

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



248238

กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

นายศุภนร พิริยะการสกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์



นาย ศุภพร พิริยะการสกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND TACTICS OF ORGANIZATIONS
IN THE CREATIVE ECONOMY PLATFORM

Mr. Supasorn Piriyakarnsakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริม
เศรษฐกิจสร้างสรรค์

โดย

นาย ศุภสร พริยะการสกุล

สาขาวิชา

การประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร. ศรัณย์ธร ศศิณารแก้ว)

ศุภพร พิริยะการสกุล : กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND TACTICS OF ORGANIZATIONS IN THE CREATIVE ECONOMY PLATFORM) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา, 312 หน้า.

248238

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ และผลตอบรับการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ ศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้รับผิดชอบด้านการสื่อสารองค์กร การตลาด และการประชาสัมพันธ์ ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 3 องค์กร และส่วนที่สอง คือ ศึกษาจากแบบสอบถาม กับผู้ที่เคยใช้บริการขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากทั้ง 3 องค์กร

ผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่องค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใช้งาน ได้แก่ (1) กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน (2) กลยุทธ์การใช้สื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย (3) กลยุทธ์การร่วมมือกับพันธมิตร (4) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน (5) กลยุทธ์ปากต่อปาก และ (6) กลยุทธ์การยืมความสนใจ

สำหรับกลวิธีการประชาสัมพันธ์ที่องค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใช้งาน ได้แก่ (1) สื่อมวลชน เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดแถลงข่าว การส่งข่าวหรือแจกข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นต้น (2) สื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์โฆษณา ป้ายผ้าโฆษณา ป้ายสติ๊กเกอร์ คู่มือ เป็นต้น (3) สื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์องค์กร อินโฟส์ ยูทูป เฟซบุ๊ก เป็นต้น และ (4) สื่อกิจกรรม เช่น การสัมมนา การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เทศกาล เป็นต้น

สำหรับผลตอบรับการประชาสัมพันธ์ พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทาง สื่อใหม่ (2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน คือ นิตยสาร (3) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อเฉพาะกิจ คือ คู่มือ แผ่นพับ แนะนำองค์กรและกิจกรรมในภาพรวม (4) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อใหม่ คือ เว็บไซต์องค์กรและภาพรวมการดำเนินงาน (5) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อกิจกรรม คือ นิทรรศการ และ (6) เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อบุคคล คือ เพื่อน

ภาควิชาภาวประชาสัมพันธ์. ลายมือชื่อนิติ. ศุภพร พิริยะการสกุล.....
 สาขาวิชาภาวประชาสัมพันธ์. ลายมือชื่อ อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
 ปีการศึกษา2553.....

5284720628 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : STRATEGY / TACTIC / CREATIVE ECONOMY

SUPASORN PIRIYAKARNSAKUL : PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND
TACTICS OF ORGANIZATIONS IN THE CREATIVE ECONOMY PLATFORM.

ADVISOR : ASSOC. PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA, 312 pp.

248238

The purposes of this research are to study public relations strategies, tactics and feedback of public relations of organizations in the creative economy platform. The research methodologies are documentary study, in-depth interview and a survey research using questionnaire.

The result of the research revealed that the strategies are (1) Integrated Media Mix (2) Targeted Media (3) Cooperation with Partners (4) Building Good Relationships with the Media (5) Word of Mouth and (6) Borrowed Interest.

The tactics are (1) Mass Media such as Public Relations Advertising, Press Conference and News Release etc. (2) Specialized Media such as Poster, Banner, Sticker and Handbook etc. (3) New Media such as Website, E-Newsletter, YouTube and Facebook etc. and (4) Media Activities such as Seminar, Workshop and Festival etc.

The feedback of public relations are (1) Most of the sampling group are exposed public relations information via New Media (2) Most of the sampling group are exposed public relations information in Mass Media via Magazine (3) Most of the sampling group are exposed public relations information in Specialized Media via Organization's Manual and Brochure (4) Most of the sampling group are exposed public relations information in New Media via Organization's Website (5) Most of the sampling group are exposed public relations information in Media Activities via Exhibition and (6) Most of the sampling group are exposed public relations information in Personal Media via Friend

DepartmentPublic.Relations.. Student's Signature Supasorn Piriyakarnsakul
Field of StudyPublic.Relations.. Advisor's Signature Patchanee Cheyjunya
Academic Year.....2010.....

