2. จงบอกกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับองค์การต่อไปนี้ มา 10 กลุ่ม
 - 2.1 สายการบินแห่งหนึ่ง
 - 2.2 มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง
 - 2.3 สมาคมการค้า
3. จงอธิบายถึงวิธีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายมาพอสังเขป
4. ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดลำดับกลุ่มเป้าหมายมีอะไรบ้าง อธิบาย
5. การกำหนดและศึกษากลุ่มเป้าหมาย จะมีประโยชน์ต่อการวางแผนโครงการประชาสัมพันธ์อย่างไรบ้าง

กรณีศึกษา ปัญหามลพิษมาบตาพุด

ปี 2524 จังหวัดระยองถูกกำหนดให้เป็นเมืองหลักของโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก บ้านมาบตาพุด อ.เมือง จ.ระยอง ถูกขีดให้เป็นนิคมอุตสาหกรรมเนื้อที่ 9,042 ไร่ ปัจจุบันพื้นที่นิคมมาบตาพุดเป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญในการลงทุนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี เพราะมีความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภคและวัตถุดิบที่เป็นก๊าซธรรมชาติรองรับการลงทุน ทำให้อุตสาหกรรมปิโตรเคมีของไทยแข็งแกร่ง เป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียน โดยต่างชาติให้ความสำคัญที่จะเข้ามาลงทุนมากที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆในภูมิภาคเดียวกัน

แต่เนื่องจากขณะนี้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนมาบตาพุดวิกฤตหนัก โดยเมื่อวันที่ 30 มกราคม นายสุทธิ อัชฌาศัย ผู้ประสานงานเครือข่ายประชาชนภาคตะวันออก ได้ยื่นหนังสือร้องเรียนถึงนายกรัฐมนตรีผ่านนายแพทย์มงคล ณ สงขลา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้ช่วยติดตามและออกมาตรการดูแลป้องกันสุขภาพประชาชนในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดอย่างเร่งด่วน จากการที่มีโรงงานอุตสาหกรรมหนักจำนวนมาก ทำให้มีสารเคมีหลุดรอดจากโรงงานมาสู่ 25 ชุมชนรอบนิคมอุตสาหกรรมในเขตเทศบาลมาบตาพุด อ.บ้านฉาง และ อ.เมือง จ.ระยอง ชาวบ้านจึงเจ็บป่วยมากขึ้นนับตั้งแต่ปี 2539 เป็นต้นมา นายสุทธิ กล่าวว่า ปัญหาที่เกิดขึ้น เป็นผลมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรมในพื้นที่ ซึ่งมีโรงงานอุตสาหกรรมที่ก่อมลพิษกว่า 90

ปัญหามลพิษในมาบตาพุด ที่หลักๆ มี 2 เรื่อง คือปัญหาสารอินทรีย์ระเหย ซึ่งเป็นสารก่อมะเร็ง และปัญหาจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงของโรงงาน และโรงไฟฟ้าในพื้นที่ ซึ่งสารอินทรีย์ระเหย คือที่มาของกลิ่นเหม็นต่างๆ และยังมีบางชนิดที่ไม่มีกลิ่น ทำให้หลายคนได้รับสารพิษโดยไม่รู้ตัว สารเหล่านี้ บางชนิดเมื่อสูดดมมานานๆ จะส่งผลกระทบต่อระบบประสาทส่วนกลาง ก่อให้เกิดการระคายเคืองต่อตา ผิวหนังอักเสบ ทำให้ความดันโลหิตต่ำ โลหิตจาง กระทบต่อระบบภูมิคุ้มกัน ปลายประสาท และอวัยวะอื่นๆ นอกจากนี้ปัญหาทางอากาศ มลพิษทางน้ำก็พบว่ามีปริมาณความสกปรกในรูปอินทรีย์สาร และปริมาณความเข้มข้นของโลหะหนัก มีค่าสูงกว่ามาตรฐาน ทำให้แหล่งน้ำชุมชน คุณภาพน้ำทะเลเสื่อมโทรมมาก

นายโฆษิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม เปิดเผยว่า ปัญหาเรื่องมลพิษเป็นผลให้ต้องชะลอการขยายพื้นที่ลงทุนอุตสาหกรรมปิโตรเคมีระยะที่ 3 ที่มีมูลค่ากว่า 200,000 ล้านบาทไป จนกว่าผลการศึกษาเรื่องสิ่งแวดล้อมจะแล้วเสร็จ

ทางฝ่าย ดร. สุวัฒน์ หวังวงศ์วัฒนา อธิบดีกรมควบคุมมลพิษ (คพ.) บอกว่าผลการตรวจสอบและเฝ้าระวังสารอินทรีย์ระเหย 9 ชนิดในชั้นบรรยากาศเขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดระหว่างปี 2548-2549 พบว่า มีความเข้มข้นสูงและเกินมาตรฐานระดับการเฝ้าระวังของสำนักงานพิทักษ์สิ่งแวดล้อม ประเทศสหรัฐอเมริกา และได้มีการแก้ไขจุดที่มีสารรั่วไหลไปกว่า 300 จุดจาก 500 จุดแล้ว

นางหิรัญญา สุจินัย รองเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) เปิดเผยว่า ปัญหาเกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อมในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดนั้น ได้ส่งผลกระทบต่อการลงทุนของต่างชาติเป็นอย่างมาก โดยขณะนี้นักลงทุนต่างชาติ ทั้งรายเก่าที่ลงทุนอยู่แล้ว และต้องการขยายโครงการลงทุนเพิ่มและรายใหม่ที่สนใจจะเข้ามาลงทุนเกิดความไม่แน่ใจถึงอนาคตการลงทุน รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับพื้นที่รองรับอุตสาหกรรมในอนาคตและเกณฑ์มาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่โรงงานจะต้องปฏิบัติให้เร็วที่สุด เพื่อบีโอไอจะได้ชี้แจงต่อนัก

นายศุภชัย วัฒนางกูร ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมี สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) เปิดเผยว่า ส.อ.ท.ไม่เห็นด้วยหากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจะประกาศให้นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดเป็นเขตควบคุมมลพิษ เพราะจะกระทบต่อการลงทุนของประเทศไทย เนื่องจากมาบตาพุดมีการลงทุนคิดเป็นมูลค่าหลายล้านล้านบาท

กลุ่มกรีนพีซเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ร่วมกับมูลนิธิธนโยบายสุขภาวะ แถลงว่า รัฐบาลไม่ควรเลื่อนการประกาศเขตมาบตาพุดเป็นเขตควบคุมมลพิษ เพราะกลัวเสียบรรยากาศการลงทุน และขอให้รอผลการศึกษ่อีก 1 ปีนั้น มาตรการดังกล่าวไม่สามารถแก้ปัญหาให้ลุล่วงได้ เพราะผลการศึกษาโดยคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ปี 2540 พบว่า มาบตาพุดรองรับมลพิษเต็มศักยภาพแล้ว งานวิจัยโดยหน่วยงานราชการ นักวิชาการและเอ็นจีโอ พบสารอินทรีย์ระเหยที่ก่อมะเร็งตั้งแต่ปี 2541

ส่วน ร.อ.น.พ.ยงยุทธ มัยลาภ โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี กล่าวว่า ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเห็นชอบแผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2550-2554 เพื่อใช้เป็นกรอบชี้นำส่วนราชการ ธุรกิจเอกชน องค์กรชุมชน ประชาชน และภาคีพัฒนาต่างๆ ในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมใน 5 ปีข้างหน้า โดยยึดกรอบแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 โดยสาระสำคัญของแผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม คือ ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย

คำถาม

หากท่านเป็นเจ้าหน้าที่ของกระทรวงอุตสาหกรรม

1. ให้ระบุปัญหาของสถานการณ์นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด
2. ให้ท่านระบุปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของสถานการณ์ดังกล่าว
3. ให้ท่านระบุกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ของสถานการณ์นี้มา 10 กลุ่ม พร้อมอธิบายเหตุผลที่ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ มาให้ชัดเจน