

รูปแบบวิธีการนำเสนอของวิทยุ และโทรทัศน์ ในการรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารูปแบบวิธีการนำเสนอของวิทยุและโทรทัศน์ในการรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์ โดยทำความเข้าใจรูปแบบวิธีการนำเสนอและเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ตลอดจนวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของรูปแบบวิธีการนำเสนอของวิทยุและโทรทัศน์ในการรณรงค์หาทุนเพื่อกิจการสาธารณประโยชน์ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

รูปแบบวิธีการนำเสนอของวิทยุและโทรทัศน์ในการรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์

สื่อวิทยุและโทรทัศน์ดำเนินการในการรณรงค์หาทุนเพื่อกิจการสาธารณประโยชน์ในหลายรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบาย ปัจจัยและเงื่อนไขต่าง ๆ ของตัวองค์กรสื่อวิทยุและโทรทัศน์นั้น ๆ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาวิเคราะห์สามารถจำแนกรูปแบบวิธีการนำเสนอของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการรณรงค์หาทุนเพื่อกิจการสาธารณประโยชน์ได้ 4 ลักษณะ ซึ่งมีรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. การเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเหตุการณ์และกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์
 - 1.1 ข่าวประชาสัมพันธ์
 - 1.2 สกู๊ปข่าว
 - 1.3 การสัมภาษณ์
2. การให้เวลาออกอากาศแก่กิจการสาธารณประโยชน์
 - 2.1 การให้เวลาเพื่อเผยแพร่สปอตโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์
3. การเข้าไปมีส่วนร่วมดำเนินกิจกรรมรณรงค์หาทุนของกิจการสาธารณประโยชน์
 - 3.1 การจัดรายการรณรงค์หาทุนผ่านสื่อโทรทัศน์

4. การจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์

4.1 การจัดประมวลของ

4.2 การจัดคอนเสิร์ตการกุศล

4.3 การจัดโครงการรณรงค์หาทุน

1. การเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเหตุการณ์และกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์

เป็นการเผยแพร่นโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรมและผลงานของกิจการสาธารณประโยชน์ โดยการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่หรือกระจายข่าวสารของกิจการสาธารณประโยชน์ไปสู่ประชาชน โดยที่กิจการสาธารณประโยชน์ไม่ต้องจ่ายเงินค่าเวลาหรือซื้อเนื้อที่ในการโฆษณา สื่อวิทยุและโทรทัศน์จึงถือเป็นสื่อที่มีความสำคัญมากในการรณรงค์หาทุนของกิจการสาธารณประโยชน์ เพราะโดยพื้นฐานของกิจการสาธารณประโยชน์เป็นองค์กรที่ไม่มีกำไรแสวงหากำไร จึงไม่มีเงินทุนมากพอที่จะไปซื้อสื่อต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้นถ้าสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไม่ให้ความร่วมมือแล้ว การรณรงค์หาทุนของกิจการสาธารณประโยชน์ย่อมไม่สัมฤทธิ์ผลดังที่ต้องการ

คุณโชโรคา ซาลวาลา ผู้ก่อตั้งและเลขาธิการมูลนิธิเพื่อนช้างได้กล่าวเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าวว่า “ถ้าไม่มีสื่อมวลชน ประชาชนจะไม่มีวันทราบว่ามูลนิธิเพื่อนช้างทำอะไรไปแล้วบ้าง และกำลังจะทำอะไร...สื่อมวลชนจะเป็นตัวเผยแพร่ผลงาน เราจะได้เงินทุนมาจากงานที่แสดงต่อประชาชน” (โชโรคา ซาลวาลา, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2542)

เช่นเดียวกับคุณทิพวรรณ อภิวันท์วรรณ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักงานจัดหารายได้ สภากาชาดไทยที่ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ถ้าเราอยู่เฉย ๆ คนจะ 모르หรือกว่าเราเดือดร้อนอย่างไร การทำงานของเราเป็นอย่างไร เพราะฉะนั้นเราต้องเผยแพร่กิจกรรมของเราว่าเราทำอะไรไปบ้าง เราให้อะไรกับสังคมไปบ้าง เพื่อสร้างศรัทธาให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่า สภากาชาดไทยเป็นองค์กรการกุศลที่ทำให้กับสังคมมาก พอได้ศรัทธาแล้วประชาชนก็จะหันมาบริจาคให้กับเรา แต่การสร้างศรัทธาและการเผยแพร่ต้องอาศัยสื่อมวลชนมาก” (ทิพวรรณ อภิวันท์วรรณ, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2542)

ด้วยความสำคัญของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการช่วยเผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของกิจการสาธารณประโยชน์ ดังนั้นกิจการสาธารณประโยชน์จึงต้องมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยการติดต่อประสานงานกับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการช่วยเผยแพร่กิจกรรม ผลงานของกิจการสาธารณประโยชน์ จากการศึกษาพบว่ากิจการสาธารณประโยชน์มีรูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 4 รูปแบบคือ

1. การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ คือ การจัดส่งข่าวสารของกิจการสาธารณประโยชน์ส่งหรือแจกจ่ายไปยังสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สื่อวิทยุและโทรทัศน์นำไปเผยแพร่หรือกระจายข่าวสาร โดยส่วนใหญ่มักเป็นข่าวหรือเรื่องราวเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมการดำเนินงานรวมทั้งผลงานการปฏิบัติงานของกิจการสาธารณประโยชน์ เช่น มูลนิธิดวงประทีปจัดงาน Amazing Klong Toey เป็นต้น

2. การขอความอนุเคราะห์เป็นจดหมาย เป็นการทำความจดหมายขอความอนุเคราะห์กับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ให้ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์ เช่น ทางสภาอากาศไทย จัดงานวันอากาศ ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์จะจัดส่งจดหมายขอความอนุเคราะห์ไปยังสื่อวิทยุและโทรทัศน์ให้ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

3. การพาสื่อมวลชนลงพื้นที่ เป็นการจัดพาสื่อวิทยุและโทรทัศน์ลงพื้นที่การปฏิบัติงานของกิจการสาธารณประโยชน์เพื่อให้เห็นสภาพปัญหาการดำเนินงานของกิจการสาธารณประโยชน์ การนำสื่อวิทยุและโทรทัศน์ลงพื้นที่การปฏิบัติงานจะทำให้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เข้าใจการทำงานของกิจการสาธารณประโยชน์มากขึ้น เช่น มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก จัดทำโครงการเครือข่ายลุ่มแม่น้ำโขง และเชิญสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ไปถ่ายทำ เพื่อให้เห็นถึงปัญหาการค้าประเวณีในเด็ก

4. สื่อมวลชนสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน เพราะกิจการสาธารณประโยชน์ย่อมจะต้องพึ่งพาสื่อวิทยุและโทรทัศน์ เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรไปสู่ประชาชน ซึ่งกิจการสาธารณประโยชน์ได้ดำเนินการในหลาย ๆ รูปแบบ เช่น การอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน เป็นต้น

จากการประชาสัมพันธ์ของกิจการสาธารณประโยชน์ผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ พบว่า รูปแบบวิธีการนำเสนอของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการเสนอข่าวสาร และกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์ มี 3 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. ข่าวประชาสัมพันธ์
2. สกู๊ปข่าว
3. การสัมภาษณ์

1. ข่าวประชาสัมพันธ์

การเผยแพร่ข่าวสารโดยการส่งข่าว หรือแจกข่าวไปยังสื่อวิทยุและโทรทัศน์ เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่กิจการสาธารณประโยชน์มักจะดำเนินการอยู่เสมอ โดยรูปแบบของข่าวสั้นนี้จะมีเนื้อหาบอกให้ทราบว่า กิจการสาธารณประโยชน์นั้นกำลังจะทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ดังนั้นเนื้อหาข่าวดังกล่าวจึงเป็นไปในทิศทาง “ประชาสัมพันธ์” กิจกรรมที่กำลังจะจัดขึ้นของกิจการสาธารณประโยชน์

คุณทิพวรรณ อภิวันท์วรรณ ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานจัดการรายได้ สภาอากาศไทย ได้กล่าวถึงวิธีการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวว่า “เราจะขอความอนุเคราะห์ไป เช่น ถ้าเรามีโครงการอะไร และมีแผนออกมา ทางสำนักงานกลางจะมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ในการประสานงานกับสื่อต่าง ๆ ทำเรื่องขอความอนุเคราะห์ว่า ขอให้ช่วยเผยแพร่ข่าวนี้ หรือข้อมูลเชิญชวนให้คนมาร่วมงาน” (ทิพวรรณ อภิวันท์วรรณ. สัมภาษณ์, 23 กุมภาพันธ์ 2542)

ลักษณะรูปแบบข่าวสั้นดังกล่าว สื่อวิทยุและโทรทัศน์จะมีรูปแบบการนำเสนอแตกต่างกันไปตามธรรมชาติของสื่อ ในที่นี้จะกล่าวแยกพิจารณาทั้ง 2 สื่อ ดังต่อไปนี้

- **สื่อวิทยุ** รูปแบบข่าวประเภทนี้มักจะได้รับ การเผยแพร่ทางสื่อวิทยุ เนื่องจากช่วงเวลาในการดำเนินรายการ ไม่ได้ถูกจำกัดมากนัก ดังนั้น โอกาสที่สื่อวิทยุจะเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์จึงมีมาก แต่อย่างไรก็ตามยังมีองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์นั้นได้รับการเผยแพร่คือ ข่าวดังกล่าวต้องน่าสนใจ แปลกใหม่ เพราะกิจการสาธารณประโยชน์ที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ประเภทนี้มีมาก แต่พื้นที่ที่มีไว้ให้ลงข่าวนั้นน้อย อีกทั้งยังขึ้นกับนโยบายของสื่อด้วยว่า มีแนวนโยบายในการนำเสนอข่าวประเภทนี้หรือไม่

คุณพงษ์อมร ศรีรักษา Account Manager Division 4 บริษัทเอไอเอ็ม มีเดีย จำกัด ได้กล่าวถึงแนวนโยบายการลงข่าวประชาสัมพันธ์ว่า “ปกติถ้าเป็นข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมมีโครงการขึ้นมา และนำเงินที่ได้ไปช่วยเหลือ เราจะพูดประชาสัมพันธ์ออกอากาศให้หลังจบข่าว...มันต้องขึ้นกับสถานการณ์ว่าเป็นอย่างไร สปอตเยอะ หรือเกมส์เยอะแล้ว ถ้าเราไปพูดในตอนนั้น แทนที่มูลนิธิจะได้ประโยชน์ คนฟังก็อาจจะรำคาญ เราต้องเลือกให้อยู่ในสัดส่วนที่พอเหมาะ ในส่วนของมูลนิธิก็รู้ว่านี่คือข่าวฝาก ...เราชอบอันที่ทันสมัยมากกว่า อันไหนที่รู้มาก่อนใคร มันหมายความว่าคนที่ฟังเราได้ฟังก่อนคนอื่น” (พงษ์อมร ศรีรักษา, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2542)

อาจกล่าวได้ว่า ในสื่อวิทยุ นั้น การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมักจะอยู่ในช่วงที่สื่อวิทยุเหลือเวลาโดยการนำเสนอดังกล่าวจะต้องไม่เบียดเบียนเวลาการออกสปอตโฆษณาหรือการดำเนินรายการ ขณะเดียวกันข่าวดังกล่าวจะต้องมีความทันสมัยด้วย

- **สื่อโทรทัศน์** ในทางตรงกันข้ามกับสื่อโทรทัศน์ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ลักษณะนี้จะไม่ปรากฏอยู่ในรายการข่าว เนื่องจากรายการข่าวนั้นมักจะต้องการเสนอข่าวที่ประเด็นการนำเสนอให้ผู้รับสารได้รับข่าวสารในทุกแง่มุม ในขณะที่ข่าวประชาสัมพันธ์ดังกล่าวกลับมีประเด็นการนำเสนอเพียงมิติเดียว คือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไรเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า รูปแบบของข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์มักจะปรากฏแทรกอยู่ในรายการบันเทิงต่าง ๆ โดยมีสาเหตุในการนำเสนออยู่ 2 ประการ ประการแรก รูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากความต้องการของรายการโทรทัศน์ที่ต้องการจะมีช่วงเวลาช่วงหนึ่ง ในการเป็นสื่อกลางประชาสัมพันธ์ข่าวให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ ดังเช่น รายการชิงร้อยชิงล้านของบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด โดยจะเป็นลักษณะการสนทนาระหว่างพิธีกรในช่วงเริ่มต้นรายการ กล่าวถึงกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์ พร้อมกับเชิญชวนให้บริจาคตามที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ที่ให้ไว้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“...บอกกล่าวกันนิดนึงนะคะว่า 30 มีนาคม - 7 เมษายนนี้ ช่วงเวลาที่เราจะร่วมทำบุญร่วมกัน นั่นก็คือ ทางสภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย มีการออกร้านงานกาชาด ไปร่วมสนุกได้นะคะ ชิงโชค สอยกัลปพฤกษ์ ไปดูคารา สนุกสนานแล้วยังได้ทำบุญอีก รายได้ทั้งหมดคนนะจะนำขึ้นทูลเกล้าถวายโดยเสด็จพระราชกุศลในกิจกรรมของสภากาชาดไทย พวกเราไปเที่ยวก็ได้ทำบุญด้วย ที่สวนอัมพร ” (รายการชิงร้อยชิงล้าน, 24 มีนาคม 2542)

ประการที่สอง คือ สื่อโทรทัศน์ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์ ดังนั้น สื่อโทรทัศน์จึงได้จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่กิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์ผ่านทางรายการต่าง ๆ ของทางสถานี ดังเช่น สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้เข้าร่วมงานกาชาดประจำปี 2542 ดังนั้นทางสถานีฯ จึงได้ทำข่าวประชาสัมพันธ์โดยนำศิลปินดารามากกล่าวเชิญชวนและประชาสัมพันธ์งานกาชาด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“...สวัสดิ์ครับคุณผู้ชม อยากจะขอเรียนเชิญชวนคุณผู้ชมที่กำลังชมอยู่นะครับ ไปเที่ยวงานกาชาด ไปกันเถอะครับ ปี 2542 นี้ะครับ งานสนุกมากเลย ในวันที่ 30 มีนาคม – 7 เมษายนที่สวนอัมพรครับ มีอะไรบ้างหรือครับ ...ก็มีขายของมากมายเหลือเกิน และศิลปินดารานักร้องเพียบเลย นอกจากนี้ยังมีกรจับรางวัลกันอีก พลัดไม่ได้ 30 มีนาคม – 7 เมษายนที่สวนอัมพร...” (วิลลี่ แมคอินทอช.รายการสี่สັນบันเทิง 31 มีนาคม 2542)

รูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์มีรูปแบบที่โน้มน้าวใจมากขึ้น เนื่องจากการผสมผสานระหว่างข่าวกับบุคคลที่มีชื่อเสียง ลักษณะดังกล่าวยังทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจมากขึ้น

กล่าวโดยสรุปแล้ว รูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ หากเป็นช่วงเวลาปกติมักจะไม่ค่อยได้รับความสนใจเท่าที่ควร เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและความน่าสนใจของข่าว เว้นแต่ในกรณีที่สื่อวิทยุและโทรทัศน์ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่กิจการสาธารณประโยชน์จัดขึ้น ลักษณะดังกล่าวก็คือ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ได้ใช้ช่องทางสื่อของตนเองในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่จัดขึ้นในรูปแบบที่น่าสนใจและโน้มน้าวใจผู้ชมผู้ฟังผ่านทางผู้ดำเนินรายการ หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง

2. สกิปข่าว

รูปแบบของสกิปข่าว มีวิธีการนำเสนอคล้ายข่าว และบทความ คือ กล่าวถึงสภาพปัญหาสังคมที่เกิดขึ้น แล้วนำมาเชื่อมโยงกับกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์ที่เกิดขึ้นให้ผู้ชมได้รับรู้ตามความเป็นจริงมากที่สุด แต่ในขณะเดียวกัน มีการใช้สำนวนภาษาและการเลือกเน้นประเด็นต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจความรู้สึกของผู้ชมทางอ้อมให้มีความรู้สึกร่วมไปกับเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น การเลือกภาพ การใช้ภาษา เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่ารูปแบบสฎีปขาว มักปรากฏอยู่ในสื่อโทรทัศน์ด้วยรูปแบบของสื่อโทรทัศน์ที่มีคุณลักษณะที่เด่นและได้เปรียบสื่อวิทยุ ตรงที่สามารถนำเสนอทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงมาเผยแพร่ ประกอบกับแนวโน้มนโยบายของสื่อโทรทัศน์ที่คำนึงถึงความน่าสนใจที่จะดึงดูดผู้ชมโดยการแสวงหาแง่มุม ประเด็นการนำเสนอให้กับประชาชนผู้รับสารได้รับข่าวสารทุกแง่มุมอย่างเต็มที่

ดังนั้น แนวทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกิจการสาธารณประโยชน์จึงต้องพยายามหยิบยกประเด็นในการนำเสนอที่น่าสนใจ สอดคล้องกับนโยบายและความต้องการของสื่อ ดังที่คุณอรรถการ พิมพ่วงศ์ บรรณาธิการฝ่ายข่าวสังคม สถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 3 กล่าวไว้ว่า “...เวลาข่าวของเรามีน้อย การลำดับความสำคัญส่วนมากข่าวประชาสัมพันธ์เราจะไม่ทำ ของช่อง 3 จะเน้นเรื่องเป็นสฎีปมากกว่า กับข่าวที่เจาะลึก เพราะมันใช้เวลาได้เป็นประโยชน์ เช่น เปิดสถานสงเคราะห์เด็กพิการ เราจะไม่ทำข่าวว่าวันนี้วันที่เท่าไร ใครเป็นประธานเปิด แต่เราจะตามไปเจาะว่าทุกวันนี้มีเด็กถูกทอดทิ้งเท่าไร และสถานสงเคราะห์นี้เป็นแหล่งที่รองรับได้และเรามีหน้าที่ทำอะไร เปอร์เซนต์ของการถูกทอดทิ้งมีประมาณเท่าไร สาเหตุคืออะไร การคัดเลือกข่าวของมูลนิธิเราจะดูความสำคัญและความน่าสนใจในตัวกิจกรรมนั้น ๆ “ (อรรถการ พิมพ่วงศ์ , สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2542)

ดังตัวอย่างกิจกรรมบ้านอุ้มรักของมูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก ทางมูลนิธิได้หยิบยกกิจกรรมดังกล่าวขึ้นมาเป็นประเด็น ท่ามกลางข่าวการล่งละเมิดสิทธิทางเพศที่ปรากฏอยู่ในสื่อมวลชนต่าง ๆ ในที่นี้จะได้เปรียบเทียบข่าวประชาสัมพันธ์เมื่อได้รับการเสนอในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์



