

การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ*

THE PUBLIC RELATIONS OF RESEARCH STUDIES OF THE NATIONAL RESEARCH
COUNCIL OF THAILAND

อนงควดี จีระบุตร**

ANONGWADEE JEERABUTRA

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และศึกษาถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เพื่อนำไปสู่แนวทางในการกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมต่อการเผยแพร่ผลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างภายในองค์กร และกลุ่มตัวอย่างภายนอกองค์กร ซึ่งพบว่า หน่วยงานจะประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ได้นั้นจะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากบุคลากรภายในองค์กร โดยการทำงานแบบบูรณาการเชื่อมโยงกัน มีการวางแผนในการทำงานที่ดี โดยฝ่ายที่มีข้อมูลทางด้านการวิจัยหรือผลงานจะต้องคอยสนับสนุนข้อมูลให้กับหน่วยงานประชาสัมพันธ์หรือฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ผลงานวิจัยหรือนวัตกรรมเหล่านั้นสู่สาธารณชน โดยองค์กรควรกำหนดเป็นนโยบายสนับสนุนด้านข้อมูลหรืองบประมาณในการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนนอกจากนี้ยังพบว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงานวิจัยของนักวิจัยให้ครอบคลุมทุกสื่อ เนื่องจากผลการวิจัยมีความหลากหลาย ทั้งนี้ต้องมีการศึกษาข้อมูลผลการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการสื่อสารเพื่อความเหมาะสมและความคุ้มค่าของการประชาสัมพันธ์ และควรมีกลุ่มมืออาชีพเข้ามารับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โดยตรง ซึ่งจะทำให้มีการประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยมากขึ้น เพื่อกลุ่มเป้าหมายจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัย, สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

*วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2555

**มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Abstract

This research entitled “Public Relations of Research Studies of The National Research Council of Thailand” was to study the problems and obstacles in public relations of the research studies of The National Research Council of Thailand and to study the media using public relations of research studies of The National Research Council of Thailand to determine the suitability to publicize research studies of The National Research Council of Thailand. The research methods were the qualitative research that came from related documents of Public Relations of Research Studies of The National Research Council of Thailand and used in-depth interview method with PR-related persons. The sample groups could be classified into 2 groups : The internal public relations samples were the executives and PR officers by total 6 persons. The external public relations samples were 10 researchers used to get the research scholarship from The National Research Council of Thailand during year 2007 to 2011. The result of the research revealed that the achievement in operating public relations of The National Research Council of Thailand that depended upon the personnel participation within organization by working in the models of integration and good planning that was proactive PR and re-active PR. According to the groups, having the research data or studies would have to support or innovate for PR office or the groups relating with PR that publicize the research studies or innovation to the public, the organization should formulate the support of policy in data or PR budget clearly. Furthermore, it was found that the organization should have PR research studies of the researcher in every media such as the presentation in the national research studies, publishing brochure, VDO, manual book, public relations through T.V, radio, print, and the Internet. Presently, online media receive more interests and there are more research studies. The organization also has to study the research data, target group, communication channels to make it suitable and the worthy of public relations. The organization also should create a professional group to take direct responsibility that would help to increase public relations in research studies that would attract the target group.

Keywords: Public Relations of Research Studies, The National Research Council of Thailand

บทนำ

การประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญสำหรับองค์กร ถึงแม้จะไม่ใช่วิธีหลัก แต่หากองค์กรให้ความสนใจเฉพาะแต่การดูแลจัดการพันธกิจหลัก โดยไม่สนใจว่าบุคลากรภายในหรือบุคลากรภายนอกจะรับทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์กรหรือไม่ การที่ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์กรไม่เป็นที่รับทราบอาจส่งผลเสียหายในระยะยาวต่อองค์กรได้ เช่น การที่องค์กรถูกมองว่าไม่มีผลงาน หรือทำธุรกิจโดยไม่สนใจสังคม คำกล่าวเกินจริง และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งอาจไม่เป็นความจริงแต่อย่างใด แต่เมื่อไม่มีข้อมูลเผยแพร่ออกไปให้ได้ทราบ คนทั่ว ๆ ไปมักเชื่อว่าความรู้สึกหรือสิ่งที่เห็นคือความจริง (Perception is reality) การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาที่องค์กรไม่เป็นที่รู้จักในด้านของบทบาทพันธกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม (ยุบล เบญจรงค์กิจ 2548 : 126)

