

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

เลสลีย์ (Lesly , 1987) นักประชาสัมพันธ์ผู้มีชื่อเสียงได้กล่าวว่า ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในศตวรรษที่ 20 มีความสำคัญและมีบทบาทเป็นผู้ประสานงานความต้องการของกลุ่มต่าง ๆ และรับผิดชอบในงานวิเคราะห์และประเมินแนวโน้มของทัศนคติ สังคม และหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งรับผิดชอบในการเสนอแนะว่าหน่วยงานหรือองค์การ ควรจะทำอะไรในสภาวะขณะนี้ และในอนาคตต่อจากนี้ รวมถึงการป้องกัน แก้ไข จัดการ กับประเด็นปัญหาใหญ่น้อยต่าง ๆ ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกหน่วยงานหรือองค์การ จากแนวคิดของ เลสลีย์ จะเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งสำคัญ 3 ประการนั่นคือ ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ บทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาในสิ่งสำคัญทั้ง 3 ประการข้างต้นดังที่ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาไปแล้วในรายละเอียดของบทที่ 4 บทที่ 5 และบทที่ 6 ตามลำดับ

ทั้งนี้ผลจากการวิจัยพบว่าความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 15 ประการ ได้แก่

1. ความสามารถเชิงทฤษฎีปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
2. มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง
3. คำนิยามงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
4. ทักษะสำคัญ
5. ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์
6. หน้าที่ต่อวงการและองค์การ
7. ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย
8. จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
9. พื้นฐานการศึกษาฝึกอบรม
10. ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์

11. การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล
12. งานสำคัญ
13. การได้รับการยอมรับ
14. โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
15. มีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

ส่วนบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยนั้นผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า นักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยมีบทบาทในการปฏิบัติงานอยู่ 6 บทบาทต่อไปนี้

1. บทบาททางด้านการจัดการ
2. บทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสาร
3. บทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสาร
4. บทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์
5. บทบาททางด้านวิจัย-ประเมินผล
6. บทบาททางการเป็นตัวแทน-โฆษกขององค์การ

ทั้งนี้ผลการวิจัยยังพบว่านักประชาสัมพันธ์คนหนึ่งอาจมีมากกว่า 1 บทบาทหรืออาจมีบทบาทเดียวที่เด่นที่สุด อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ได้ค้นพบว่านักประชาสัมพันธ์ทุกคนมีบทบาทเป็นผู้สื่อสารประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว 1 บทบาท ส่วนบทบาททางด้านการเป็นตัวแทน-โฆษกขององค์การนั้นเป็นอีกบทบาทหนึ่งของนักประชาสัมพันธ์ในบางองค์การผู้รับบทบาทผู้จัดการในฝ่ายประชาสัมพันธ์อยู่แล้วเท่านั้น

สำหรับเรื่องลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นผลจากการศึกษาวิจัยพบว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยปัจจุบันนี้มีหลายประการแต่โดยภาพรวมแล้วพบว่านักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อยู่ 10 ประการ ดังนี้

1. งานเผยแพร่ข่าวสาร
2. การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การ
3. การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์
4. การตอบแทนสังคม
5. ชุมชนสัมพันธ์
6. การจัดการประเด็นสาธารณะ

7. การจัดการภาวะวิกฤติ
8. การวิจัย-ประเมินผล
9. การประชาสัมพันธ์สนับสนุนการตลาด
10. การเป็นผู้อุปถัมภ์

นอกจากนี้ยังมีการดำเนินงานรูปแบบอื่นๆอีกหลายประการซึ่งมีรายละเอียดแตกต่างกันไปตามประเภทและลักษณะของแต่ละองค์การ การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงนำลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 10 ประการข้างต้นมาทำการศึกษา

สำหรับเนื้อหาในบทที่ 7 นี้ ผู้วิจัยจะชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนัก ประชาสัมพันธ์ กับ บทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านวิชาชีพและวิชาการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมอีกหลายคน ทั้งนี้เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัยที่ค้นพบและเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของประเด็นหลักทั้ง 3 ประเด็นข้างต้นให้ชัดเจนยิ่งขึ้น สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 7 คน ซึ่งเป็นคนเดียวกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทางการประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยเคยสัมภาษณ์เจาะลึกไปแล้ว ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละคนได้แสดงความคิดเห็นต่อความสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

7.1 ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีต่อความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับ บทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

ผู้ให้ข้อมูลในประเด็นนี้มีทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์จำนวน 7 คน ดังมีรายนามและสังกัดหน่วยงานดังนี้

1. รศ.ดร. พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประสบการณ์ทำงานด้านวิชาการกว่า 20 ปี
2. มัทนา เหลืองนาคทองดี ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ บมจ.ปูนซิเมนต์ไทย ประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ 26 ปี
3. ลักษณ์า จำปา กรรมการผู้จัดการ บ.ลัทธิญา คอมมูนิเคชั่น จำกัด ประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ 22 ปี

4. วิไล เคียงประจักษ์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บมจ.แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส
ประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ 16 ปี

5. สุพิน ปัญญามาก ผู้ช่วยผู้จัดการประจำสำนักผู้ว่าการ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง
ประเทศไทย ประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ 36 ปี

6. สุธนา หงษ์ทอง ผู้บริหารสำนักประชาสัมพันธ์กิจการพิเศษและสังคม บ.เควีโอ
เจริญโภคภัณฑ์ จำกัด ประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ 22 ปี

7. มล.อัจฉราพร ณ สงขลา ผู้จัดการกองสังกัดสำนักกรรมการผู้อำนวยการใหญ่
ฝ่ายการพาณิชย์ บมจ.การบินไทย ประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ 23 ปี

สำหรับการนำเสนอรายละเอียดในส่วนนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอด้วยความคิดเห็นของผู้
ให้ข้อมูลสำคัญที่มีต่อความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ กับบทบาทในการปฏิบัติงานของ
นักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และตารางสรุปประกอบการอธิบาย
ความหมาย เรียงลำดับตามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แต่ละคนดังต่อไปนี้

รศ.ดร.พรทิพย์ พินฉัตินธุ์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ แสดงความคิดเห็นต่อ
เรื่องความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยว่า

“ ครูเห็นด้วยกับการทำวิจัยตรงนี้ โดยเฉพาะเรื่อง
Professionalism มีความสำคัญมากๆ ทั้ง 15 ประการตรงนี้ ถามครูว่ามัน
สัมพันธ์กับบทบาทมั้ย กับลักษณะการดำเนินงานมั้ย ใหม๊ยย กับบทบาท
PR เมืองไทยที่หนูค้นพบ 5 - 6 บทบาทนี้มันเกี่ยวข้องกัน ครูว่า บท
บาททางด้านการจัดการต้องมีครบทั้ง 15 ข้อ เพราะผู้จัดการต้องการคน
มีประสบการณ์ ความสามารถในการทำงาน ก็ทั้ง 15 ประการนั้นแหละ
ส่วนบทบาททางด้านสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ - ประสานการสื่อสาร คนๆนี้
ต้องทำงานสัมพันธ์กับคน ต้องมี Professionalism หลายข้อ แต่อาจไม่
ต้องมีเรื่องอำนาจตัดสินใจในระดับสูงเหมือนกับอีกบทบาทหนึ่ง คือ
บทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งไม่ต้องมีเรื่องตัดสินใจมาก

ข้อนั้นให้กับ Manager บทบาทเดียว ส่วน Technician ส่วนใหญ่ คือ บทบาทของผู้ปฏิบัติการ สักมาเถอะ เลยไม่ต้องมีเรื่องคุณลักษณะสำคัญ ไม่ต้องมีอำนาจตัดสินใจ และ เรื่องกลยุทธ์การวิจัยในข้อ 7 นั้นไม่ต้องตรงข้ามกับบทบาททางด้านวิจัย - ประเมินผล ที่ต้องมีทั้งความสามารถเชิงทฤษฎีปัญญา ควบคู่กับความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย 2 ข้อนี้ต้องมาคู่ โดยเฉพาะคนทำวิจัย ข้อ 1 คุณต้องมาก่อน มิฉะนั้น คุณทำได้แต่ Research อย่างเดียว แต่ไม่สามารถ Apply ให้เข้ากับ PR ได้เลย ส่วนตัวแทน - โฆษก นี้คนเดียวกับ Manager ไข่ม้อย ก็ต้องมี 15 ประการ

