



Title :	ความแตกต่างระหว่าง การโฆษณา
Subject Heading 1 :	
Subject Heading 2 :	
Source :	เสียงรัก ปีที่ 23 ฉบับที่ 540 หน้า 5(1)
Date :	สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ 2569

ความแตกต่างระหว่าง การโฆษณา

กับ การประชาสัมพันธ์

การตลาด-การโฆษณา จากประสบการณ์จริง (3)

วันก่อน...

“อธิการฯ วันชัย” เชิญสื่อเขียนราย
ไป Lunch Talk ที่ Complex ใหม่ M-Square

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

เจตนาที่เพื่อจะเลี้ยงข้าวสื่อในโอกาสขึ้นปีใหม่ แม้มันจะล่าช้าไปบ้าง ก็อย่างที
คำคม (ที่จริงเป็นคำแก้ตัว) เขาว่า “มาสายดีกว่าไม่มา” กับเพื่อจะเล่าแจ้งแถลงไข
นวัตกรรมใหม่ๆ ของมหาวิทยาลัย ทั้ง M-Square / Mock-up Mae Fah Luang Airline หอ
ประวัติ และสวนพฤกษศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

เห็นแล้ว ก็ต้องบอก... เชียงรายโชคดีที่มีมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง...

เพราะนอกจากจะเป็นแหล่งวิชาการอันเป็นที่ยอมรับของนักเรียน นิสิตนักศึกษา
นายจ้างทั่วประเทศแล้ว ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวและยกระดับรสนิยม คุณภาพชีวิตของคน
เชียงรายด้วย โดยใช้เวลาเพียง 17 ปี

แต่มีอยู่สองสิ่งที่อธิการบดีวันชัยติดใจ คือเรื่องที่ท่านรู้สึกว่าคุณเชียงรายให้การ
สนับสนุนมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงน้อยเกินไป อย่างที่ “ท่าน ว.” วชิรเมธี ว่า “ใกล้เกลือกินด่าง”

กับเรื่องที่มหาวิทยาลัยสามารถสร้างผลิตภัณฑ์จากการศึกษาวิจัยออกมาได้
หลายชนิดแล้ว แต่คนก็ยังไม่ค่อยรู้จักและซื้อหาไปใช้สอย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
กับความงามหรือเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นสาขาวิชาหนึ่งที่เปิดสอนอยู่ในมหาวิทยาลัยแห่งนี้
ด้วย รวมทั้งโรงพยาบาลแพทย์ทางเลือก ที่เปิดให้บริการแก่คนทั่วไปมานานแล้ว แต่คน
ก็ยังไม่ค่อยรู้จัก หรือรู้จักก็คิดว่าจะให้บริการแค่อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรมหาวิทยาลัย
โดยเฉพาะ แล้วก็ทำท่าว่าส่วนประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยจะรับเคราะห์ไปแทน ดีที่
ว่างานนี้ค่อนข้างที่จะเป็นกันเอง ด้วยมีปฏิสัมพันธ์กันมานาน เรื่องจึงกลายเป็นว่าแค่ “เล่า
สู่กันฟัง”



Title :	ความแตกต่างระหว่างวิชาชีพนักกับครูประชาสัมพันธ์
Subject Heading 1 :	
Subject Heading 2 :	
Source :	เพียงรัก ปีที่ 23 ฉบับที่ 540 หน้า 5 (2)
Date :	ปกหลัง กุมภาพันธ์ 2559

แต่มันทำให้ผมกลับมาคิดเรื่องที่กำลังเขียนปะติดปะต่อ "การตลาด-การโฆษณา" อยู่เนี่ย ถ้ามาเล่าสู่กันฟัง ไม่เป็นการเอามะพร้าวห้าวมาขายสวนอีกสักหน่อย ก็น่าจะเป็นประโยชน์แก่ทั้งผู้สนใจในวิชาการด้านนี้และแก่ท่านอธิการบดีเองด้วย

สิ่งที่ท่านทำมา 17 ปี ด้วยการไม่ลืมนื่องานมวลชนท้องถิ่นนั้นถูกต้องแล้ว ท่านได้ใช้การประชาสัมพันธ์ให้เป็นประโยชน์กับมหาวิทยาลัย โดยที่ท่านแทบจะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสักแดง แต่ท่านก็ประสบความสำเร็จจากการประชาสัมพันธ์สู่สาธารณะ (Public) เป็นอย่างดี เพียงแต่ท่านลืมนื่องานร่วมกันหักล้างทางฟงก่อตั้งมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ซึ่งเป็นคนเชียงรายล้วนๆ ไปบ้าง ท่านคงไม่ได้เชิญมา Lunch Talk หรือ Dinner Talk เหมือนสื่อมวลชนทุกๆ ปี ท่านจึงไม่ได้รับการสนับสนุนจากคนเชียงรายเท่าที่ควร เรียกว่าสำเร็จในด้านไกลตัว แต่ไม่สำเร็จในด้านใกล้ตัว ซึ่งผิดหลักของการประชาสัมพันธ์ที่จะต้องให้ความสำคัญทั้งกับผู้คนที่อยู่รอบๆ กิจกรรมและผู้คนที่อยู่ไกลออกไปในประเทศ

