

# CEO กับ PR

\*\*\*ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ

นายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย

## CEO กับงาน PR มีกระบวนการทำงานร่วมกัน อย่างไร ?



การที่ได้ทำความรู้จัก – คู่ขนาน – สร้าง  
ความสัมพันธ์ทั้ง CEO PR & IMAGE ที่  
เชื่อมโยงถึงกันแล้ว สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจ  
ร่วมกันต่อไปคือ ในกระบวนการทำงานนั้น มี  
วิธีการทำงานร่วมกัน และเสริมสร้างภาพลักษณ์  
ที่ดีให้กับองค์กรได้

จากกระบวนการบริหารนั้นพบว่า CEO กับ  
งาน PR นั้น อาจจำแนกตามคุณสมบัติได้หลายแบบ ดังนี้

### 1. CEO เข้าใจงาน PR ดี

ทำให้ PR ทำงานด้วยไม่ยากนักเพราะ CEO เองก็มีความเข้าใจในงานของ PR อยู่แล้ว แต่คงเหนื่อย  
เพราะผู้บริหารแบบนี้จะมีเป้าหมาย และใช้ PR มาเป็นเครื่องมือทางการบริหาร รู้ว่า PR ต้องการอะไร,  
จะต้อง PR อย่างไรให้เป็นข่าว, PR อย่างเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับสาธารณชน สื่อมวลชน ลูกค้ำ  
พนักงาน, รู้ว่า ควรพูด คิด เขียน ปฏิบัติอย่างไร ถ้าทำไม่ได้จะขอความเห็น และให้การสนับสนุนเพื่อให้  
PR ทำงานสำเร็จดังนั้น PR จึงต้องวิ่งตาม (ความคิด) นายให้ทัน

## 2. CEO ไม่เข้าใจงาน PR

CEO แบบนี้ PR ต้องดูแลอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ภาพออกมาดูดี พยายามอธิบายทำความเข้าใจถึงประโยชน์ที่ CEO ขององค์กรจะได้รับถ้า CEO ยอมรับฟังก็ถือว่าโชคดี การทำงานของ PR จะง่ายขึ้นตามมา ยอมรับฟังถึงข้อจำกัดบางประการเช่น การรอสื่อ การที่ต้องเสียเวลาบ้าง การให้เวลากับการสร้างบุคลิก PR ต้องคอยหมั่นชี้แจง สร้างบรรยากาศ ติดตาม และวัดผลสิ่งที่เกิดขึ้น และมีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา

## 3. CEO ที่ไม่เข้าใจและไม่ชอบงาน PR

เป็น CEO ที่ทำให้ PR ทำงานหนัก และปวดหัวพอประมาณ เพราะจะไม่ค่อยให้ความร่วมมือกับ PR เท่าที่ควร เวลาที่มีปัญหาแทนที่จะร่วมแก้ไข กลับไปซ้ำเติม PR เองก็ต้องคอยแก้ไขสถานการณ์ทั้งกับสื่อ กับพนักงาน แม้แต่ในเหตุการณ์ต่าง ๆ การที่จะได้รับการสนับสนุนใด ๆ ไม่ว่าจะป็นอัตราค่าจ้างประมาณ นโยบาย ก็จะยากสักหน่อย เมื่อ CEO ไม่เห็นความสำคัญก็ต้องยากเป็นธรรมดา ยิ่งกว่านั้นอาจมองเห็น PR เป็นเรื่องไร้สาระน่ารำคาญ และทำให้เสียเวลามากขึ้นไปอีก รวมถึงการเป็นที่รองรับความล้มเหลวของงานทั้งปวงว่าเกิดจาก PR ก็เป็นไปได้

ในยุคปัจจุบัน องค์กรต่าง ๆ แต่ละแห่งก็มีวิธีการบริหารที่แตกต่างกัน บางแห่งมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ มีหน้าที่ผลิตงาน ผลิตสื่อ ทั้งกระบวนการ (In House) บางแห่งมีขนาดกะทัดรัดเลือกที่จะทำเองบางส่วน บางส่วนใช้การว่าจ้างจากภายนอก (Outsource) ในขณะที่บางแห่งเลือกที่จะใช้การว่าจ้าง PR Agency เป็นผู้ดำเนินงานทั้งกระบวนการให้กับองค์กรเลย