ส่วนลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 10 ข้อนี้ ครูเห็นว่า ตรงนี้คืองานหลักของ PR บางองค์กรต้องมี Staff Development อีกด้วย แต่ว่าไปภาคราชการมีไม่ครบ 10 หรือ มีแค่ 1 ข้อแรก Publicity สำหรับตรงนี้ครูมองว่าทั้ง 10 ลักษณะงาน ต้องมี Professionalism ทั้ง 15 ประการ ควรประกอบกันเป็น Package ถ้าคุณมี PR Professionalism ทั้ง 15 ข้อนี้ คุณทำงานได้ทั้งหมด ถ้า 15 ข้อนี้คุณผ่าน Output ก็คือ คุณก็ทำงานได้ไม่มีปัญหา เพราะฉะนั้นคนทำงาน PR ทุกคน ควรมี PR Professionalism ตัวนี้ ถ้าคุณมีครบ 15 ข้อนี้ คุณจะ เป็น PR ที่เข้มแข็ง ครูเห็นว่า PR ยิ่งแก่ ยิ่งเก่ง เพราะมีประสบการณ์ แต่มีน้อยคน ”
(รศ. ดร. พรทิพย์ พิมลสินธุ์ , สัมภาษณ์ 28 เมษายน 2543)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ ได้กล่าวว่าความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญ และมีความสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงาน และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังตารางสรุปต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.1

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ (1)

บทบาทในการปฏิบัติงาน ของนักประชาสัมพันธ์	ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์														
	ความสามารถเชิงทฤษฎีปัญหา ทางด้านประชาสัมพันธ์	มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง	ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อ องค์กร	ทักษะสำคัญ	ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์	หน้าที่ต้องการและองค์กร	ความสามารถในการใช้ ยุทธศาสตร์วิจัย	จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่ สำคัญ	พื้นฐานการศึกษา มีคอมรม	ความสามารถเฉพาะตัวใน การปชช.	การรับรองสถานภาพส่วนตัว	งานสำคัญ	การได้รับการยอมรับ	โอกาสในการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	มีประสบการณ์ทำงานด้าน ปชช.
บทบาททางด้านการ จัดการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านสื่อ มวลชนสัมพันธ์- ประสานการสื่อสาร	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้าน เทคนิคการสื่อสาร	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านสื่อ สารประชาสัมพันธ์	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านวิจัย -ประเมินผล	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านการ เป็นตัวแทน-โฆษก ขององค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.1 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นนักวิชาการด้านประชาสัมพันธ์ ซึ่งพบว่าบทบาททางการจัดการ ตัวแทน – โฆษกขององค์กร ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ ทั้ง 15 ประการ ส่วนบทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ – ประสานการสื่อสาร บทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ และบทบาททางด้านวิจัย-ประเมินผล ไม่จำเป็นต้องมี ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ข้อที่ 2 คือ มีอำนาจในการตัดสินใจสูง สำหรับบทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสารมีความต้องการ ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์น้อยกว่าบทบาทในการปฏิบัติงาน บทบาทอื่นคือไม่ต้องมีข้อ 1 , 2 และ 7 คือความสามารถเชิงทฤษฎีปัญหาทางด้านประชาสัมพันธ์ มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูงและความสามารถในการใช้กลยุทธการวิจัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.2 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งพบว่า ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้ง 10 ประการ ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของของนักประชาสัมพันธ์ทั้ง 15 ประการ เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่าความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากสำหรับนักประชาสัมพันธ์ทุกคนด้านนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์มีความเป็นนักวิชาชีพทั้ง 15 ประการนี้ ก็สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ทุกลักษณะอย่างไม่มีปัญหา

มีทนา เหลืองนาคทองดี ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ บมจ.ปูนซิเมนต์ไทย นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นนักประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานธุรกิจเอกชนสายอุตสาหกรรมได้แสดงความคิดเห็นในเรื่อง ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่า

“ คิดว่า 3 ตัวนี้มีความสัมพันธ์กัน แต่ถ้าจะดูแต่ละตัวมา Match กันก็เห็นว่า บทบาททางการจัดการ ตัวแทน และสื่อมวลชนสัมพันธ์ 3 บทบาทนี้ต้องการความเป็นนักวิชาชีพทุกประการ เพราะเป็นงานสำคัญของฝ่าย PR ส่วนบทบาท ทางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์กับวิจัย-ประเมินผล อาจไม่ต้องมีข้อ 2 คืออำนาจตัดสินใจในระดับสูง ตัวเดิยส่วนบทบาททางด้านเทคนิคค่อนข้างจะมีบทบาทรับผิดชอบลงมาอีกระดับจึงไม่ต้องมีทั้งข้อ 2 และ 7 คืออำนาจตัดสินใจกับเรื่องวิจัย เขาไม่จำเป็นต้องรู้เชี่ยวชาญ เพราะงานของเขาจะชัดเจนลงไป ที่การผลิตสื่อ

ถ้าดูความเป็นนักวิชาชีพกับงานทั้ง 10 ตัวงานทั้ง 10 OK. ใช้งานที่ทำ จริงๆน่าจะมีความเป็นนักวิชาชีพทุกๆข้อ เพราะมันสำคัญ แต่ก็ยังเห็นว่างานเผยแพร่ข่าวสารอาจไม่จำเป็นต้องมีข้อ 11 คือการรับรองฐานะ และการเป็นผู้อุปถัมภ์ก็ไม่ต้องมีข้อ 12 คืองานสำคัญ เพราะเป็นงานกว้างๆของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แต่งานอื่นๆต้องการหมดทั้ง 15 ประการ” (มีทนา เหลืองนาคทองดี, สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2543)

ตารางที่ 7.3 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเห็นว่า บทบาทผู้จัดการตัวแทน-โฆษกขององค์การและบทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสารต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ทั้ง 15 ประการในขณะที่บทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์และบทบาททางด้านวิจัย-ประเมินผล ต้องการความเป็นนักวิชาชีพรองลงมา คือ 14 ประการคือไม่จำเป็นต้องมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง ส่วนบทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสารไม่ต้องการความเป็นนักวิชาชีพข้อ 2 และ 7 คือมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูงและความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.4 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งพบว่า นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เห็นว่า ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทุกงานต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ อย่างสูง อย่างไรก็ตามงานเผยแพร่ข่าวสารไม่จำเป็นต้องมีการรับรองสถานภาพ ส่วนการเป็นผู้อุปถัมภ์ ก็ไม่จำเป็นต้องมีความเป็นนักวิชาชีพข้อ 12 คืองานสำคัญ เนื่องจากงานทั้ง 2 เป็นงานทั่วไปของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ลักษณะ จำปา กรรมการผู้จัดการบริษัทลักษณะ คอมมูนิเคชั่น จำกัด นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากบริษัทที่ปรึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์ได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังนี้

“ พี่เห็นด้วยกับ PR Professionalism 15 ตัวที่หามาได้ ถึงแม้บางข้อดูแต่ชื่ออาจคล้ายๆกันแต่รายละเอียด Items ข้างในแตกต่างกัน พอคุยกับ Role ก็เห็นว่า ด้วยบทบาท Manager Spokeperson และ Media Relation-Communication Liaison ต้องการ Professionalism หมดทุกประการเลยเพราะเป็นบทบาทสำคัญมากๆในการทำงาน PR ตัว Manager เน้นบทบาทสูงต้องมี Professionalism สูง ไม่งั้นทำไม่ได้ ส่วน Media Relation-Communication Liaison ตัวนี้พี่ให้ความสำคัญมากๆ ถือเป็นจุดแข็งที่นี้เลยคิดว่าต้องมี 15 ประการนี้ด้วย ส่วน Research-Evaluation Role กับ PR Communication Role ไม่ต้องมีข้อ 2 กับ 11 คือมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูงกับการรับรองสถานะส่วนคน และ Communication Technic Role นอกจากจะไม่ต้องมีข้อ 2,11 แล้วยังไม่ต้องมีข้อ 15 คือ ประสิทธิภาพทำงานด้าน PR สูง เพราะงานของเขาเน้นเรื่อง Art , Graphic, Production พวกนี้มากกว่า

ส่วนลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ใน List นี้ก็ใช้หมดทุกตัว แต่ราชการบางที่อาจมีข้อ 1 ข้อเดียว คือ Publicity แต่จริงๆ แล้วมันต้องทำหมด 10 ตัวนี้ และพี่ว่า PR Professionalism มันต้องเข้ามาทั้ง 15 ประการ ในทุกๆ งาน จึงจะทำให้การดำเนินงานออกมาดี เพราะ Professionalism เป็นเหมือนตัวสาเหตุ ถ้าสาเหตุดี การดำเนินงานก็ดี บทบาทที่ได้รับบทยอะไรก็หายไปด้วย” ลักษณะ จำปา, สัมภาษณ์ (30 เมษายน 2543)