ร่วมสร้างฝันบ้านอุ้มรัก
 คุณเป็นคนหนึ่งที่จะทำให้เด็กหลายๆ คนที่กำลังอยู่ในกระบวนการบำบัดฟื้นฟู ที่บ้านอุ้มรักทั้ง 3 หลัง ของมูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก สามารถฝันได้ด้วยควมหวังจากที่นอน ชุดเครื่องนอน และผ้าห่ม หรือบริจาคเงินสนับสนุนเพื่อซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับเด็ก ได้ที่มูลนิธิ 185/18 ซ.วัดติศาต.จ.จรัญฯ 2 ถนนพหลโยธิน แขวงท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10800 หรือ โทร. 412-1196

ข่าวตัดที่ 1 ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมบ้านอุ้มรัก มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก

จากตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่รับการเผยแพร่ในสื่อหนังสือพิมพ์ ในข่าวประชาสัมพันธ์เดียวกัน เมื่อปรากฏในสื่อโทรทัศน์ ในรายการเมืองไทยวันนี้ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ถูกนำเสนอในลักษณะสื่ूपข่าว โดยมีรายละเอียดการนำเสนอดังต่อไปนี้

“...ที่เหมือนกันคือ จิตใจที่บอบช้ำ เพราะส่วนใหญ่ถูกละเมิดสิทธิทางเพศ จากคนใกล้ชิดของพวกเขา ทั้งนี้จึงมีความหมายกับพวกเขามากกว่าคำว่าบ้าน เพราะที่นี่มีความปลอดภัยและความอบอุ่นมากคอยปลอบประโลมให้พวกเขา หลุดพ้นจากฝันร้ายมาเป็นฝันดีที่งาม แต่สภาพสังคมที่เลวร้ายและเด็กก็ยังคง เป็นเหยื่อของผู้ใหญ่ บ้านอุ่นรักหลังนี้จึงรับเด็กที่เป็นสมาชิกหน้าใหม่อยู่เป็นประจำ บ้านอุ่นรักทำท่าจะแคบลงไปเสียแล้ว ทั้งข่าวของเครื่องใช้ก็ดูจะขาดแคลน โดยเฉพาะที่นอนและผ้าห่ม”

(สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่มูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก)

“เด็กก็จะไม่มีที่นอนเพียงพอตามจำนวนที่เราวางไว้ ก็จะอาศัยนอนชั้นข้างบน ที่ห้องนอน และที่เป็นห้องโถงที่จัดกิจกรรม ส่วนที่สอง คือส่วนในเรื่องของอาหารตามปริมาณที่เราจัดไว้คือ 15 คน ไซ้ใหม่คะ ก็ต้องเพิ่มจำนวนมากเข้าไปอีกในปริมาณที่ต่างจากจำนวนที่กำหนดเอาไว้”

“...การที่จะหยิบยื่นสิ่งเหล่านี้ให้กับเด็ก ๆ ก็ไม่ใช่เรื่องยากสำหรับพวกเราที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาบาดแผลในหัวใจของพวกเขาให้คืนมาดังเดิม และเพื่อให้ฝันในคืนต่อไปของพวกเขา มีแต่ฝันดี...” (รายการเมืองไทยวันนี้ .

26 มกราคม 2542)

นอกจากนี้ ในการศึกษายังพบว่า รูปแบบสื่ूपข่าวจะปรากฏอยู่ในรายการข่าวพระราชสำนักที่นำเสนอข่าวพระราชกรณียกิจของพระบรมวงศานุวงศ์ ดังนั้นข่าวของกิจการสาธารณประโยชน์ที่จะได้รับการเผยแพร่ในลักษณะนี้ โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นกิจการสาธารณประโยชน์ที่อยู่ในพระอุปถัมภ์ของพระบรมวงศานุวงศ์ เช่น สภากาชาดไทย สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเป็นองค์อุปถัมภ์ผู้อำนวยการสภากาชาดไทย มูลนิธิโรคไตแห่งประเทศไทย องค์ประธานมูลนิธิคือ สมเด็จพระพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ เป็นต้น ดังตัวอย่างข่าวพระราชสำนักที่แสดงถึงพระราชกรณียกิจของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

“...รวมถึงราษฎรในถิ่นทุรกันดาร โดยเฉพาะแนวชายแดน ตามโครงการฝึกอาชีพของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เพื่อเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพชีวิต รวมทั้งยกระดับคุณภาพให้สูงขึ้น ทั้งนี้สำนักงานโครงการส่วนพระองค์ได้ส่งเสริมอย่างครบวงจร ตั้งแต่การเพิ่มทักษะ สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ บวกกับแนวคิดสร้างสรรค์เฉพาะตัวที่ทำให้เกิดการผลิตผลงานที่มีความปราณีต นอกจากนี้ ยังเน้นให้เกิดการรวมกลุ่มผู้ผลิตในรูปแบบสหกรณ์ เพื่อจำหน่ายผลงานในหมู่บ้าน สร้างรายได้เลี้ยงครอบครัว รวมถึงจำหน่ายยังตลาดภายนอกด้วย ซึ่งได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานร้านอุปโภคภัณฑ์เป็นครั้งแรก ในงานกาชาดประจำปี 2541 และในปีนี้ก็เช่นกัน โดยจะเน้นผลิตภัณฑ์อันหลากหลายประเภทจากทั่วทุกภาค ทั้งเครื่องประดับตกแต่งบ้าน เครื่องจักสาน เครื่องเงิน ฝ้ายทอมือ โดยเฉพาะอาหารหวานมาจำหน่ายในงานกาชาด ณ สวนอัมพร ตั้งแต่วันที่ 30 มีนาคม - 7 เมษายนนี้...” (ข่าวพระราชสำนัก, 27 มีนาคม 2542)

ความแตกต่างระหว่างการนำเสนอของสื่อโทรทัศน์กับสื่อหนังสือพิมพ์ จะพบว่าสื่อโทรทัศน์มีการใช้สำนวนภาษาและมุมมองของภาพ การเลือกภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจผู้ชมให้รู้สึกร่วมไปกับเนื้อหาที่นำเสนอ สอดคล้องกับสิ่งที่ Per Stenbeck (1996:16) กล่าวว่า น้อยครั้งมากที่บุคคลจะบริจาคเพราะเหตุผล ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการให้เพราะอารมณ์

ด้วยรูปแบบการนำเสนอที่โน้มน้าวใจความรู้สึกของผู้ชม ส่งผลให้ผลจากการนำเสนอในลักษณะดังกล่าวได้รับการตอบรับจากผู้ชมเป็นอย่างดี จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกิจการสาธารณประโยชน์หลาย ๆ แห่งต่างกล่าวว่า หากได้นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ไปในลักษณะดังกล่าวแล้วผลตอบรับกลับมายังองค์กรจะมีเป็นจำนวนมาก

3. การสัมภาษณ์

เป็นรูปแบบการเผยแพร่วิธีหนึ่ง โดยที่บุคลากรของกิจการสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ ออกรายการใดรายการหนึ่งทางวิทยุ หรือโทรทัศน์ เพื่อให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็น หรือให้ข่าวสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องโดยตรงหรือทางอ้อมเกี่ยวกับกิจการสาธารณประโยชน์ ถือเป็นโอกาสอันดีของกิจการสาธารณประโยชน์ที่มีโอกาสในการเผยแพร่เรื่องราวของ

กิจการสาธารณประโยชน์ และเป็นการแสดงถึงจุดยืน แนวนโยบาย การเสนอทัศนคติต่อประเด็นปัญหา หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม

รูปแบบวิธีการนำเสนอนี้มักจะเกิดขึ้นเมื่อมีประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของคนในสังคมขณะนั้น เช่น ปัญหาสุขภาพจิต ปัญหาเด็กถูกทารุณกรรม เป็นต้น การที่สื่อวิทยุและโทรทัศน์จะไปตามไปเจาะประเด็นปัญหาเหล่านี้ได้จึงต้องอาศัยบุคคล หรือหน่วยงานที่มีความรู้และดำเนินงานในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่เกิดขึ้น ดังตัวอย่างข่าวความเคลื่อนไหวของคุณโซไรดา ซาลวาตา กรรมการและเลขานุการของมูลนิธิเพื่อนช้างที่ปรากฏในจุดสารของมูลนิธิเพื่อนช้าง ปีที่ 3 ฉบับประจำวันที 8 - 11 มกราคม - ธันวาคม 2539

22 ตุลาคม 2539	เลขานุการให้สัมภาษณ์รายการวิทยุ Fast Radio FM. 94.0 MHz. เรื่องการดำเนินการมูลนิธิเพื่อนช้าง ตอนที่ 1 เวลา 20.00 - 20.30 น.
23 ตุลาคม 2539	เลขานุการให้สัมภาษณ์รายการวิทยุ Fast Radio FM. 94.0 MHz. กรณีช้างเดินในกรุงเทพมหานคร ตอนที่ 2 เวลา 20.00-20.30 น.
25 ตุลาคม 2539	ทีมข่าวภูมิภาคไอทีวีสัมภาษณ์เลขานุการ กรณีประเพณีการแข่งขันช้างว่ายน้ำของจังหวัดบุรีรัมย์ เลขานุการได้ตั้งข้อสังเกตอันควรค่าแก่การใช้กลยุทธ์ชิงไหวชิงพริบ
31 ตุลาคม 2539	รายการโลกสวยด้วยมือเรา บันทึกเทปสัมภาษณ์เลขานุการ กรณีช้างน้อยเป็ปซี่เสียชีวิต
5 พฤศจิกายน 2539	ไอทีวีเสนอข่าวการแข่งขันช้างว่ายน้ำว่า “นักอนุรักษ์” ประสบความสำเร็จ ในการเสนอแนวทางการแข่งขันช้างว่ายน้ำ ผู้จัดคงใช้ข้อลับเมื่อช้างว่ายน้ำ โดยเสนอบทสัมภาษณ์นางสาวโซไรดา ซาลวาตา ช้างอีกครั้งหนึ่ง

นอกจากนี้ในบางครั้งกิจการสาธารณประโยชน์อาจจะเป็นผู้กำหนดประเด็นหัวข้อในการสัมภาษณ์แล้วติดต่อบริษัทสื่อมวลชนในการนำเสนอประเด็นดังกล่าว โดยประเด็นสัมภาษณ์ที่จะนำเสนอจะต้องเป็นประเด็นที่แปลกใหม่และเป็นมุมมองที่สะท้อนปัญหาสังคมในขณะนั้น ดังเช่นมูลนิธิดวงประทีป ครอบรอบ 20 ปี จึงจัดการเผยแพร่ทางวิชาการขึ้น คุณกนกพร โชติวิสิทธิ์ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มูลนิธิดวงประทีป ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ในการดำเนินงานดังกล่าวว่า “...รายการตรงประเด็นที่จะออกอากาศในวันจันทร์ที่ 7 กันยายนนี้ เป็นลักษณะที่เราตั้งหัวข้อขึ้นมาเอง เนื่องในวาระครบรอบ 20 ปี ของมูลนิธิดวงประทีป เราต้องการเผยแพร่

แพร่กิจกรรมทางวิชาการที่เราทำมากกว่า 30 ปี ในหัวข้อ “ครอบครัวทดแทน” มันเป็นคำที่เกิดขึ้นใหม่ เป็นคำที่คนสงสัยว่าคืออะไร เราหยิบเอาตรงนี้เป็นประเด็นนำเสนอ บวกกับเป็นกรณีที่ครบรอบ 20 ปีของการก่อตั้งมูลนิธิดวงประทีป จึงเป็นจุดสนใจมากขึ้น...” (กนกพร โชติวิสิทธิ์. สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2541)

กล่าวโดยสรุปแล้ว รูปแบบการสัมภาษณ์นั้นมีทั้งในส่วนที่สื่อวิทยุและโทรทัศน์ติดต่อเข้ามาและในส่วนที่กิจการสาธารณประโยชน์เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ตั้งประเด็นหัวข้อการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ทั้ง 2 รูปแบบจะต้องอิงอยู่กับสภาพสังคมในขณะนั้นด้วย จึงจะได้รับความสนใจจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

รูปแบบการสัมภาษณ์ดังกล่าวนอกจากจะเป็นการนำเสนอเรื่องราวที่ดีของกิจการสาธารณประโยชน์อย่างน่าเชื่อถือแล้ว ยังสามารถสร้างภาพพจน์ให้ผู้ชมเห็นว่าเรื่องราวที่กิจการสาธารณประโยชน์ดำเนินการอยู่นั้นมีความสำคัญ

โดยสรุปแล้ว การเผยแพร่ข่าวสาร และความเคลื่อนไหวของกิจการสาธารณประโยชน์ที่ได้กล่าวมาแล้ว นอกจากเป็นการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของกิจการสาธารณประโยชน์สู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ นโยบายการดำเนินงานแล้ว ผลจากการนำเสนอดังกล่าวยังทำให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส ศรัทธาในผลงานของกิจการสาธารณประโยชน์ จนหันมาให้การสนับสนุนการดำเนินงานของกิจการสาธารณประโยชน์

2. การให้เวลาออกอากาศแก่กิจการสาธารณประโยชน์

เป็นรูปแบบที่สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ให้เวลาในการออกอากาศแก่กิจการสาธารณประโยชน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ โดยรูปแบบที่สื่อวิทยุและโทรทัศน์ให้เวลาออกอากาศแก่กิจการสาธารณประโยชน์ คือ “การให้เวลาออกอากาศเพื่อเผยแพร่สปอตโฆษณาประชาสัมพันธ์”

2.1 การให้เวลาออกอากาศเพื่อเผยแพร่สปอตโฆษณาประชาสัมพันธ์

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ทางกิจการสาธารณประโยชน์จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของสปอตโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ประเด็นปัญหาที่ทางกิจการสาธารณประโยชน์

กำลังดำเนินการอยู่ ขณะเดียวกันก็มีการสอดแทรกในเรื่องการให้การสนับสนุนด้วย โดยขอความอนุเคราะห์จากสถานีวิทยุและโทรทัศน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้

คุณสุรพล ดวงแข เจ้าหน้าที่มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึง วิธีการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ว่า “เราจะส่งก็อปี้ให้ สูดแล้วแต่เขาจะออกให้หรือไม่ ถ้าเขามีรายการสิ่งแวดล้อมเขาก็จะออกให้ ส่วนใหญ่ก็ให้ความร่วมมือดี เพียงแต่ว่าเวลาที่เขายายสปอตโฆษณาได้ เขาจะไม่ออกให้เรา แต่จะไปออกให้ในช่วงตอนเช้า หรือว่าดึก ๆ” (สุรพล ดวงแข ,สัมภาษณ์ , 11 มกราคม 2542)

เช่นเดียวกันคุณวันชัย บุญประชา หัวหน้าฝ่ายรณรงค์และเผยแพร่ มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สัตว์เด็ก ได้กล่าวเสริมถึงผลการขอความอนุเคราะห์ในการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ว่า “ก็จะได้บ้างไม่ได้บ้าง วิทยุนี้ครั้ง ๆ นะ โทรทัศน์ก็ออกให้ แต่เป็นเวลาที่ไม่มีคนดู วิทยุบางที่เราจะงงไปในรายการที่มีคนฟังเยอะ แต่ขอความอนุเคราะห์ไปแล้วก็ไม่ค่อยเปิดให้ อย่างจส. 100 ก็ไม่เคยเปิดให้ เวลาเขาคงค่อนข้างแพง ถ้าเป็นรายการเพลงอาจเปิดให้ แต่กลุ่มเป้าหมายก็ไม่ตรงนัก” (วันชัย บุญประชา,สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2541)

จะเห็นได้ว่า การขอความอนุเคราะห์ในการเผยแพร่สปอตโฆษณาประชาสัมพันธ์ของกิจการสาธารณประโยชน์ ทางกิจการสาธารณประโยชน์ไม่สามารถกำหนดช่วงเวลาในการออกอากาศได้เหมือนอย่างการโฆษณาโดยทั่วไป ดังนั้นช่วงเวลาที่ออกอากาศจึงเป็นช่วงเวลาที่ไม่ค่อยมีผู้ชมหรือไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

ด้วยเหตุผลที่การดำเนินงานของสื่อวิทยุและโทรทัศน์เน้นหนักไปทางด้านธุรกิจ การขายเวลาโฆษณารายการซึ่งเป็นรายได้หลักของสถานี ดังนั้น การให้ความสำคัญกับสปอตประชาสัมพันธ์ของกิจการสาธารณประโยชน์ที่ไม่ต้องเสียค่าช่วงเวลา จึงมักปรากฏอยู่ในช่วงที่ไม่มีสปอตโฆษณาเชิงพาณิชย์ เช่น ช่วงเวลาหลัง 4 ทุ่ม เป็นต้น เมื่อการเผยแพร่สปอตโฆษณาของกิจการสาธารณประโยชน์ไม่ได้อยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ผลจากการดำเนินงานในลักษณะดังกล่าวจึงไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

3. การเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมรณรงค์หาทุนของกิจการสาธารณประโยชน์

เป็นรูปแบบที่สื่อวิทยุและโทรทัศน์ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมรณรงค์หาทุนของกิจการสาธารณประโยชน์ ทั้งการเข้าไปช่วยจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์ รวมถึงความร่วมมือระหว่างองค์กรสื่อวิทยุและโทรทัศน์กับกิจการสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนของกิจการสาธารณประโยชน์ นั่นก็คือ “การจัดรายการรณรงค์หาทุนผ่านสื่อโทรทัศน์”

3.1 การจัดรายการรณรงค์หาทุนผ่านสื่อโทรทัศน์

คือ การที่สถานีโทรทัศน์ให้ช่วงเวลาในการออกอากาศแก่กิจการสาธารณประโยชน์เพื่อดำเนินรายการรณรงค์หาทุน ภายในรายการดังกล่าวจะมีการจัดรายการสมทบทุนบริจาคเงินสลับรายการบันเทิงจากผู้มีชื่อเสียงในสังคม โดยเปิดรับบริจาคทั้งที่ห้องส่งสถานีและทางโทรทัศน์

รูปแบบรายการลักษณะนี้โดยส่วนใหญ่แล้วผู้จัดหรือกิจการสาธารณประโยชน์จะเป็นผู้จัดเตรียมรูปแบบการดำเนินรายการมาล่วงหน้า รูปแบบรายการจึงมีทั้งส่วนที่เป็นรายการบันเทิงเทปกับรายการสด ส่วนที่เป็นรายการสดคือ ส่วนที่พิธีกรกล่าวเชื่อมโยงรายการ แนะนำรายการ ประกาศยอดเงินบริจาค พูกรณรงค์ให้คนบริจาคเยอะ ๆ และส่วนที่เป็นบันเทิงเทปคือ วิดีโอแสดงความเป็นไปของมูลนิธิหรือเทปที่จัดร้องเพลงไว้ก่อน

