

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การวางกลยุทธ์และประสิทธิผลของแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดในธุรกิจเครื่องสำอาง ในกลุ่มตลาดเครื่องสำอางวัยรุ่น” ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้วิธีการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในกลุ่มตลาดวัยรุ่น ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในกลุ่มตลาดวัยรุ่นยี่ห้อต่างๆ ได้แก่ มิสซา (Missha) อีทูดี (Etude) และสตีล่า (Stila) จำนวน 3 ท่าน

ในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับกลุ่มวัยรุ่นยี่ห้อต่างๆ
2. เพื่อศึกษาถึงประสิทธิผลของแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับกลุ่มวัยรุ่นยี่ห้อต่างๆ

ผลการศึกษาพบว่า

1. การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดในธุรกิจเครื่องสำอางจะมีรูปแบบของแผนงานในเชิงรุก (Proactive) มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการทำการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์และเนื้อหาหลักในการทำประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปธรรม และมีการวางแผนการทำประชาสัมพันธ์ก่อนที่สินค้าจะออกวางขายในตลาด โดยที่ทั้งหมดจะเน้นการทำการประชาสัมพันธ์ที่ตัวผลิตภัณฑ์ (Product PR) มากกว่าภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate PR)
2. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์การตลาดนั้นจะมีความสอดคล้องกันกับวัตถุประสงค์ทางการตลาดของแต่ละผลิตภัณฑ์
3. การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดที่ดีจะต้องมีการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดหลายประเภท โดยที่มีการใช้อย่างสอดคล้องกัน สนับสนุนซึ่งกันและกันตามหลักของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
4. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพการณ์ตลาด การกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด การกำหนดข้อความหลัก (Key Message) และเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อสาร กำหนดระยะเวลาในการทำงาน กำหนดงบประมาณที่ใช้ และสุดท้ายคือการประเมินผล

5. จุดเด่นของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดในธุรกิจเครื่องสำอางได้แก่ ชาวสาร มีความน่าเชื่อถือสูง สามารถสร้างการรับรู้และการเข้าถึงสูง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่มทุกระดับที่เราต้องการจะสื่อสาร สามารถเสนอข้อมูลข่าวสารได้ละเอียด และ การประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนจุดด้อยได้แก่ การไม่สามารถควบคุมทิศทางในการนำเสนอ และเนื้อหาได้อย่างครบถ้วน การที่การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดต้องดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานจึงจะเห็นผล

6. ทั้งนี้สื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการทำประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องสำอางวัยรุ่นได้แก่ สื่อนิตยสาร ส่วนเครื่องมือที่นิยมมากที่สุดได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางนางงาม และการจัดทำบทความโฆษณา

7. กลยุทธ์หลักในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องสำอางวัยรุ่นได้แก่ กลยุทธ์ให้ข้อมูลเสริม กลยุทธ์การบอกเล่าเรื่องราวใหม่ๆ และกลยุทธ์การสร้างข่าวจากประเด็นอื่นๆ ที่น่าสนใจ

8. ปัญหาที่สำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดในธุรกิจเครื่องสำอางสำหรับกลุ่มวัยรุ่น ได้แก่ การไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้บริหารอย่างเพียงพอ

9. วิธีการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องสำอางสำหรับวัยรุ่นที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือการประเมินผลโดยการนับจำนวน Press Clipping