ตารางที่ 7.5 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจาก บริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์เห็นว่า บทบาททางด้านจัดการ ตัวแทน-โฆษกขององค์กร และสื่อมวลชนสัมพันธ์ - ประสานการสื่อสาร ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ ทั้ง 15 ประการ เนื่องจากเป็นบทบาทที่มีความสำคัญในฝ่ายประชาสัมพันธ์ ส่วนบทบาททางด้าน สื่อสารประชาสัมพันธ์ ส่วนบทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์และบทบาททางด้านวิจัย- ประเมินผล เป็นบทบาทรองลงมาจึงไม่จำเป็นต้องมีอำนาจในการตัดสินใจในระดับสูง และการรับรองสถานภาพส่วนบุคคล ส่วนบทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสาร นอกจากไม่ต้องมีอำนาจในการตัดสินใจในระดับสูง และการรับรองสถานภาพส่วนบุคคลแล้ว ยังไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ทำงาน ด้านการประชาสัมพันธ์สูงเพราะเน้นงานด้านศิลปะ ผลิตสื่อ มากกว่างานประชาสัมพันธ์โดยตรง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.6 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการประชาสัมพันธ์ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากบริษัทที่ปรึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่า ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ที่ค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กับลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทุกงาน กล่าวคือ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทุกงานต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ทั้ง 15 ประการ จึงจะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปได้อย่างดีทุกงาน

วิไล เกียงประจักษ์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บมจ. แอดวานซ์ อินโฟเซอรัวีส ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานธุรกิจเอกชนมีความคิดเห็นต่อเรื่อง ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย ดังนี้

“ถ้าจับเรื่องความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มาดูกับ บทบาทนะค่ะ พี่ว่า Manager เขาต้องมีมากที่สุด และมีครบทั้ง 15 ตัว อันนี้คนเดียวกับ Spokeperson นะ ต่อมา Media คนนี้ต้องมีทักษะ สำคัญ มีจรรยาบรรณ ความสามารถในการทำงาน ได้รับการยอมรับ มีการปฏิบัติงาน อ้อ แล้วยังมีหน้าที่ต่อวงการและองค์การ และสำคัญ มากคือ ความสามารถเชิงพหุวิชาในข้อแรกคือมีหมด ขาดข้อ 2,7 และ ข้อ11 ส่วน Technician ไม่ต้องมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง ดำเนิน งานเพื่อองค์การ ไม่จำเป็นต้องมีความสามารถด้านวิจัยเพราะscope งานของเขาค่อนข้างแคบและถ่วงเรื่องปฏิบัติการผลิตสื่อ และไม่ต้องมี การรับรองสถานภาพส่วนบุคคลกับงานสำคัญเพราะงานเขาแคบ ส่วน Researchนี่ก็scopeงานชัด ไม่ต้องมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง ตำแหน่งงาน การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล งานสำคัญ รวมทั้งประสบการณ์ ส่วน PR Communication Role มีทุกข้อยกเว้น อำนาจตัดสินใจกับประสบการณ์ ในความเห็นพี่ทุกบทบาทสำคัญหมดในฝ่าย ประชาสัมพันธ์ ทุกคนต้องมีสิ่งสำคัญคือจรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ ส่วนรายละเอียดปลีกย่อยนั้นแต่ละคนให้ไม่เหมือนกัน แต่เชื่อ เดอะว่า Manager ต้องมีทุกข้อเพราะเป็นตำแหน่งสูงสุดในฝ่าย

ส่วนลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แต่ละตัวที่ List มานี้ก็ OK. หมดทุกงาน แต่ตามว่างานไหนต้องการ Professionalism แบบไหน ครอบคลุม เพราะต้องการมากๆ ทุกๆ งาน แต่ถ้าจะลงแต่ละงาน ก็มอง ว่างานเผยแพร่ข่าวสาร อาจต้องการ Professionalism น้อยที่สุด ตรงข้ามกับ Crisis Management ซึ่งต้องการมากที่สุดต้องการทั้ง 15 ประการ Community Relation อีกอย่างที่ต้องการทุกข้อ รองลงมา Issue Management อาจไม่ต้องใช้วิจัยข้อเดียว นอกนั้นใช้หมด มาดู ใหม่ที่ละงานนะคะ Publicity ไม่ต้องมีความสามารถเชิงทฤษฎีปัญหา อำนาจตัดสินใจ ตำแหน่งงาน วิจัย การรับรองสถานภาพ งานสำคัญ และประสบการณ์ เพราะเป็นงาน Basic ส่วน CPR อาจไม่ต้องการเรื่อง ตำแหน่งงาน เรื่องวิจัย พื้นฐานการศึกษา และการรับรองฐานะ Special Event คล้ายกัน แต่ต้องมีอำนาจตัดสินใจกับการรับรองฐานะ เข้ามาด้วย สำหรับการตอบแทนสังคมก็ต้องการ Professionalism หลายข้อ เช่น ความสามารถเชิงทฤษฎีปัญหา ตำแหน่งงานเพื่อองค์การ ทักษะสำคัญ หน้าที่ ที่สำคัญคือเรื่องวิจัยในข้อ 7 ต้องมีพื้นฐานการศึกษา ความสามารถ ได้รับการยอมรับ และโอกาสในการปฏิบัติงาน ส่วน MPR นี้อาจไม่ต้องมีอำนาจตัดสินใจ ตำแหน่งงาน การรับรอง สถานภาพ งานสำคัญ แล้วยังเรื่องประสบการณ์สูง ส่วนเรื่อง Sponsorship นี้ไม่ต้องมีตำแหน่งงาน วิจัย พื้นฐานการศึกษา การรับรองสถานภาพ และงานสำคัญ แต่ต้องมีเรื่องอำนาจตัดสินใจเข้ามา เกี่ยวข้องว่าจะอุปถัมภ์เรื่องอะไร" (วิไล เทียงประจักษ์ , สัมภาษณ์ 28 เมษายน 2543)

นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้กล่าวถึงความสำคัญของความเป็นนักวิชาชีพ ของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังตารางสรุปต่อไปนี้

ตารางที่ 7.7

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ (4)

บทบาทในการปฏิบัติงาน ของนักประชาสัมพันธ์	ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์														
	ความสามารถหรือทฤษฎีความรู้ ด้านประชาสัมพันธ์	มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง	คำแนะนำประชาชนสัมพันธ์เพื่อ องค์กร	ทักษะสำคัญ	ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์	หน้าที่ต่อวงการและองค์กร	ความสามารถในการใช้กลยุทธ์ การวิจัย	จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติ ที่สำคัญ	พื้นฐานการศึกษาฝึกอบรม	ความสามารถเฉพาะตัวในการ ทำงาน ป.ช.ส.	การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล	งานสำคัญ	การได้รับการยอมรับ	โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	มีประสบการณ์ทำงานด้านป.ช.ส.
บทบาททางด้าน การจัดการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านสื่อ มวลชนสัมพันธ์- ประสานการสื่อสาร	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้าน เทคนิคการสื่อสาร	✓	-	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓
บทบาททางด้านสื่อ สารประชาสัมพันธ์	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
บทบาททางด้านวิจัย -ประเมินผล	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	-
บทบาททางด้าน การเป็นตัวแทน-โฆษก ขององค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 7.7 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งพบว่าบทบาททางด้านจัดการ ตัวแทน-โฆษกขององค์กร มีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มากกว่าบทบาทอื่น รองลงมาคือบทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ บทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสาร บทบาททางด้านวิจัย - ประเมินผล และ บทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ - ประสานการสื่อสาร ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่า บทบาททางด้านจัดการ ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดในฝ่ายประชาสัมพันธ์ ต้องมีความเป็นนักวิชาชีพทั้ง 15 ประการ ส่วนบทบาท อื่นนั้น นักประชาสัมพันธ์ แต่ละคนอาจให้รายละเอียดปลีกย่อยของความเป็นนักวิชาชีพแตกต่างกัน

ตารางที่ 7.8 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สำหรับนักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานธุรกิจก็เห็นได้ว่า งานชุมชนสัมพันธ์และการจัดการภาวะวิกฤติ ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์สูงสุดครบทั้ง 15 ประการ รองลงมาคือการจัดการประเด็นสาธารณะ ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย ทั้งนี้พบว่างานเผยแพร่ข่าวสาร มีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์น้อยกว่างานลักษณะอื่นๆ