กิตติกรรมประกาศ

ถ้าวิทยานิพนธ์นี้มีความดีอันใด ข้าพเจ้าขอยกความดีทั้งหมดนี้ให้ พัทธินทร และ มานิต พริยะการสกุล ผู้เป็นมารดาและบิดา และเป็นผู้ที่มีพระคุณมากที่สุดในชีวิตของข้าพเจ้า

ขอกราบขอบพระคุณ รศ. พัทธนี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รศ. อวยพร พานิช ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร. ศรัณย์ธร ศศิณากกรแก้ว กรรมการภายนอก มหาวิทยาลัย ที่สละเวลาให้คำแนะนำและตรวจแก้ไข จนวิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ คุณธีรพร ยินเจริญ นักจัดการความรู้อาวุโส สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ คุณกนกพร เกียรติศักดิ์ ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ และคุณพัชรินทร์ พัฒนาบุญไพบูลย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ผศ. พัทธี ชินธรรมมิตร หัวหน้าสำนักผู้อำนวยการ และคุณณัฐกานต์ จันทน์ไทย นักจัดการความรู้ งานสื่อสารองค์กรและการจัดการความรู้ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ด้วยความเต็มใจยิ่ง และผมเชื่อว่าพวกคุณกำลังทำสิ่งที่สำคัญยิ่งให้แก่ประเทศของเราครับ รวมถึงขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกๆ ท่านที่สละเวลาอันมีค่ามาตอบแบบสอบถามครับ

ขอขอบคุณ พี่สาวและพี่ชายของข้าพเจ้า เพื่อนๆ 'พือาร์รุ่นสุดท้าย' ที่ร่วมทุกข์ร่วมสุข ตั้งแต่แปลกหน้าจนคุ้นเคย ห่วงหายจนคิดถึง เฮฮาทุกครั้งที่ได้เจอ เพื่อนๆ 'เอ็มเอ 28' ที่น่ารักและไม่เคยทิ้งกัน แม้ว่าวันเวลาที่เราได้ทำความรู้จักกันนั้นสั้นนัก แต่มิได้มีความหมายอันใดกับสัมพันธ์ฉันมิตรเลย เพื่อนๆ 'หอการค้า' ที่ถามไถ่สารทุกข์สุกดิบอยู่เสมอ เจอที่ไรก็ทำให้เราย้อนเวลากลับไปเป็นเด็กได้อีกครั้ง เพื่อนๆ 'วัดเบญญฯ' ที่ยังให้อากันได้เหมือนเก่า เหมือนที่เราไม่ได้จากไปไหน เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ 'จิมโบรี' ที่ให้ความช่วยเหลือเสมอมา แม้ว่าจะอยู่ไกลแต่ความคิดถึงยังส่งถึงกันไม่เคยเปลี่ยน และเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ 'ทีทีแอนด์ที' บริษัทที่ใหญ่โตแต่ไม่เคยห่างหลัง มีแต่อ้อมกอดอันอบอุ่นเท่านั้นที่เรามอบให้กันทุกวัน ผมเชื่อว่าพวกเราจะผ่านคลื่นอุปสรรคนั้นไปด้วยกันครับ ...ขาดใครไปในบรรทัดเหล่านี้ ผมแค่ลืม แต่ไม่ได้หมายความว่าผมไม่คิดถึงคุณนะ รักและคิดถึงทุกๆ คนเสมอ :)

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหำนำของการวิจัย.....	18
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	18
ขอบเขตของการวิจัย.....	18
นิยามศัพท์.....	19
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	20
2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์.....	40
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.....	56
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารแบบปากต่อปาก.....	64
แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	69
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	73
3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	80
รูปแบบการวิจัย.....	80
กลุ่มตัวอย่าง.....	81
ขั้นตอนในการทำวิจัย.....	81

บทที่	หน้า
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	82
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	83
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	86
การนำเสนอข้อมูล.....	86
4 ผลการวิจัย.....	87
ตอนที่ 1: สำนักงานอุทยานการเรียนรู้.....	89
ตอนที่ 2: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.....	120
ตอนที่ 3: สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ.....	155
กลยุทธ์ กลวิธี ผลตอบรับ และปัญหาและอุปสรรคในการ ประชาสัมพันธ์.....	182
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	201
สรุปผลการวิจัย.....	201
อภิปรายผลการวิจัย.....	206
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	220
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย.....	226
รายการอ้างอิง.....	227
ภาคผนวก.....	237
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	312