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) เป็นส่วนราชการในบังคับบัญชาของนายกรัฐมนตรี โดยมีฐานะเป็นกรมและไม่สังกัดกระทรวง หรือทบวง มีหน้าที่อันสำคัญที่กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2555 คือ กำหนดนโยบายและแผนหลักหรือแผนแม่บทการวิจัยแห่งชาติ และกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนแผนหลักของการวิจัยของประเทศ เป็นองค์การกลางความร่วมมือด้านการวิจัยกับองค์กรวิจัยทั้งในและต่างประเทศ เสริมสร้างสมรรถนะ และความเข้มแข็งให้กับ วช. เพื่อสร้างความสมดุลทางวิชาการสู่ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และความอยู่เย็นเป็นสุขของประชาชน สร้างมาตรฐานการวิจัยที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวยต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศ ด้วยหน้าที่อันสำคัญนี้ จึงจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์เข้ามาช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหวตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านการวิจัยและนวัตกรรมไปยังกลุ่มเป้าหมายและผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ซึ่งนอกจากจะต้องมีความจำเป็นในการสร้างความน่าเชื่อถือ ดึงดูดความสนใจแล้วยังต้องสร้างความเข้าใจให้สอดคล้องกับนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เพราะการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงแต่จะทำให้ประชาชนได้ทราบถึงภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ บุคคลภายนอกองค์กรจะสามารถทราบความเคลื่อนไหว ข้อมูลข่าวสารการวิจัยที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดจากการวิจัยและผลงานการประดิษฐ์คิดค้น และการจัดกิจกรรมของ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ถ้าสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ได้มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติให้การสนับสนุนทุนวิจัยแก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนเป็นจำนวนมาก โครงการวิจัยต่าง ๆ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้วได้ถูกนำมาประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผ่าน

ช่องทางการสื่อสารของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติในรูปแบบต่าง ๆ เช่น หนังสือวารสารของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ จดหมายข่าวสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ จัดทำเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต

นโยบายการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมุ่งเน้นให้เป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยใช้กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผลงานวิจัยขององค์กรไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ผลงานวิจัยซึ่งเป็นผลงานทางวิชาการที่ดำเนินการเสร็จแล้วจะไม่เก็บขึ้นหิ้งอีกต่อไปแต่นำไปขยายผลสู่การใช้ประโยชน์ของประชาชนให้มากที่สุดโดยเฉพาะจะผลักดันผลงานวิจัยไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม ซึ่งจะทำให้การศึกษาและวิเคราะห์ช่องทางและกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและนำไปใช้ประโยชน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
2. เพื่อศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เพื่อนำไปสู่แนวทางในการกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ผลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสาร และใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ รวมทั้งสิ้น 16 คน ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน – 31 ธันวาคม 2555

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งประชากรที่ทำการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม เพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ได้แก่ 1. กลุ่มภายในองค์กร ประกอบด้วยผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ 2. กลุ่มภายนอกองค์กร ได้แก่ นักวิจัยผู้มีส่วนได้เสียกับการประชาสัมพันธ์ ที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ในปี 2550 – 2554