สุพิน ปัญญามาก ผู้ช่วยผู้อำนวยการประจำสำนักผู้ว่าการ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจสายพลังงาน มีความคิดเห็นในเรื่องความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

“ผม Confirm ผลวิจัยที่คุณได้มาว่า ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มีอย่างนี้ บทบาทมีอย่างนี้ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างนี้ และถ้าถามว่ามันสัมพันธ์กันมั๊ยคือมันต้องสัมพันธ์กัน เพราะ Professionalism เป็นเรื่องสำคัญของวิชาชีพประชาสัมพันธ์ ทุกบทบาทต้องมี ผมมองอย่างนี้นะว่ามีหมดทุกบทบาทที่คุณนำเสนอ แต่บทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสารคิดว่าไม่จำเป็นต้องมีเรื่องมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง แต่บทบาทอื่นต้องมีหมดทั้ง 15 ตัว เพราะเป็นงานที่ Relateกับคนโดยเฉพาะตัว Manager

ส่วนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ก็ต้องการความเป็นนักวิชาชีพที่คุณว่ามาทุกตัวนี้ แผลงออกเว้นแต่งานเผยแพร่ข่าวสาร การตอบแทนสังคม การเป็นผู้อุปถัมภ์ 3 งานนี้ผมว่าไม่ต้องมีประสบการณ์สูงมากนักก็สามารถทำได้ ส่วนงาน Issue Management ผมมองว่าเป็นงาน PRบวกกับงานบริหาร บวกประสบการณ์ หลากๆอย่าง ไม่ใช่เรื่อง PR แบบเพียวๆ แต่ก็ต้องการ Professionalism ในระดับสูง คือมีหมด 15 ตัว” (สุพิน ปัญญามาก, สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2543)

นักประชาสัมพันธ์อาวุโสผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวว่าเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังแสดงในตารางสรุปต่อไปนี้

ตารางที่ 7.9

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ (5)

บทบาทในการปฏิบัติงาน ของนักประชาสัมพันธ์	ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์														
	ความสามารถเชิงทฤษฎีทางด้านประชาสัมพันธ์	มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง	คำนิยามประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กร	ทักษะสำคัญ	ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์	หน้าที่ต่อความตระหนักรู้	ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย	จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ	พื้นฐานการศึกษาที่ครอบคลุม	ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงาน ปชส.	การรับรองสถานภาพตัวคน	งานสำคัญ	การได้รับการยอมรับ	โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	มีประสบการณ์ทำงานด้าน ปชส.
บทบาททางด้านการจัดการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านวิจัย-ประเมินผล	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านการเป็นตัวแทน-โฆษกขององค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 7.9 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์อาวุโสเห็นว่าความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์นั้นมีความสำคัญมากและทุกบทบาทต้องการความเป็นนักวิชาชีพทั้ง 15 ประการ โดยเฉพาะบทบาททางด้านการจัดการ ส่วนบทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสารนั้นไม่จำเป็นต้องมีเรื่องที่มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง

ตารางที่ 7.10 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ นักประชาสัมพันธ์อาวุโสจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจมีความเห็นว่าความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กับลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทุกๆงาน ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จึงต้องการนักประชาสัมพันธ์ที่มีความเป็นนักวิชาชีพครบทั้ง 15 ประการยกเว้นแต่ งานเผยแพร่ข่าวสาร การตอบแทนสังคม และการเป็นผู้ปลดมภ์ ซึ่งเป็นงานที่ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

สุธนา หงษ์ทอง ผู้บริหารสำนักประชาสัมพันธ์กิจการพิเศษและสังคม บ.เควีโอ เจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานธุรกิจเอกชนสายเกษตรกรรม มีความคิดเห็นในเรื่องความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยว่า

“การค้นหาความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ที่ทำอยู่ เป็นเรื่องสร้างสรรค์มากสำหรับวงการและเห็นว่ามันเข้ามาเกี่ยวข้องกับบทบาท กับ การดำเนินงาน PR อยู่ตลอดเวลา จนแยกไม่ออก ถ้าดูเรื่อง บทบาทคิดว่า Manager, Spokeperson คนๆนี้ต้องมี 15 ประการแน่นอน เขาต้องมี Professionalism สูงสุดในอะไร ในฝ่าย PR Communication Role ซึ่งควรเป็นกันทุกคนอยู่แล้ว แต่อาจไม่ต้องมีอำนาจตัดสินใจสูง กับประสบการณ์สูง แล้วก็ Media Liaison ก็ต้องมีเยอะแต่ไม่ต้องมีอำนาจตัดสินใจ วิจัย และการรับรองสถานภาพส่วนตัว Researcher ก็ไม่ต้องมีอำนาจตัดสินใจ หน้าที่ต่อวงการ ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงาน PR ประสบการณ์ แต่เขาต้องมีแน่นอนเรื่องความสามารถ ในการใช้กลยุทธ์การวิจัยซึ่งเดี๋ยวนี้สำคัญ ต่อมา Technician ก็ต้องมี Professionalism หลายข้อ แต่อาจไม่ต้องมีอำนาจตัดสินใจ วิจัย การรับรองสถานภาพส่วนตัว ใ้รับการยอมรับแล้วก็ประสบการณ์ PR เพราะ งานเขาเป็นเทคนิคพวกสื่อที่มองว่า Manager ที่ต้องมีเรื่องอำนาจตัดสินใจระดับสูง บทบาทอื่นยังไม่จำเป็นนัก

ส่วนที่ว่าเอา Professionalism ไปคู่กับ Practices ไข่ม้อย ตรงนี้บอกได้เลยว่าต้องการทุกอย่างงานการดำเนินงานเราต้อง Pro. โดยเฉพาะในความคิดเห็นของทีนะ งาน Corporate , Issue Management และ Crisis Management ต้องการ Professionalism สูงสุดทั้ง 15 ข้อ โดยเฉพาะ Crisis เป็นงานสำคัญ เร่งด่วน และ ต้องบริหารจัดการให้อยู่ในภาวะปกติอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด รองลงมาจะกะคืองานเผยแพร่ วิจัย-ประเมินผล ชุมชนสัมพันธ์ การตลาด อุปถัมภ์ พวก 4-5 ตัวนี้ต้องการมากแต่อาจไม่ต้องมีข้อมีอำนาจตัดสินใจระดับสูง ส่วนพวกจัดกิจกรรมพิเศษ การตอบแทนสังคม 2งานหลังนี้อาจไม่มีเรื่องอำนาจตัดสินใจกับวิจัยเข้ามาก็ได้ แต่ Community Relation นี้ไม่มีวิจัยไม่ได้นะกะเพราะเขาต้องการที่จะทราบ Public Sentimental”

(สุธนา หงษ์ทอง,สัมภาษณ์ 28 เมษายน 2543)

นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวถึงความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่ามีความสัมพันธ์กันดังแสดงในตารางสรุปต่อไปนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.11

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ (6)

บทบาทในการปฏิบัติงาน ของนักประชาสัมพันธ์	ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์														
	ความสามารถเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับ ด้านประชาสัมพันธ์	มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง	ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อ องค์การ	ทักษะสำคัญ	ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์	หน้าที่ต่อวงการและองค์กร	ความสามารถในการใช้กลยุทธ์ การวิจัย	จรรยาบรรณ นักปฏิบัติ สำคัญ	พื้นฐานการศึกษา มีกรอบ	ความสามารถเฉพาะตนในการ ทำงาน ปรต.	การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล	งานสำคัญ	การได้รับการยอมรับ	โอกาสในการปฏิบัติงานประชา	มีประสบการณ์ทำงานด้านปรต.
บทบาททางด้าน การจัดการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านสื่อ มวลชนสัมพันธ์- ประสานการสื่อสาร	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้าน เทคนิคการสื่อสาร	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	
บทบาททางด้านสื่อ สารประชาสัมพันธ์	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	
บทบาททางด้านวิจัย -ประเมินผล	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	
บทบาททางด้าน การเป็นตัวแทน-โฆษก ขององค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.11 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้พบว่านักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากหน่วยงานธุรกิจเอกชนสายเกษตรกรรมเห็นว่าบทบาททางการจัดการ ตัวแทน-โฆษกขององค์กร ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มากที่สุด คือต้องมีครบทั้ง 15 ประการ ส่วนบทบาทอื่นก็ต้องการมากแต่อาจไม่จำเป็นต้องมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูงเช่นเดียวกับบทบาทผู้จัดการ สำหรับบทบาทที่ต้องการความเป็นนักวิชาชีพรองลงมาจากบทบาทผู้จัดการ ตัวแทน-โฆษกขององค์กรก็คือบทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสาร บทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ และบทบาททางด้านงานวิจัย-ประเมินผล ส่วนบทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสารนั้นต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์น้อยกว่าบทบาทอื่นในฝ่ายประชาสัมพันธ์



