

ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ นายสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย

"Talk About : PR Thailand"

Q: ความเป็นมาของสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย

ดร.พจน์ : สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย (Thailand Public Relations Association : TPRA) เกิดขึ้นจากการรวมตัวของ ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กร นักการตลาด นักโฆษณา นักสื่อสารทางทศวรรษแบบบูรณาการผู้บริหารสื่อมวลชนสื่อกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล กิจกรรมโพรหมมคม รวมถึงเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ส่งเสริมวิชาชีพ สาขานี้ให้ก้าวหน้าขึ้นและมีมาตรฐานวิชาชีพให้มีความพัฒนา การแนวคิดหลักให้สอดคล้องกับวิวัฒนาการของสังคมเทคโนโลยี พัฒนาการต่างๆที่เกิดขึ้นและสร้างเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อร่วมกันพัฒนาประเทศไทยทั้งด้านการสื่อสาร ภาพลักษณ์ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ครับ

Q: ในฐานะของนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย และนักสื่อสารกลยุทธ์แบบบูรณาการ ดร.พจน์ มองว่า ภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ผ่านมาเป็นอย่างไร

ดร.พจน์ : เรื่องภาพลักษณ์ของประเทศไทยเองที่ปรากฏต่อสายตาโลกนั้นมองว่าเป็นเรื่องที่ดีและดีอยู่แล้ว และเป็นเรื่องในเชิงบวกที่เดียว ที่ผ่านมามีข่าวที่เรารู้กันว่าเมืองไทยเผชิญ กับปัญหาความยากภายในประเทศ เรายังมีเรื่องภาคีซึ่งมีความคิดความอ่านในการสื่อสารร่วมกับเพื่อนบ้าน ทั้งหนังสือพิมพ์ภาคีสมาชิกของทั้งสิ้น ชาวที่รักเราได้ถูกขานรับ ออกไปในช่วงที่การเมืองหรือสถาบันได้มีกระบวนการอันหลายอย่างออกไปทั้งกับสถานการณ์ที่ต้องใช้ความจับใจ ทำให้ภาพลักษณ์ที่ผ่านมามีความโดดเด่นเป็นแห่งพอสมควร

Q: ถ้าเช่นนั้น จะอย่างไรให้ภาคีสมาชิกประเทศไทยให้ก้าวไปอย่างเรียบร้อย ก้าวหน้ามากขึ้น

ดร.พจน์ : แม้ว่าเราจะต้องกลับไปดูที่ปัจจัยที่เราเผชิญกับอะไร และเราต้องทำอะไร จากปัญหาความขัดแย้งที่ปวง สมมติคือ ปัญหาสังคม การสื่อสารที่ก้าวไปและต่างประเทศ ด้านความมั่นคง โอกาสการเติบโตด้านการลงทุน การท่องเที่ยว ที่น่าจะเติบโตได้มากกว่านี้ ภาพลักษณ์ของประเทศไทยอยู่ได้กับการจัดการในระดับกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ เป็นอภิมหากิจที่รัฐบาลต้องให้ความสำคัญ โดยใช้นโยบายด้านการสื่อสารที่ภายนอกและภายในประเทศ เราจำเป็นต้องมีเรื่องของสมาคมประชาสัมพันธ์ และสื่อสารแบบกลยุทธ์สำคัญมาครบ เพียงแต่ว่าต้องมาปรับใช้ให้เหมาะสม

Q: ที่ผ่านมาก็ถ้าเราดูโดยนโยบายที่ใช้ในการหาเสียงของพรรคต่างๆ ก็จะเป็นการเสนอเรื่อง การแก้ไขปัญหามาตรการประชาชนอยู่เป็นหลัก

ดร.พจน์ : เรื่องปัญหาปากท้อง อาจมาก่อน เห็นง่าย เข้าใจง่าย ผมมองว่าเวลานี้ เราจะต้องกลับไปดูที่นโยบายระดับประเทศ ที่ศึกษาการดำรงชีพ การสร้างโอกาสในด้านต่างๆ เช่นนี้ ในระดับเรื่องนโยบายที่ค่อนข้างไม่ควบคุมกัน

Q: ในหน่วยงานว่าต้องมีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกประเทศที่เพิ่มขึ้น