ในส่วนของคำถามนั้น ผู้วิจัยได้วางกรอบคำถามของประชากร 2 กลุ่ม ไปในแนวทางเดียวกัน คือ แนวคิดและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยในอนาคต ในส่วนของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์นั้นได้ถามคำถามเพิ่มถึงปัญหาและอุปสรรค และแนวทางการแก้ไขการดำเนินงานที่ผ่านมาอย่างไร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรที่กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขการดำเนินงานที่ผ่านมาคือ ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผลงานวิจัย ซึ่งเป็นผลงานทางวิชาการที่มีภาษาเชิงวิชาการและมีคำศัพท์เฉพาะ จึงเป็นเรื่องยากที่จะทำการประชาสัมพันธ์ได้ในทันที จำเป็นต้องให้นักวิจัย ผู้ซึ่งมีความเข้าใจผลงานของตนเองเป็นอย่างดีทำการสรุปย่อหรือปรับให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายก่อน จากนั้นจึงเป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในการนำไปจัดทำเป็นภาษาข่าวให้สั้นและกระชับขึ้นก่อนส่งให้กับสื่อมวลชนหรือดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ในรูปแบบต่างๆ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ควรจัดทำนโยบายในการประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยให้สอดคล้องกับแผนการปฏิบัติงานขององค์กร เพื่อให้ผู้รับผิดชอบโครงการเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ก็จะให้ความร่วมมือในการส่งเรื่องต่อไปให้กับส่วนประชาสัมพันธ์ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่สู่สาธารณะ การจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์น้อย จึงไม่เพียงพอที่จะนำไปจัดทำเป็นโครงการประชาสัมพันธ์ที่เห็นผลในระยะยาวหรือดำเนินการอย่างต่อเนื่องได้ ที่ผ่านมานั้นสามารถดำเนินการได้โดยจัดทำเป็นโครงการประชาสัมพันธ์ในระยะเวลาสั้นๆ จึงทำให้ไม่เห็นผลหรือเข้าถึงประชาชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่อง การดำเนินการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ จะดำเนินการตามกิจกรรมขององค์กรหรือตามความเห็นชอบ จึงทำให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามกิจกรรมขององค์กร ที่ผ่านมานั้นจึงทำการประชาสัมพันธ์ตามข้อมูลที่ได้รับหรือในส่วนที่เจ้าหน้าที่ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์เท่านั้น

บุคลากรทางด้านประชาสัมพันธ์ของส่วนประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ซึ่งเป็นข้าราชการที่มีหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์มีจำนวนน้อย ซึ่งทุกคนก็จะมีภาระงานมาก ส่วนใหญ่จะเป็นลูกจ้างชั่วคราว เมื่อปฏิบัติงานได้ระยะหนึ่งก็จะลาออกไปปฏิบัติงานอื่น จึงทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขาดความต่อเนื่อง

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์นักวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ในระหว่างปี 2550 – 2554 ข้อมูลโครงการวิจัยที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนในการลงข่าวประชาสัมพันธ์พบว่า ยังคงมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนโครงการวิจัยที่ได้รับทุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติทั้งหมดตลอดระยะเวลา 4 ปี ซึ่งโครงการส่วนใหญ่ที่ได้รับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นโครงการวิจัยที่เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชน อาทิเช่น การ

พัฒนาเทคโนโลยีทางการเกษตรที่จะต่อยอดไปสู่เชิงพาณิชย์ได้ ได้แก่ 1) โครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากคินสอพองเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ 2) โครงการพัฒนา Bioreactor แบบพร้อมใช้โครงการธุรกิจนวัตกรรมเครื่องประดับเงินคุณภาพสูงจากนาโนซิลเวอร์เคลย์ 3) โครงการวิจัยและพัฒนาทุเรียนหลงลับและหลินลับแลเชิงพาณิชย์ 4) โครงการเพาะเลี้ยงปลาหางลูกผสมเนื้อขาวเพื่อพัฒนาอาชีพแก่เกษตรกร 5) โครงการพัฒนากระบวนการรับรู้ผลกระทบทางสุขภาพจากมลพิษอนุภาคฝุ่นในอากาศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เป็นต้น

อย่างไรก็ตามนักวิจัยได้ให้ความเห็นว่า นักวิจัยยังไม่ทราบถึงช่องทางในการที่จะประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัย หากได้รับคำแนะนำจากผู้มีความรู้ทางด้านประชาสัมพันธ์ก็จะทำให้นักวิจัยได้ทราบและสามารถนำงานวิจัยไปสู่ประชาชนหรือผู้สนใจได้ และเห็นควรให้มีการสนับสนุนงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์นอกจากงบประมาณเพื่อการวิจัย ควรมีการวิเคราะห์และสังเคราะห์งานวิจัยในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและใช้ประโยชน์ได้จริงซึ่งจะมีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ และมีความเห็นว่าหากนักวิจัยให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ได้ด้วยดีควรมีการพิจารณาการให้การสนับสนุนทุนวิจัยอย่างต่อเนื่อง และนักวิจัยเห็นสมควรว่าควรมีกลุ่มมีอาชีพมารับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรงการประชาสัมพันธ์จะได้มีความต่อเนื่อง เพื่อให้งานวิจัยไปสู่ประชาชนและนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น และนักวิจัยส่วนใหญ่เห็นควรใช้ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยโดยการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอผลงานวิจัยในระดับชาติ นอกจากนี้ยังควรจัดทำแผ่นพับ วิดีทัศน์ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้

ตาราง เปรียบเทียบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ช่องทางการสื่อสารที่ วช. ดำเนินการ	ช่องทางการสื่อสารที่นักวิจัยต้องการ
1. สื่อสิ่งพิมพ์ - จดหมายข่าว วช. จัดพิมพ์ปีละ 6 เล่ม - แผ่นพับแนะนำองค์กร - หนังสือพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์มติชน, หนังสือพิมพ์แนวหน้า เป็นต้น ระยะเวลา 3- 6 เดือน	1. สื่อสิ่งพิมพ์ - จดหมายข่าว วช. จัดทำให้ทันสมัยและน่าสนใจ และจัดพิมพ์ปีละ 12 เล่ม - แผ่นพับ จัดทำรายละเอียดผลการวิจัยในเรื่องที่เป็นปัจจุบันและเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง - หนังสือพิมพ์ จัดทำคอลัมน์ผลการวิจัยใน

	หนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสาร ที่ตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย พร้อมลงภาพประกอบและ ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
2. สื่อวิทยุ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ระยะเวลา 8 – 10 เดือน	2. สื่อวิทยุ จัดทำรายงานพิเศษประชาสัมพันธ์ในภาคข่าว ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ออกอากาศ ตลอดทั้งปี
3. สื่อโทรทัศน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11	3. สื่อโทรทัศน์ จัดทำเป็นสื่ूपข่าว ออกในรายการข่าวทาง สถานีโทรทัศน์ทุกช่อง และดำเนินการอย่าง ต่อเนื่อง
4. สื่ออินเทอร์เน็ต ผ่าน www.nrct.go.th	4. สื่ออินเทอร์เน็ต จัดทำสรุปผลการวิจัยประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ www.nrct.go.th และประชาสัมพันธ์ผลการวิจัย ในสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter ฯลฯ และจัดทำคลิปวิดีโอผลการวิจัยลง ประชาสัมพันธ์ใน Youtube
5. สื่อเฉพาะกิจ จัดงานประชุมวิชาการและจัดนิทรรศการงานการ นำเสนอผลการวิจัยแห่งชาติ (Thailand Research Expo)	5. สื่อเฉพาะกิจ จัดงานประชุมวิชาการและจัดนิทรรศการงาน การนำเสนอผลการวิจัยแห่งชาติ (Thailand Research Expo) แต่กลุ่มงานประชาสัมพันธ์ควร จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ร่วมกับผู้รับผิดชอบ การจัดงาน

บรรณานุกรม

- ยุบล เป็ญจริงกิจ. (2548). เอกสารการสอนชุดวิชา 16356 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- ณัฐนลิน ชินะกาญจน์. (2549). กระบวนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร รัฐวิสาหกิจในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมศักดิ์ รุ่งเรือง. (2550). การพัฒนาแนวทางการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายก. พระนครศรีอยุธยา : สาขาบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ พระนครศรีอยุธยา.
- อุทัยวรรณ แก้วเขียว. (2550). การพัฒนาแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานการศึกษาในสถานศึกษาขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพระนครศรีอยุธยา กรณีศึกษา : โรงเรียนวัดศรีภวังค์โรงเรียนวัดท่าใหม่ โรงเรียนวัดลาดระโงง. พระนครศรีอยุธยา : สาขาบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- กรรณิการ์ อัสวดรเดชา. (2550). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทพร อติเรกโชติกุลและคณะ. (2550). การพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. ในกลุ่มอีสานใต้. ขอนแก่น : สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จุฬามาศ สุขสวัสดิ์. (2551). กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ในองค์กรกลุ่มบริษัทปตท. กรุงเทพมหานคร : สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
-