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.12 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานธุรกิจเอกชนสายเกษตรกรรมเห็นว่าความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากและมีความสัมพันธ์กับลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทุกๆงาน โดยเฉพาะงานประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร การจัดการประเด็นสาธารณะและการจัดการภาวะวิกฤติ ซึ่งเป็นงานที่ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มากที่สุดเมื่อเทียบกับงานอื่นกล่าวคือต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ครบทั้ง 15 ประการ รองลงมาคืองานเผยแพร่ข่าวสาร ชุมชนสัมพันธ์ การวิจัย-ประเมินผล การประชาสัมพันธ์สนับสนุนการตลาด และการเป็นผู้อุปถัมภ์ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีอำนาจในการตัดสินใจในระดับสูง ส่วนการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์และการตอบแทนสังคมนั้นไม่ต้องมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูงและความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย

มด.อรรถพร ณ ธงขลา ผู้จัดการกองสังกัดสำนักกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ฝ่ายการพาณิชย์ บมจ. การบินไทย นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นนักประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

“ถามว่ามันสัมพันธ์กันมั๊ย สัมพันธ์กันจะ สัมพันธ์กันมาก เข้าความเป็นนักวิชาชีพนี้กับบทบาท กับลักษณะดำเนินงาน ในความคิดของพี่ พี่ว่า Manager, Spokeman ,PR Communication Role 3 บทบาทนี้ ต้องมีครบทุกข้อ บางคนอาจไม่ตอบอย่างนี้พี่ไม่รู้ละ แต่สำหรับพี่นอกจาก Manager แล้ว บทบาทนักวิจัยยังเป็นอีกบทบาทหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญมาก วิจัยต้องรู้เรื่องPR มิฉะนั้นเขาจะไม่สามารถทำวิจัย ประเมินผลเพื่อตอบปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ได้เลย Media Relation-Liaison ตัวนี้ ไม่มีความสามารถเรื่องวิจัยยังไม่เป็นไร ส่วน Technician เจ้าหน้าที่ตัวนี้ไม่มีการรับรองสถานภาพเพราะงานของเขาอยู่กับเรื่อง Production พี่อาจมองไม่เหมือนคนอื่น พี่มองว่า Professionalism ของ PRที่เสนอมาสำคัญหมดเลยทั้ง 15 ประการ ยิ่งมาคู่กับลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 10 งานนี้แล้ว มันต้องการทุกตัว ต้องได้ทั้งหมด ไม่เช่นนั้นจะดำเนินงานไม่ได้ ตัวPRต้องจบ

ตรงต้องมีประสบการณ์ ต้องมีความสามารถ แล้วยังทุกอย่างที่บอก
มาทุกตัวซึ่งสำคัญและลักษณะการดำเนินงานทุกตัวต้องการทั้งหมด”
(มล.อรรถพร ณ สงขลา,สัมภาษณ์ 29 เมษายน 2543)

นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ได้กล่าวถึงความเป็น
นักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ว่ามีความสำคัญมากและมีความสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะ
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังแสดงในตารางสรุปต่อไปนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.13

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์(7)

บทบาทในการปฏิบัติงาน ของนักประชาสัมพันธ์	ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์															
	ความสามารรถเชิงปฏิบัติปัญหาทาง ด้านประชาสัมพันธ์	มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง	ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กร	ทักษะสำคัญ	ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์	หน้าที่ต่อวงการและองค์กร	ความสามารถในการใช้กลยุทธ์	การวิจัย	จรรยาบรรณ หรือกฎปฏิบัติที่สำคัญ	พื้นฐานการศึกษา สืบค้นรวม	ความสามารถเฉพาะตัวในการ ทำงาน ปรัชญา	การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล	งานสำคัญ	การได้รับการยอมรับ	โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	มีประสบการณ์ทำงานด้าน ปชต.
บทบาททางด้านกร จัดการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านสื่อ มวลชนสัมพันธ์- ประสานการสื่อสาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้าน เทคนิคการสื่อสาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านสื่อ สารประชาสัมพันธ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านวิจัย- ประเมินผล	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านกร เป็นตัวแทน-โฆษก ขององค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.13 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นนักประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจเห็นว่าความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากและมีความสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ บทบาททางการจัดการ บทบาททางการเป็นตัวแทน-โฆษกขององค์กร บทบาททางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และเข้าหน้าทำงานวิจัย-ประเมินผล ทั้ง 4 บทบาทนี้ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ทั้ง 15 ประการ ในขณะที่บทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสาร ก็ต้องการความเป็นนักวิชาชีพสูง แต่ไม่จำเป็นต้องมีความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย ส่วนบทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสารนั้น ไม่ต้องการรับรองสถานภาพส่วนตัวเนื่องจากรับผิดชอบเฉพาะงานผลิตสื่อ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.14 แสดงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเห็นว่า ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ทั้ง 15 ประการมีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กับ ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมากกล่าวคือลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้ง 10 งาน ต้องการนักประชาสัมพันธ์ที่มีความเป็นนักวิชาชีพอย่างสูง จึงต้องมีความเป็นนักวิชาชีพของ นักประชาสัมพันธ์ครบทั้ง 15 ประการ มิฉะนั้นนักประชาสัมพันธ์จะไม่สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้

7.2 ความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาท ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 7 คน ทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังตารางสรุปต่อไปนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.15

สรุปความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงาน
ของนักประชาสัมพันธ์

บทบาทในการปฏิบัติงาน ของนักประชาสัมพันธ์	ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์														
	ความสามารถเชิงยุทธศาสตร์ทาง ด้านประชาสัมพันธ์	มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง	ค่านิยมงานประชาสัมพันธ์ต่อ องค์กร	ทักษะสำคัญ	คำมั่นงานประชาสัมพันธ์	หน้าที่ต้องวางและองค์กร	ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การ วิจัย	จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ	พื้นฐานการศึกษาที่ครอบคลุม	ความสามารถเฉพาะตัวในการ ทำงาน ปชส.	การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล	งานสำคัญ	การได้รับการยอมรับ	โอกาสในการปฏิบัติงานประชา สัมพันธ์	มีประสบการณ์ทำงานด้านปชส.
บทบาททางด้านการ จัดการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้านสื่อ มวลชนสัมพันธ์- ประสานการสื่อสาร	✓	- (3)	✓	✓	✓	✓	- (3)	✓	✓	✓	- (1)	✓	✓	✓	✓
บทบาททางด้าน เทคนิคการสื่อสาร	- (1)	- (6)	- (1)	✓	✓	✓	- (4)	✓	✓	✓	- (4)	- (1)	- (1)	✓	- (2)
บทบาททางด้านสื่อ สารประชาสัมพันธ์	✓	- (5)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	- (2)	✓	✓	- (2)
บทบาททางด้านวิจัย -ประเมินผล	✓	- (5)	✓	✓	- (1)	- (1)	✓	✓	✓	- (1)	- (2)	- (1)	✓	✓	- (2)
บทบาททางด้านการ เป็นตัวแทน-โฆษก ขององค์กร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ (N=7)

- คือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ () คน ระบุว่า เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นต้องมี

ตารางที่ 7.15 แสดงตารางสรุปความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการสรุปข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 7 คนผลจากการวิจัยพบว่าบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ทุกบทบาทมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ด้วยกันทั้งสิ้น แต่มีรายละเอียดที่แตกต่างกันไปในแต่ละบทบาทดังนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่าบทบาททางด้านการจัดการ บทบาททางด้านการเป็นตัวแทน-โฆษกขององค์การมีความสัมพันธ์กับความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่ว่า บทบาทดังกล่าวต้องการความเป็นนักวิชาชีพทั้ง 15 ประการ เนื่องจากเป็นบทบาทของผู้บริหารสูงสุดในฝ่ายประชาสัมพันธ์

บทบาทที่ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์รองลงมาคือ บทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสาร จากตารางที่ 7.15 พบว่า บทบาทนี้อาจไม่จำเป็นต้องมีอำนาจในการตัดสินใจในระดับสูงความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัยและการรับรองสถานภาพส่วนบุคคล

สำหรับบทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ซึ่งผลการวิจัยว่าเป็นบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ทุกคนนั้นมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพอยู่หลายประการ ยกเว้นเรื่อง การมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง การรับรองสถานภาพส่วนบุคคลและมีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