ดร.พจน์ : ถูกต้องครับ ในส่วนของสื่อสารภายในประเทศนั้น ควรเร่งสื่อสารไปยังภาคประชาชน ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค ให้เห็นถึงความโปร่งใส ด้วยการมุ่งไปที่ประเด็นสำคัญที่เร่งด่วน เรื่องการจับกุมขบวนการของกบฏคดียุติธรรม เรื่องอาชญากรรมต่างๆ ต้องทำควบคู่กันไป ไม่ใช่แค่เริ่มต้นที่ชัดเจนเรื่องโปร่งใสเร่งขึ้นซึ่งแนวทางที่ชัดเจนว่าจะบริหารประเทศไปทิศทางไหน จะทำอะไรก่อน อะไรหลัง ต้องทำและสื่อสารให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ต่อเนื่อง การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่การโฆษณาชวนเชื่อ เป็นสื่อสารให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของสังคมควบคู่ไปด้วย

Q: ถ้าให้มองและวิเคราะห์ในส่วนของการต่างประเทศ

ดร.พจน์ : มุมมองระดับประเทศ อาจแยกเป็นสามส่วนอย่างแรกคือเรื่องการสร้างความเข้าใจในการสร้างความรับรู้ที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในภาพรวมลำดับต่อมาได้แก่ การหาหนทางที่ดีที่สุดในการสร้างความชัดเจนที่มีอยู่บางส่วนและประเด็นสุดท้ายคือเรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างโอกาสให้กับประเทศทั้งการดำรงชีพ การส่งออก การท่องเที่ยว การรับภาพลักษณ์ของประเทศในสายตาประชาชาตินั้น เป็นสิ่งต้องสื่อสารให้เกิดการยอมรับให้กลับโดยเร็ว ขณะที่ยังมีโอกาสทางธุรกิจใหม่เชิงรุกหลายประการเช่น ธุรกิจจากบริการ ด้านสุขภาพ บันเทิง และการขยายตัวให้การผลิตสินค้าทั้งภาคอุตสาหกรรมและ SME เป็นต้น การบริหารภาพลักษณ์ของประเทศต้องมีความชัดเจน สอดคล้องกับนโยบายของประเทศ

Q: ที่จังหวัดบุรีรัมย์มีหลายส่วนงานรับผิดชอบ

ดร.พจน์ : ใจครับ ภาคบุรีรัมย์ มีหลายหน่วยงาน และแต่ละที่ก็มีทั้งทรัพยากรและบุคลากรที่มีศักยภาพมากด้วย แต่สิ่งที่เป็นปัญหาหรือเรื่องยากคือการบูรณาการ เราไม่ได้ทำงานร่วมกัน ในส่วนนี้ผมเห็นว่าเราต้องปรับแนวทางที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงไปด้วยกันได้ สื่อของรัฐที่มีอยู่ในมือ สื่อและองค์กรภาคเอกชนเองที่มีความสามารถและมีการเติบโตสูง

สื่อสาธารณะอื่นก็มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงภาคประชาชนในแต่ละกลุ่มมาก

Q: คิดว่าน่าเริ่มความพร้อมแค่ไหนเรื่องกรณีคดีเรื่องนี้

ดร.พจน์ : บ้านเรามีบุคลากรในแวดวงสื่อสาร นักประชาสัมพันธ์ นักการตลาด นักโฆษณา นักจัด EVENT ผู้กำกับภาพยนตร์ นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง สื่อมวลชน ก็เก่ง ล้วนแต่มาด้วยประสบการณ์ ได้ถูกยอมรับในระดับนานาชาติคือการร่วมเวทีโลกแล้วแต่เราขี้ฟ้องไม่ยอมหน้าใครเลย แต่เรายังไม่เปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาประเทศอย่างจริงจัง แต่ต้องยอมรับว่าอาจต้องมีการประกอบหลายอย่าง เราต้องสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นก่อน

Q: ถ้ามองในด้านของผู้ประกอบการในสถานการณ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยขณะนี้ ควรทำอย่างไรบ้าง

ดร.พจน์ : อาจต้องมีการทบทวนเรื่องสถานการณ์และกลยุทธ์การตลาดกับเมื่อเชื่อกันในเรื่องข่าวลือที่จากสื่อมวลชนและโลกดิจิทัล ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงรวดเร็วมาก สถานการณ์ต่างๆ การเมือง ก็กระทบชาติ สังคม รวมถึงเทคโนโลยี ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตวิถีชีวิตตลอดเวลาก็ใช้กลยุทธ์การสื่อสารใหม่ๆ นอกเหนือจากนางสาวที่เป้าหมาย หรือยอดขายแล้ว การสื่อสารกับลูกค้าและสังคมมันเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างนี้ ต้องทำควบคู่กันไป สำหรับการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระบอบชา ล่าคู่มาในการแข่งขัน นั่นคือทำให้ธุรกิจมีชื่อเสียงไปถึงลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ทุกช่องทาง มีใจลูกค้าให้ไว้ได้ ขณะที่จะมีฐานเป้าหมายประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กร การพัฒนาช่องทางกระจายสื่อดิจิทัล และกาาได้ใจกับสังคม นับเป็นแนวโน้มที่ดีที่อย่างจริงจังไม่ว่ากิจการจะเล็กหรือใหญ่

Q: ธุรกิจระดับประเทศมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

ดร.พจน์ : การแข่งขันในการตลาดระดับประเทศต้องวางตำแหน่งสินค้าและภัยคุกคามที่ชัดเจนของแบรนด์ที่ชัดเจนไม่มากก็น้อย โดยให้ความสำคัญกับจุดเด่นที่ผสมผสานกับจุดเด่น ทั้งในเชิงวัฒนธรรม วัตถุประสงค์ ความชำนาญ และเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถใช้เป็นจุดแข็ง เพื่อสอดคล้องกับการขยายตัวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) ธุรกิจขนาดกลางมีแนวโน้มเติบโตเช่นโรงแรมขนาดกลางแต่มีความแปลกใหม่ที่น่าสนใจจะได้รับค่านิยมสินค้าที่ผิดไม่มากแต่เน้นเชิงสร้างสรรค์กลับเป็นที่ต้องการของตลาดมาก การสร้างแบรนด์ที่ใจหรือจุดขายที่ชัดเจนได้จะมีบทบาทมากขึ้น

Q: ถ้าจะให้สรุปเรื่องการสื่อสารที่เด่นชัดในภาวะปัจจุบัน

ดร.พจน์ : เชื่อว่าถ้ารัฐบาลมีความลงตัว มีการจัดการภายในที่เร็ว สิ่งแรกๆ ที่เร่งทำคือการกระตุ้นให้เกิดการฟื้นตัวเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญคือ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ นอกจากภาครัฐแล้วกลุ่มธุรกิจ ที่เน้นด้านสื่อสารการตลาดเข้ามาอย่างรุนแรง เช่น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เริ่มบุกตลาด สถาบันการเงิน กลุ่มธุรกิจประกันชีวิต ธุรกิจของอาหาร และสินค้าเพื่อการบริโภค ขณะที่หลายธุรกิจอยู่ระหว่างหยุดพักทางการเมือง ซึ่งจะต้องจับตามองไปว่าทิศทางเศรษฐกิจจะไปได้หรือไม่ หรือต้องมีการทบทวนอะไรในเชิงคิดเชิงวิเคราะห์ส่วนใหญ่มองถึงภาพที่ประเทศไทยความสงบแล้วเดินหน้าไปได้

Q: ย้อนกลับมาที่กิจกรรมทางด้านต่างๆ ของสมาคมประชาสัมพันธ์ไทยที่ผ่านมาและสิ่งที่จะดำเนินการในอนาคต

ดร.พจน์ : กิจกรรมของสมาคมคงแบ่งออกได้หลายส่วน เช่น ในส่วนของ การส่งเสริมสถาบันสื่อมวลชน การสร้าง เครือข่ายทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ/ การบริการ ความรู้ วิชาการทางด้านสื่อสารกับ สังคม และการพัฒนาวิชาชีพ สมาคมฯ ได้ให้ความสำคัญในทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ที่จะระดมศักยภาพของเครือข่ายสมาคมฯ ช่วยประเทศและสังคม กันให้มากที่สุด

Q: กิจกรรมหรือผลงานที่ดำเนินการอยู่

ดร.พจน์ : สำหรับในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554 นายสมาคมฯ ได้ร่วมเป็นคณะอนุกรรมการจัดทำสารคดีโทรทัศน์เฉลิมพระเกียรติเนื่องในวันสำคัญของประเทศและพระบรมวงศานุวงศ์ จัดทำสารคดีเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ "ตามรอย...สายน้ำพระราชหฤทัย" ที่มีคณะอนุกรรมการซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิร่วมในการพิจารณาถ้อยแถลงและเนื้อหาเพื่อให้สารคดีเฉลิมพระเกียรติ มีความสมบูรณ์มากที่สุด โดยได้รวบรวมพระราชกรณียกิจที่สำคัญ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ที่ทรงเป็นมิ่งขวัญและศรัทธาของลูกหลานคนไทยและคนไทยอยู่เย็นเป็นสุขได้ร่วมพระบารมีและเพื่อให้ประชาชนชาวไทยได้น้อมนำปณิธานที่ทรงได้เกิดความคิดริเริ่ม ความปรารถนาใจของพระองค์ในชาติ และ เจริญรอยตามเบื้องพระยุคลบาทใน