ในส่วนของการรณรงค์หาทุนแต่ละครั้งนั้น เป็นภาระหน้าที่โดยตรงของทางผู้จัดหรือกิจการสาธารณประโยชน์จะมีการตั้งเป้ารายได้ โดยจะมีการรณรงค์หาทุนในกลุ่มพ่อค้า นักธุรกิจ ผู้มีชื่อเสียงต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้าก่อน จากนั้น จึงนำรายชื่อเหล่านั้นมาประกาศในระหว่างดำเนินรายการ ขณะเดียวกันก็มีการรณรงค์หาทุนผ่านทางโทรทัศน์ด้วยเช่นกัน

นพ.สุพัฒน์ วาณิชยการ เลขธิการมูลนิธิโรคไตแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงการจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนผ่านสื่อโทรทัศน์ว่า “...รายการโทรทัศน์นั้นสามารถหาเงินได้เป็นกอบเป็นกำภายในคืนเดียว แต่ก่อนที่เราจะได้ เราจะเชิญชวนไปให้ให้คนบริจาคก่อน...” (นพ.สุพัฒน์ วาณิชยการ , สัมภาษณ์. 26 มีนาคม 2542)

ทางด้านคุณทวิณันท์ คงคราญ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้กล่าวถึงวิธีการจัดหาทุนของกิจการสาธารณประโยชน์ว่า “ที่ผ่านมาเราจะตั้งเป้าปีนี้ ต้องได้ 1-2 ล้านบาท ซึ่งมีการรณรงค์หาทุนในกลุ่มที่รู้จักกันก่อนแล้ว หารองไว้ก่อน 1 ล้านบาท และรณรงค์ออกทีวี หาเพิ่มอีก 1 ล้านบาท เป็นต้น บางครั้งมีว่าใครที่ได้ร้องเพลงจะต้องมีการบริจาคอย่างน้อย 2 แสน บางรายการมีการกำหนด บางรายการก็ไม่ใช้ เช่น มหาเศรษฐี ก จะร้องเพลง จะขอจากมหาเศรษฐี ก 5 แสนบาท หรือบางคนเป็นคนที่มียศพล เช่น นายพล A ร้องเพลง ท่านอาจจะไม่ต้องบริจาคอะไร แต่จะมีคนบริจาคให้ท่าน เพื่อให้ท่านร้องเพลง...” (ทวิณันท์ คงคราญ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2541)

ด้านสถานีโทรทัศน์จะมีหน้าที่เพียงดำเนินการไปตามรูปแบบที่กิจการสาธารณประโยชน์วางไว้ นั่นคือ ทางสถานีโทรทัศน์จะให้ความช่วยเหลือด้านการให้เวลาออกอากาศและการดำเนินการทางด้านเทคนิค

ด้านการให้เวลาออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์จะมีเกณฑ์และนโยบายแตกต่างกันไปอย่างสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท. และสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ ITV สถานีต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ให้สัมปทานแก่เอกชนดำเนินการ สถานีเหล่านี้จึงมุ่งเน้นในเชิงธุรกิจ ช่วงเวลาออกอากาศคือรายได้ของสถานี ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงไม่ปรากฏรายการลักษณะนี้ในสถานีโทรทัศน์เหล่านี้

ขณะที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจของรัฐบาล และสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐควบคุมดำเนินการอยู่ การดำเนินการในลักษณะดังกล่าว จึงอยู่ภายใต้การดูแลจากหน่วยงานรัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแล

ด้านสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ของส่วนราชการ โดยขึ้นตรงต่อกรมการสื่อสารทหารบก การบริหารและการดำเนินงานจึงเป็นระบบราชการทหาร โดยสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มักจะมีการให้เวลาออกอากาศแก่กิจการสาธารณประโยชน์ ที่มีขนาดใหญ่ เช่น มูลนิธิสายใจไทย ซึ่งเป็นกิจการสาธารณประโยชน์ที่ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ให้เวลาออกอากาศเพื่อรณรงค์หาทุนเป็นประจำในวันที่ 1 เมษายนของทุกปี เป็นต้น

คุณทวิณันท์ คงคราญ ได้กล่าวถึงแนวนโยบายและหลักเกณฑ์ในการให้เวลาออกอากาศแก่กิจการสาธารณประโยชน์ไว้ว่า “ในส่วนของช่อง 5 เท่าที่สังเกตนโยบายของผู้บริหาร เราจะเห็นว่าโครงการนั้น ๆ มีประโยชน์ต่อส่วนรวมมากน้อยเพียงไร 2. หน่วยงานที่จัดเป็นหน่วยงานที่มี

ความสำคัญและเป็นหน่วยงานที่คนให้การยอมรับมากน้อยแค่ไหน คือคู่มือโครงการและหน่วยงาน...ช่อง 5 เราจะมี การสนับสนุนการกุศลทั้งให้เวลาไปฟรี ๆ หรือคิดค่าเช่าครั้งหนึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ แต่ส่วนใหญ่เราจะให้ไปฟรี ๆ ปีที่ผ่านมาเราบริจาค ถ้าคิดเป็นเงินที่เราให้ฟรีกับกิจกรรมการกุศลนั้น ประมาณ 100 ล้านบาทเป็นค่าเวลาที่เราน่าจะได้จากผู้จัด เช่น จัดซัก 2 ชั่วโมงเราน่าจะได้ 5 แสนบาท ตรงนี้เราถือเป็นการกุศลไป” (ทวิรัตน์ คงคราญ , สัมภาษณ์ , 8 เมษายน 2541)

จากแนวนโยบายที่คุณทวิรัตน์ได้กล่าวไว้ ในทางปฏิบัติเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า กิจกรรมสาธารณประโยชน์ที่ได้เวลาออกอากาศเพื่อรณรงค์หาทุนจากสถานีกองทัพบกช่อง 5 มีเพียงไม่กี่แห่ง เช่น มูลนิธิโรคไตแห่งประเทศไทยในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ โดยกิจกรรมสาธารณประโยชน์นี้มีผู้บริหารระดับสูงของทางสถานีเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ เช่น พลเอกเป้ง มาลากุล ณ อยุธยา เป็นรองประธานอนุกรรมการ พลตรีเลิศรัตน์ รัตนวานิช พลโทจตุฤทธิ์ พรหมสาขา ณ สกลนคร บุคคลเหล่านี้ล้วนดำรงตำแหน่งเป็นคณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ของมูลนิธิโรคไตแห่งประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์นายแพทย์สุพัฒน์ วาณิชยการ เลขาธิการมูลนิธิโรคไตแห่งประเทศไทย ซึ่งได้กล่าวถึงคณะกรรมการที่มาจากฝ่ายสื่อโทรทัศน์ว่า “...สื่อมวลชนมีบทบาทมากทีเดียว จนกระทั่งการทำงานของมูลนิธิโรคไต ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ที่มาจากฝ่ายสื่อ เพราะว่าการกิจกรรมที่เราทำก็ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์...แน่นอนว่าการที่มีสื่อมวลชนมาเป็นคณะกรรมการย่อมมีส่วนช่วยในการเผยแพร่มาก ...” (นายแพทย์สุพัฒน์ วาณิชยการ, สัมภาษณ์ , 26 มีนาคม 2542)

ด้านเทคนิคการออกอากาศ การจัดรายการรณรงค์หาทุนผ่านโทรทัศน์ ทางสถานีโทรทัศน์ผู้ให้เวลาออกอากาศจะเป็นผู้ดำเนินการทางด้านเทคนิคให้แก่กิจกรรมสาธารณประโยชน์ ทั้งนี้ทางสถานีโทรทัศน์จะดำเนินการตามรูปแบบรายการที่ทางกิจกรรมสาธารณประโยชน์วางไว้

พันเอกอำนาจ ทองสุขโชค หัวหน้าฝ่ายจัดรายการ สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้กล่าวถึงวิธีการนำเสนอกิจกรรมการรณรงค์หาทุนของกิจกรรมสาธารณประโยชน์ว่า “ส่วนใหญ่จะเป็นผู้จัดที่ส่งสคริปต์มาให้เรา แล้วเราก็จัดไปตามที่เขาวาง รายการการกุศลเป็นรายการสด ส่วนใหญ่ผู้จัดมักเขียนเตรียมสคริปต์มาเอง ทางเราจัดช่างกล้อง ผู้กำกับเวที ผู้กำกับรายการที่พร้อมจะออกอากาศ ตรงนี้จะอยู่ในความรับผิดชอบของแผนกปฏิบัติการออกอากาศ เช่น มูลนิธิโรคไต

แห่งประเทศไทย ฝ่ายรายการจะรับผิดชอบเรื่องจาก แต่ว่าค่าใช้จ่ายมูลนิธิต้องสนับสนุนเรื่องจาก...” (พันเอกอำนวยการ ทงสุข โสภ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2541)

นอกจากนี้ ในบางครั้งสื่อโทรทัศน์ยังใช้ช่วงเวลาการจัดงานประจำปีของกิจการสาธารณประโยชน์เป็นช่องทางในการทำกิจกรรมรูปแบบดังกล่าว เช่น สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท. ครบรอบวันเกิดของสถานีในวันที่ 27 มีนาคม จึงได้หยิบยกกรณีดังกล่าวเป็นเหตุการณ์พิเศษผนวกกับช่วงเวลาดังกล่าวใกล้กับงานวันกาชาด ทางสถานีฯ จึงได้เข้าร่วมกิจกรรมในงานวันกาชาดที่จัดจัดขึ้น ณ สวนอัมพร ในวันที่ 30 มี.ค.-7 เม.ย. 2542 โดยจัดกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ ทั้งการออกร้านขายของ การประมูลของรักส่วนตัวของคนบันเทิง เพื่อนำรายได้สมทบทุนกองทุนสภาภาษาไทย จะเห็นได้ว่าสถานีได้ใช้ช่องทางการจัดกิจกรรมดังกล่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์สถานีและศิลปินดารานักแสดงของสถานี ในการเข้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมการกุศล โดยช่องทางการประชาสัมพันธ์นอกจากประชาสัมพันธ์ผ่านตัวกิจกรรมงานกาชาดแล้ว ทางสถานียังสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านรายการต่าง ๆ ของสถานีได้ เช่น รายการสี่ส้นบันเทิง สื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปแล้ว รูปแบบการจัดรายการรณรงค์หาทุนผ่านโทรทัศน์ นอกจากเป็นการช่วยเหลือกิจการสาธารณประโยชน์แล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ให้ประชาชนได้รับทราบว่ามูลนิธิทำประโยชน์ให้กับสังคมอย่างไรอีกด้านหนึ่งยังเป็นการประชาสัมพันธ์สร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับทางสถานีโทรทัศน์ ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนผ่านสื่อโทรทัศน์ยังต้องอาศัยความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลที่มาจากสื่อโทรทัศน์ เพื่อใช้เป็นช่องทางในการขอความอนุเคราะห์เวลาออกอากาศดังกล่าว

4. การจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์

เป็นรูปแบบที่องค์กรสื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นผู้ริเริ่มจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนให้กับกิจการสาธารณประโยชน์และดำเนินการรณรงค์ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ทั้งผ่านตัวรายการของตนเองและอาศัยสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

- 4.1 การจัดประมูลของ
- 4.2 การจัดคอนเสิร์ตการกุศล
- 4.3 การจัดโครงการรณรงค์หาทุน

4.1 การจัดประมูลของ

คือ การจัดกิจกรรมประมูลสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วนำเงินที่ได้มอบให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ สิ่งที่น่าสนใจสำหรับกิจกรรมดังกล่าวคือ สิ่งของที่นำเอามาประมูล โดยทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ที่ดำเนินการจัดกิจกรรมหาทุนรูปแบบนี้จะเรียกเชิญบุคคลที่มีชื่อเสียง ศิลปิน นักร้อง นักแสดง โดยขอความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรม โดยการบริจาคสิ่งของส่วนตัว อาทิ กระเป๋า เสื้อผ้า เครื่องประดับ ของที่ระลึก ฯลฯ เพื่อเข้าร่วมประมูลหารายได้ให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ

คุณชาญณรงค์ จันทร์ท้าว กรรมการผู้จัดการ บริษัททริปเปิดหู จำกัด ผู้ผลิตรายการแสบคุณสอง ได้กล่าวถึงแนวคิดในการจัดประมูลของว่า “มันไม่มีวิธีการอื่น นี่ต้องง่ายแล้วก็น่าสนใจมากกว่าทำสิ่งอื่น ที่คิดว่าการทำบุญหลาย ๆ อย่างมันก็เหมือนกัน เพียงแต่ว่าขั้นตอนในการทำงานเราจะทำอะไรดี อย่างนี้เราสามารถนำวิธีไปสร้างสีสันให้กับรายการเราไปด้วย เราก็ได้ประโยชน์จากวิธีการนี้ ขณะเดียวกัน เราก็ได้ใช้รายการของเราทำการกุศลไปด้วย” (ชาญณรงค์ จันทร์ท้าว, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2542)

ทางด้านคุณสายสม วงศาสุลักษณ์ ผู้ก่อตั้งสมาคมซอนต้าสากลกรุงเทพฯ 6 ได้กล่าวถึงการนำวิธีการประมูลของมาใช้ในการรณรงค์หาทุนให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ว่า “กับภาวะเศรษฐกิจแบบนี้มีผลต่อการหารายได้เหมือนกัน ก็คือต้องใช้กลยุทธ์เหมือนกัน ถ้าจะขอเงินบริจาค คงยากเลยเปลี่ยนเป็นของที่ใช่แล้ว เช่น กระเป๋า เสื้อผ้า รองเท้า ฯลฯ มาประมูลกัน ที่คิดว่ามันประสบความสำเร็จดีกว่าไปขอเงินเปล่า ๆ” (สายสม วงศาสุลักษณ์, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2541)

จะเห็นได้ว่าการประมูลของเพื่อนำรายได้มอบให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ เป็นรูปแบบกิจกรรมการรณรงค์หาทุนวิธีหนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยสามารถมองจากทั้ง 3 ฝ่ายดังต่อไปนี้

- **ด้านบุคคลที่บริจาคสิ่งของ** บุคคลเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นศิลปิน ดารา นักแสดง คือ บุคคลที่มอบสิ่งของเพื่อเข้าร่วมประมูลนำรายได้ให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ สิ่งของที่บุคคลเหล่านี้มอบให้ก็ไม่ได้เป็นสิ่งของที่พวกเขาต้องเสียเงินซื้อใหม่ แต่เป็นของเก่า ของที่ระลึกของพวกเขา นอกจากความเชื่อที่ว่าจะได้บุญแล้ว การเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวยังเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพพจน์ให้กับบุคคลที่บริจาคสิ่งของอีกด้วย

- **ด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์** คือ ตัวกลางที่เป็นผู้จัดกิจกรรมการประมูลของนั้น การทำกิจกรรมการประมูลของขึ้น เพื่อเป็นการช่วยเหลือกิจการสาธารณประโยชน์ ย่อมก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีกับองค์กร ทำให้ประชาชนชื่นชอบในตัวองค์กรและมองว่ารู้จักช่วยเหลือสังคมที่ยากไร้และขาดแคลน การทำการกุศลนั้นยังเป็นที่มาของข่าวและทำให้เรื่องราวการทำดีขององค์กรได้รับการเผยแพร่

- **ด้านผู้ประมูล** คือ บุคคลที่ประมูลสิ่งของต่าง ๆ วิธีการประมูลเป็นวิธีที่สร้างความรู้สึกว่าผู้บริจาคไม่ต้องเสียเงินอะไรเลย เนื่องจากการแลกเปลี่ยนระหว่างเงินกับสิ่งของ ประกอบกับการได้ทำบุญกุศลอีกด้วย

นอกจากนี้ วิธีการประมูลของเป็นรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เนื่องจากรูปแบบวิธีการรณรงค์หาทุนโดยการขอบริจาคเงินนั้น ทำให้ผู้บริจาคในปัจจุบันรู้สึกว่าตนเองจะต้องจ่ายเงินไปโดยไม่ได้รับผลตอบแทน คือ บุญกุศลซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นนามธรรมในทางตรงกันข้าม รูปแบบวิธีการประมูลของ ถึงแม้ว่าผู้บริจาคจะต้องเสียเงินในการประมูลของ แต่ยังสามารถได้รับของที่ระลึกจากศิลปิน ดาราที่ตนเองชื่นชอบประกอบกับยังได้ทำบุญกุศลอีกด้วย

เมื่อแนวคิดและความต้องการของทั้ง 3 ฝ่ายสอดคล้องกัน จึงเกิดรูปแบบกิจกรรมการประมูลของขึ้นเพื่อนำเงินรายได้มอบให้กับกิจการสาธารณประโยชน์

วิธีดำเนินการกิจกรรมประมูลของ

ในการดำเนินกิจกรรมประมูลของ องค์กรสื่อวิทยุและ โทรทัศน์ที่ได้จัดกิจกรรมดังกล่าว จะมีข้อคำนึง ดังต่อไปนี้

1.1 การกำหนดกิจการสาธารณประโยชน์ที่จะมอบเงินรายได้ให้

ในการตัดสินใจว่าจะมอบเงินให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ใด องค์กรสื่อวิทยุและ โทรทัศน์ที่ได้จัดกิจกรรมดังกล่าว จะพิจารณาถึงองค์ประกอบต่อไปนี้

1. รูปแบบรายการ สื่อวิทยุและ โทรทัศน์ที่ใช้วิธีการจัดประมูลเพื่อนำรายได้ให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ จะคำนึงถึงรูปแบบของรายการว่าสัมพันธ์กับกิจกรรมลักษณะใด เพราะการคัด

เลือกกิจกรรมสาธารณประโยชน์จะดำเนินถึงรูปแบบของรายการว่า สัมพันธ์กับกิจกรรมลักษณะใด การคัดเลือกกิจการสาธารณประโยชน์ได้สอดคล้องกับรูปแบบรายการยอมทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรเด่นชัดมากขึ้น เช่น รายการ โลกใบเล็ก รูปแบบรายการดังกล่าวแสดงความสัมพันธ์ภายในครอบครัว ดังนั้นเมื่อผู้จัดรายการได้จัดกิจกรรมการประมูลขึ้น จึงเลือกที่จะมอบเงินให้กับโครงการลดการตัดเอดส์จากแม่สู่ลูก สภากาชาดไทยในพระอุปถัมภ์ พระเจ้าวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชทินนิตมาตุ

นอกจากนี้ยังพบว่า ในปัจจุบันได้มีการนำเอากิจกรรมการประมูลของมาสอดแทรกเข้าไปในรายการเพื่อเป็นตัวสร้างสีสันในรายการ สร้างความแปลกใหม่ให้กับรายการ ใช้ประโยชน์จากรายการในการเผยแพร่กิจกรรมการประมูล และยังเป็น การตอบแทนแก่สังคมอีกด้วย โดยคุณชาณูรงค์ ชันท์ท้าว กรรมการผู้จัดการ บริษัททริปเบิ้ลทู จำกัด ผู้ผลิตรายการแสบคุณสอง กล่าวถึงแนวคิดของรายการแสบคุณสองว่า “เราต้องการสร้างสีสันให้กับรายการ เราทำรายการเกมส์โชว์แบบนี้แล้ว ก็ต้องมีคารามา ไหน ๆ เขาก็มาร่วมรายการเราแล้ว จะร่วมทำบุญกันใหม่ คุณมีของที่เป็นของคุณ หลาย ๆ คนเขาอยากได้ของที่ระลึกจากคาราคนโปรดของเขา...เราก็มีความรู้สึกว่ ไหน ๆ ทำรายการแล้ว กับของแบบนี้เอง มันแฝงไว้ในรายการน่าจะดี ค่ะสำหรับทุกคนคาราที่มาออกรายการเรา เขาก็มีความรู้สึกว่เขาได้ร่วมทำบุญกับเรา ของที่เขาให้กับเราไปประมูลมันจะเป็นเงินทองขึ้นมา และมีประโยชน์ สำหรับเด็กหลาย ๆ คน ...” (ชาณูรงค์ ชันท์ท้าว , สัมภาษณ์ , 15 มีนาคม 2542)

2.ช่วงเวลาในการจัด ช่วงเวลาในการจัดเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งที่ผู้จัดจะนำมาใช้ประกอบการพิจารณา จากที่กล่าวข้างต้น คือ บริษัท มาร์คส์ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ผู้ผลิตรายการ โลกใบเล็ก มีรูปแบบรายการที่แสดงความสัมพันธ์ในครอบครัว จึงได้จัดงาน “วันครอบครัวแฟมิลี่เฟสดีวัล” พร้อมด้วยมีการนำของใช้ส่วนตัวของคาราที่มีจิตศรัทธาบริจาคร่วมในการประมูล โดยจัดขึ้นระหว่างวันที่ 24-26 กรกฎาคม 2541 ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกับวันเฉลิมพระชนมพรรษาของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ หรือวันแม่แห่งชาติ การนำรายได้มอบให้กับโครงการลดการตัดเอดส์จากแม่สู่ลูก สภากาชาดไทย ในพระอุปถัมภ์พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชทินนิตมาตุ จึงสอดคล้องกับรูปแบบรายการและช่วงเวลาการจัด ทำให้ภาพพจน์ของบริษัทมีความชัดเจนมากขึ้น

3.ความต้องการของผู้จัด ในบางครั้งการจัดประมูลก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้จัด โดยผู้จัดอาจเห็นความสำคัญ หรือความจำเป็นในเงินทุนของกิจการสาธารณประโยชน์หรือทางผู้จัด

สนใจในตัวตนของกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น รณรงค์เรื่องเด็ก เป็นต้นจึงได้จัดกิจกรรมการ
ประมูลของเพื่อนำรายได้มอบให้กับกิจการสาธารณกุศลนั้น ๆ

ดังเช่นคุณเกียรติ กิจเจริญ กรรมการผู้จัดการบริษัท ทริปเปิ้ลทู จำกัด ผู้ผลิตรายการแสบ
คุณสอง ได้กล่าวถึง เหตุผลที่นำรายได้จากการจัดกิจกรรมประมูลของมอบให้กับกิจการสาธารณ-
ประโยชน์ที่ทำงานเกี่ยวกับเด็กว่า “เรามองไปที่เด็กด้อยโอกาส เน้นไปที่เด็ก เพราะผมมีความรู้สึก
ว่าเด็กเขายังมีอนาคตข้างหน้าไปอีกไกล เขาไม่ควรพลาดโอกาสอะไรที่ดี ๆ ในชีวิต เขาเป็นอะไรที่
บริสุทธิ์ เขาน่าจะได้มีโอกาสทัดเทียมกับพวกลูกคนรวย ๆ” (เกียรติ กิจเจริญ สัมภาษณ์ใน
นิตยสารคาราภาพยนตร์ , 28 มิถุนายน 2541)

เมื่อบริษัท ทริปเปิ้ลทู จำกัด ผู้ผลิตรายการแสบคุณสองให้ความสำคัญกับเด็ก ดังนั้นเมื่อมี
การจัดประมูลของ ทางบริษัทจึงมอบรายได้ให้กับมูลนิธิซึ่งเกี่ยวกับเด็ก จำนวน 5 มูลนิธิ คือ มูลนิธิ
เด็กพิการทางสมองและปัญญา มูลนิธิเด็กอ่อนในสลัม มูลนิธิช่วยนักเรียนที่ขาดแคลนในพระ
บรมราชูปถัมภ์ มูลนิธิเพื่อเด็กพิการ และมูลนิธิคุ้มครองเด็ก โดยทางมูลนิธิเหล่านี้ไม่ต้องแสดงถึง
ความต้องการเงินทุนหรือแจกแจงรายละเอียดว่าจะนำเงินทุนได้ไปใช้ทำอะไรบ้าง เป็นความต้องการ
จริง ๆ ของบริษัทที่ต้องการจะมอบเงินให้กับมูลนิธิเหล่านี้

คุณชาญณรงค์ ขันที่ท้าว ได้กล่าวเสริมในประเด็นดังกล่าวว่า “เราไม่ได้ตั้งเป้าหมายได้
อะไรทั้งสิ้น คือ เราทำหน้าที่ให้ดีที่สุด ให้เงินแก่มูลนิธิไหนเราก็ไม่ได้คิดถึงความเป็นไปในเงินทุน
ของเขา ไม่ต้องแจ้งเจตจำนง เอาเงินไปเลยจะเอาไปทำอะไรก็ได้ นั่นคือ ความต้องการและความ
ตั้งใจของเรา” (ชาญณรงค์ ขันที่ท้าว, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2542)

เมื่อเป็นความต้องการของผู้จัดเองที่ต้องการมอบเงินรายได้จากการจัดประมูลของให้แก่
กิจการสาธารณประโยชน์แห่งใดแห่งหนึ่ง ดังนั้น กิจการสาธารณประโยชน์จึงมีต้องดำเนินการ
ใด ๆ ทั้งสิ้น ขั้นตอนการจัดกิจกรรมดังกล่าวเป็นความรับผิดชอบของผู้จัดทั้งสิ้น จนกระทั่งถึงการ
มอบเงินรายได้ที่ทางกิจการสาธารณประโยชน์จะต้องจัดส่งตัวแทนมารับมอบ เพื่อยืนยันความ
โปร่งใสในการทำงานของผู้จัด และยังเป็นประเด็นให้ผู้จัดได้ทำข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่
ออกสู่สาธารณชน ดังจะได้กล่าวแสดงรายละเอียดต่อไป

1.2 วิธีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการประมูลของ

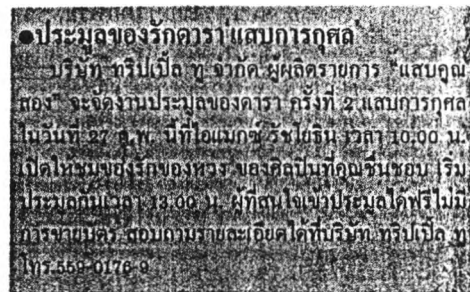
จุดเด่นที่สำคัญของวิธีการประมูล คือ สิ่งของซึ่งเป็นของบุคคลที่มีชื่อเสียง ศิลปิน นักร้อง นักแสดง ย่อมอยู่ในความสนใจของประชาชนโดยทั่วไป และกลุ่มประชาชนที่ชื่นชอบนิยมในตัวบุคคลเหล่านี้ สิ่งของเหล่านี้อาจไม่ได้มีมูลค่ามากมายนัก แต่แรงจูงใจที่ทำให้ผู้เข้าร่วมประมูลตัดสินใจประมูล คือ คุณค่าทางจิตใจ บุคคลหลาย ๆ บุคคลยินดีที่จะประมูลเพราะสิ่งของเหล่านี้มีความสำคัญกับบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ เช่น เป็นเสื้อตัวแรกที่ใช้ใส่ในการแสดง เป็นรองเท้าที่ชอบใส่เป็นประจำ ฯลฯ

คุณเกียรติ กิจเจริญได้แสดงความเห็นในประเด็นดังกล่าวว่า “...อย่างอำพล ลำพูน เอาเสื้อแจ๊คเก็ตมาให้ เสื้อตัวนั้นผมว่ามีค่าหลายตัวนะ ไม่ใช่มูลค่าของมันนะ แต่ประวัติของมัน เสื้อแจ๊คเก็ตตัวนี้เขาใส่เล่นหนังเรื่องแรก ผมว่าของมันไม่ได้อยู่ที่มูลค่า มันอยู่ที่มันมาจากไหน มีประวัติความเป็นมาอย่างไร แล้วถึงนำมาประมูลกัน” (เกียรติ กิจเจริญ สัมภาษณ์ในนิตยสารคารา ภาพยนตร์, 28 มิถุนายน 2541)

เมื่อจุดเด่นของการประมูลคือ สิ่งของของบุคคลที่มีชื่อเสียง ดังนั้นแนวทางการประชาสัมพันธ์จัดงานจึงหยิบยกประเด็นดังกล่าวมาสร้างจุดสนใจประกอบกับเป็นรูปแบบกิจกรรมบันเทิงที่มีศิลปิน ดารา นักแสดงมาร่วมสร้างสีสันให้กับงาน ผู้จัดจึงไม่ได้นำประเด็นความจำเป็นในเงินทุนของกิจการสาธารณประโยชน์มาเป็นจุดสำคัญ เพียงแต่กล่าวว่า รายได้จากการจัดงานนั้นจะนำไปมอบให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ใด

วิธีการเผยแพร่เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนมาร่วมงาน นอกจากผู้จัดจะเชิญชวนผ่านทางรายการของตนเองแล้ว ยังประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น ในฐานะเป็นสื่อกลางในการกระจายข่าวสาร โดยผู้จัดได้ใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ได้หลายแง่มุม หลายช่วงเวลา ดังต่อไปนี้

1. เรือราวันประมูลยอมเป็นประเด็นที่ผู้คนสนใจ จะประมูลกันที่ไหน จะประมูลกันเมื่อใด จะจัดประมูลอย่างไร ใครมาในงานประมูล ใครเป็นประธาน และการประมูลครั้งนั้นเอาเงินไปทำอะไร ไปช่วยกิจการใด ดังตัวอย่างที่ 3 ที่แสดงถึงข่าวประชาสัมพันธ์โครงการแสบการกุศลที่ได้รับการเผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์



ข่าวตัดที่ 2 ข่าวประชาสัมพันธ์การจัดประมุขของในโครงการ “แสบการกุศล”

2. สิ่งที่น่าสนใจ คือ สิ่งของที่น่าเอามาประมุข ซึ่งเป็นข้าวของเครื่องใช้ของคนดัง หรือ บางทีอาจจะเป็นผลงานทางด้านศิลปะแขนงต่าง ๆ เช่น ภาพวาด ภาพถ่าย เรื่องราวเหล่านี้ผู้จัดมักจะหยิบยกมาสร้างความน่าสนใจและจูงใจให้มาเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งเห็นได้จากตัวอย่างที่ 4 เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการเผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์เช่นกัน โดยให้รายละเอียดของสิ่งที่น่าสนใจ ประมุข ประกอบกับการบรรยายที่เชิญชวนให้คนมาร่วมงาน เช่น “อุตสาห์ลงมือวาดทั้งที่...” “ราคาเริ่มต้นแค่สิ่งเดียว...” เป็นต้น



ข่าวตัดที่ 3 ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหา นำเอาสิ่งของในการประมุขเป็นจุดเด่นของข่าว

3. เมื่อประมูลเสร็จแล้ว ผู้คนย่อมสนใจที่จะรู้ว่าใครประมูลอะไรได้อะไรบ้าง ในราคาเท่าใด และการประมูลครั้งนั้นได้เงินเพื่อการกุศลทั้งสิ้นเป็นเงินเท่าใด เช่นบริษัท ทริปเปิดหู จำกัด ผู้ผลิตรายการแสบคุณสอง จัดโครงการ “แสบการกุศล” หลังจากจัดงานดังกล่าวแล้วได้มีการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผลสำเร็จของกิจกรรมดังกล่าว ตลอดจนจำนวนเงินรายได้จากการจัดกิจกรรม ดังตัวอย่างข่าวตัดที่ 4



ข่าวตัดที่ 4 แสดงถึงเงินรายได้ที่ได้จากการจัดประมูล “แสบการกุศล”

Per Stenbeck (1996:4) กล่าวถึงจริยธรรมการหาทุนว่าจะต้องดำเนินการด้วยความซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมาและต้องแจกแจงถึงเงินทุนที่ได้รับบริจาคมา การดำเนินงานดังกล่าวจะต้องชัดเจน เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวเป็นรูปแบบกิจกรรมที่จัดขึ้น โดยมีสื่อวิทยุและโทรทัศน์เข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดการกับเงินรายได้เพื่อมอบให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ หากไม่สามารถทำให้ชัดเจนได้ ย่อมเกิดข้อครหาเช่นกรณีบริษัท ทริปเปิ้ลทู จำกัด ผู้ผลิตรายการแสบคุณสองได้ประสบกับปัญหาดังกล่าว โดยสื่อมวลชนได้เกิดข้อสงสัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมการประมูลของที่ทางบริษัทฯ จัดขึ้น ดังตัวอย่างบทความที่แสดงถึงข้อสงสัยในการดำเนินงานดังกล่าวในนิตยสารทีวีพูล

“...ที่สำคัญรายการ “แสบคุณสอง” ต่างจากรายการอื่นอย่างชัดเจนที่ให้ผู้ร่วมรายการที่เป็นดารานำของใช้ส่วนตัวที่รื้อมาพร้อมกับตั้งราคาขึ้นนั้น เพื่อนำมาประมูลคอนเสิร์ต และนำเอารายได้ทั้งหมดไปสมทบทุนให้กับองค์การกุศลเพื่อใช้ในการที่เป็นประโยชน์ต่อไป ...แต่ติดอยู่นิดเดียว ตรงที่ตั้งแต่เปิดตัวรายการมา ทางรายการยังไม่ชัดเจนในเรื่องจำนวนเงินที่ได้มาแล้วเท่าไร จากการประมูล และจะไปมอบให้กับองค์การการกุศลใด ตรงนี้แหละที่ “ศิธา” ยังข้องใจอยู่...” (ทีวีพูล “จับตาชาววานิช ชัวร์หรือมั่วนี้” 15-24 ส.ค. 2540)

ทางด้านคุณเกียรติ กิจเจริญ กรรมการผู้จัดการบริษัท ทริปเปิ้ลทู จำกัด ผู้ผลิตรายการแสบคุณสอง ได้กล่าวถึงปัญหาดังกล่าวไว้ว่า “ตอนแรกจะเลิกทำแล้วนะ เพราะมีหลาย ๆ คนบอกว่า ของที่ได้ไปเอาไปทำจริงหรือเปล่า จะโกงไหม กะว่าจะทำปีเดียวแล้วจะไม่ทำอีก...แต่พอเราได้เห็นสิ่งที่ตอบแทนมา คนให้ความสนใจเยอะเวลาเราเอาเงินไปมอบให้มูลนิธิต่าง ๆ เขาดีใจมาก หนังสือพิมพ์ก็เริ่มลงข่าว คนเริ่มพูดกับเราว่า ดิฉันจัดประมูลของแล้วเอาเงินให้การกุศล ทุกคนเริ่มเข้าใจเราก็คิดว่าน่าจะทำต่อไป...” (เกียรติ กิจเจริญ,สัมภาษณ์ในนิตยสารคาราภาพยนตร์, 28 มิถุนายน 2542)

อาจกล่าวได้ว่า ความชัดเจนโปร่งใสในการดำเนินงานดังกล่าว จะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมทั้งจะเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นในครั้งต่อ ๆ ไป ของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ และยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เช่น นิตยสารหนังสือพิมพ์ ทำให้พวกเขาเต็มใจที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และพร้อมจะสนับสนุนกิจกรรมของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ต่อไป

4.2 การจัดคอนเสิร์ตการกุศล

เป็นรูปแบบที่องค์กรสื่อวิทยุและโทรทัศน์จัดคอนเสิร์ตการกุศลขึ้นแล้วนำเงินรายได้มอบให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ หรือภายในงานคอนเสิร์ตมีการเปิดกล่องรับบริจาคจำหน่ายสินค้าแล้วนำเงินรายได้จากการจำหน่ายมอบให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ต่อไป รูปแบบการจัดคอนเสิร์ตมักปรากฏในสื่อวิทยุมากกว่า อันเนื่องมาจากรูปแบบของรายการวิทยุที่เปิดเพลงเป็นหลัก ดังนั้นการจัดคอนเสิร์ตจึงสอดคล้องกับรายการวิทยุต่าง ๆ

คุณพงษ์อมร ศรีรักษา Account Manager Division 4 บริษัท เอ-ไทม์มีเดีย จำกัด ได้กล่าวถึงแนวคิดในการจัด “กรีนคอนเสิร์ต” ว่า “กรีนคอนเสิร์ตถูกวางแผนไว้ตั้งแต่ปีแรกว่า เราอยากจะทำเงินก้อนหนึ่งเพื่อจะมอบให้กับการกุศล แต่ว่าเงินก้อนนั้นที่จะบริจาค ถ้าสมมติเราเปิดบัญชีให้คนบริจาค เชื่อว่าจะต้องมีคนมาบริจาค แต่เหมือนกับว่าเราไม่ได้ทำอะไรตอบแทนแก่คนที่เขาบริจาคเลย เราจึงจัดเป็นคอนเสิร์ตที่ทำเพื่อสังคมแล้วนำรายได้มอบให้หน่วยงานการกุศล..” (พงษ์อมร ศรีรักษา, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2541)

ดังนั้น การจัดคอนเสิร์ตการกุศลจึงถือเป็นกิจกรรมบันเทิงอย่างหนึ่ง ที่ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรู้สึกว่าจะ นอกจากจะได้รับความสนุกและความประทับใจกับคอนเสิร์ตแล้ว ยังได้ทำประโยชน์เพื่อสังคมอีกด้วย

การจัดคอนเสิร์ตเพื่อนำเงินรายได้มอบให้กับกิจการสาธารณประโยชน์นั้น วิธีการนำเสนอและเผยแพร่จะแตกต่างกันไปตามขนาดของคอนเสิร์ต หากเป็นคอนเสิร์ตขนาดเล็ก การจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนมักจะสอดคล้องไปกับคอนเสิร์ต เช่น จัดให้มีกล่องรับบริจาคจากผู้เข้าชมคอนเสิร์ต การจัดจำหน่ายสิ่งของภายในงานแล้วนำเงินรายได้มอบให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ รูปแบบการเผยแพร่จะเป็นลักษณะข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมในสื่อสิ่งพิมพ์เป็นส่วนใหญ่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมขององค์กร ในทางตรงกันข้ามกับคอนเสิร์ตขนาดใหญ่ ซึ่งจะมีการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ขณะเดียวกันสื่อวิทยุและโทรทัศน์ยังสามารถนำประโยชน์จากการจัดกิจกรรมดังกล่าว ด้วยการนำเสนอเทปบันทึกการแสดงคอนเสิร์ตดังกล่าวออกเผยแพร่ในรูปแบบต่าง ๆ ได้อีกทอดหนึ่งด้วย เช่น การเผยแพร่เทปบันทึกเสียงการแสดงคอนเสิร์ตในรายการของตน การจำหน่ายเทปบันทึกการแสดงคอนเสิร์ต เป็นต้น

วิธีดำเนินการกิจกรรมคอนเสิร์ตการกุศล

1. การกำหนดแนวคิดในการจัดคอนเสิร์ต

แนวคิดในการจัดคอนเสิร์ตแต่ละองค์กรจะมีรูปแบบแตกต่างกันไป จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าแนวคิดในการจัดคอนเสิร์ตมี 3 รูปแบบคือ

1.1 การจัดคอนเสิร์ตเป็นกิจกรรมหลักของรายการ สื่อวิทยุหลายแห่งได้วางรูปแบบการจัดคอนเสิร์ตเป็นกิจกรรมหลักของรายการ เช่น คลื่นกรีนเวฟ 106.5 MHz ซึ่งจะจัดกรีนคอนเสิร์ตเป็นประจำทุกปี โดยทางคลื่นได้กำหนดรูปแบบคอนเสิร์ตไว้ว่า เป็นคอนเสิร์ตที่ทำขึ้นเพื่อสังคม รายได้ทั้งหมดหลังหักค่าใช้จ่ายจะนำไปมอบให้กับหน่วยงานการกุศล เป็นต้น

1.2 การจัดคอนเสิร์ตตามสภาพสังคมในขณะนั้น นั่นคือ การนำแนวคิดในการจัดคอนเสิร์ตนั้นมาจากสภาพสังคมในขณะนั้นว่าเป็นอย่างไร เช่น บริษัท มิเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ริเริ่มโครงการ “เพื่อความหวังและกำลังใจ (Hope & Support)” เพื่อเป็นสื่อกลางให้ทุกคนช่วยกันส่งความหวังและกำลังใจไปยังผู้ที่สิ้นหวัง โดยได้จัดคอนเสิร์ต “เพื่อความหวังและกำลังใจ” เชิญศิลปินที่มีชื่อเสียงมาร่วมบรรเลงบทเพลงที่จะเสริมต่อความหวังและกำลังใจให้กับผู้ชมผู้ฟัง เป็นต้น

1.3 การจัดคอนเสิร์ตเพื่อการสนับสนุนภาพพจน์ของศิลปิน แนวคิดในการจัดคอนเสิร์ตดังกล่าวมักจะเกิดขึ้นในช่วงที่ศิลปินนักร้องมีผลงานออกสู่สายตาประชาชน และได้ใช้การจัดคอนเสิร์ตเป็นตัวสร้างภาพพจน์ให้กับตัวศิลปิน โดยการมอบเงินรายได้จากการแสดงคอนเสิร์ตให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ เช่น ธงไชย แมคอินไตย์ เปิดการแสดงคอนเสิร์ตธงไชย เซอร์วิส พิเศษ ได้เชิญชวนให้ผู้มาชมคอนเสิร์ตเตรียมของเล่นมาบริจาคเพื่อส่งมอบให้กับโครงการธนาคารของเล่น (Toy Bank) เป็นต้น

2. การคัดเลือกกิจการสาธารณประโยชน์ที่จะเข้าร่วมโครงการ

เกณฑ์ในการคัดเลือกกว่าจะมอบเงินรายได้ให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ใดนั้น จากการศึกษาพบว่าประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 ความสอดคล้องกับรูปแบบคอนเสิร์ต นั่นคือ การมองรูปแบบคอนเสิร์ตโดยรวมว่ามีแนวคิดอย่างไร โดยอาจจะมองที่ตัวศิลปิน แนวคิดของรายการ เช่น กรีนคอนเสิร์ต หมายเลข 4 ทำด้วยหัวใจ ใหม่ เจริญปุระ ตัวศิลปินที่จะขึ้นเวทีคอนเสิร์ตนี้เป็นศิลปินหญิง ดังนั้น การมอบเงินรายได้กับกิจการสาธารณประโยชน์ จึงต้องเป็นกิจการสาธารณประโยชน์ที่เกี่ยวพันกับผู้หญิง เป็นต้น

2.2 ความสอดคล้องในช่วงเวลาที่จัดคอนเสิร์ต เป็นการมองไปที่ช่วงระยะที่จัดคอนเสิร์ตว่าอยู่ในช่วงใด แล้วจึงเลือกกิจการสาธารณประโยชน์ที่มีความสอดคล้องกับคอนเสิร์ตดังกล่าว ดังเช่น กรีนคอนเสิร์ต หมายเลข 4 ทำด้วยหัวใจ ใหม่ เจริญปุระ จัดขึ้นในช่วงระหว่างวันที่ 27-28 มิถุนายน 2541 ซึ่งใกล้กับวันแม่แห่งชาติ อีกทั้งตัวศิลปินเป็นผู้หญิง ดังนั้น จึงได้เงินรายได้ให้กับโครงการลดการติดเอดส์จากแม่สู่ลูก สภากาชาดไทย

2.3 ความสอดคล้องกับประเด็นในสังคม เป็นเกณฑ์การคัดเลือกโดยมองจากปัญหาสังคมใจขณะนั้นว่ากลุ่มกิจการสาธารณประโยชน์ใดได้รับผลกระทบอย่างมากจากปัญหาดังกล่าว โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะหนีไม่พ้นกิจการสาธารณประโยชน์ที่ดำเนินการในเรื่องเด็ก ปัญหาโรคเอดส์ เป็นต้น

3. ผู้สนับสนุนกิจกรรม

คือ เจ้าของสินค้าหรือบริษัทที่เข้ามาสนับสนุนกิจกรรมคอนเสิร์ตที่สื่อจัดขึ้น การที่ผู้สนับสนุนเข้ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดคอนเสิร์ต เนื่องจากในการจัดคอนเสิร์ตแต่ละครั้ง ค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงมาก ถ้าพึ่งเพียงองค์กรสื่อคงไม่สามารถดำเนินการได้ จึงต้องการอาศัยผู้สนับสนุนให้การสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าว

คุณพงษ์อมร ศรีรักษา Account Manager Division 4 บริษัทเอ-โทมัส มีเดีย จำกัด ได้กล่าวถึงความสำคัญของผู้สนับสนุนว่า “การจัดคอนเสิร์ตครั้งหนึ่งค่าใช้จ่ายในการผลิตแพงมาก จัดคอนเสิร์ตแค่ 2 วัน ค่าใช้จ่ายเกือบ 3 ล้านบาท รายได้จากการขายบัตรอย่างเดียวไม่เพียงพอ เพราะยังมีค่าเช่าสถานที่ วงดนตรี โดยความเป็นจริงแล้วเราก็คือรายการวิทยุที่ดำเนินงานโดยเอกชน ต้องหาเงินมาสนับสนุนคลื่น ถ้าเกิดไม่มีผู้สนับสนุน ก็จะไม่มีการมออย่างนี้อยู่บนหน้าปัด...” (พงษ์อมร ศรีรักษา, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2541)

การเป็นผู้สนับสนุนรายการคอนเสิร์ตเหล่านี้ ในทางหนึ่งเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการผลิต ทำให้ราคาบัตรมีราคาต่ำลง เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เพลิดเพลินกับกิจกรรมบันเทิง หากไม่มีผู้สนับสนุนกิจกรรมเหล่านี้จะไม่สามารถจัดได้เลย

การเป็นผู้สนับสนุนรายการคอนเสิร์ตเหล่านี้ โดยส่วนใหญ่แล้วเจ้าของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์จะได้สไปดโฆษณาในฐานะเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรม ยังสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปตั้งจำหน่ายหรือแจกให้กับผู้ที่มาร่วมงานได้ อันจะเป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของตนเอง อย่างเช่น คลื่นกรีนเวฟ 106.5 MHz จัดกรีนคอนเสิร์ต ราคาของผู้ที่สนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตคือ 6 แสนบาท โดยสิ่งที่ผู้สนับสนุนจะได้รับคือ สไปดโฆษณา ความยาว 30 วินาที สไปดโฆษณาคอนเสิร์ตที่จะมีการกล่าวชื่อผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนการจัด ผู้ดำเนินรายการพูดขอบคุณชื่อสินค้าพร้อมสโลแกนตลอดทุกช่วง และในวันงานเจ้าของผลิตภัณฑ์ยังสามารถตั้งร้านขายได้บริเวณหน้างาน เป็นต้น

4. วิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตการกุศล

วิธีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ขององค์กรสื่อที่จัดคอนเสิร์ตการกุศลเพื่อนำเงินรายได้มอบให้กิจการสาธารณประโยชน์ ประเด็นในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งผ่านทางรายการของตนเอง และผ่านสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น ประกอบด้วยประเด็นหลัก ๆ ในการประชาสัมพันธ์ 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. เน้นที่รูปแบบของคอนเสิร์ต
2. เน้นที่สภาพปัญหาของกิจการสาธารณประโยชน์
3. เน้นที่ความสำเร็จของคอนเสิร์ต

1. เน้นที่รูปแบบของคอนเสิร์ต ด้วยลักษณะของคอนเสิร์ตที่ถือเป็นกิจกรรมบันเทิง ดังนั้นแนวทางในการประชาสัมพันธ์จึงเน้นไปที่รูปแบบคอนเสิร์ต ศิลปินที่มาสร้างความสนุกสนานและความประทับใจ เพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมผู้ฟังมาร่วมงานคอนเสิร์ต ด้วยวิธีการนี้คือ การเผยแพร่กิจกรรมที่องค์กรสื่อวิทยุและโทรทัศน์ได้จัดทำขึ้น ดังตัวอย่าง สคริปต์สไปดโฆษณาที่เป็นสไปดโฆษณากรีนคอนเสิร์ต ครั้งที่ 4 ตอน ทำด้วยหัวใจ ใหม่ เจริญปุระ เพื่อเผยแพร่ในรายการกรีนเวฟ 106.5 MHz. โดยเน้นถึงรูปแบบคอนเสิร์ต ความประทับใจที่จะได้รับจากบทเพลงและศิลปินที่เปิดคอนเสิร์ตดังกล่าว นั่นคือ การเสนอที่เน้นความบันเทิงที่ผู้ชมผู้ฟังจะได้รับเป็น

หลัก โดยไม่ได้กล่าวถึงกิจการสาธารณประโยชน์แต่อย่างใด เป็นการโน้มน้าวใจโดยใช้รูปแบบคอนเสิร์ต ศิลปิน มาชักจูงใจให้ผู้ชมผู้ฟังมาร่วมงานคอนเสิร์ตที่จัดขึ้น

2. เน้นที่สภาพปัญหาของกิจการสาธารณประโยชน์ รูปแบบการเผยแพร่ลักษณะนี้ จะเป็นการเผยแพร่ในแง่สภาพปัญหาและความจำเป็นในความต้องการเงินทุนของกิจการสาธารณประโยชน์ และในแง่ความบันเทิงที่ผู้มาร่วมงานจะได้รับ ดังตัวอย่างสคริปต์สปอตโฆษณาที่ 2 ของกรีนคอนเสิร์ต ครั้งที่ 4 คอน ทำด้วยหัวใจ ใหม่ เจริญปุระในรายการกรีนเวฟ 106.5 MHz ทำให้ผู้ฟังได้รับทราบถึงปัญหาของโครงการลดการคิดเอคส์จากแม่สู่ลูก สภาอากาศไทย และได้ต่อยุ่ถึงสภาพความจำเป็นในความต้องการเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานดังกล่าว ด้วยการใช้ภาษา เสียงประกอบที่โน้มน้าวความรู้สึกของผู้ชม ให้เกิดความรู้สึกว่าปัญหาดังกล่าวมีความสำคัญและเป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถช่วยได้ด้วยการซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตดังกล่าว นอกจากนี้จะได้รับความบันเทิงแล้วยังได้ช่วยเหลือสังคมอีกด้วย

3. เน้นที่ความสำเร็จของคอนเสิร์ต เป็นการเผยแพร่ถึงผลสำเร็จของการจัดคอนเสิร์ต โดยการเผยแพร่ลักษณะนี้อาจให้ศิลปินมากล่าวขอบคุณ และบอกกล่าวถึงความสำเร็จของงาน หรืออาจเป็นการเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เข้ามาร่วมชมงานแล้วนำกลับไปเขียนเผยแพร่ บรรยากาศของงานคอนเสิร์ตดังกล่าว ดังตัวอย่างสคริปต์สปอตโฆษณาที่ 3 ซึ่งสคริปต์สปอตโฆษณาแสดงความสำเร็จของการจัดกรีนคอนเสิร์ต หมายเลข 4 ทำด้วยหัวใจ ใหม่ เจริญปุระที่เผยแพร่ทั้งในรายการกรีนเวฟ 106.5 MHz และตัวอย่างข่าวตัดที่ 5 ในนิตยสารเองเจ็ล ดังตัวอย่างที่ได้นำมาประกอบ

การเผยแพร่ถึงความสำเร็จของการจัดกิจกรรมคอนเสิร์ต โดยการเผยแพร่ถึงบรรยากาศคอนเสิร์ต การได้รับการสนับสนุนจากทุกฝ่ายจนทำให้งานลุล่วงไปด้วยดี การเผยแพร่ในลักษณะดังกล่าว นอกจากเป็นการสะท้อนศักยภาพของทีมงานหรือองค์กรที่จัดคอนเสิร์ตดังกล่าวแล้ว ยังเป็นช่องทางในการหาผู้สนับสนุนกิจกรรมในครั้งต่อไป เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวประสบความสำเร็จ มีกลุ่มผู้คนให้ความสนใจในกิจกรรมดังกล่าว อันเป็นช่องทางหนึ่งที่ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริษัทผู้ผลิตสินค้าจะใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตน

นอกจากนี้การเผยแพร่ในลักษณะดังกล่าวยังส่งผลต่อกิจกรรมคอนเสิร์ตครั้งต่อไปขององค์กร เนื่องจากผู้ชมผู้ฟังได้รับทราบบรรยากาศความประทับใจจากคอนเสิร์ตจากสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น รวมถึงการนำเทปบันทึกการแสดงของศิลปินมาเสนอซ้ำอีก ทำให้ผู้ชมผู้ฟังเกิดความรู้สึกอยากจะได้ติดตามผลงานครั้งต่อไปขององค์กรสื่อ

SPOT PROMOTE : กรีนคอนเสิร์ต ครั้งที่ 4
LENGTH : 30 Sec.
TITLE : SPOT PROMOTE

ANNOUCER**WORDING**

Female	VO	:	บทเพลงที่ทำจากหัวใจของเธอและยังคงอยู่ในใจของคุณ
	Music	:	เพลงรู้เมื่อสาย ของ ใหม่ เจริญปุระ
Female	VO	:	ศิลปินหญิงคนแรกบนเวทีกรีนคอนเสิร์ต
	Music	:	เพลง ทำด้วยหัวใจ ของ ใหม่ เจริญปุระ
Female	VO	:	กรีนคอนเสิร์ต หมายเลข 4 ทำด้วยหัวใจ ใหม่ เจริญปุระ วันเสาร์ที่ 27 มิถุนายน เวลา 18.00 น. เอ็มบีเคฮอลล์ มานูญครอง เซนเตอร์ เปิดจองบัตรวันอาทิตย์ที่ 7 มิถุนายน เป็นต้นไป ที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส โรบินสัน และเดอะมอลล์ทุกสาขา ร่วมสนับสนุนโดย ไอบีซีและยูทีวี เตรียม พบกับมิติใหม่ที่คุณต้องดูจาก ไอบีซี และ ยูทีวี งดงามามัศจรรย์ ป้องกันอย่างมั่นใจ ปลายหมึกสควิดดี้ เพื่อนแท้ความอร่อย โฟนลิ่งค์ติดต่อทันทีทุกที่ทุกเวลา

สกริปต์สปอตโฆษณาที่ 1 สปอตโฆษณากรีนคอนเสิร์ต ครั้งที่ 4 ทำด้วยหัวใจ ใหม่ เจริญปุระ

	SPOT PROMOTE	:	GREEN CONCERT # 4
	LENGTH	:	30 SEC.
	TETLE	:	SPOT PROMOTE
ANNOUNCER			WORDING
	SFX	:	เสียงลมหายใจ
Male	VO	:	หลายคนคงเคยคิดที่อยากจะกลับไปเริ่มต้นชีวิตใหม่ที่ดีกว่า หรือไม่ก็แก้ไขในสิ่งที่เคยพลาด แต่ทุกคนรู้ดีว่าเป็นไปไม่ได้
	SFX	:	เสียงเดินของซีฟงรและเสียงเด็กร้องไห้
Male	VO	:	ปัจจุบันมีแม่ที่ติดเชื้อ HIV และกำลังจะให้กำเนิดเด็กทารกที่ติดเชื้อเอดส์ ตั้งแต่ยังไม่ลืมตาดูโลกนับหมื่นคนต่อไป เมื่อชีวิตไม่สามารถหมุนกลับไปได้ โปรดช่วยเหลือพวกเขา นับตั้งแต่วันนี้ ด้วยการบริจาคเงินเพื่อซื้อยา AZT ให้กับแม่ที่ติดเชื้อเอดส์ เพื่อลดอัตราการติดเชื้อในเด็ก เพื่อชีวิตใหม่ของเด็กที่ไม่ต้องเป็นเอดส์
	SFX	:	เสียงเด็กหัวเราะ
Female	VO	:	กรีนคอนเสิร์ต หมายเลข 4 ทำด้วยหัวใจใหม่ เจริญปุระ ขอขอบคุณทุกท่านที่ซื้อบัตรเข้าชมในครั้งนี้ รายได้สุทธิมอบให้กับโครงการลดการติดเชื้อจากแม่สู่ลูก สภาฯ กษชาติไทย
	VO	:	เพลงทำด้วยหัวใจ

สคริปต์สปอตโฆษณาที่ 2 แสดงถึงสภาพปัญหาของโครงการลดการติดเชื้อจากแม่สู่ลูก

	SPOT PROMOTE	:	GREEN CONCERT # 4
	LENGTH	:	30 SEC.
	TETLE	:	SPOT PROMOTE
ANNOUNCER			WORDING
	VO	:	เพลงเธอรู้หรือเปล่า
ใหม่ เจริญปุระ	VO	:	<p>สำหรับความสำเร็จนะคะของคอนเสิร์ตทั้งรอบนี้ นะคะ ทุก ๆ คนมีส่วนร่วมด้วยนะคะ และใหม่เชื่อว่าคอนเสิร์ตครั้งนี้จะสำเร็จสมบูรณ์ไปไม่ได้เลย ถ้าขาดทีมงานที่แข็งแรงอย่างกรีนเวฟ และทุก ๆ ฝ่ายและก็ทุก ๆ คนที่มาช่วยเชียร์ และเป็นกำลังใจให้กับใหม่ ยังไงใหม่ก็ขอขอบคุณทุก ๆ คนมากแล้วก็ให้ทุกคนมีแต่สิ่งดี ๆ นะคะ ตลอดไปขอบคุณค่ะ</p>
Male	VO	:	และติดตามความประทับใจจาก กรีนคอนเสิร์ตในโอกาสต่อไป กรีนเวฟ 106.5 MHZ
Female	VO	:	<p>ร่วมสนับสนุนโดย IBC และ UTV เตรียมพบกับมิติใหม่ที่คุณต้องดูจาก IBC และ UTV คุยยางอนามัย Durex ป้องกันอย่างมั่นใจ ปลาหมึกสวีดตี้ เพื่อนแท้ความอร่อย โฟนลิงค์ติดต่อทันที ทุกที่ทุกเวลา</p>

สกริปต์สปอตโฆษณาที่ 3 แสดงถึงผลสำเร็จของการจัดกรีนคอนเสิร์ต # 4



เธอ... ทำด้วยหัวใจ

ถึงกับลุดๆ กับ กรีนคอนเสิร์ต
หมายเลข 4 ทำด้วยหัวใจ ของ ไฉน
เจริญประวีร์ ที่จัดขึ้นเพื่อช่วยเหลือ
โครงการ ช่วยลดการตัดยอดสีจาก
แม่สุตถา

งานนี้คนดูมาตั้งพร้อมกันโบ
หน้าอินทรีปริมปรีดี เพราะได้ทำ
บุญกันถ้วนหน้า แต่ทว่าเวลาถึง
ทำไมทุกคนหันมามอง ตาปุบปวม
ยิ่งกว่าอุกาทนตรีเรื่อง 'โททานิด'
เสียอีก

ทั้งนี้ก็เป็นเพราะความ
ไพเราะของบทเพลง ที่ทูนไฉนได้
เลือกสรรมาฝาก และซึ่งไปกับการ
บรรยายถึงเรื่องราวที่ผ่านมาของ
เธอ ทำให้ใหม่เรียกกว่าจากชุมชน
ได้มากเสียจนน่าเกือบท่วม MBK
HALL แต่งานก็จบด้วยความ
ชวนชื่นพร้อมกับเรียกคะแนน
ความสงสารได้จากแฟนเพลงอีก
เทียบ

เรียกได้ว่าประสบความสำเร็จ
สำเร็จเกินคาดจริงๆ แต่ขอคืออยู่
นี่คนึงว่า เป็นคอนเสิร์ตที่มีบันทึก
หัวใจของผู้ชมมากเหลือเกิน

ข่าวตัดที่ 5 แสดงถึงบรรยากาศและความสำเร็จของกรีนคอนเสิร์ต # 4

4.3 การจัดโครงการรณรงค์หาทุน

จากการศึกษาพบว่า การจัดโครงการรณรงค์หาทุนขึ้นมาแล้วยังไม่ปรากฏในสื่อโทรทัศน์ ด้วยรูปแบบรายการของสื่อโทรทัศน์ที่มีรายการโทรทัศน์อันหลากหลายและมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะแต่ละรายการ ประกอบกับสถานีโทรทัศน์ยังมีน้อย ดังนั้น สื่อโทรทัศน์จึงไม่จำเป็นที่จะต้องกิจกรรมดังกล่าวเพื่อสร้างความสนใจกับกลุ่มผู้ชม หรือผู้สนับสนุนรายการ แต่สื่อโทรทัศน์จะเน้นไปในการพัฒนารูปแบบรายการบันเทิงต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมมากกว่า

ในขณะที่สื่อวิทยุมีรูปแบบรายการที่ทำให้เสียงเพลงเป็นหลัก ประกอบกับมีสถานีวิทยุเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงสื่อวิทยุจึงจำเป็นต้องมีการจัดกิจกรรมในลักษณะดังกล่าวเพื่อให้ตัวรายการมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการสร้างความสนใจทั้งในตัวผู้ฟังและผู้สนับสนุนรายการด้วย

การจัดโครงการรณรงค์หาทุนในลักษณะดังกล่าว จะเป็นประโยชน์แก่สื่อวิทยุนอกจากทำให้รายการไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่แล้ว ยังเป็นการวัดความนิยมของผู้ฟังอีกด้วย รวมถึงผลต่อการหาผู้สนับสนุนรายการด้วย

ดังนั้น การจัดโครงการรณรงค์หาทุน จึงเป็นกิจกรรมที่สื่อวิทยุจัดขึ้นเพื่อรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์ โดยสื่อวิทยุเป็นผู้ริเริ่มโครงการและดำเนินการรณรงค์ตั้งแต่ต้นจนจบทั้งผ่านตัวรายการของตนเอง และผ่านสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ โดยที่กิจการสาธารณประโยชน์เป็นเพียงผู้ให้ข้อมูลในการเผยแพร่ถึงความจำเป็น และความต้องการในเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์

โดยพื้นฐานของการจัดโครงการรณรงค์หาทุน สื่อวิทยุต่างมีจุดประสงค์เดียวกันคือ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมผู้ฟังรายการออกมารวมตัวกัน เพื่อแสดงความมีน้ำใจต่อเพื่อนร่วมสังคมอย่างพร้อมเพรียงกัน แต่ผลสำเร็จจากวัตถุประสงค์ที่สื่อวิทยุได้วางไว้ พอลจะสรุปได้ 2 ประเด็นคือ

1. **ภาพลักษณ์ขององค์กร** การดำเนินโครงการรณรงค์หาทุนของสื่อวิทยุโดยมีการให้ความช่วยเหลือกับกิจการสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ ถือเป็นการอิงบทบาทของตนเองให้เข้ากับกิจการสาธารณประโยชน์ ทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น เนื่องจากในทัศนะของคนทั่วไป

มองว่ากิจการสาธารณประโยชน์เป็นองค์กรที่ทำประโยชน์ช่วยเหลือสังคม โดยไม่หวังผลตอบแทนใด ๆ

นอกจากภาพลักษณ์ที่สื่อวิทูจะได้รับแล้ว ยังหมายรวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมสนับสนุนโครงการที่จะจัดขึ้น จากการสัมภาษณ์ คุณพงษ์อมร ศรีรักษา ได้กล่าวว่า “...เราได้ชื่อเสียงและได้ทำบุญครับ เราถือว่าเราเป็นจุดเล็ก ๆ ในสังคมและอยากเป็นตัวอย่างที่ดีของสังคม บางคนเขาทำกิจกรรมที่เป็นตัวขาย บางทีมันอาจจะดีกว่า แต่เราเลือกจะทำกิจกรรมเพื่อสังคม คือถูกค้าได้ทั้งโฆษณาและได้ภาพพจน์ที่ดีแก่ตัวสินค้า ในส่วนของกรีนเวฟเอง การประชาสัมพันธ์ในชื่อของคลื่นออกไป ก็ถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของบริษัท” (พงษ์อมร ศรีรักษา, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2542)

2. เพื่อคืนกำไรตอบแทนสังคม เหตุผลประการหนึ่งที่ทำให้สื่อวิทูจัดโครงการรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์ขึ้นอันเนื่องมาจากลักษณะการดำเนินงานของสื่อวิทูในปัจจุบันที่เน้นหนักในเชิงธุรกิจ การเข้าไปในฐานะเป็นผู้ริเริ่มโครงการรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์จึงถือเป็นทางหนึ่งในการตอบแทนสังคม ในประเด็นดังกล่าว คุณจิราพรธมลิมไทย รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท มิเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ได้ให้ความเห็นว่า “...เรามองว่าปัจจุบันสื่อไม่สามารถอยู่ได้เพียงแค่ขายโฆษณา ทำงานเผยแพร่อย่างเป็นทางการเท่านั้น สิ่งที่ประชาชนต้องการจากเราไม่ใช่แค่การจัดรายการเพลง เขาต้องการให้สื่อมีบทบาทในการช่วยโน้มน้าวให้เกิดความร่วมมือในสังคมด้วย...” (จิราพรธมลิมไทย, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2542)

ดังนั้น โครงการรณรงค์หาทุนในลักษณะดังกล่าวจึงถือเป็นการดำเนินกิจกรรมด้วยเจตนาดี คือ ต้องการคืนกำไรแก่สังคม ผสมผสานกับความต้องการสร้างภาพพจน์ขององค์กรรวมทั้งช่วยเหลือกิจการสาธารณประโยชน์ ในฐานะเป็นสถาบันหนึ่งในสังคม

วิธีดำเนินการจัดโครงการรณรงค์หาทุน

1. การกำหนดกิจกรรมที่จะทำ การกำหนดกิจกรรมที่จะทำ สื่อวิทูจะมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าเสมอว่า ในแต่ละปีจะมีการจัดกิจกรรมใด ในลักษณะใดบ้าง โดยกิจกรรมดังกล่าวจะเป็นกิจกรรมการรณรงค์หาทุนที่สื่อวิทูเป็นผู้ดำเนินการรณรงค์ทั้งกระบวนการ โดยอาศัยความเป็นมืออาชีพในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โน้มน้าวใจผู้ชมผู้ฟัง จนเกิดความรู้สึที่ดีและพร้อมใจเข้าร่วมในกิจกรรมรณรงค์หาทุนที่สื่อวิทูจัดขึ้น

คุณจิราพรรณ ลี้มไทย ได้กล่าวถึงจุดเริ่มต้นในการจัดโครงการรณรงค์หาทุนแต่ละครั้งว่า “...โครงการแต่ละโครงการนั้น ไม่ได้ขึ้นกับเราเพียงฝ่ายเดียว เราต้องหาแนวร่วมอย่างผู้สนับสนุนกิจกรรมซึ่งเป็นเจ้าของสินค้าและบริการที่เขาอาจจะทำอะไรให้กับสังคมเหมือนกัน และเมื่อเรากับผู้สนับสนุนกิจกรรมทำตรงนี้ขึ้นมาแล้ว ในแง่ของประชาชนก็มีความสำคัญว่าเขาเห็นและมีความเข้าใจในสิ่งที่เราทำหรือไม่ ถ้าทั้ง 3 องค์ประกอบลงตัว โครงการที่ทำก็จะประสบความสำเร็จ...” (จิราพรรณ ลี้มไทย, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2541)

เช่นเดียวกับคุณพงษ์อมร ศรีรักษา Account Manager Division 4 บริษัท เอไอเอ็ม – มีเดีย จำกัด ที่กล่าวว่า “โดยลักษณะกิจกรรมที่เราทำ เราต้องมองคนฟังเป็นหลักก่อน แล้วก็มองลูกค้าเป็นหลักด้วย ผมมองว่าลูกค้าเองก็คาดหวังกับคลื่นที่มีคนฟังมากที่สุด เพราะฉะนั้นถ้าเราทำให้คนฟัง หันมาฟังรายการเราเยอะ ๆ เมื่อเขาลงโฆษณาอะไรกับเรา มันย่อมมีผลตอบรับกลับมาในระดับที่ดี ดังนั้นในการจัดกิจกรรมเราก็ต้องทั้งในส่วนของผู้ฟังและลูกค้าให้ถูกใจทั้งสองฝ่าย” (พงษ์อมร ศรีรักษา, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์, 2542)

กล่าวโดยสรุปแล้ว ในการกำหนดโครงการรณรงค์หาทุนแต่ละครั้ง สื่อวิทยุและโทรทัศน์ จะคำนึงถึงปัจจัย 3 ประการคือ ตัวโครงการ ผู้สนับสนุนโครงการ กลุ่มเป้าหมาย

1. **ตัวโครงการ** โครงการที่สื่อวิทยุเริ่มขึ้นจะเป็นโครงการที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายจำนวนมากมีการกระทำบางอย่างเกิดขึ้นในขณะนั้น ดังนั้นในลักษณะของตัวโครงการ จึงมักเป็นลักษณะการให้ความช่วยเหลือต่อกิจการสาธารณประโยชน์ที่มีผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้าง และเป็นปัญหาที่สะสมมานานและสอดคล้องกับสภาพการณ์ในขณะนั้น เช่น ศูนย์บริจาคโลหิต สภากาชาดไทยที่ประสบปัญหาการขาดแคลนโลหิต จนกลายเป็นปัญหาใหญ่ ดังนั้นจะพบว่าสื่อวิทยุมักจะนำเรื่องราวของศูนย์บริจาคโลหิตมาเป็นประเด็นในการรณรงค์ เช่น โครงการกรีนไวลันเทียร์ ของคลื่นกรีนเวฟ ที่จัดให้มีการรับบริจาคโลหิต หรือ โครงการหนึ่งคนให้...หลายคนรับ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน)

2. **ผู้สนับสนุนกิจกรรม** การจัดกิจกรรมแต่ละครั้งย่อมมีค่าใช้จ่าย ดังนั้นสื่อวิทยุจึงต้องหาแนวร่วมในการทำให้งิจกรรมนั้น ๆ เกิดขึ้น จากการสัมภาษณ์ คุณจิราพรรณ ลี้มไทย รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวถึงความสำคัญของผู้สนับสนุนรายการว่า “เรามองว่าสื่อกับผู้สนับสนุนรายการ น่าจะร่วมมือกันตรงนี้ หลาย ๆ อย่างทุกคนอาจจะคาดหวังจากสื่อว่าน่าจะควักกระเป๋าเข้ามาช่วยกัน แต่ต้องยอมรับว่าตอนนี้ไม่มีใครสามารถทำคน

เดียวได้สำเร็จ ต้องเป็นความร่วมมือกัน นี่คือจุดสำคัญ...” (จิราพรรณ ลิมไทย , สัมภาษณ์ . 22 ธันวาคม 2541)

ในแง่ของผู้สนับสนุนกิจกรรม คุณสิวลัย มโนวงศ์ Senior Media Planner บริษัท ฟาร์อีสท์ แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวเสริมถึงการจัดกิจกรรมหาทุนของสื่อวิทยุว่า “ปัจจุบัน เมื่อสื่อคิดโครงการขึ้นมา จะพยายามพ่วงเรื่องธุรกิจเข้ามาด้วย เช่น กรีน วัลลันทีียร์ เขาจะยื่นข้อเสนอมาว่า ถ้าสินค้าสนับสนุนโครงการดังกล่าว ก็จะได้รับสปอตโฆษณา เป็นผู้สนับสนุนหลักในกิจกรรมที่จัดขึ้น สามารถไปตั้งร้านขายของได้ภายในงาน และยังได้ช่วยการกุศลอีกด้วย ดังนั้นทางตัวผลิตภัณฑ์เองก็มองว่า ได้ทั้งตัวสปอตโฆษณาด้วย และยังสามารถตอบแทนสังคมด้วย สิ่งเหล่านี้ทำให้ภาพพจน์ของตัวผลิตภัณฑ์ดีขึ้น...” (คุณสิวลัย มโนวงศ์ , สัมภาษณ์ . 17 กุมภาพันธ์ 2542)

ดังนั้น องค์กรสื่อวิทยุจึงมีกลยุทธ์การขายโฆษณาเพื่อดึงดูดใจกลุ่มผู้สนับสนุนกิจกรรมในหลาย ๆ รูปแบบ ดังตัวอย่างโครงการกรีน วัลลันทีียร์ ครั้งที่ 4 ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ที่มีข้อเสนอต่อผู้สนับสนุนกิจกรรมหลายประการ ทั้งในแง่การประหยัดค่าใช้จ่าย สิ่งที่คุณสนับสนุนกิจกรรมจะได้รับเพิ่มเติมเมื่อเข้ามาสนับสนุนโครงการกรีน วัลลันทีียร์ ดังรายละเอียดของการขายโฆษณาดังต่อไปนี้

โครงการ “กรีน วัลลันทีียร์ ครั้งที่ 4”	
	สิ่งที่ผู้อุปถัมภ์ได้รับ
● COMMERCIAL SPOTS (330,000 bath/month)	5 TIME / DAY
● PROMOTE SPOTS (528,000 bath/month)	8 TIME / DAY
● LOGO บนป้ายผ้า	
● D.J. พูดยอขอบคุณซื้อสินค้าพร้อมสโลแกน	
Remark รับไม่เกิน 6 ผลิตภัณฑ์	PRICE 400,000 bath / month

อาจกล่าวได้ว่า ตัวผลิตภัณฑ์เองก็ต้องพึ่งพาสื่อวิทยุในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมเช่นกัน เนื่องจากองค์กรสื่อมวลชน เช่น บริษัทเอ-ไทม์มีเดีย จำกัด บริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) เป็นเจ้าของรายการ ดังนั้นช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จึงมีมากทั้งในการประชาสัมพันธ์ผ่านตัวรายการ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อมวลชนอื่น ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หากตัวผลิตภัณฑ์ดำเนินการเอง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานย่อมสูง และท้ายที่สุดแล้วยังต้องกลับมาซื้อสื่อเหล่านี้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์อีกด้วย ดังนั้นการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมของตัวผลิตภัณฑ์จึงเป็นการประหยัดงบประมาณ เนื่องจากผู้สนับสนุนได้ทั้งตัวสปอตโฆษณาเชิงพาณิชย์และเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมหลักของโครงการที่สื่อวิทยุจัดทำขึ้น นั่นก็คือ ได้ทั้งการขายสินค้าและได้ทั้งภาพพจน์ที่ดีแก่ตัวสินค้าด้วย

3.กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มบุคคลเหล่านี้คือกลุ่มที่สำคัญที่สุดในการจัดโครงการรณรงค์หาทุน เพราะหากไม่มีกลุ่มบุคคลเหล่านี้กิจกรรมที่จัดขึ้นย่อมไม่ประสบความสำเร็จ กลุ่มบุคคลเหล่านี้คือกลุ่มบุคคลที่ติดตามรับฟังรายการเป็นประจำ โดยปกติองค์กรสื่อมวลชนที่จัดกิจกรรมลักษณะนี้ขึ้นมา กลุ่มเป้าหมายในรายการมักจะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีศักยภาพพอที่จะช่วยเหลือสังคมได้ และเต็มใจที่จะให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมดังกล่าว

ดังนั้น ในการจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนของสื่อวิทยุ สื่อวิทยุจะต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจจุดประสงค์ของการรณรงค์เป็นอย่างดีจึงจะยอมกระทำตามที่สื่อวิทยุและโทรทัศน์ต้องการ และต้องพยายามอำนวยความสะดวกในการกระทำมากที่สุด เนื่องจากการกระทำใด ๆ ก็ตามต้องมีการลงทุนในการเกิดการกระทำทั้งสิ้น ถึงแม้ว่าทัศนคติต่อการกระทำนั้น ๆ จะเป็นเชิงบวกก็ตาม แต่จะไม่เกิดการกระทำใด ๆ เลย ถ้าต้องมีการลงทุนมากเกินไป เช่น ต้องเดินทางไกล ต้องเสียเวลามากในการกระทำนั้น นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายยังมักจะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไป

2. การกำหนดกิจการสาธารณประโยชน์ที่จะเข้าร่วมโครงการ

โดยส่วนใหญ่แล้วเมื่อสื่อวิทยุจัดโครงการในลักษณะนี้ การจะให้กิจการสาธารณประโยชน์เข้าร่วมในโครงการทุกแห่งย่อมเป็นไปได้ ดังนั้น สื่อวิทยุจึงต้องมีการคัดเลือกกิจการสาธารณประโยชน์ที่จะเข้าร่วมโครงการ โดยลักษณะการคัดเลือกนั้นจะมาจาก 2 แหล่งด้วยกัน คือ

1. *สื่อวิทยุเป็นผู้คัดเลือก* สื่อวิทยุจะคัดเลือกกิจการสาธารณประโยชน์เข้าร่วมโครงการดังกล่าว โดยดูจากผลงานที่กิจการสาธารณประโยชน์ที่ได้เผยแพร่ไปตามสื่อต่าง ๆ แล้วจึงติดต่อกลับไปยังมูลนิธิเพื่อเชิญให้เข้าร่วมโครงการที่จัดขึ้น

คุณวันชัย บุญประชา หัวหน้าฝ่ายบรรณาธิการและเผยแพร่ มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก ได้กล่าวถึงที่มาในการเข้าไปร่วมโครงการกรีนไวลันเทียร์ ที่จัดขึ้นโดยบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ว่า “...อย่างกรีนเวฟที่เราเข้าไปร่วมโครงการ ก็มาจากลักษณะที่เราส่งข่าวกว้างออกไป พอเขาเห็นก็จะติดต่อมา พอเขามีโครงการกรีนไวลันเทียร์ เขาก็ติดต่อเข้ามา เราเห็นว่ามันเป็นช่วงที่ดีก็ร่วมด้วย...” (วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2541)

เช่นเดียวกันคุณสรพร วงษ์ศา หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มูลนิธิเด็กที่กล่าวสอดคล้องกับคุณวันชัย บุญประชาว่า “...จุดเริ่มต้นที่ทางเราไปร่วมกับโครงการกรีนไวลันเทียร์ คือ มาจากการที่เราได้เผยแพร่งานของเราตลอดเวลา ที่นี้ทราบไปถึงรายการกรีนเวฟ เขาก็ติดต่อกลับมา โดยเขาต้องดูตัวงานก่อนว่างานเราน่าสนใจหรือไม่ หลังจากนั้นเขาถึงจะตัดสินใจให้ความช่วยเหลือ...” (สรพร วงษ์ศา, สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2541)

2. *ผู้สนับสนุนกิจกรรมเป็นผู้กำหนด* โครงการบรรณาธิการบางโครงการเป็นความร่วมมือกันระหว่างสื่อวิทยุกับผู้สนับสนุนกิจกรรม ดังนั้นผู้สนับสนุนกิจกรรมจึงมีอิทธิพลในการคัดเลือกกิจการสาธารณประโยชน์ที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของตนเอง เช่น โครงการหนึ่งคนให้...หลายคนรับ เป็นความร่วมมือระหว่างบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด กับ บริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ดังนั้นทางบริษัทไทยประกันชีวิต จึงเลือกที่จะให้ความช่วยเหลือสภาอากาศไทยในการรับบริจาคโลหิตและอวัยวะ อันเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด

เมื่อได้ทำการคัดเลือกแล้ว สื่อวิทยุจะเป็นผู้ประสานงานในด้านข้อมูลว่า กิจการสาธารณประโยชน์มีความจำเป็นในแหล่งเงินทุนอย่างไรบ้าง และความขาดแคลนแหล่งเงินทุนดังกล่าวได้ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างไรกับการทำงานของกิจการสาธารณประโยชน์จากนั้นกิจการสาธารณประโยชน์มีหน้าที่เพียงการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อสื่อวิทยุ จากนั้นสื่อวิทยุจะได้นำข้อมูลดังกล่าวมาแปรสภาพให้อยู่ในรูปแบบที่โน้มน้าวใจผู้ฟังให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามและพร้อมใจที่จะเข้าร่วมโครงการดังกล่าว

3. การดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการณรงค์หาทุน

ขั้นตอนแรกในการดำเนินการรณรงค์ประชาสัมพันธ์โครงการณรงค์หาทุน นั่นก็คือ สื่อวิทยุจะขอข้อมูลจากกิจการสาธารณประโยชน์ว่ายังขาดแคลนอะไรบ้าง ประสบปัญหาในการดำเนินงานอย่างไรบ้าง ขณะเดียวกันยังต้องคำนึงถึงทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายว่ามีทัศนคติต่อประเด็นปัญหาดังกล่าวอย่างไร จากนั้นจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาสรุปเป็นประเด็นในการนำเสนอต่อผู้ฟัง เช่น ในการจัดให้มีการบริจาคอวัยวะแก่สภากาชาดไทย กลุ่มเป้าหมายยังมีความเชื่อว่าหากบริจาคไปแล้ว เกิดมาชาติหน้าจะไม่มีอวัยวะ เมื่อกลุ่มเป้าหมายยังมีทัศนคติในการบริจาคอวัยวะเช่นนี้ ดังนั้นเนื้อหาสารที่จะนำสู่กลุ่มเป้าหมายจึงจะต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการบริจาคอวัยวะ เป็นต้น โดยโครงการรณรงค์หาทุนที่สื่อวิทยุจัดขึ้นจะมีการวางแผนรณรงค์ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเนื้อหาข่าวสารหลาย ๆ แบบ ผ่านช่องทางสื่อหลายชนิด ดังตัวอย่างแผนงานกิจกรรมในรายการของ โครงการหนึ่งคนให้...หลายคนรับ” ของบริษัทมีเดียพลัส จำกัด (มหาชน)

แผนงานกิจกรรมในรายการ โครงการ “หนึ่งคนให้...หลายคนรับ” (28 ก.ย.– 3 พ.ย. 2541)

รายละเอียด	ระยะเวลา
1. TEASOR SPOT โครงการ “หนึ่งคนให้...หลายคนรับ”	วันที่ 28 กันยายน – 4 ตุลาคม 2541
2. งานแถลงข่าวและสัมมนาผู้ดำเนินรายการ	วันที่ 1 ตุลาคม 2541
3. SPOT PROMOTE version 1	วันที่ 5-18 ตุลาคม 2541
4. ผู้ดำเนินรายการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและที่มาของโครงการ “หนึ่งคนให้...หลายคนรับ”	วันที่ 5 – 30 ตุลาคม 2541
5. ผู้ดำเนินรายการนำเสนอความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริจาคเลือดและอวัยวะ	
6. DROP IN โครงการ “หนึ่งคนให้...หลายคนรับ”	
7. เปิดรับอาสาสมัครลงชื่อร่วมบริจาค	
8. VOX.POP. สัมภาษณ์ศิลปินเชิญชวนร่วมบริจาค	วันที่ 12-30 ตุลาคม 2541
9. PHONE IN แพทย์ผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้เรื่องการบริจาคอวัยวะ ช่วง People Variety	วันที่ 10/17 ตุลาคม 2541
10. PHONE IN แพทย์ผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้เรื่องการบริจาคอวัยวะ ช่วง People Variety	วันที่ 24 ตุลาคม 2541
11. SPOTE PROMOTE version 2	วันที่ 19-30 ตุลาคม 2541
12. PHONE IN ผู้ร่วมบริจาคและศิลปินร่วมงาน	วันที่ 31 ตุลาคม 2541
13. SPOT ขอบคุณผู้ร่วมโครงการ	วันที่ 1 – 3 พฤศจิกายน 2541

นอกจากกิจกรรมในรายการเพื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์โครงการแล้ว สื่อวิทยุยังได้อาศัยสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ ในการช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น เนื่องจากโดยปกติแล้วโครงการรณรงค์ต่าง ๆ จะมีกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ในวงกว้าง การที่สื่อวิทยุที่จัดทำโครงการจะทุ่มงบประมาณในรณรงค์ประชาสัมพันธ์ภายในรายการของตนเอง ผลที่ไม่ได้ย่อมไม่ครอบคลุม ดังนั้น สื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ จึงมีบทบาทสำคัญในฐานะที่เป็นสื่อกลางในการกระจายข่าวสาร นอกจากจะช่วยให้แผนการรณรงค์แพร่หลายไปสู่คนทุกกลุ่ม ยังช่วยประหยัดงบประมาณของโครงการนั้น ๆ ด้วย

วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ทั้งที่เป็นการรณรงค์ในรายการและการรณรงค์ผ่านสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ จะมีวัตถุประสงค์หลักอยู่ 4 ประการคือ

1. เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ รูปแบบของข่าวสารดังกล่าวจะเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ โดยบอกถึงที่มาและเหตุผลของการจัดทำโครงการดังกล่าว สถานที่ในการจัดงาน และในบางครั้งยังได้กล่าวถึงความร่วมมือระหว่างสื่อมวลชนกับผู้สนับสนุนกิจกรรมที่ทำให้เกิดโครงการดังกล่าวขึ้น อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์สร้างภาพพจน์ให้กับผู้สนับสนุนกิจกรรมอีกด้วย ดังตัวอย่างสคริปต์สปอตโฆษณาที่ 4 เพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งคนให้...หลายคนรับ” จะเป็นการบอกถึงกิจกรรมที่จัดขึ้น ทั้งในแง่ของรูปแบบกิจกรรม สถานที่ วัน เวลาในการจัดกิจกรรม เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนมาร่วมงาน และเนื้อหาจะเน้นความเป็น “ผู้ให้” ที่ช่วยเหลือผู้อื่นที่ด้อยโอกาสกว่า เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกว่าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สามารถจะช่วยเหลือผู้อื่นที่ด้อยโอกาส

2. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เป็นการสะท้อนสภาพปัญหา และความต้องการของกิจการสาธารณประโยชน์ เป็นการเผยแพร่ให้เห็นถึงปัญหาของกิจการสาธารณประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงานของกิจการสาธารณประโยชน์ และตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ดังตัวอย่างสคริปต์สปอตโฆษณาที่ 5 ของโครงการกรีนไวลันท์ ครั้งที่ 3 ของรายการกรีนเวฟ 106.5 MHZ และตัวอย่างข่าวตัดที่ 6 ของโครงการ หนึ่งคนให้...หลายคนรับของบริษัท มิเดียพลัส จำกัด (มหาชน) โดยทั้ง 2 กิจกรรมเป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องของทั้ง 2 กิจกรรม สะท้อนสภาพปัญหาที่กิจการสาธารณประโยชน์กำลังเผชิญอยู่ ทำให้ผู้ชมผู้ฟังเกิดความรู้สึกว่าปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาสำคัญที่ทุกฝ่ายจะต้องช่วยกันเร่งลงมือแก้ไข และผู้ฟังในฐานะเป็นคนหนึ่งในสังคม และเป็นกำลังสำคัญที่สามารถช่วยเหลือได้โดยผ่านทางกิจกรรมที่องค์กรสื่อจัดขึ้นในฐานะ “ผู้ให้”

3. เพื่อโน้มน้าวใจผู้รับสารให้เกิดการคล้อยตามและเกิดทัศนคติที่ดี ยินดีที่จะเข้าร่วมโครงการ ลักษณะสารดังกล่าวจะมีการใช้กลุ่มอ้างอิงที่เป็นคารา ผู้มีชื่อเสียง มาโน้มน้าวใจ ขณะเดียวกันยังมีการนำกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมาให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับกิจกรรมดังกล่าว อันจะเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในกิจกรรมดังกล่าว ดังตัวอย่างสคริปต์สโปดท์ที่ 6 ประชาสัมพันธ์โครงการกรีน โวลันทีร์ ในรายการกรีนเวฟ และตัวอย่างข่าวตัดที่ 7 ของโครงการหนึ่งคนให้...หลายคนรับ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารในลักษณะโน้มน้าวใจผู้รับสารให้เกิดการคล้อยตามและเกิดทัศนคติที่ดี ข่าวสารดังกล่าวจะแสดงให้เห็นถึงผลที่เกิดขึ้นจากการให้ ว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นอย่างไร ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงานของกิจการสาธารณประโยชน์ ดังเช่น “การบริจาคโลหิตเป็นความคิดที่ดี และสามารถช่วยชีวิตคนได้จริง ๆ” หรือ “การบริจาคอวัยวะเป็นทานบารมีอันสูงสุดในชีวิต” อันเป็นการแสดงถึงผลประโยชน์มหาศาลที่จะเกิดขึ้นจากการเป็น “ผู้ให้” ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

4. เพื่อเผยแพร่ความสำเร็จของโครงการ เป็นรูปแบบข่าวสารที่น่าเสนอผลสำเร็จของโครงการที่สื่อมวลชนได้จัดทำขึ้น ด้วยการประเมินจากตัวเลขของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผลบริจาคทั้งในแง่ของตัวเงินและสิ่งของที่กิจการสาธารณประโยชน์ได้รับ ดังตัวอย่างข่าวตัดที่ 8, 9 แสดงผลสำเร็จของกิจกรรมของโครงการหนึ่งคนให้...หลายคนรับ บริษัทมีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) และกรีน โวลันทีร์ของรายการกรีนเวฟ 106.5 MHz อันเป็นการแสดงถึงศักยภาพอันสำคัญของสื่อในการระดมคนในสังคม ทำให้เกิดความร่วมมือที่ช่วยกัน ทั้งการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือกิจการสาธารณประโยชน์ที่ยังขาดปัจจัยต่าง ๆ ในการดำเนินงาน

กล่าวโดยสรุปแล้ว การจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์ โดยที่องค์กรสื่อเป็นผู้ริเริ่มนั้น มีจุดประสงค์ 2 ประการคือ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และเป็นการตอบแทนกำไรคืนแก่สังคม ทั้งนี้ในการจัดกิจกรรมดังกล่าว องค์กรสื่อยังต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ 3 ประการคือ การกำหนดกิจกรรมที่จะทำ กลุ่มผู้สนับสนุนกิจกรรม และที่สำคัญที่สุดคือ กลุ่มเป้าหมายที่จะมาร่วมกิจกรรม โดยในการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ สู่กลุ่มเป้าหมาย องค์กรสื่อที่จัดกิจกรรมดังกล่าวขึ้นได้ใช้สื่อของตนเองเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ ขณะเดียวกันได้อาศัยสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ในการเผยแพร่กิจกรรมดังกล่าว ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างมากขึ้น ลักษณะการเผยแพร่จะเป็นการชี้ให้เห็นถึงกิจกรรมที่จะจัดขึ้น สภาพปัญหาของกิจการสาธารณประโยชน์ การโน้มน้าวใจ และท้ายที่สุดคือการเผยแพร่ถึงผลสำเร็จของกิจกรรม

SPOT PROMOTE : โครงการ “หนึ่งคนให้...หลายคนรับ”

LENGTH : 30 Sec.

TITLE : SPOT ประชาสัมพันธ์โครงการ

ANNOUNCER

WORDING

	Music	เพลงยิ่งใหญ่
Male	VO	ชีวิตคือคุณค่าสูงสุดของมนุษย์ คุณอาจเป็น อีกคนหนึ่งที่ให้ชีวิตใหม่แก่พวกเขาอีกครั้ง
	Music	เพลงบรรเลง
Male	VO	บริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) และ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด ขอเชิญทุกท่าน ร่วมกิจกรรมการกุศลครั้งยิ่งใหญ่ “หนึ่งคน ให้...หลายคนรับ” ด้วยการบริจาคอวัยวะ และ บริจาคโลหิต พร้อมรับสาระความรู้ และความ บันเทิงหลากหลายจากศิลปินชื่อดังมากมาย วันเสาร์ที่ 14 พฤศจิกายนนี้ ณ บริษัทไทย ประกันชีวิต จำกัด เวลา 08.00 น. เป็นต้นไป “หนึ่งคนให้...หลายคนรับ” คือ “ให้” ที่คุณภูมิใจ ใจมากที่สุด

สคริปต์สโปดโฆษณาที่ 4 เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ “หนึ่งคนให้...หลายคนรับ”

SPOT PROMOTE : โครงการ กรีน โวลันเทียร์
 LENGTH : 30 Sec.
 TITLE : SPOT PROMOTE

ANNOUNCER		WORDING
	SF	เสียงนาฬิกาจับเวลา
Male	VO	ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ เด็กคาบอด โชควัด ดวงจับสลาก โชคร้าย หมดสิทธิ์เรียน
	SF	เสียงระเบิด
Male	VO	ปี 2541 สถิติหญิงไทยถูกทารุณกรรม สถิติ สูงสุดในรอบ 10 ปี
	SF	เสียงระเบิด
Male	VO	เด็กไทยไร้การพัฒนา เหตุเพราะขาดแคลน หนังสือ
	SF	เสียงระเบิด
Female	VO	ทั้งหมดนี้ คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศ ไทย ถึงเวลาแล้วที่คนไทยจะช่วยเหลือกัน แบ่งปันน้ำใจให้ผู้ด้อยโอกาส ในกรีน โวลันเทียร์ ครั้งที่ 3 ร่วมพลังพร้อมกัน 17 พฤษภาคมที่เว็ลด์เทรดเซ็นเตอร์ ชั้น 2 บริเวณ โซน C สกายโดมวันนี้ คุณช่วย เหลือคนไทยด้วยกันแล้วหรือยัง

สคริปต์สปอตโฆษณาที่ 5 เนื้อหาข่าวสารเพื่อสะท้อนปัญหาของมูลนิธิต่างๆที่เข้าร่วมโครงการ
กรีน โวลันเทียร์ # 3

SPOT PROMOTE : GREEN VOLUNTEER

LENGTH : 30 Sec.

TITLE : SPOT เชิญชวน

ANNOUNCER

WORDING

คุณพรนภัทร ไคว์ตระกูล

VO

ก็ป่วยเป็นมะเร็งเม็ดเลือดขาวหรือลูคีเมีย คำ
ของคุณพยาบาลคือค่อนข้างแจ่มชัดหน่อย
คือ พอปลูกถ่ายไขกระดูกแล้ว เผอิญว่ามีพัง
พืดในไขกระดูก มันก็เลยไม่สร้างเลือดให้เป็น
ไปตามปกติ คือ เลือดจะต่ำ พอเลือดต่ำ
เราก็จะเพลียแล้วก็มีต้องการให้เลือด การ
บริจาคโลหิตเป็นเรื่องดีมากเลยนะคะ อย่าง
หลาน ๆ ก็จะมีความคิดอย่างนี้เหมือนกัน คือ
ใครที่แข็งแรงเขาก็ไปกัน 3 เดือน ครั้งหนึ่ง
การบริจาคโลหิตคิดว่าเป็นความคิดที่ดีมาก
เป็นประโยชน์และก็สามารถช่วยชีวิตคนได้
จริง ๆ

Male

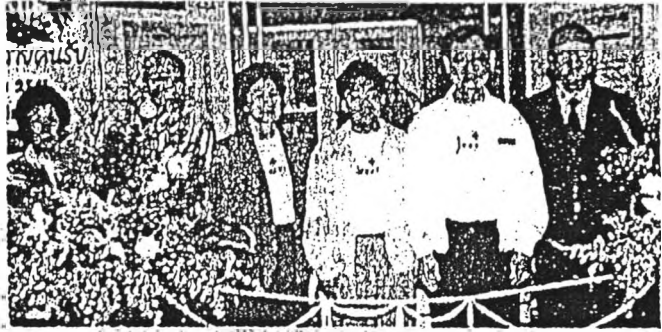
VO

กรีน ไวลันเทียร์ ครั้งที่ 3

สกริปต์สปอตโฆษณาที่ 6 สปอตเพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟังในโครงการกรีน ไวลันเทียร์ #3

ความภูมิใจของการเป็นผู้นำหนึ่งคนให้หลายคนรับ

ผ่านไปด้วยความดีความชอบของทางเราก...
คนวัน ด้วยความร่วมมือของภาคการศึกษา บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด
และ บริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) ที่ได้จัดให้มีพิธีเปิดงานโดย พ.ญ.ศรี
วิไล สืบประเสริฐ ผู้อำนวยการศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สส.น.พ.วิสิมภ์
รัฐวัฒน์ ผู้อำนวยการศูนย์รับบริจาคอวัยวะ, นายอภิรักษ์ โทพัฒน์กุล กรรมการ
ผู้จัดการใหญ่ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด และ นายองอาจ พูลพงษ์ศิริ



พันธ์ กรรมการผู้จัดการบริษัท มีเดียพลัส จำกัด
(มหาชน) ณ อาคารไทยประกันชีวิต ถนน
รัชดาภิเษก ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนร่วม
บริจาคโลหิต และอวัยวะ ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นใน
อนาคต ให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ของผู้
เจ็บป่วยทั่วประเทศ เปิดโอกาสให้ประชาชนได้
รับความรู้ในเรื่องของการบริจาคโลหิตและอวัยวะ
และเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสม
เด็จพระเจ้าอยู่หัว ในวโรกาสเฉลิมพระชนม
พรรษาครบ ๖ รอบ
สำหรับกิจกรรมต่างๆภายในงานได้แก่
การร่วมชมภาพยนตร์ เรื่อง Exile Ordinary
ซึ่งเป็นเรื่องของเด็กสาวที่บริจาคอวัยวะ และวัน
หนึ่งอวัยวะของเธอสามารถช่วยต่อชีวิตให้บิดา

ของเธอเอง, ทอล์กโชว์ โดย พันเอกนายแพทย์ พงศักดิ์ ส
กลดา เจ้าของฉายา "วางมัดหมี่" นำมาพร้อมหน้าไมค์
มิวสิกแอนด์คอนเสิร์ตของนักร้องค่ายต่างๆ อาทิ อีบี, อดดี, ณั
ศุขารมย์, วDC, โก U.H.T., RRR&B, จี-ที, อ้อม จาตุวัช
และดารานักแสดง อาทิ อี๋อม คานันธินี และทีมคาราจา
ภาพยนตร์เรื่อง รักออกแนบไม่ได้อ (O-Negative) สด
กับการเล่นเกมบนเวที โดยเหล่าดีเจ สังกัดคลื่นวิทยุ มีดี
พลัส ไลน์ ๓คลื่น ๑๐,๐ PEOPLE FM., 101 NEW
& TALK FM, และ 107 SOFT FM. กับประชาชนที่มาร่วม
งาน พร้อมรับของที่ระลึกมากมาย นอกจากนี้ ศิลปิน คาร
นักร้อง และดีเจ ก็ได้ร่วมกันบริจาคอวัยวะและโลหิต และมี
บริการตรวจสุขภาพ และให้คำปรึกษาให้ผู้ที่มาร่วมงานได้
ไม่เกิดมูลค่าอีกด้วย งานนี้มีผู้บริจาคเข้าร่วมบริจาคโลหิต 26
บูนิค และบริจาคอวัยวะ 53๑ คน

ข่าวตัดที่ 8 แสดงถึงผลสำเร็จของโครงการ หนึ่งคนให้...หลายคนรับ

ปัจจัยในการได้รับความร่วมมือจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์

จากรูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกิจการสาธารณประโยชน์โดยอาศัยสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการเผยแพร่ข่าวสารที่ได้กล่าวมาแล้ว ตลอดจนรูปแบบวิธีการนำเสนอของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการรณรงค์หาทุนให้แก่กิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์ พบว่ามีปัจจัยที่ทำให้ได้รับความร่วมมือจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

1. ความน่าสนใจตัวกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์

ในการดำเนินกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์ กิจกรรมแต่ละกิจกรรมที่ต้องการจะเผยแพร่นั้นจะต้องมีความน่าสนใจ ความน่าสนใจในที่นี้คือ เป็นกิจกรรมที่สามารถตอบสนองต่อการดำเนินงาน วัตถุประสงค์ของกิจการสาธารณประโยชน์ ทันสมัย และนำเสนอในช่วงเวลาที่สอดคล้องกับสังคมในขณะนั้น

สิ่งที่ทำให้ตัวกิจกรรมนั้นน่าสนใจนั้น คือ ตัวกิจกรรมที่เป็นรูปแบบใหม่ ๆ อาจจะไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เช่น ศูนย์เยาวชนสวนอ้อย จัดโครงการธนาคารของเล่น (Toy Bank) เพื่อช่วยเหลือเด็กและเยาวชน ผู้ด้อยโอกาสตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อมีโอกาสได้เล่นของเล่นเหมือนกับเด็ก ๆ ในครอบครัวที่มีฐานะ โดยรวบรวมของเล่นด้วยการรับบริจาคจากผู้มีจิตศรัทธา ความแปลกใหม่ในโครงการดังกล่าว ทำให้ได้รับความสนใจจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ นับตั้งแต่มีการเผยแพร่เปิดตัวโครงการเป็นครั้งแรกในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 1 มกราคม 2541 จากสถิติการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ภายในระยะเวลาเพียงแค่ 1 เดือน ปรากฏว่าได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนวิทยุและโทรทัศน์เป็นจำนวนมาก ดังต่อไปนี้

1 มกราคม 2541	หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	“วันเปิดตัว”
21 มกราคม 2541	สีสันยามเช้า	ช่อง 3
23 มกราคม 2541	ผู้หญิงอยากรู้	ช่อง 3
28 มกราคม 2541	ครบเครื่องเรื่องผู้หญิง	ช่อง 7
29 มกราคม 2541	ดาวดวงเล็ก	ไอทีวี

นอกจากนี้แล้วการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาที่เหมาะสมยังทำให้ข่าวนั้นมีความน่าสนใจและโดดเด่นมากขึ้น เช่น มูลนิธิดวงประทีป เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์

ให้ประชาชนบริจาคสิ่งของ ของเล่น เสื้อผ้า ให้กับเด็กด้อยโอกาสในชุมชนแออัด เนื่องในวันเด็กแห่งชาติ ย่อมทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์นั้น โดดเด่นขึ้น

2. การจัดตั้งสื่อมวลชนเป็นคณะกรรมการ

ด้วยความสำคัญของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการช่วยเผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของกิจการสาธารณประโยชน์ กิจการสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ จึงพยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ทั้งในแง่ของการให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูล การอำนวยความสะดวกให้กับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า กิจการสาธารณประโยชน์บางแห่งเห็นความสำคัญของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการช่วยเผยแพร่กิจกรรมผลงานต่าง ๆ โดยมีการดำเนินการใน 2 ลักษณะ คือ

2.1 แต่งตั้งสื่อมวลชนเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการตัดสินในกิจกรรมที่กิจการสาธารณประโยชน์จัดขึ้น เช่น สมาคมสร้างสรรค์ไทย ได้เชิญนักจัดรายการวิทยุเข้าร่วมเป็นกรรมการตัดสินโครงการ ทูตดาวพิเศษ โดยในประเด็นดังกล่าวคุณมัทนา ถนอมพันธ์ เลขาธิการสมาคมสร้างสรรค์ไทย กล่าวว่า “...ทางฟาติมา คุณเรืองยศ เขาจัดรายการเพลง ก็พูดชวนวัยรุ่นให้เข้าร่วมโครงการทูตรักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ และเราก็มีการเรียนเชิญนักจัดรายการวิทยุมาเป็นคณะกรรมการคัดเลือกตัดสินทูตดาวพิเศษของเรา...อย่างรายการกรีนเวฟ ก็มี คุณนุชา มนตรีเสวตกุล ที่เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงเข้ามาช่วยคิด ดังนั้นเวลาเราไปออกกองทุกรเร้าก็แค่ทะเล เขาก็ช่วยออกอากาศให้...” (มัทนา ถนอมพันธ์ , สัมภาษณ์, 22 กันยายน 2541)

2.2 แต่งตั้งสื่อมวลชนเป็นคณะกรรมการในการดำเนินงานของกิจการสาธารณประโยชน์ ดังเช่น สภาอากาศไทย โดยคุณทิพวรรณ อภิวันต์วรรัชต์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สภาอากาศไทยได้กล่าวในประเด็นดังกล่าวว่า “จะมีการตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของงานโดยรวมองค์กรสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องคือ กรมประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุและโทรทัศน์ต่าง ๆ และเชิญบุคลากรที่ทำงานด้านสื่อมวลชนเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ และแต่ละหน่วยงานจะรับผิดชอบเผยแพร่งานของตัวเองออกไป คือ จะแบ่งหน้าที่กันว่าถ้าโทรทัศน์ ต้องออกอย่างไร วิทยุต้องทำอะไร สื่อสิ่งพิมพ์ต้องทำอะไร ในช่วงเวลาไหนบ้างโดยที่จะนำประเด็นการจัดงานมาจากคณะกรรมการผู้อำนวยการจัดงานอากาศ (ทิพวรรณ อภิวันต์วรรัชต์ .สัมภาษณ์. 24 กุมภาพันธ์ 2542)

เช่นเดียวกับมูลนิธิโรคไตแห่งประเทศไทย จากวารสารมูลนิธิโรคไตแห่งประเทศไทย ปีที่ 12 ฉบับที่ 24 เดือนกรกฎาคม 2541 ระบุถึงคณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ของมูลนิธิโรคไตแห่งประเทศไทย ช่วงระหว่าง 29 ธ.ค. 2539-29 ธ.ค. 2541 ประกอบไปด้วย

คุณปิยะ มาลากุล ณ อยุธยา	ประธานอนุกรรมการ
พลเอกเป้ง มาลากุล ณ อยุธยา	รองประธานอนุกรรมการ
พลตรีเลิศรัตน์ รัตนวานิช	พลโทจตุฤทธิ์ พรหมสาขา ณ สกลนคร
พลเรือตรีสมบัติ ไชยทรัพย์	พลอากาศตรีนนท์ ศาสนนันท์
พลตำรวจตรีพิชิต ควรรตชะคุปต์	
คุณสุวิมล ผึ้งประเสริฐ	อนุกรรมการและเลขานุการ
คุณสิริรัตน์ เกษุญเชียร	อนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

บุคคลเหล่านี้ล้วนเป็นผู้บริหารระดับสูงของสถานีกองทัพบกช่อง 5 ในขณะที่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมมานั้นระบุว่า มูลนิธิโรคไตแห่งประเทศไทยได้จัดรายการโทรทัศน์การกุศลขึ้นทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จำนวน 2 ครั้ง คือ ในวันที่ 26 พฤษภาคม 2540 และ วันที่ 12 พฤษภาคม 2541 ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนโทรทัศน์กับการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานในลักษณะดังกล่าวมีส่วนในการให้ความช่วยเหลือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ทั้งในด้านการเผยแพร่กิจกรรม และการใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนของกิจการสาธารณประโยชน์

ในขณะที่สมาคมสร้างสรรค์ไทย ได้สร้างความสัมพันธ์กับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ด้วยการใช้ระบบสมาชิก คุณหญิงชดช้อย โสภณพานิช ผู้ก่อตั้งสมาคมสร้างสรรค์ไทย กล่าวว่า “...สิ่งที่เราทำมาโดยตลอดก็คือสมาชิก...ตอนนี้มี 34 บริษัทแล้ว ใน 34 บริษัทนี้ มีสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง และบริษัทลินดาส ที่ไม่ต้องจ่ายเงินสนับสนุน เพราะเราได้รับการสนับสนุนในรูปแบบอื่น ลินดาสช่วยเราทำโฆษณาโครงการมาโดยตลอด ส่วนสถานีโทรทัศน์ก็ให้เราโฆษณาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย...” (ชดช้อย โสภณพานิช, สัมภาษณ์ในนิตยสาร Expression มกราคม/กุมภาพันธ์ 2541)

คุณมัทนา ถนอมพันธ์ เลขานุการสมาคมสร้างสรรค์ไทย ได้กล่าวเสริมในประเด็นดังกล่าวว่า “...คือคิดว่าทางผู้บริหารเองเล็งเห็นความสำคัญที่สถานีจะเข้ามีส่วนช่วยเหลือสังคม แล้วกฎหมายก็มีส่วน คือ ตอนนี้ก็คิดว่า ต้องมีช่วงเวลาที่ทำประโยชน์ให้กับสังคม เพราะฉะนั้นมันก็สอดคล้องกันระหว่างกฎหมาย ตัวสปอตและการมีวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ” (มัทนา ถนอมพันธ์, สัมภาษณ์, 22 กันยายน 2541)

อาจกล่าวได้ว่า การมีคณะกรรมการเป็นสื่อมวลชน ย่อมทำให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกิจการสาธารณประโยชน์ได้รับความร่วมมือมากขึ้น ขณะเดียวกันความเป็นมืออาชีพของสื่อมวลชน ย่อมทำให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีแนวทางชัดเจนและครอบคลุมประชาชนอย่างกว้างขวาง

3. การอยู่ในพระอุปถัมภ์ของพระบรมวงศานุวงศ์

กิจการสาธารณประโยชน์หลาย ๆ แห่งอยู่ภายใต้พระอุปถัมภ์ของพระบรมวงศานุวงศ์ เช่น สภาอากาศไทย องค์อุปนายิกา คือ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มูลนิธิเด็กอ่อนในสลัมในพระอุปถัมภ์สมเด็จพระพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ฯลฯ ในประเด็นดังกล่าวคุณทิพวรรณ อภิวันต์วรรัชต์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักงานจัดหารายได้ สภาอากาศไทย ได้ให้ความเห็นว่า “...สื่อให้ความร่วมมืออย่างดี เพราะนอกจากสภาอากาศไทยเป็นองค์กรการกุศลที่ก่อตั้งโดยสมเด็จพระนางเจ้าเสาวภาผ่องศรี องค์สมานายิกา คือ สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ องค์อุปนายิกา คือ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เพราะฉะนั้นการที่เราอยู่ใต้พระอุปถัมภ์ของพระบรมวงศานุวงศ์ สื่อมวลชนก็จะให้ความร่วมมือ ขอความร่วมมือไปก็ได้ทันที...” (ทิพวรรณ อภิวันต์วรรัชต์, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2542)

“...มูลนิธิเด็กอ่อนในสลัมอยู่ในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ จึงมีส่วนช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจแก่ผู้บริจาค... อย่างกรณีที่ท่านเสด็จมาทรงเปิดอาคาร สื่อมวลชนก็มาทำข่าวประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว...” (ถิศา ทองแสงแก้ว, สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2541)

อาจกล่าวได้ว่า การอยู่ภายใต้พระอุปถัมภ์ของพระบรมวงศานุวงศ์ มีส่วนทำให้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ให้ความสนใจต่อกิจกรรมต่าง ๆ ของกิจการสาธารณประโยชน์และยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการเผยแพร่ผลงานของกิจการสาธารณประโยชน์ เนื่องจาก การระดมทุนของกิจการสาธารณประโยชน์เป็นงานที่ต้องอาศัยความเชื่อถือ ความศรัทธาของประชาชนจนยอมเสียสละทรัพย์หรือสิ่งของเพื่อบริจาคให้กับกิจการสาธารณประโยชน์ ดังนั้นการอิงกิจการสาธารณประโยชน์กับสถาบันพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ ซึ่งเป็นสถาบันที่ประชาชนให้ความเคารพและศรัทธา จึงส่งผลให้กิจการสาธารณประโยชน์นั้นได้รับการยอมรับและน่าเชื่อถือมากขึ้น

4. ความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน นั่นคือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน ทั้งในแง่ของการให้ความร่วมมืออำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อขอข้อมูล การพบปะสื่อมวลชนเป็นครั้งคราว ตลอดจนการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ให้กับสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนย่อมเป็นโอกาสอันดีต่อกิจการสาธารณประโยชน์ ในการได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สื่อมวลชนจัดขึ้น เป็นหนทางหนึ่งที่กิจการสาธารณประโยชน์จะได้เผยแพร่ข่าวสารและรณรงค์หาทุนผ่านสื่อมวลชน

กล่าวโดยสรุปแล้ว รูปแบบวิธีการนำเสนอของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการรณรงค์หาทุนให้แก่กิจการสาธารณประโยชน์มีหลายรูปแบบที่จะเข้าช่วยเหลือกิจการสาธารณประโยชน์ นับตั้งแต่การเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมของกิจการสาธารณประโยชน์ การให้เวลาออกอากาศ การจัดกิจกรรมบันเทิง และการจัดกิจกรรมรณรงค์หาทุนอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ รูปแบบวิธีการนำเสนอของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการ อย่างเช่น ความน่าสนใจในตัวกิจกรรม ผู้สนับสนุนรายการ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าไปช่วยเหลือกิจการสาธารณประโยชน์ เนื่องจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์มีลักษณะการดำเนินงานในเชิงธุรกิจ การดำเนินการใด ๆ ย่อมจะคิดในเชิงธุรกิจที่จะทำให้องค์กรของตนเองเท่าทันกับสถานการณ์ และตอบสนองต่อสังคมได้ด้วยเช่นกัน