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 กระบวนการประชาสัมพันธ์กับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.....	44
ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ ของ สอว.....	112
ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ ของ สอว.....	112
ตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ของ สอว.....	112
ตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ ของ สอว.....	113
ตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ ของ สอว.....	113
ตารางที่ 7 ความถี่ในการใช้บริการ ของ สอว.....	114
ตารางที่ 8 ประเภทของบริการที่ใช้บริการ ของ สอว.....	115
ตารางที่ 9 เหตุผลในการใช้บริการ ของ สอว.....	115
ตารางที่ 10 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ ของ สอว.....	116
ตารางที่ 11 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน ของ สอว.....	116
ตารางที่ 12 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อเฉพาะกิจ ของ สอว.....	117
ตารางที่ 13 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อใหม่ ของ สอว.....	117
ตารางที่ 14 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อกิจกรรม ของ สอว.....	118
ตารางที่ 15 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อบุคคล ของ สอว.....	119
ตารางที่ 16 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ ของ ศสพ.....	146
ตารางที่ 17 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ ของ ศสพ.....	146
ตารางที่ 18 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ของ ศสพ.....	147
ตารางที่ 19 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ ของ ศสพ.....	147
ตารางที่ 20 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ ของ ศสพ.....	148
ตารางที่ 21 ความถี่ในการใช้บริการ ของ ศสพ.....	148
ตารางที่ 22 ประเภทของบริการที่ใช้บริการ ของ ศสพ.....	149
ตารางที่ 23 เหตุผลในการใช้บริการ ของ ศสพ.....	149
ตารางที่ 24 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ ของ ศสพ.....	150
ตารางที่ 25 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน ของ ศสพ.....	150
ตารางที่ 26 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อเฉพาะกิจ ของ ศสพ.....	151
ตารางที่ 27 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อใหม่ ของ ศสพ.....	151
ตารางที่ 28 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อกิจกรรม ของ ศสพ.....	152

		หน้า
ตารางที่ 29	การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อบุคคล ของ ศสพ.....	153
ตารางที่ 30	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ ของ สพร.....	174
ตารางที่ 31	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ ของ สพร.....	174
ตารางที่ 32	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ของ สพร.....	175
ตารางที่ 33	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ ของ สพร.....	175
ตารางที่ 34	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ ของ สพร.....	176
ตารางที่ 35	ความถี่ในการใช้บริการ ของ สพร.....	176
ตารางที่ 36	ประเภทของบริการที่ใช้บริการ ของ สพร.....	177
ตารางที่ 37	เหตุผลในการใช้บริการ ของ สพร.....	177
ตารางที่ 38	การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ ของ สพร.....	178
ตารางที่ 39	การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน ของ สพร.....	178
ตารางที่ 40	การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อเฉพาะกิจ ของ สพร.....	179
ตารางที่ 41	การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อใหม่ ของ สพร.....	179
ตารางที่ 42	การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อกิจกรรม ของ สพร.....	180
ตารางที่ 43	การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อบุคคล ของ สพร.....	181
ตารางที่ 44	เปรียบเทียบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์.....	183
ตารางที่ 45	เปรียบเทียบกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์.....	185
ตารางที่ 46	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	189
ตารางที่ 47	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	189
ตารางที่ 48	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์.....	190
ตารางที่ 49	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	191
ตารางที่ 50	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณขององค์กรที่ ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	191
ตารางที่ 51	ความถี่ในการใช้บริการขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	192

	หน้า
ตารางที่ 52 ประเภทของบริการที่ใช้บริการขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	193
ตารางที่ 53 เหตุผลในการใช้บริการขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	194
ตารางที่ 54 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์..	195
ตารางที่ 55 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	196
ตารางที่ 56 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อเฉพาะกิจขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	196
ตารางที่ 57 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อใหม่ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	197
ตารางที่ 58 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อกิจกรรมขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	198
ตารางที่ 59 การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อบุคคลขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	199
ตารางที่ 60 เปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	200

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 และ 2	มูลค่าผลผลิตรายสาขาต่อจีดีพีของประเทศไทย..... 2
ภาพที่ 3	สัดส่วนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อจีดีพีของประเทศไทย..... 7
ภาพที่ 4	สถานะการส่งออกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ..... 8
ภาพที่ 5	โครงสร้างการบริหารงาน สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (สปร.)..... 14
ภาพที่ 6	เปรียบเทียบการกำหนดขอบเขตอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละรูปแบบ..... 71
ภาพที่ 7	บทบาทและขอบเขตหน้าที่หลัก ของ สอร..... 90
ภาพที่ 8	ทรัพยากรที่ให้บริการ ของ ศสพ..... 121
ภาพที่ 9	บทบาทและขอบเขตหน้าที่หลัก ของ สพร..... 155
ภาพที่ 10	การดำเนินกลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ในแต่ละช่วงเวลา..... 221