การพัฒนาประเทศ ที่เสด็จ พระราชดำเนินไปทั่วภูมิภาคของประเทศไทย โดยสารคดีนี้เป็นโครงการของสำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ ที่นำออกอากาศเผยแพร่ทางโทรทัศน์ รวมทั้งทางวิทยุกระจายเสียง และสื่อ On Line, Social Media แล้วยังมีสื่อสิ่งพิมพ์ ผมมอง ว่าน่าจะต้องรวบรวมไว้ให้เป็นแหล่งที่ทางโทรทัศน์ตลอด ปีนี้ เพื่อเป็นการแสดงความจงรักภักดีและน้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณที่ได้บำเพ็ญคุณประโยชน์แก่ประเทศไทยและประชาชนชาวไทยอย่างเอนกอนันต์ ต้องยอมรับว่าสารคดีชุดนี้มีความสมบูรณ์ทั้งด้านภาพและเนื้อหาที่ดีมาก ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากของชาติต่อไป ต้องขอเชิญชวนให้ติดตามชมครับ

Q: ในส่วนของ การสร้างเครือข่ายทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ/ การบริการความรู้ ทางด้านการสื่อสาร ไปกับสังคม

ดร.พจน์ : งานในประเทนั้น สมาคมฯ ได้ร่วมกับนักสมาคมวิชาชีพทางด้านสื่อสาร การตลาด องค์กรต่างๆ จากทั้งภาคราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชน ในกิจกรรมที่มีประโยชน์ เช่น การเข้าร่วม "การประชุมเชิงวิชาการมูลนิธิและสมาคมร่วมใจเพื่อไทย" ซึ่งจัดโดย กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย สมาคมสันนิบาตสมาคมแห่งประเทศไทย และสมาคมสันนิบาตสมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งจัดกิจกรรมที่มาก ได้เรียนรู้ประสบการณ์ขององค์กรสมาคม มูลนิธิ ที่มีความเป็นแบบอย่างในสังคมไทย และยังสามารถนำมาประยุกต์ สร้างเครือข่ายเพื่อประเทศไทยหรือของสมาคมและมูลนิธิในการร่วมกันพัฒนาประเทศไทยและสังคม/สำหรับบริการสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศนั้น ได้เข้าร่วมประชุมกับนักสื่อสารมวลชนและนักข่าว ในการประชุมสมานพันธ์ที่ผ่านมามีนักข่าวเอเชีย นอกจากนี้ สมาคมฯ ร่วมกับองค์กรสื่อมวลชน และมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จัดสอน "Extra Ordinary PR : พิธีารเต็มพิกัด" ซึ่งได้ระดมนักสื่อสาร-ประชาสัมพันธ์-สื่อมวลชนชั้นนำจากภาคเอกชนมาประชุมสัมมนาแล้ว ยังมี คุณณรงค์ชัย ณ นคร นายกสมาคมวิชาชีพสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย/คุณวิศวา ปานยนต์ ผู้ประกอบการและพิธีกรรายการโทรทัศน์ /คุณเอฉิร สายสร้าง อดีตนักข่าวสมาคมประชาสัมพันธ์กรุงเทพ ดำเนินรายการโดย คุณชัยวัฒน์ วิเศษวัฒนะ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์ธุรกิจเศรษฐกิจ ซึ่งได้จัดกิจกรรมที่ เช่นนี้มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อหาแนวปะเถดิน มุมมองทางด้านข่าวและการประชาสัมพันธ์จากนักสื่อสารที่เข้มแข็งและสื่อมวลชนทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างครบถ้วน เป็นอีกเวทีในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อการขับเคลื่อนทางด้านกิจการของประเทศไทย เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง การเสวนานี้จัดในวันที่ 9 กันยายน นี้ เวลา 08.00-12.00 น. ณ ห้องกิจกรรม 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ถนนแจ้งวัฒนะ เปิดให้ผู้สนใจสามารถเข้าฟังได้ฟรี

Q: สมาคมฯ มีบทบาทเรื่องการส่งเสริมทางด้านวิชาการทางด้านสื่อสารและงานทางด้านสังคมด้วย

