

การตลาด สำหรับภาครัฐ Marketing in the Public Sector

ชุดเครื่องมือการบริหารสมัยใหม่สำหรับภาครัฐ
เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนอย่างยั่งยืน

ผู้เขียน Philip Kotler และ Nancy Lee

การตลาดสำหรับภาครัฐ

แปลและเรียบเรียงจาก *Marketing in the Public Sector*

โดย Philip Kotler & Nancy Lee

ราคา 350 บาท

ผู้แปล : ญญา สินตระการผล

พิมพ์ครั้งที่ 1 : มิถุนายน 2553

สงวนลิขสิทธิ์โดย : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ต จำกัด

Authorized translation from the English language edition, entitled *MARKETING IN THE PUBLIC SECTOR: A ROAD MAP FOR IMPROVED PERFORMANCE*, 1st Edition, ISBN:0131875159 by KOTLER, PHILIP; LEE, NANCY R., published by Pearson Education, Inc, publishing as Wharton School Publishing, Copyright © 2007 by Pearson Education, Inc. Publishing s Wharton School Publishing Upper Saddle River, New Jersey 07458

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

THAI language edition published by EXPERNET CO., LTD., Copyright © 2010

จัดพิมพ์และ : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ต จำกัด

จัดจำหน่ายโดย 2387 อาคารรวมทุนพัฒนา ถนนเพชรบุรีตัดใหม่

แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)

<http://www.expernetbooks.com>

e-mail : public@expernetbooks.com

พิมพ์ที่ : ธรรมกลการพิมพ์

โทร. 0-2932-4911, 0-2932-5433

หากมีข้อผิดพลาดเนื่องจากการพิมพ์ สามารถนำมาเปลี่ยนได้ที่สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ต

ข้อมูลทางบรรณานุกรมหอสมุดแห่งชาติ

คอตเลอร์, ฟิลิป.

การตลาดสำหรับภาครัฐ.--กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ต, 2553.

438 หน้า.


1. การบริหารรัฐกิจ. 2. บริการสาธารณะ. 3. การพัฒนาองค์กร.

I. ลี, แนนซี, ผู้แต่งร่วม. II. ชื่อเรื่อง.

352.63

ISBN 978-974-414-143-9

ในกรณีที่ต้องการซื้อเป็นจำนวนมาก เพื่อใช้ในการสอน การฝึกอบรม หรือการปฏิบัติงานภาครัฐ กรุณาติดต่อสอบถามราคาพิเศษได้ที่ โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)



เราขออุทิศหนังสือเล่มนี้ให้กับผู้ที่ทำงานข้าราชการในปัจจุบัน
หรือกำลังจะทำในอนาคต ซึ่งพยายามสร้างประโยชน์เพื่อส่วนรวม
ทั้งประโยชน์ต่อรัฐ ประชาชน และสิ่งแวดล้อม

หนังสือเล่มนี้เขียนขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้คุณค้นพบประโยชน์
ของการนำหลักการและเทคนิคทางการตลาดมาใช้เพื่อปรับปรุง
ผลการดำเนินงานของหน่วยงานของคุณ โดยเราหวังว่าคุณจะ
ได้พบว่าเคล็ดลับง่ายๆ ของการตลาดที่ประสบความสำเร็จ
ก็คือ การใช้วิธีที่มุ่งเน้นประชาชน นั่นเอง

สารบัญ

หน้า

สารบัญ

4

ส่วนที่ 1 บทนำ

11

บทที่ 1 การปรับปรุงผลการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ด้วยการคว้าโอกาสที่จะตอบสนองความต้องการของประชาชน

13

๑ ประชาชนต้องการอะไร และพวกเขาได้อะไรจากหน่วยงานภาครัฐ ?

17

๑ เครื่องมือใดที่ภาคเอกชนใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อภาครัฐเมื่อนำมาใช้ ?

20

๑ การตลาดมีบทบาทอย่างไรต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพของหน่วยงานภาครัฐ ?