ไม่ว่า CEO จะเป็นแบบใด องค์กรจะมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์เป็นลักษณะใดก็ตาม CEO กับ PR จะต้องทำงานไปด้วยกัน เรียนรู้ซึ่งกัน และกันมีเวลาที่จะหารือกำหนดภาพลักษณ์ นโยบาย กลยุทธ์ ตลอดจนวิธีหรือแนวทางปฏิบัติร่วมกัน ถ้าสามารถทำแบบนี้ได้ แนวโน้มก็จะสดใส

ที่กล่าวเช่นนั้นเพราะว่า CEO เองก็ต้องยอมรับถึงความชำนาญในวิชาชีพของ PR ไม่ต่างกับวิชาชีพอื่น ๆ ในขณะที่วิศวกรเป็นผู้ที่ออกแบบ และสร้างอาคาร นักเศรษฐศาสตร์เป็นผู้วิเคราะห์ข้อมูล และคาดการณ์พร้อมทั้งพิจารณาแนวโน้มทางการเงิน PR เองก็เป็นผู้คำนวณสำหรับการก่อสร้าง ภาพลักษณ์ในทิศทางที่องค์กรต้องการ ภายใต้ออกแบบ (Design) การใช้เครื่องมือ (Tools) ทางการสื่อสารที่เหมาะสม

ความเข้าใจที่ยังคลาดเคลื่อนอยู่มากเกี่ยวกับสถานะของ PR ในปัจจุบัน ว่าเป็นเพียงผู้ที่คอยที่จะเผยแพร่ข่าวเท่านั้น ในขณะที่ PR ควรเป็นผู้ที่วางแผน และปฏิบัติงานด้านสื่อสารทุกส่วนขององค์กร ดังนั้นในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ PR จะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มแรก นับจากการวางบทบาท (Position) การวิเคราะห์สถานะของภาพลักษณ์เมื่อเทียบกับคู่แข่ง หรือสถานการณ์นั้นคือการร่วมวางรากฐานร่วมกันตั้งแต่ต้นท่อน ไม่ใช่การพบกันที่ปลายท่อน เพราะเมื่อถึงจุดนั้นแล้ว ความจืดของช่วงเวลา รายละเอียดของข้อมูล และเงื่อนไขต่าง ๆ จะเป็นตัวกำหนดประเด็นเหล่านั้นขนาดความสมบูรณ์สูญเสียโอกาสในการ PR ที่ดี และขาดการวางกลยุทธ์ร่วมกันมาตั้งแต่แรกเริ่ม

## นั่นหมายความว่า CEO กับ PR ควรร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์สื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้วยกัน ตกกลงและเข้าใจบทบาทกันเสียก่อนตั้งแต่แรก!

.....

\*\*\* ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ

นายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย / นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ / ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีผลงานในการบริหารงานสื่อสาร มากกว่า 25 ปีมีผลงานวิชาการ / งานวิจัย / บทความ / บทสารคดี / หนังสือ / ตำรา เรียน บทวิเคราะห์ : ทิศทางธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การสื่อสาร ศิลปวัฒนธรรม การศึกษาและสังคม มากกว่า 300 ผลงาน รวมถึงข้อเขียน/บทความที่นำเสนอผ่านสื่อสารมวลชน และ Social Media ในช่องทางต่างๆ อยู่เป็นระยะ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้บริหารและพัฒนาหลักสูตร / ผู้บรรยายพิเศษ สาขายุทธศาสตร์องค์กร / การจัดการสื่อสาร และ กระบวนการพัฒนาสังคม ในระดับปริญญาโท และปริญญาเอก ให้กับสถาบันการศึกษา ทั้งภาครัฐ – เอกชน หลายแห่ง