เรื่องนี้ มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นตัวอย่างที่ดีของการประชาสัมพันธ์ที่ล้มเหลว ไม่ให้ความสนใจ ไม่ให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนท้องถิ่น มหาวิทยาลัยพะเยาจึงเผชิญกับปัญหาที่ตัวเองสร้างขึ้นมาจากทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุรถโดยสาร ม.พะเยา ที่ทำให้คนเสียชีวิต การปันส่วนน้ำที่มีไม่เพียงพอต่อการอุปโภคในมหาวิทยาลัย หรือการสร้างหอพัก UP Dorm และศูนย์การค้าขนาดใหญ่ Center Point ที่ถูกประชาคมเศรษฐกิจหน้ามหาวิทยาลัยประท้วงคัดค้านมาจนทุกวันนี้ ผิดกับที่มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เปิด M-Square

ให้เราได้มานั่ง Lunch Talk กันแล้ว

เห็นไหมละครับท่านว่า "การประชาสัมพันธ์" (Public Relations) เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดอีกแขนงหนึ่งมีความสำคัญขนาดไหน ขนาดที่อาจทำให้โครงการ "หมู่เขาจะหามันเอาคานเข้ามาสอด" ร้อยล้านพันล้านล้มครืนลงไปได้ก็แล้วกัน

อีกเรื่องหนึ่ง คือเรื่องผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มหาวิทยาลัยผลิตได้และต้องการจะขายเพื่อเผยแพร่ชื่อเสียง หรือจะต่อยอดการผลิตต่อไปก็ตามที่

ผลิตภัณฑ์พวกนี้ต้องใช้การโฆษณา (Advertising) ครับ เพราะ Message หรือสารในการสื่อถึงผู้อ่านและผู้บริโภคไม่เหมือนกัน ผู้อ่าน (Reader) ต้องการเพียง Information เพื่อรับรู้รับทราบและยอมรับ แต่ผู้บริโภคต้องการแรงจูงใจที่มากพอจนยอมควักกระเป๋าเข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของเรา นั่นคือ Benefits ต้องชัดเจน

ดังนั้น หากท่านต้องการจะเอาดีทางนี้จริงๆ ต้องลงทุนทำโฆษณาแล้วละ และถ้าไม่อยากให้เกี่ยวพันกับมหาวิทยาลัยเกินไปนัก ก็อาจจะต้องตั้งสำนักการตลาดหรือบริษัทจัดจำหน่ายขึ้นมา รับรองว่าสินค้าของมหาวิทยาลัยซึ่งดีอยู่แล้ว เชื่อถือได้อยู่แล้ว จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับมหาวิทยาลัยพอกพูนขึ้นไปอีก

ปิดท้ายฉบับนี้ ด้วยคำอธิบายความแตกต่างระหว่าง Advertising กับ Public Relations จาก Dictionary ของ Baron's Business Guides ที่เขาใช้ประกอบการเรียนบริหารธุรกิจระดับปริญญาโทกันที่มหาวิทยาลัยชั้นนำ



Title :	การตลาด รณรงค์ บริษัท กับ ประชาสัมพันธ์
Subject Heading 1 :	
Subject Heading 2 :	
Source :	ไผ่หวี ปีที่ 23 ฉบับที่ 640 หน้า 5 (3)
Date :	ปกิณฉัฏฐ์ กรมกรพินธ์ 2559

ADVERTISING paid form of a nonpersonal message communicated through the various media by industry, business firms, nonprofit organizations, or individuals. Advertising is persuasive and informational and is designed to influence the purchasing behavior and/or thought patterns of the audience. Advertising is a marketing tool and may be used in combination with other marketing tools, such as SALES PROMOTIONS, PERSONAL SELLING tactics, or publicity.

PUBLIC RELATIONS (PR) form of communication that is primarily directed toward gaining public understanding and acceptance. It tends to deal with issues rather than specifically with products or service. Public relations uses publicity that does not necessitate payment in a wide variety of media and is often placed as news or items of public interest. Because public relations communications are placed in this manner, they offer a legitimacy that advertising does not have, since advertising is publicity that is paid for. The practice of PR is used to build rapport with the various publics a company, individual, or organization may have (i.e., employees, customers, stockholders, voters, competitors, or the general population). Publicity releases, employee-training seminars, and house organs are examples of instruments used in public relations. Financial public relations, a specialized branch of the profession, is concerned with corporate annual reports, stockholder communications, and the disclosure rules of the Securities and Exchange Commission.

เล่าสู่กันฟังแต่ก่อน มีโอกาสเมื่อไหร่จะได้ขยายความแต่ละเรื่องให้แจ่มแจ้งครับ
วิชัย เชนฐบดี

Advanced Marketing ม.ธรรมศาสตร์