25

๑ สิ่งที่จะต้องทำต่อไป

27

บทที่ 2 การทำความเข้าใจกรอบความคิดทางการตลาด

31

๑ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : กิจการไปรษณีย์แห่งสหรัฐอเมริกา - งานที่ยังไม่สำเร็จลุล่วง

33

๑ กรอบความคิดทางการตลาด

45

๑ เนื้อหาที่จะได้อ่านในบทต่อไป

65

ส่วนที่ 2 การนำเครื่องมือทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับภาครัฐ

67

บทที่ 3 การพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของโครงการและบริการเพื่อประชาชน

69

๑ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของอาหารโรงเรียนในสหราชอาณาจักร

70

๑ สิ้นค้า : “P” ตัวแรก

77

๑ บทสรุป

102

บทที่ 4 การตั้งราคาที่จูงใจ การให้สิ่งที่จะเพิ่มหรือลดแรงจูงใจ	105
๕ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : โครงการ “Click It or Ticket”	107
๕ ราคา : “P” ตัวที่สอง	112
๕ บทสรุป	134
บทที่ 5 การกำหนดช่องทางการจำหน่ายและให้บริการที่เหมาะสม	135
๕ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : HIV/AIDS ในประเทศ เนปาล - Sarita มีสิทธิซื้อถุงยางในเวลาและ สถานที่ที่เธอต้องการ	137
๕ สถานที่จำหน่ายหรือให้บริการ : “P” ตัวที่สาม	141
๕ บทสรุป	161
บทที่ 6 การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ที่ต้องการ และรักษาเอกลักษณ์ไว้ในระยะยาว	163
๕ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : ENERGY STAR® - ที่วางตำแหน่งเป็นแบรนด์ที่ช่วยปกป้องโลก	165
๕ การสร้างแบรนด์ในภาครัฐ	170
๕ บทสรุป	196
บทที่ 7 การสื่อสารกับกลุ่มมวลชนที่มีความสำคัญ	199
๕ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : การเพิ่มจำนวนในการ บริจาคอวัยวะ	201
๕ การส่งเสริมการตลาด : “P” ตัวที่ 4	206
๕ การกำหนดสาระ	208
๕ การเลือกผู้ส่งสาร	218
๕ การเลือกช่องทางการสื่อสาร	222
๕ บทสรุป	239

	หน้า
บทที่ 8 การปรับปรุงบริการและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า	243
๕ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : หน่วยดับเพลิงเมืองฟีนิกซ์	245
“หน่วยอาสาสมัครเพื่อสันติภาพที่มีถึงบรรจุน้ำขนาดใหญ่”	
๕ การบริการลูกค้าของภาครัฐ	251
๕ ประโยชน์ที่ได้รับจากความพึงพอใจของลูกค้าที่สูงขึ้น	252
๕ แนวทางปฏิบัติที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า	259
๕ บทสรุป	272
บทที่ 9 การจูงใจให้เกิดพฤติกรรมทางบวกในสังคม : การตลาดเพื่อสังคม	275
๕ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : โครงการรณรงค์ของฟินแลนด์ เพื่อ “เปลี่ยนคนอ้วนให้เป็นคนสุขภาพแข็งแรง”	277
๕ การตลาดเพื่อสังคมในภาครัฐ	280
๕ หลักการข้อที่ 1 : ใช้ประโยชน์จากโครงการรณรงค์ในอดีตหรือในปัจจุบันที่ประสบความสำเร็จ	284
๕ หลักการข้อที่ 2 : เริ่มต้นจากกลุ่มเป้าหมายที่พร้อมจะปฏิบัติมากที่สุด	286
๕ หลักการข้อที่ 3 : ส่งเสริมพฤติกรรมที่สามารถทำได้ง่ายและทำได้จริงที่ละอย่าง - ใช้วิธีแบบค่อยเป็นค่อยไป	287
๕ หลักการข้อที่ 4 : ระบุสิ่งที่เป็นอุปสรรคของการเปลี่ยนพฤติกรรมและหาทางขจัดออกไป	289
๕ หลักการข้อที่ 5 : ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับประโยชน์อย่างแท้จริงในปัจจุบัน	291

หน้า

๕	หลักการข้อที่ 6 : เน้นให้เห็นต้นทุนที่เกิดจากการ ทำพฤติกรรมแบบอื่น	294
๕	หลักการข้อที่ 7 : เสนอสินค้าหรือบริการที่จับ ต้องได้เพื่อช่วยให้กลุ่มเป้าหมายทำพฤติกรรม อย่างที่ต้องการ	296
๕	หลักการข้อที่ 8 : พิจารณาการใช้สิ่งจูงใจที่ไม่ใช่ ตัวเงิน ในลักษณะของการแสดงความขอบคุณและ การแสดงความชื่นชม	297
๕	หลักการข้อที่ 9 : แผงอารมณ์ขันในสารที่สื่อไปยัง กลุ่มเป้าหมาย	299
๕	หลักการข้อที่ 10 : ใช้ช่องทางการสื่อสารที่จุด ตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย	301
๕	หลักการข้อที่ 11 : ขอให้กลุ่มเป้าหมายให้คำมั่น สัญญาว่าจะปฏิบัติสิ่งที่คุณต้องการ	302
๕	หลักการข้อที่ 12 : ใช้สิ่งกระตุ้นเตือนเพื่อให้ พฤติกรรมใหม่คงอยู่ตลอดไป	305
๕	การนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมไปใช้กับต้นทาง	307
๕	บทสรุป	309
บทที่ 10 การสร้างหุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์		311
๕	เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : การแก้ปัญหาเกี่ยวกับน้ำ ในประเทศจอร์แดน - เพื่อประชาชน โดยประชาชน และด้วยความร่วมมือของหุ้นส่วน	313
๕	ประโยชน์ของการมีหุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์	318
๕	การเป็นหุ้นส่วนกับองค์กรภาคเอกชน	320
๕	การเป็นหุ้นส่วนกับองค์กรไม่แสวงหากำไร	332
๕	การเป็นหุ้นส่วนระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ด้วยกันเอง	338

	หน้า
๕ ปัญหาความยุ่งยากและความเสี่ยงของ การเป็นหุ้นส่วน	340
๕ การใช้วิธีทางการตลาดเพื่อให้ได้หุ้นส่วนที่ดีเยี่ยม และมีความเสี่ยงน้อยลง	342
๕ บทสรุป	348

ส่วนที่ 3 การบริหารจัดการกระบวนการทางการตลาด	349
---	------------

บทที่ 11 การรวบรวมข้อมูล ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น จากประชาชน	351
---	------------

๕ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : การสร้างประเทศที่ประชาชน มีสุขภาพแข็งแรงด้วยการทำวิจัยในแอฟริกาใต้	353
๕ การวิจัยตลาดในภาครัฐ	356
๕ คำนิยามของการวิจัยที่จำแนกตามช่วงเวลา ของการทำวิจัย	358
๕ คำนิยามของการวิจัยที่จำแนกตามแหล่งข้อมูล	360
๕ คำนิยามของการวิจัยที่จำแนกโดยเทคนิคการวิจัย	361
๕ ขั้นตอนในกระบวนการทำวิจัย	365
๕ คำแนะนำเกี่ยวกับการวิจัยที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ	370
๕ บทสรุป	371

บทที่ 12 การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน	373
---	------------

๕ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : ดัชนีพฤติกรรมด้าน สิ่งแวดล้อม - การวัดผลของสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วใน เชิงปริมาณ และตัดสินใจว่าควรทำอะไรต่อไป	375
๕ การวัดผลการดำเนินงานด้านการตลาด	379
๕ ทำไมคุณจึงทำการวัดผล และทำให้กับใคร ?	381
๕ คุณจะวัดอะไรบ้าง ?	383

	หน้า
๕ คุณจะได้ผลอย่างไร ?	389
๕ คุณจะได้ผลเมื่อใด ?	391
๕ การวัดผลจะมีต้นทุนเท่าไร ?	392
๕ บทสรุป	392
บทที่ 13 การจัดทำแผนการตลาดที่ประสบความสำเร็จ	395
๕ เรื่องเปิดตัวของบทนี้ : การตลาดสำหรับเมือง นิวยอร์กเริ่มต้นจากการกระจายข่าว	397
๕ การวางแผนการตลาดของภาครัฐ	400
๕ วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการตลาด	405
๕ กลุ่มเป้าหมาย	406
๕ การวางตำแหน่งทางการตลาด	408
๕ ส่วนผสมทางการตลาด	409
๕ แผนประเมินผล	411
๕ งบประมาณ	412
๕ แผนการนำไปปฏิบัติ	413
๕ บทสรุป	414
แหล่งอ้างอิง	415
เกี่ยวกับผู้เขียน	435

ส่วนที่ 1

บทนำ

MARKETING IN THE PUBLIC SECTOR

1

การปรับปรุงผลการดำเนินงาน ของหน่วยงานภาครัฐ ด้วยการคว้าโอกาสที่จะตอบสนอง ความต้องการของประชาชน

เราจะเริ่มต้นจากการคิดถึงจุดหมายที่ต้องการ โดยเป็นเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ ซึ่งเป็นวันที่ความต้องการของทั้งประชาชนและหน่วยงานภาครัฐได้รับการตอบสนอง

มลรัฐโอเรกอน - Todd อ่านหนังสือพิมพ์ภาคเช้าทางอินเทอร์เน็ต และย้อนกลับมาอ่านหัวข้อข่าวอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้แน่ใจว่าสิ่งที่เขาเห็นเป็นเรื่องจริง ซึ่งหัวข้อข่าวนั้นก็คือ “กิจการไปรษณีย์ของรัฐรายงานกำไรที่สูงสุดเป็นประวัติการณ์ และจะคงอัตราอากรแสตมป์ชั้น 1 (first-class stamps) ที่ 39 เซ็นต์ไปอีกเป็นเวลา 5 ปี” ซึ่งก็ดูเหมือนกับการให้บริการสำหรับธุรกิจขนาดเล็กกำลังขยายตัวอย่างมาก

มลรัฐแคนซัส - Sophie ก้าวออกจากประตูบ้านพร้อมลูกสาวชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ของเธอเพื่อให้รู้อย่างชัดเจน “โครงการเดินไปโรงเรียนแทนการนั่งรถโรงเรียน (walking school bus program)” ของโรงเรียนประจำเขตที่ได้รับการชมเชยอย่างมากมายนั้น จะช่วยให้ลูกสาวของเธอคือ Allison ลดน้ำหนักได้ 10 ปอนด์ อย่างที่กุมารแพทย์ประจำตัวของเธอนแนะนำ

หรือไม่ และถ้าโครงการนี้ประสบความสำเร็จก็น่าจะช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งของเขตนี้ได้ถึง 15 เปอร์เซ็นต์อีกด้วย

เมืองวอลแอฟเวิล - Juanita แวะรับเพื่อนที่ร่วมโครงการร่วมโดยสารรถคันเดียวกันไปในเส้นทางเดียวกัน (Carpool) ซึ่งกระโดดเข้ามาในรถและนำสติกเกอร์ Carpool แบบใหม่มาแปะที่กระจกหน้ารถ ซึ่งเป็นสติกเกอร์ที่ดาวนโหลตมาจากอีเมลที่ได้รับจากสภาเมืองเมื่อคืนนี้ และเพื่อนคนนี้ยังบอกด้วยว่าเว็บไซต์ของเมืองมีบริการเพิ่มเติมให้สามารถจองตำแหน่งที่จอดรถในที่จอดรถของเมืองก่อนที่จะออกจากบ้านได้

มลรัฐนิวเจอร์ซีย์ - Trent ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการของบริษัทก่อสร้างแห่งหนึ่งได้รับอีเมลแจ้งว่างานสัมมนาเชิงปฏิบัติการของกรมแรงงานและอุตสาหกรรมของมลรัฐ (State's Labor and Industry) ที่เขาต้องการเข้าร่วมนั้น ได้เปิดที่ว่างเพิ่มเติมให้เขาสามารถเข้าร่วมได้แล้ว Trent หวังว่าสิ่งที่เขาได้ยินมาจะเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นกับบริษัท นั่นคือ บริษัทที่เข้าร่วมในงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการครั้งนี้สามารถลดอัตราการบาดเจ็บระหว่างการทำงานได้ ซึ่งจะทำให้เบี้ยประกันที่จะต้องจ่ายสำหรับปีถัดไปลดลงตามไปด้วย

มลรัฐเท็กซัส - Bobby Joe ปีนขึ้นไปบนรถกระบะของเขา แต่แล้วก็ต้องหยุดชะงัก และเหลือบตาไปเห็นสติกเกอร์ที่กั้นชนรถของเขาที่เขียนว่า **อย่าทำให้เทกซัสสกปรกกรุงรัง** เขาจึงไปหยิบเชือกออกมามัดรอบส่วนปลายของเศษไม้ที่บรรจุอยู่ที่ท้ายรถเพื่อให้แน่ใจว่าเศษไม้จะไม่กระเด็นหลุดออกไปจากรถตอนที่รถออกวิ่ง

ประเทศอาร์เจนตินา - Sabbah พังลูกชายวัย 11 ปีของเขาเล่าเรื่องเกี่ยวกับผลของการตรวจสอบสภาพน้ำในสระบ้านของเขา ซึ่งเป็นการบ้านที่ลูกชายได้จากโรงเรียนในวันนี้ ลูกชาย

ของ Sabbah นำภาพของอุปกรณ์ประหยัดน้ำที่สามารถนำมาติดตั้งกับฝักบัวในห้องอาบน้ำ และอ่างล้างจานในครัวให้เขาดู แล้วบอกว่าอุปกรณ์นี้จะช่วยประหยัดการใช้น้ำของครอบครัว (และของประเทศ) ได้หลายแสนลิตรในแต่ละวัน

เมืองเวปทาวน์ - Trudy เลี้ยวรถตรงหัวมุมและหยุดรถกะทันหันเมื่อเธอเห็นไฟสัญญาณกะพริบตรงบริเวณทางม้าลายที่บอกว่าคนเดินถนนคนหนึ่งกำลังมาจากขอบทางเดินด้านหน้ารถของเธอ ซึ่งเธอมองไม่เห็นคนเดินถนนคนนั้นเลย

ประเทศฟินแลนด์ - Tuomo ติดเตียงแหลมสำหรับรองเท้าที่เขาได้รับจากศูนย์บริการชุมชนเมื่อวานนี้ การแจกเตียงติดรองเท้าฟรีเป็นส่วนหนึ่งของโครงการของรัฐบาลที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้คนได้ออกกำลังกายมากขึ้น ซึ่งเตียงติดรองเท้าจะช่วยป้องกันไม่ให้ Tuomo สิ้นล้มเวลาที่เขากวาดหิมะและน้ำแข็งออกจากทางเท้าหน้าบ้านของเขา

เมืองลอนดอน - Julia เดินเล่นในสวนสาธารณะระหว่างช่วงพักเที่ยง และเธอรู้สึกตื่นเต้นที่จะได้เห็นการจัดแสดงศิลปะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวขึ้นใหม่ที่นั่น ระหว่างทางเธอก็สังเกตเห็นว่ามีผู้คนมากมายยืนรอกันตามซุ้มขายอาหารที่ตั้งขึ้นใหม่ในสวนสาธารณะ และเธอได้ยินจากเจ้าของซุ้มขายอาหารว่าสภาเมืองจะใช้รายได้จากกิจการของรัฐและของเอกชนเพื่อซื้อถังขยะมาวางเพิ่มในสวนสาธารณะและทางเดินเท้ารอบเมือง

ประเทศสิงคโปร์ - Johnson เปิดจดหมายใบแจ้งหนี้ค่าสาธารณูปโภค ที่มีข้อความแสดงความขอบคุณที่บ้านของเขาลดการใช้ไฟฟ้าในช่วงที่มีการใช้ไฟฟ้าสูงสุดของแต่ละวัน และเพื่อเป็นการขอบคุณ จึงได้แนบคูปองมูลค่า 50 ดอลลาร์เพื่อใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าอเนกประสงค์หลังงานที่ร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ที่เป็นหุ้นส่วนกับรัฐ