ดร.พจน์ : ใจครับ เราได้ร่วมกับสถาบันการศึกษาหลายแห่ง ส่งคณะกรรมาธิการร่วมเสวนาวิชาการ การเข้าร่วมบรรยายพิเศษของเช่นที่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยอเนกวิทยาลัยร่วมใจเพื่อไทย และมหาวิทยาลัยบูรพา ร่วมกันด้วย เพื่อเผยแพร่ทั้งในระดับประเทศ อย่างการพัฒนาหลักสูตรทางด้านนิเทศศาสตร์ ที่มีหลายแห่งมาก ล่าคู่ก็ได้ไปร่วมพัฒนาหลักสูตรที่ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านให้มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเพื่อใช้วิชาการด้านนิเทศศาสตร์ที่เน้นเขียนนอกจากนี้เราจะได้มีดีช่องทางการรวบรวมผลงานทั้งบทความ บทวิเคราะห์

งานวิจัย ทางด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กร การสื่อสารทางการตลาด สื่อมวลชน สื่อกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล รวมถึงกิจกรรมโพรหมมคม รวมถึงงานที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกัน ผ่านสื่อ On Line, Social Media แล้วยังมีสื่อสิ่งพิมพ์ ผมมอง ว่าน่าจะต้องรวบรวมไว้ให้เป็นแหล่งที่สามารถค้นคว้าได้ด้วย นอกจากรวมไว้ในด้านสังคม เรายังมีโครงการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาเยาวชน และโครงการมอบหนังสือให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสในสถานศึกษา

Q: ถ้าเป็นเรื่องการพัฒนาวิชาชีพ สมาคมประชาสัมพันธ์ไทยมีแนวทางอย่างไร

ดร.พจน์ : เรื่องนี้จำเป็นครับ เว้นไว้ที่สมาคมจะเป็นอบรมหลักสูตร EXCOMM-TPRA (Executive Communication Program : การบริหารงานสื่อสารเพื่อพัฒนา ธุรกิจ) ซึ่งเป็นหลักสูตรของสมาคมฯ ที่ปรับปรุงขึ้นล่าสุดของวงการบริหารงานสื่อสาร ที่เน้นการนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารและการปฏิบัติงานสื่อสารขององค์กร โดยยกต้นแบบจากสื่อมวลชนที่ประสบความสำเร็จทั้งด้านการบริหารงานสื่อสารและเทคโนโลยี สำหรับจัดการอบรม EXCOMM-TPRA 1 : ได้กำหนดให้มีการจัดอบรมในหัวข้อ "กลยุทธ์การสื่อสารประเด็นเพื่อการบริหารระดับ สหพันธ์การศึกษาศึกษาทางการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร : Issue management for Brand , Corporate Image & Marketing Communication" อบรมแล้วระหว่าง 24 กันยายน - 5 พฤศจิกายน 2554 ณ โรงแรมโนมา ราตรีศรี ดอนเมืองกำลังเปิดรับสมัครอยู่ ท่านใดสนใจติดต่อได้ที่ โทร. 081-939-9964 ครับ

Q: เพราะเหตุใดถึงเน้นเรื่องการจัดรายการประเด็นการสื่อสาร

ดร.พจน์ : ต้องมองแบบนี้นะครับ การสื่อสารขององค์กรเป็นเรื่องที่เด่น เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสื่อสาร โดยเฉพาะที่เห็นความสามารถที่จะทำได้อย่างมีประสิทธิภาพขององค์กร ได้ยอดเยี่ยม ไม่ว่าจะเป็นการบริการภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารทางการตลาด Brand และ CSR ต้องยอมรับว่า สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย ภายใต้การนำของนายกสมาคมฯที่ชื่อ ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ ได้เปิดมุมมอง วิสัยทัศน์ สำหรับกิจการทางด้านสื่อสารของไทยให้ก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงในไทยภายใต้บริบททางสื่อสารแบบโลกดิจิทัล เทคนิค วิธีการ เครื่องมือการสื่อสารทุกรูปแบบ ทั้งหมดอยู่บนพื้นฐานเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เพิ่มขึ้นในขณะนี้

ติดตามความเคลื่อนไหวของสมาคมประชาสัมพันธ์ไทยได้ที่ www.prthailand.com / www.facebook.com/tpra.prthailand หรือโทรคุยกับ ดร.พจน์ได้ที่ www.drphdot.com



ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ นายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย