

กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานของรัฐเทียบเท่าระดับกรม ในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี จึงต้องยึดปฏิบัติตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งแยกตามประเภท สายงาน และระดับตำแหน่ง โดยสายงานนี้คลุมถึงตำแหน่งต่างๆ เพื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ การจัดปาฐกถา การจัดสัมมนา การจัดนิทรรศการ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือผลงานของหน่วยงานหรือของรัฐบาลหรือนโยบายของรัฐบาล การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติ เพื่อเป็นสื่อเชื่อมโยงระหว่างรัฐบาลกับประชาชน การควบคุม การตรวจสอบ การดำเนินงานกระจายเสียง ทั้งทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ให้เป็นไปตามแผนงานและนโยบายการประชาสัมพันธ์หรือตามกฎหมาย และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง สำหรับสายงานการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยตำแหน่งต่อไปนี้ (สำนักงานคณะ กรรมการพลเรือน ก.พ., ๒๕๕๒)

นักประชาสัมพันธ์ระดับปฏิบัติการ

นักประชาสัมพันธ์ระดับชำนาญการ

นักประชาสัมพันธ์ระดับชำนาญการพิเศษ

นักประชาสัมพันธ์ระดับเชี่ยวชาญ

นักประชาสัมพันธ์ระดับปฏิบัติการ

หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก มีการปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานระดับต้น ที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถทางวิชาการในการทำงานปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ภายใต้การกำกับ แนะนำ ตรวจสอบ และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่างๆ ดังนี้

#### ๑. ด้านการปฏิบัติการ

๑.๑ จัดกิจกรรมโครงการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

๑.๒ สืบรวจความคิดเห็นของประชาชน และรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ และสรุปผลเพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการประชาสัมพันธ์

๑.๓ ศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อประกอบการวิจัย วางแผนการประชาสัมพันธ์และติดตามผล

๑.๔ จัดทำเอกสาร และผลิตบทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่

#### ๒. ด้านการวางแผน

วางแผนการทำงานที่รับผิดชอบ ร่วมดำเนินการวางแผนการทำงานของหน่วยงานหรือโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

### ๓. ด้านการประสานงาน

๓.๑ ประสานการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกทีมงานหรือหน่วยงาน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

๓.๒ ชี้แจงและให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ข้อเท็จจริง แก่บุคลากรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความเข้าใจหรือความร่วมมือในการดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย

### ๔. ด้านการบริการ

ให้บริการข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนและหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตรงตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น

### นักประชาสัมพันธ์ระดับชำนาญการ

หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก มีการปฏิบัติงานในฐานะหัวหน้างาน ซึ่งต้องกำกับ แนะนำ ตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ร่วมปฏิบัติงาน โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความชำนาญสูงในด้านการประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติงานที่ต้องตัดสินใจหรือแก้ปัญหาที่ยาก และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย หรือปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์ โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์และความชำนาญสูงในด้านการประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติงานที่ต้องตัดสินใจหรือแก้ปัญหาที่ยาก และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่างๆ ดังนี้

#### ๑. ด้านการปฏิบัติการ

๑.๑ ศึกษา วิเคราะห์ สภาพการณ์และปัญหาเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเสนอความเห็นในการจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

๑.๒ ปฏิบัติงานที่ต้องใช้ความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ โดยการศึกษา วิเคราะห์ การพัฒนาเทคนิคใหม่ในการผลิตและออกแบบสื่อประเภทต่างๆ ประมวลจัดทำข่าวสาร/บทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่

๑.๓ รับผิดชอบการจัดกิจกรรมตามโครงการ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดและมีประสิทธิภาพ

๑.๔ ดำเนินการผลิตสื่อ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

๑.๕ ปรับปรุง แก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้การปฏิบัติงานภายในหน่วยงานสำเร็จลุล่วงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ๒. ด้านการวางแผน

วางแผนหรือร่วมดำเนินการวางแผนการทำงานตามแผนงานหรือโครงการของหน่วยงานระดับสำนักหรือกอง และแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

### ๓. ด้านการประสานงาน

๓.๑ ประสานการทำงานร่วมกันโดยมีบทบาทในการให้ความเห็นและคำแนะนำเบื้องต้นแก่สมาชิกในทีมงานหรือหน่วยงานอื่น เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

๓.๒ ให้ข้อคิดเห็นหรือคำแนะนำเบื้องต้นแก่สมาชิกในทีมงานหรือบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในการดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย

### ๔. ด้านการบริการ

ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่ผู้ได้บังคับบัญชาและบุคคลผู้ที่มีความสนใจทั่วไป เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### นักประชาสัมพันธ์ระดับชำนาญการพิเศษ

หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก มีการปฏิบัติงานในฐานะหัวหน้างาน ซึ่งต้องกำกับ แนะนำ ตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ร่วมปฏิบัติงาน โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความชำนาญสูงมากในด้านการประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติงานที่ต้องตัดสินใจหรือแก้ปัญหาที่ยากมาก และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย หรือปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์ โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์และความชำนาญสูงมากในด้านการประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติงานที่ต้องตัดสินใจหรือแก้ปัญหาที่ยากมาก และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่างๆ ดังนี้

#### ๑. ด้านการปฏิบัติการ

๑.๑ กำกับ ดูแล ติดตาม ประเมินและรายงานผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อแนะนำปรับปรุงการพัฒนาระบบและวิธีการประชาสัมพันธ์

๑.๒ กำกับ ดูแล การจัดกิจกรรมตามโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

๑.๓ วางแผนปฏิบัติการเสนออัตรากำลังและงบประมาณของหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๑.๔ ให้คำแนะนำปรึกษา ปรับปรุงแก้ไข ติดตามประเมินผล และแก้ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานแก่ผู้ได้บังคับบัญชา เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

#### ๒. ด้านการวางแผน

วางแผนหรือร่วมดำเนินการวางแผน โครงการของหน่วยงานระดับสำนักหรือกองมอบหมายงาน แก้ปัญหาในการปฏิบัติงานและติดตามประเมินผล เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

### ๓. ด้านการประสานงาน

๓.๑ ประสานการทำงานร่วมกันในทีมงานโดยมีบทบาทในการชี้แนะ จูงใจ ทีมงานหรือหน่วยงานอื่นในระดับสำนักหรือกอง เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

๓.๒ ชี้แจง ให้ข้อคิดเห็นในที่ประชุมคณะกรรมการหรือคณะทำงานต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์และความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน

### ๔. ด้านการบริการ

ให้การยอมรับและเผยแพร่ความรู้ สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและวิธีการของงาน ประชาสัมพันธ์ในความรับผิดชอบ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

### นักประชาสัมพันธ์ระดับเชี่ยวชาญ

หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก มีการปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีความเชี่ยวชาญในงาน โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในด้านการประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติงานที่ต้องตัดสินใจหรือแก้ปัญหาในทางวิชาการที่ยากและสลับซับซ้อนมากและมีผลกระทบในวงกว้าง และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย หรือปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานให้คำปรึกษาของส่วนราชการระดับกระทรวง กรม ซึ่งใช้ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้านการประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติงานที่ต้องตัดสินใจหรือแก้ปัญหาในทางวิชาการที่ยากและที่ยากมาก และสลับซับซ้อนมากและมีผลกระทบในวงกว้าง และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่างๆ ดังนี้

#### ๑. ด้านการปฏิบัติการ

๑.๑ กำกับ ดูแล ติดตาม ประเมินและรายงานผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อแนะนำปรับปรุงการพัฒนาระบบและวิธีการประชาสัมพันธ์

๑.๒ กำกับ ดูแล การจัดกิจกรรมตามโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

๑.๓ วางแผนปฏิบัติการเสนออัตรากำลังและงบประมาณของหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๑.๔ ศึกษา วิจัย ส่งเสริมความรู้หรือผลการศึกษาวิจัยด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติให้แก่เจ้าหน้าที่ หรือผู้สนใจทั่วไปนำไปประยุกต์ให้เกิดประโยชน์

๑.๕ ให้คำแนะนำปรึกษา ปรับปรุงแก้ไข ติดตามประเมินผล และแก้ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

## ๒. ด้านการวางแผน

วางแผนหรือร่วมดำเนินการวางแผน โดยเชื่อมโยงหรือบูรณาการแผนงาน โครงการใน ระดับกลยุทธ์ของส่วนราชการระดับกรม มอบหมายงาน แก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน ติดตามประเมินผล เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

## ๓. ด้านการประสานงาน

๓.๑ ประสานการทำงานโครงการต่างๆ กับบุคคล หน่วยงาน หรือองค์กรอื่น โดยมีบทบาท ในการจูงใจ โน้มน้าว เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

๓.๒ ให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำแก่หน่วยงานระดับสำนักหรือกอง รวมทั้งที่ประชุมทั้งใน และต่างประเทศ เพื่อให้เกิดประโยชน์และความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน

## ๔. ด้านการบริการ

ฝึกอบรมหรือถ่ายทอดความรู้ หรือนิเทศงานให้แก่พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน พร้อมทั้งเผยแพร่ความรู้ในระดับกรม เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ

การเปรียบเทียบแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๙ และ พ.ศ.๒๕๕๘-๒๕๖๒

การศึกษาแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ และทำการเปรียบเทียบแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๙ และพ.ศ.๒๕๕๘-๒๕๖๒ นั้น ผู้วิจัยได้สรุปและศึกษาเปรียบเทียบ แผนยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ทั้ง ๒ ฉบับ ได้ดังนี้

วิสัยทัศน์/พันธกิจ/ ประเด็นยุทธศาสตร์	แผนยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๕ - ๒๕๕๙	แผนยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๘ - ๒๕๖๒
วิสัยทัศน์	“องค์การหลักที่เป็นเลิศด้าน การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนแบบมืออาชีพแห่ง อาเซียน เพื่อการพัฒนา การรักษา ความมั่นคง วัฒนธรรม และ ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ”	“เป็นองค์การที่ได้รับความเชื่อถือด้าน ข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของ ประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ของประเทศ ”

พันธกิจ	๑. เสนอแนะนโยบายและจัดทำแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ๒. ประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนปัญหาของประชาชนสู่รัฐบาล ๓. สนับสนุนทางวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนแก่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชนภาคประชาชน และสื่อมวลชน	๑. เสนอแนะนโยบายและให้คำปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์แก่รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐ ๒. ประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนปัญหา ๓. ให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนแก่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และสื่อมวลชน
วิสัยทัศน์/พันธกิจ/ ประเด็นยุทธศาสตร์	แผนยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๕ - ๒๕๕๙	แผนยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๘ - ๒๕๖๒
ประเด็นยุทธศาสตร์	๑. พัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติและกำกับดูแลการปฏิบัติงานตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ๒. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารนโยบายและการดำเนินงานของรัฐให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ๓. ขยายบทบาททางวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน ๔. การบริหารจัดการองค์การ	๑. พัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติให้สามารถนำสู่การปฏิบัติได้อย่างมีเอกภาพ ๒. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารสนับสนุนการดำเนินการของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน เพื่อความสุขของประชาชน และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ๓. พัฒนาระบบการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนให้มีคุณภาพสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ๔. พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์การให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ

จากตารางการเปรียบเทียบแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๙ และ พ.ศ.๒๕๕๘-๒๕๖๒ นั้น กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๘ - ๒๕๖๒ โดยมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ที่ปรับเปลี่ยนมาจากแผนยุทธศาสตร์เดิม แต่มีบางประเด็นใน

แผนยุทธศาสตร์ที่ได้มีการปรับเปลี่ยนไปเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่มีความเป็นพลวัตสูงในเรื่องต่างๆ คือ

๑. **วิสัยทัศน์** ได้มีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิมเพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการทำงานและสนองต่อความต้องการของประชาชนให้ได้มากที่สุด คือ

“เป็นองค์กรที่ได้รับความเชื่อถือด้านข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ”

๒. **พันธกิจ** มีการจัดทำพันธกิจที่ปรับมาจากพันธกิจเดิม โดยในแผนยุทธศาสตร์ในปัจจุบันจะเน้นพันธกิจของกรมประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการเสนอแนะนโยบายและให้คำปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์แก่รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐ พร้อมทั้งทำการประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนปัญหา รวมถึงการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนแก่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และสื่อมวลชน

๓. **ประเด็นยุทธศาสตร์** มีการจัดทำประเด็นยุทธศาสตร์ที่ปรับมาจากประเด็นยุทธศาสตร์เดิม โดยภายในแผนยุทธศาสตร์ปัจจุบันจะเน้นพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติให้สามารถนำสู่การปฏิบัติได้อย่างมีเอกภาพ พร้อมทั้งพัฒนาบทบาทการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนให้มีคุณภาพสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)

## บทที่ ๔

### ผลจากการสัมภาษณ์บทบาทที่เกี่ยวข้องกับนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของกรมประชาสัมพันธ์ ระดับผู้อำนวยการสำนัก/กอง และอดีตผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ รวม ๕ คน สรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

๑. ปัจจัยภายในและภายนอกองค์การ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้าน การประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ เพราะปัจจัยภายในและภายนอกองค์การมีความสัมพันธ์กับบทบาทนักประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นกระบวนการที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับตัวนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ

๒. บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ นักประชาสัมพันธ์ควรมีบทบาทสูงในการสร้างความเป็นมืออาชีพ ต้องมีความรู้ความเข้าใจรอบด้าน เป็นผู้ส่งสารที่จะทำให้ผู้รับสารตอบสนองตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ และต้องปฏิบัติภารกิจให้ตรงกับภารกิจหลักของกรมประชาสัมพันธ์ เพราะฉะนั้นการปฏิบัติหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่ดี ต้องมีหัวใจเป็นนักบริการ มีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ แล้วยังต้องควบคู่กับคุณธรรม จริยธรรม พร้อมยึดมั่นในจรรยาบรรณในการปฏิบัติหน้าที่

๓. ปัญหาอุปสรรคในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ สามารถสรุปได้ ๓ ประเด็น ดังนี้

ระเบียบ กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นหน่วยงานราชการจะมีระเบียบราชการต่างๆ ซึ่งบางครั้งไม่เอื้ออำนวยในการปฏิบัติงาน ทั้งการเบิกจ่าย เอกสาร รวมถึงกฎระเบียบต่างๆ ในการปฏิบัติงาน เพราะบุคลากรก็ยังอยู่ในระเบียบของทางราชการ ซึ่งส่งผลให้การปฏิบัติงานเกิดความล่าช้าและไม่เกิดความคล่อง เช่น การซื้อวัสดุอุปกรณ์สำนักงานอาจจะไม่ได้เต็มศักยภาพหรือไม่คล่องตัวเท่าภาคเอกชน

บุคลากร เนื่องจากว่าเป็นราชการ การโยกย้ายปรับเปลี่ยนตำแหน่ง ทำให้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านการประชาสัมพันธ์ขาดไป และหากองค์กรได้บุคลากรมาใหม่ บุคลากรไม่มีความรู้ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ การมอบหมายงานต่างๆ ไปเพื่อดำเนินการก็อาจจะส่งผลให้งานนั้นๆ ไม่ได้มาตรฐานตามที่ต้องการขององค์กร

การเมือง เป็นปัจจัยทั้งทางบวกและทางลบ ขึ้นอยู่กับว่าการเมืองในยุคนั้นๆ หากการเมืองยุคนั้นมีความเข้าใจ มีความตั้งใจในการที่จะบริหารประเทศให้เป็นไปในทิศทางใด โดยเฉพาะกรมประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือหลักของการเมืองเพราะจะต้องเป็นหน่วยประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์ด้านข้อมูลข่าวสาร เผยแพร่ทำความเข้าใจ รวมถึงตัวนักการเมืองด้วยที่ใช้ตัวเหล่านี้เป็นการสร้างชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของตัวเองด้วย หากการปฏิบัติงานเจอนักการเมืองที่ไม่ได้คำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศชาติ ผู้ปฏิบัติงานก็จะเกิด



ความลำบากใจ ในทางกลับกันหากการเมืองดีจะกลายเป็นว่าการเมืองยุคนั้นๆ การปฏิบัติงานจะมีความ สะดวกรวดเร็วมากขึ้น

ผลจากการสัมภาษณ์บทบาทที่เกี่ยวข้องกับนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

### ๑. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการ ประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการ ประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ ความรู้ความ เข้าใจของบุคลากรในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ เนื้อหาสาระของนโยบายสามารถ นำไปแก้ไขปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ได้หรือไม่ ความพร้อมของบุคลากร มีความเชื่อมโยงระหว่างผู้ กำหนดนโยบายและผู้นำนโยบายไปปฏิบัติหรือไม่ ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และ ทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน เจือินไซ ทางสังคม เศรษฐกิจ สื่อสารมวลชนล้วนเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทนักประชาสัมพันธ์ใน ลักษณะของกระบวนการที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับตัวนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการ ประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ

### ๒. บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ

สรุปได้ว่า นักประชาสัมพันธ์มีบทบาทสูงในการสร้างความเป็นมืออาชีพ การให้ความรู้ความ เข้าใจในการวางแผนการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงาน การให้คำปรึกษาในการวางแผนสื่อทุกสาขา ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องสื่อสารประชาสัมพันธ์การแสวงหาความต้องการของผู้รับบริการ และต้องสนองความต้องการด้านการวางแผนที่ส่งผลต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องกล่าวคือ บทบาท ของนักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ความเข้าใจ เป็นผู้ส่งสารที่จะทำให้ผู้รับสารตอบสนองตาม วัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ เช่น เห็นด้วย ให้ความร่วมมือ ปฏิเสธ หรือต่อต้าน มีทัศนคติในทางบวกหรือลบ โดยนักประชาสัมพันธ์ควรมีวิธีดำเนินการและกลยุทธ์ต่างๆ ตามหลักของการประชาสัมพันธ์ สำหรับ บทบาทในการเสนอแนะนโยบายและให้คำปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์แก่รัฐบาลและหน่วยงาน ภาครัฐนั้นนั้น บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการให้คำปรึกษา คือ ระบุปัญหาของชาติที่จะใช้การ ประชาสัมพันธ์เข้าไปแก้ไข (ที่มีอยู่ทำได้ขนาดไหน จริงๆ แล้วต้องทำอะไรเพื่อให้เป็นอะไร) ทำความเข้าใจในการวางแผน และบูรณาการผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ถือว่าเป็นการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติตาม เป้าหมายและบรรลุเป้าหมายนักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ส่งข้อมูลข่าวสารและสะท้อนความเห็นจาก ประชาชนสู่รัฐบาล การนำความเห็นจากประชาชนจากช่องทางต่างๆ เกี่ยวกับนโยบายมาวิเคราะห์และ เสนอความเห็นต่อรัฐบาล จะช่วยให้รัฐบาลสามารถปรับปรุงและพัฒนาประเทศต่อไปได้ และนัก ประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้นต้องเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของการนำนโยบายด้านการ

ประชาสัมพันธืไปสู่การปฏิบัติ เนื่องจากนักประชาสัมพันธืต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ รอบด้าน และต้องปฏิบัติภารกิจให้ตรงกับภารกิจหลักของ กรมประชาสัมพันธื เพราะหัวใจหลักของการ ประชาสัมพันธืคือ นักประชาสัมพันธืเพราะฉะนั้น การปฏิบัติหน้าที่ของนักประชาสัมพันธืที่ดี ต้องมี หัวใจเป็นนักบริการ มีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ แล้วยังต้องควบคู่กับคุณธรรม จริยธรรม พร้อมยึดมั่นใน จรรยาบรรณในการปฏิบัติหน้าที่

### ๓. ปัญหาอุปสรรคในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธืไปปฏิบัติ

สรุปได้ว่าปัญหาสำคัญของการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธืไปปฏิบัติที่ กรมประชาสัมพันธืประสบตลอดมา ลำดับแรก คือ

๑. บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจไม่เท่ากัน ไม่สามารถสื่อสารทั้งภายในและภายนอกได้อย่าง ถูกต้อง

๒. วัสดุอุปกรณ์ สื่อเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บุคลากรไม่สามารถรองรับการ เปลี่ยนแปลงได้ทันทั่วทั้งที่ อุปกรณ์ต้องมีความเพียงพอและมีความพร้อม มีศักยภาพสามารถปฏิบัติงานได้ เต็มศักยภาพ

๓. การเมือง การบริหารประเทศอย่างมีธรรมาภิบาล ไม่เปลี่ยนแปลงรัฐบาลบ่อยๆ ซึ่งทำให้อ นโยบายไม่ต่อเนื่อง

๔. การมีนโยบายหลายๆ นโยบายทำให้นำไปสู่การปฏิบัติมีความทับซ้อนกันมากในระยะเวลาอัน สั้นและเร่งด่วน

๕. ผู้ปฏิบัติที่มีงานล้นมือจนขาดความกระตือรือร้นที่จะคิดสร้างสรรค์

๖. งบประมาณในการดำเนินงานที่จำกัด หรือได้น้อยจนไม่เพียงพอ

๗. เครื่องมืออุปกรณ์การทำงาน เช่น กล้องวิดีโอ เครื่องตัดต่อ เครื่องบันทึกเสียง มีความเก่าชำรุด แต่ไม่มีงบประมาณจัดซื้อใหม่ ฯลฯ

๘. นโยบาย/แผนงาน/โครงการที่ไม่ชัดเจน มีความเป็นนามธรรมมากเกินไป

๙. การขาดความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ของนักประชาสัมพันธืผู้ปฏิบัตินั่นเองที่นำนโยบายที่ ตนเองต้องนำนโยบายไปเผยแพร่ไปสู่การปฏิบัติ ความรู้ ความเข้าใจ ของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ นโยบาย นั้นต้องมีความเกี่ยวข้องกับภารกิจของหน่วยงานนั้นๆ ด้วย ควรมีการประชาสัมพันธือย่างต่อเนื่อง ควรมี หน่วยงานเจ้าภาพหลัก

๑๐. ขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถในด้านการประชาสัมพันธื

## บทที่ ๕

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติของกรมประชาสัมพันธ์

สรุปได้ว่า บทบาทนักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ในการกำหนดนโยบายอย่างแท้จริง สร้างการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนในสังคมเพื่อนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกัน การนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติให้เข้มแข็งเพียงใดนั้น ผู้บริหารต้องลงไปคลุกคลี ลงไปปฏิบัติให้เป็นตัวอย่าง การประชาสัมพันธ์ก็จะเกิดประโยชน์สูงสุดและมีประสิทธิภาพ ในส่วนของบทบาทนักประชาสัมพันธ์เองควรมีบทบาทอย่าง เป็นนักประสานงานที่ดี เป็นนักสื่อสารที่ดี นักประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณธรรม จริยธรรม และยึดมั่นในจรรยาบรรณในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นนักปฏิสัมพันธ์ที่ดี เพราะการประชาสัมพันธ์ก็คือการปฏิสัมพันธ์กับประชาชนนั่นเอง ดังนั้นหากมีความสัมพันธ์ที่ดีทุกอย่างการดำเนินงานจะราบรื่นมากขึ้น และมีเครือข่ายที่ดีในการทำงาน พร้อมพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรให้มีความพร้อมอยู่เสมอ นอกจากความสามารถในเชิงวิชาการแล้ว จะต้องสามารถทำงานได้ในสถานการณ์ที่มีขีดจำกัด เช่น ระยะเวลาเร่งด่วน งบประมาณหรือบุคลากรไม่เพียงพอ ทำงานได้ในหลายๆ หน้าที่ ทั้งในและนอกสถานที่ และเปิดโอกาสให้มีประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ตลอดจนโอกาสในการศึกษาดูงาน และนักประชาสัมพันธ์ต้องทำภารกิจให้ตรงกับภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ หัวใจหลักคือ การประชาสัมพันธ์คือนักประชาสัมพันธ์ เพราะฉะนั้น ต้องยึดภารกิจหลักและทำตัวเป็นนักประชาสัมพันธ์ ต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ไปสู่ประชาชน เป็นข้อมูลที่ได้รับความเชื่อถือและศรัทธา ต้องมีหัวใจเป็นนักบริการ มีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ นักประชาสัมพันธ์ต้องรับรู้บริการข้อมูลข่าวสารนั้นๆ และมากำหนดรูปแบบการทำงาน ต้องทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ส่วนงานด้านสื่อจะยังมีความจำเป็นแต่ต้องเป็นแค่ช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้รู้ข้อมูลด้านที่จะเผยแพร่จริงในเรื่องนั้นๆ เช่น โครงการบริหารจัดการน้ำก็ต้องรู้เรื่องน้ำ ต้องรู้นโยบาย ต้องรู้งบประมาณ ต้องรู้องค์ประกอบ ต้องรู้กระบวนการทำงานทั้งหมด เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์บทบาทที่เกี่ยวข้องกับนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

จากผลการสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่า บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในการนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ ในกระบวนการทำงานควรมีการเลือกสรรนักประชาสัมพันธ์ที่ยังมีไฟในการทำงานอย่างแท้จริงมาปฏิบัติงาน ควรมีการให้การศึกษาอบรมเพิ่มเติมแก่นักประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ และการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติถึงช่องทางใหม่ๆ สื่อใหม่ๆ อยู่เสมอ ต้องมีการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงแก่ผู้ปฏิบัติ ทั้งในเรื่องของความพร้อมด้านทรัพยากร เช่น เครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ งบประมาณดำเนินการ เบี้ยเลี้ยง การเลื่อนขั้นพิเศษ ฯลฯ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น อย่างสม่ำเสมอจริงจัง ควรมีการกระตุ้นให้กำลังใจผู้ปฏิบัติงานด้วยการจัดประกวดผลงานพร้อมมอบรางวัลดีเด่นในผลงานคิดสร้างสรรค์ดีเด่นประจำปีแยกตามประเภทสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ เช่น ทวี วิทยุ และประเภทของการผลิตรายการ สื่อออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารคดี นิตยสารการออกกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

### เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กรมประชาสัมพันธ์. ๒๕๕๗. แผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๘-๒๕๖๒. สำนักพัฒนา  
นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์. (อัดสำเนา)

\_\_\_\_\_. ๒๕๕๗. ข้อมูลอัตรากำลังกรมประชาสัมพันธ์ ๒๕๕๗. กลุ่มอัตรากำลังและพัฒนา  
ระบบงาน กองการเจ้าหน้าที่ กรมประชาสัมพันธ์. (อัดสำเนา)

กรมประชาสัมพันธ์. ๒๕๖๑. แนวทางการรายงานผลการดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์ประจำปี  
งบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑ สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์  
(อัดสำเนา)

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์. ๒๕๕๒. ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ กับบทบาทและลักษณะ  
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต  
สาขานิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กอบกวี ชื่นรักสกุล. ๒๕๕๒. จิตสำนึกเพื่อสาธารณะของนักประชาสัมพันธ์ในงานประชาสัมพันธ์  
(รายงานวิจัย). กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

จิราพร จิรวัดณ์. ๒๕๕๑. ทักษะของนักวิชาชีพกับนักวิชาการเกี่ยวกับคุณลักษณะของนัก  
ประชาสัมพันธ์ยุคข้อมูลข่าวสาร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

จำนง อติวัฒน์สิทธิ์ และคณะ. ๒๕๕๕. สังคมวิทยา. พิมพ์ครั้งที่ ๑๐. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัยนันท์ นันทพันธ์. ๒๕๕๑. ประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล. กรุงเทพมหานคร: หจก. เอช-เอน การพิมพ์.

ชมพูนุช นุตาคม. ๒๕๕๕. สถานภาพ บทบาทและแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน  
ราชการและรัฐวิสาหกิจในยุคสารสนเทศ (รายงานวิจัย). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏสวนดุสิต.

ทิตยา สุวรรณขญา. ๒๕๕๗. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสังคม. กรุงเทพมหานคร:  
ศูนย์การศึกษานโยบายสาธารณสุขมหาวิทยาลัยมหิดล.

ณรงค์ เสียงประชา. ๒๕๔๑. มนุษย์กับสังคม. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส. พรินต์ติ้งเฮาส์

ณัฐพร ชินบุตร. ๒๕๔๗. การรับรู้ในบทบาทหน้าที่และความต้องการในการพัฒนาตนเองของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ในเขตอำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ดาราติเรก เอกชัย. ๒๕๓๘. บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยโดยประยุกต์ใช้แนวคิดด้านบทบาทของ Broom (รายงานวิจัย). กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ติน ปรัชญพฤทธิ. ๒๕๓๖. ศัพท์รัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ติน ปรัชญพฤทธิ. ๒๕๔๐. เอกสารประกอบการบรรยาย ๑๔-๓๑ กรกฎาคม ๒๕๔๐: วิชาชีพและจรรยาบรรณ. กรุงเทพมหานคร: โครงการ Global Competence Project, ๒๕๔๐.

ถวัลย์ วรเทพพิพัฒน์. ๒๕๔๓. เอกสารประกอบการสอนวิชา รศ.๗๔๐: การนำนโยบายไปปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: คณะรัฐประศาสนศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ทัณฑกานต์ ดวงรัตน์. ๒๕๕๓. การศึกษาเปรียบเทียบบทบาทในการปฏิบัติงานและบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ ดุษฎีบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ทัศนีย์ ผลชานิก. ๒๕๕๗. "ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์." บทบาทและหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ (Online). <http://www.prd.go.th/main.php?filename=expert>, ๑๐ ธันวาคม ๒๕๕๗.

ธงชัย สันติวงษ์. ๒๕๔๒. การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. ๒๕๔๕. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: อัลฟ่าพับลิชซิง.

บุษบา สุธีธร. ๒๕๓๘. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ : บทบาทความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์. นนทบุรี: สาขาวิชานิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ประเสริฐ แยมกลิ่นฟุ้ง และคณะ. ๒๕๔๔. สังคมและวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ ๗. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรีชา สุวิงบุตร. ๒๕๔๗. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความรู้. บัณฑิตวิทยาลัย.  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พรทิพย์ พมิลสินธุ์ และคณะ. ๒๕๔๗. บทบาทงานประชาสัมพันธ์ในยุคสังคมความรู้.  
กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, กรรณิการ์ อัสวทรเดชา, และ รุ่งนภา พิตรปรีชา. ๒๕๕๐. การศึกษา  
กระบวนการ วางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรภาครัฐและเอกชน (รายงาน  
วิจัย). กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รวีวงศ์ ศรีทองรุ่ง. ๒๕๔๓. การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๓.  
กรุงเทพมหานคร: ชุมนนธ์การพิมพ์.

รุจินันท์ เอื้อพิทักษ์สกุล. ๒๕๕๐. คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์และปัจจัยในการเลือกรับเข้าทำงาน  
ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลักขณา สตะเวทิน. ๒๕๔๐. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเฟื่องฟ้าพรินติ้ง จำกัด.

วิรัช ลภีรัตน์กุล. ๒๕๔๖. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๑๐. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

\_\_\_\_\_. ๒๕๕๓. การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ ๑๐. กรุงเทพมหานคร:  
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิจิตร อาวะกุล. ๒๕๓๙. การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ ๔.  
กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

\_\_\_\_\_. ๒๕๔๑. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิมลพรรณ อาภาเวท. ๒๕๔๖. การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์. กรุงเทพมหานคร:  
บุ๊ค พอยท์.