ส่วนบทบาททางด้านวิจัย-ประเมินผลนั้นผลจากการวิจัยพบว่า บทบาทนี้อาจไม่จำเป็นต้องมีความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในเรื่องมีอำนาจในการตัดสินใจสูง ตำแหน่งงานงานประชาสัมพันธ์ หน้าที่ต่อวงการและองค์การความสามารถในการทำงานประชาสัมพันธ์ การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล งานสำคัญ และมีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่าบทบาททางด้านวิจัย-ประเมินผล ต้องมีความสามารถเชิงทฤษฎีปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์และความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัยควบคู่กันไปด้วย มิฉะนั้นผู้วิจัยจะไม่สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์

สำหรับบทบาทสุดท้ายคือบทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสารมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์น้อยกว่าบทบาทอื่นที่ได้กล่าวมาแล้ว กล่าวคือบทบาทนี้มีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพในเรื่องทักษะสำคัญ ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์ หน้าที่ต่อวงการและองค์การ จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ พื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์ และโอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

นอกจากนี้ยังมีข้อสังเกตจากข้อมูลที่ได้อ่านในเรื่องความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ว่าทุกบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในเรื่องทักษะสำคัญ จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ และพื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม

ผลจากการวิจัยได้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าทุกบทบาทมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ด้วยกันทั้งสิ้น โดยเฉพาะบทบาททางด้านการจัดการ ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดในฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทั้งยังมีบทบาทเป็นตัวแทน-โฆษกขององค์การอีกบทบาทหนึ่งด้วยในบางองค์การ ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ โดยเรียงลำดับตามความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์จากมากไปน้อยดังต่อไปนี้

- บทบาททางด้านการจัดการ และบทบาททางด้านการเป็นตัวแทน-โฆษกขององค์การ
- บทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสาร บทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์
- บทบาททางด้านวิจัย-ประเมินผล
- บทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสาร

สำหรับรายละเอียดของความจำเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในแต่ละบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์มีดังนี้

บทบาททางด้านการจัดการ และบทบาททางด้านการเป็นตัวแทน-โฆษกขององค์การ

บทบาททางด้านการจัดการต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์สูงสุดเนื่องจากมีบทบาทเป็นผู้บริหารสูงสุดในฝ่ายประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้พบว่าในบางองค์การผู้ที่รับบทบาททางด้านการจัดการยังมีบทบาททางด้านการเป็นตัวแทน-โฆษกขององค์การอีกบทบาทหนึ่งด้วย ผลจากการวิจัยพบว่าบทบาททางด้านการจัดการ ตัวแทน-โฆษกขององค์การ ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 15 ประการต่อไปนี้

- ความสามารถเชิงทฤษฎีปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง

- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
- ทักษะสำคัญ
- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์
- หน้าที่ต่อวงการและองค์การ
- ความสามารถเฉพาะตัวในการใช้กลยุทธ์การวิจัย
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล
- งานสำคัญ
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
- มีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

บทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสาร

บทบาททางด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสารเป็นบทบาทที่มีความสำคัญบทบาทหนึ่งในฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า บทบาทดังกล่าวมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 12 ประการต่อไปนี้

- ความสามารถเชิงพุทธิปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
- ทักษะสำคัญ
- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์
- หน้าที่ต่อวงการและองค์การ
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษาฝึกอบรม
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- งานสำคัญ
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
- มีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

บทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์

บทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นอีกบทบาทที่การวิจัยได้ค้นพบ โดยมี การอธิบายว่าเป็นบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ทุกคน ทั้งนี้พบว่าบทบาททางด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 12 ประการ คือ

- ความสามารถเชิงพุทธิปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
- ทักษะสำคัญ
- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์
- หน้าที่ต่อวงการและองค์การ
- ความสามารถเฉพาะตัวในการใช้กลยุทธ์การวิจัย
- จรรยาบรรณหลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- งานสำคัญ
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

บทบาททางด้านวิจัย-ประเมินผล

บทบาททางด้านวิจัย-ประเมินผลเป็นบทบาทใหม่อีกบทบาทหนึ่งซึ่งการวิจัยได้ค้น พบและนักประชาสัมพันธ์เห็นว่ามีความสำคัญในการดำเนินงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้พบว่า บทบาททางด้านวิจัย-ประเมินผลมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 8 ประการ ดังนี้

- ความสามารถเชิงพุทธิปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
- ทักษะสำคัญ
- ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษาฝึกอบรม
- โอกาส การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

บทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสาร

บทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสารรับ ผิดชอบด้านการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่าบทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสารมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 7 ประการ ซึ่งนับว่าน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับบทบาทอื่นในฝ่ายประชาสัมพันธ์ เนื่องจากบทบาททางด้านเทคนิคการสื่อสารถือว่าเป็นบทบาทของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ ในฝ่ายประชาสัมพันธ์ทั้งนี้บทบาทดังกล่าวต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์หลายประการต่อไปนี้

- ทักษะสำคัญ
- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์
- หน้าที่ต่อวงการและองค์กร
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษา ผูกอบรม
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและสัมพันธ์กับทุกบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามข้อสรุปทั้งหมดที่ได้ นำเสนอมานี้เป็นสรุปจากผลการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

ในลำดับต่อไปผู้วิจัยจะกล่าวถึงความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังแสดงไว้ในตารางที่ 7.16 ต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7.16

สรุปความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์

ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์														
	ความสามารถหรือพรสวรรค์ของประชาสัมพันธ์	มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง	คำพิพากษาประชาชนสัมพันธ์ต้องแก่	ทักษะที่สำคัญ	ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์	หน้าที่ต้องการและองค์กร	ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย	จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ	พื้นฐานการศึกษาดีเยี่ยม	ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงาน	การรับรองสถานภาพส่วนตัวตาม	งานสำคัญ	การให้บริการยอมรับ	โอกาสการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	มีประสบการณ์ทำงานด้าน ปชช.
งานเผยแพร่ข่าวสาร	- (1)	- (2)	<	<	- (1)	<	- (1)	<	<	<	- (2)	- (1)	<	<	- (2)
การปชช.เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร	<	<	<	<	- (1)	<	- (1)	<	- (1)	<	- (1)	<	<	<	<
การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการปชช.	<	- (2)	<	<	- (1)	<	- (2)	<	- (1)	<	<	<	<	<	- (1)
การตอบแทนสังคม	<	- (1)	<	<	- (1)	<	- (2)	<	<	<	- (1)	- (1)	<	<	- (1)
ชุมชนสัมพันธ์	<	- (1)	<	<	<	<	<	<	<	<	<	<	<	<	<
การจัดการประเด็นสาธารณะ	<	<	<	<	<	<	- (1)	<	<	<	<	<	<	<	<
การจัดการภาวะวิกฤติ	<	<	<	<	<	<	<	<	<	<	<	<	<	<	<
การวิจัย-ประเมินผล	<	- (2)	<	<	- (1)	<	<	<	<	<	- (1)	- (1)	<	<	- (1)
การปชช.เพื่อสนับสนุนการตลาด	<	- (2)	<	<	- (1)	<	- (1)	<	<	<	- (1)	- (1)	<	<	- (1)
การเป็นผู้อุปถัมภ์	<	- (1)	<	<	- (1)	<	- (1)	<	- (1)	<	- (1)	- (1)	<	<	- (1)

หมายเหตุ ✓ (N=7)

- คือผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ () คน ระบุว่า เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นต้องมี

ตารางที่ 7.16 แสดงตารางสรุปความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนัก
 ประชาสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการสรุปข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล
 สำคัญจำนวน 7 คน ผลจากการวิจัยพบว่าลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทุกงานมีความ
 ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ โดยแต่ละงานอาจมีความต้องการความเป็นนัก
 วิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์แตกต่างกันไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลงความเห็นว่าการจัดการภาวะวิกฤติเป็นงานที่ต้องการความเป็น
 นักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์มากที่สุดเมื่อเทียบกับงานอื่น กล่าวคือ การจัดการภาวะวิกฤติ
 ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ครบทั้ง 15 ประการ เพราะเป็นงานที่มีความ
 สำคัญและต้องการการบริหารจัดการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

สำหรับงานที่ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์รองลงมาคือ การ
 จัดการประเด็นสาธารณะ ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย และงานชุมชน
 สัมพันธ์ ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง

ส่วนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์หรือCPRนั้นก็จัดว่าเป็นงาน
 สำคัญ แต่อาจไม่จำเป็นต้องมีตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์ ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย
 พื้นฐานการศึกษาฝึกอบรมและการรับรองสถานภาพส่วนบุคคล

การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นอีกงานหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์
 นิยมใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่างานดังกล่าวต้องการความเป็นนักวิชา
 ชีพของนักประชาสัมพันธ์หลายประการ แต่อาจไม่จำเป็นต้องมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง
 ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์ ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย พื้นฐานการศึกษาฝึกอบรมและ
 ประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

ส่วนการวิจัย-ประเมินผลนั้นเป็นการดำเนินงานสำคัญอีกอย่างหนึ่งของนักวิชาชีพ
 ประชาสัมพันธ์แต่อาจไม่จำเป็นต้องมีความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในเรื่องการมี
 อำนาจตัดสินใจในระดับสูง ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์ การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล งานสำคัญ
 และมีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

ส่วนการตอบแทนสังคม การประชาสัมพันธ์สนับสนุนการตลาด และการเป็นผู้อุปถัมภ์ มีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในระดับใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตามมีรายละเอียดที่แตกต่างกันดังนี้

การตอบแทนสังคมไม่จำเป็นต้องมีความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในเรื่องมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์ ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล งานสำคัญและมีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

การประชาสัมพันธ์สนับสนุนการตลาดเป็นการดำเนินงานที่มีความสำคัญอีกงานหนึ่งในยุคปัจจุบันนี้ อย่างไรก็ตามผลจากการวิจัยพบว่านักวิชาชีพประชาสัมพันธ์อาจไม่จำเป็นต้องมีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์ ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล งานสำคัญและมีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

ส่วนการเป็นผู้อุปถัมภ์นั้นก็ค่อนข้างมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์คล้ายกับการประชาสัมพันธ์สนับสนุนการตลาดเพียงแต่ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานการศึกษาฝึกอบรมเพิ่มมาอีกประการหนึ่ง

สำหรับงานสุดท้ายที่มีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์น้อยที่สุดอีกงานหนึ่งคืองานเผยแพร่ข่าวสาร การดำเนินงานดังกล่าวต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 8 ประการ ในเรื่อง ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ ทักษะสำคัญหน้าที่ต่อวงการและองค์การ จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ พื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์ การได้รับการยอมรับ และโอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

นอกจากนี้ยังมีข้อสังเกตในทุกลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์อยู่ 7 ประการ คือ ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การทักษะสำคัญ หน้าที่ต่อวงการและองค์การ จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์ การได้รับการยอมรับ และโอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชา
สัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการศึกษายังพบว่าลักษณะการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ทุกงานมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการจัด
การภาวะวิกฤติ ซึ่งเป็นงานสำคัญที่ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ครบทั้ง 15
ประการ ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยเรียงลำดับตามความ
ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์จากมากไปน้อย ดังต่อไปนี้

การจัดการภาวะวิกฤติ

การจัดการประเด็นสาธารณะ ชุมชนสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์

การวิจัยประเมินผล การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

การตอบแทนสังคม การประชาสัมพันธ์สนับสนุนการตลาด

การเป็นผู้อุปถัมภ์ งานเผยแพร่ข่าวสาร

สำหรับรายละเอียดในเรื่องความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ที่ลักษณะ
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์แต่ละงานต้องการมีรายละเอียดดังนี้

การจัดการภาวะวิกฤติ

การจัดการภาวะวิกฤติ เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญและ
ต้องการการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วที่สุด ดังนั้นจึงเป็นงานที่ต้องการความเป็นนัก
วิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์สูงสุดเมื่อเทียบกับงานอื่น คือต้องการครบทั้ง 15 ประการต่อไปนี้

- ความสามารถเชิงพุทธิปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง
- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
- ทักษะสำคัญ
- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์
- หน้าที่ค่องการและองค์การ
- ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษา ผูกอบรม

- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- การรับรองสถานภาพส่วนตัว
- งานสำคัญ
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
- มีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

การจัดการประเด็นสาธารณะ

การจัดการประเด็นสาธารณะ เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ ซึ่งเน้นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก จึงมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์สูง ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานลักษณะนี้ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 14 ประการ คือ

- ความสามารถเชิงพุทธิปัญญาทางการประชาสัมพันธ์
- มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง
- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
- ทักษะสำคัญ
- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์
- หน้าที่ต่อวงการและองค์การ
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- การรับรองสถานภาพส่วนตัว
- งานสำคัญ
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
- มีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

ชุมชนสัมพันธ์

ชุมชนสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่มีอีกงานหนึ่งซึ่งองค์การยึดหลักการเป็นเพื่อนที่ดีของชุมชน การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์นี้มีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 14 ประการ ดังนี้

- ความสามารถเชิงพุทธิปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
- ทักษะสำคัญ
- ตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์
- หน้าที่ต่อวงการและองค์การ
- ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล
- งานสำคัญ
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
- มีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์

การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่องค์การส่วนใหญ่ในประเทศไทยนิยมใช้ ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่าการดำเนินงานดังกล่าวมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 11 ประการต่อไปนี้

- ความสามารถเชิงพุทธิปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- มีอำนาจตัดสินใจในระดับสูง
- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
- ทักษะสำคัญ
- หน้าที่ต่อวงการและองค์การ
- ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย

- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- งานสำคัญ
- การได้รับการยอมรับ
- การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
- มีประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง

การวิจัย-ประเมินผล

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับการวิจัย-ประเมินผลค่อนข้างสูง ดังนั้นงานดังกล่าวจึงมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพหลายประการ ผลการวิจัยพบว่าในการดำเนินการวิจัย-ประเมินผล ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 10 ประการดังต่อไปนี้

- ความสามารถเชิงพุทธิปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กร
- ทักษะสำคัญ
- หน้าที่ต่อวงการและองค์กร
- ความสามารถในการใช้กลยุทธ์การวิจัย
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์รูปแบบที่นิยมทำกันมากรูปแบบหนึ่งคือ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่าการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 10 ประการ ดังนี้

- ความสามารถเชิงพุทธิปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กร

- ทักษะสำคัญ
- หน้าที่ต่อวงการและองค์การ
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- การรับรองสถานภาพส่วนบุคคล
- งานสำคัญ
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

การตอบแทนสังคม

องค์การประเภทธุรกิจเอกชนจำนวนมากหันมาคืนกำไรแก่สังคมด้วยการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แบบตอบแทนสังคมผ่านโครงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่าการดำเนินงานตอบแทนสังคมมีความต้องการความเป็นวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 9 ประการ

- ความสามารถเชิงพุทธิปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- คำเนิงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
- ทักษะสำคัญ
- หน้าที่ต่อวงการและองค์การ
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์สนับสนุนการตลาด

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันนี้นอกจากจะมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการตลาดอีกด้วย ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 9 ประการ เหมือนการตอบแทนสังคมได้แก่

- ความสามารถเชิงทฤษฎีปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กร
- ทักษะสำคัญ
- หน้าที่ต่อวงการและองค์กร
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

การเป็นผู้อุปถัมภ์

องค์กรหลายแห่งนิยมดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยการเป็นผู้อุปถัมภ์สิ่งที่เหมาะสมกับลักษณะของสินค้า บริการ หรือประเภทขององค์กร เช่น การเป็นผู้อุปถัมภ์ด้านกีฬา คนตรี ผู้ด้อยโอกาส ฯลฯ ทั้งนี้ในการดำเนินงานดังกล่าวมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพ 8 ประการ ซึ่งค่อนข้างน้อยกว่างานอื่นๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ที่การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ลักษณะนี้ต้องการมีดังนี้

- ความสามารถเชิงทฤษฎีปัญญาทางด้านประชาสัมพันธ์
- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กร
- ทักษะสำคัญ
- หน้าที่ต่อวงการและองค์กร
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

งานเผยแพร่ข่าวสาร

ถึงแม้ว่าในยุคปัจจุบันองค์การต่างๆ จะมีการพัฒนาลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ มากมาย แต่ก็ยังคงลักษณะงานเผยแพร่ข่าวสารไว้ในฐานะงานประจำ ทั้งนี้ ผลการวิจัยพบว่า งานเผยแพร่ข่าวสารมีความต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ น้อยกว่างานอื่นๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว อย่างไรก็ตามการดำเนินงานดังกล่าว ต้องการความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ 8 ประการ ดังต่อไปนี้

- คำเนิงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์การ
- ทักษะสำคัญ
- หน้าที่ต่อวงการและองค์การ
- จรรยาบรรณ หลักปฏิบัติที่สำคัญ
- พื้นฐานการศึกษา ฝึกอบรม
- ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงานประชาสัมพันธ์
- การได้รับการยอมรับ
- โอกาสการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

อย่างไรก็ตามข้อสรุปในเรื่องความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นการสรุปจากข้อมูลที่ได้จากนักวิชาการ นักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 7 คน ซึ่งข้อมูลที่ได้นับว่าเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาความสัมพันธ์ของประเด็นดังกล่าว หากมีผู้สนใจทำการศึกษาค้นคว้าเชิงสำรวจต่อไปก็จะทำให้ได้รายละเอียดที่เป็นประโยชน์เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาลักษณะความเป็นนักวิชาชีพ ของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยในทางปฏิบัติการ ทำให้ค้นพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทางด้านการประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่าโดยทั่วไปแล้วนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยยังมีความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ไม่มากพอ ทำให้มีผลต่อบทบาทและลักษณะการดำเนินงานของนักประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามยังมีนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์อีกจำนวนหนึ่งซึ่งมีไม่มากนักในประเทศไทยที่มีความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์สูง ซึ่งมีผลดีต่อบทบาทในการปฏิบัติงานและการสร้างสรรค์ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ นอกเหนือจากงานเผยแพร่ข่าวสาร ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้แบ่งความสัมพันธ์ของความเป็นนัก

วิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 แบบ คือ แบบทั่วไป และแบบเฉพาะ ดังนี้

- ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แบบทั่วไป

ในการสัมภาษณ์นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญถึงความ เป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์พบว่า นักประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปยังมีปัญหาในการยอมรับฐานะของนักประชาสัมพันธ์ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้วย

ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ แสดงทัศนะว่า

“พูดโดยทั่ว ๆ ไปแล้วนักประชาสัมพันธ์สามารถทำหน้าที่ต่าง ๆ ทั้งหลายที่ list ไว้ได้หมดแต่ไม่ได้ที่ใหญ่ยิ่งที่สุด คือ บทบาทที่ต้องการ Professionalism สูงสุดคือ บทบาทของ Manager ที่น้อยคน น้อยรายมาก ทั้งไปแล้วทำไม่ได้ เพราะนักประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปแล้วเข้า line Function ไม่ได้แม้แต่ Consultant ยังไม่ค่อยได้เลย จริง ๆ แล้วผู้บริหารไม่ปรึกษา มีน้อยนัก แท้จริงแล้วผู้บริหารก่อนจะทำอะไรควรจะต้องปรึกษา PR ว่า อันนี้ทำได้หรือไม่ Public Sentiment เป็นอย่างไร ซึ่งถ้าทำอย่างนั้นปีบเรื่องของ Public Opinion Service หรือ Polling จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มาก ๆ แต่ในปัจจุบันพบว่าน้อยองค์กร น้อยบริษัทมากที่จะทำ Polling น้อยบริษัทมากที่จะไปทำ Public Opinion Service จริง ๆ แล้ว มันเป็นเรื่องที่จำเป็นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพราะองค์กรโดยทั่วไป เขาไม่ยอมรับไม่ Consult PR นอกจากนั้นแล้ว เมื่อไปประกบคู่กับฝ่ายกฎหมาย PR มักจะแพ้เสมอ คือ ฝ่ายกฎหมายยึดความถูกต้องโดยไม่แคร์

ความถูกใจ ในขณะที่ซึ่งฝ่าย PR ต้องทำสิ่งที่ถูกต้องและถูกใจให้ได้ ประสานให้ได้ในเวลาเดียวกัน เพราะฉะนั้นเวลาไปทะเลาะกันที่ไร แพ้เขา เช่นตรงนี้เนี่ยนะ ไรเตอร์ของเราไปทำลายทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเขาจะ กลัวอะไร เรามีใบอนุญาตถูกต้อง เรามีใบอนุญาตที่ถูกต้อง นี่คือพวกกฎหมาย PR ก็บอกว่าถึงแม้จะถูกต้องนะ แต่มันไม่ถูกใจก็ไม่ได้ ฝ่ายนายทุนผู้บริหารบริษัทก็กลัวเสียโอกาสสูญเสียเวลา ต้องมาปรับปรุง จึงมักยึดความถูกต้องสอดคล้องไปกับฝ่ายกฎหมาย เพราะฉะนั้น PR ทั่วไป จะมีปัญหาเรื่องการรับรองฐานะของ PR ในองค์กรเอง PR จึงทำบทบาทใหญ่สำคัญอย่าง Manager ได้ไม่สมบูรณ์อย่างที่ list ไว้ เมื่อ PR ทำบทบาทนี้ไม่ได้อย่างชัดเจน Consultant ก็ไม่ได้ Make Decision ก็ไม่ได้ เพราะฉะนั้นลักษณะการดำเนินงานแบบ Pro - Active ก็ยังไม่ได้ ใหญ่เลย หน่วยงานราชการในประเทศเรายังร้ายยิ่งกว่าฝ่ายเอกชนเอกชนบางครั้ง PR บางคนยังทำตรงนี้ได้ แต่หน่วยงานราชการไม่สนใจ ไม่ยอมรับ เขาจะบอก ไม่เกิดเหตุแล้วจะไปเสียเงินทำไม ต้องรอให้เกิดเหตุแล้วจึงค่อยเอาเงินไปดำเนินงาน อย่างสมมติว่าเราได้งบประมาณมาเพื่อประชาสัมพันธ์เรื่องวิธีการทำงานอย่างปลอดภัย ปรากฏว่าเขายินดีที่จะเก็บงบไว้เพื่อชดเชยคนที่ ขาดแคลนด้าน ดาบอด มากกว่าที่จะเอาไปบอกว่า ทำอย่างไรให้แขนไม่ขาด ขาไม่ด้วน ตาไม่บอด เป็นต้น โดยทั่วไปแล้ว เรามักจะทำอย่างนี้กันอยู่เสมอ เพราะฉะนั้นตรงนี้ก็เลยทำให้ PR ในการที่จะทำหน้าที่ Thinking Pattern ให้กับองค์กร ให้กับสังคมยากเพราะว่าการยอมรับตัวนี้มีน้อย น้อยรายที่จะได้รับการยอมรับ” (รศ.ดร. เสรีวงษ์มณฑา, สัมภาษณ์ 30 มิถุนายน 2542)

ส่วนนักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานธุรกิจเอกชนอีกคนหนึ่งมี

ทัศนะว่า

“ เทียบกับหมอ เทียบกับทนาย ปัจจุบันนี้ไซ้เลยว่า PR เป็นวิชาชีพ แต่จะมีกี่คนที่สังคมยอมรับว่าเป็นมือโปร PR มือโปร ส่วนใหญ่ที่เห็นกันคือยังเน้นงาน Service ปัจจุบันเห็นว่าผู้บริหารและ

องค์กรไม่มากนักที่ให้การยอมรับแม้ช่วงหลัง ๆ งานตรงนี้จะได้รับความไว้วางใจ ได้รับการมอบหมายให้ทำงานมากขึ้นก็ตาม”

(สุรนา หงษ์ทอง, สัมภาษณ์ 18 มิถุนายน 2542)

นอกจากนี้นักประชาสัมพันธ์จากบริษัทที่ปรึกษาทางด้านกิจการประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นว่า

“ PR Practitioner วันนี้ต้องมองตัวเองว่าเป็นอะไร ถ้าเราในฐานะคน Agency ยังมีฐานะเป็นแค่ Client Servant หรือ Order Taker อย่างที่เห็นกันอยู่ทั่วไป วงการมันก็ไม่โต หรือพวก PR โรงแรม พวก PR ตัวเอง ให้สัมภาษณ์สื่อถึง Life Style ถ่ายรูปนั่งอยู่หน้าคอมพิวเตอร์แล้วบอกคิดเงินชื่อ..... เป็นคนใช้คอมพิวเตอร์เก่งมาก แต่คอมพิวเตอร์ไม่มีเมาส์ด้วยซ้ำ แล้วเครื่องก็ไม่ได้เปิด แล้วตั้งใน Position ที่ไม่เห็น UPS. ไม่เห็น Modem ด้วยซ้ำนะ มันไม่ Reliable กับคำพูดของคุณ เหมือนกับคนเขาไม่ค่อย Rely ในการทำงาน PR ของคุณด้วย ประเภทนี้ในสังคมไทยมีเยอะแต่ที่ว่าการทำมันเป็นเครื่องพิสูจน์คุณภาพ ไม่ใช่แบบ Agency ที่ถูกค้าก็พูด ๆ ไป นี่ก็จืด ๆ ไป ถึงเวลาเอาไปทำมันได้แค่ Client Servant เท่านั้น วิชาชีพไม่ได้ใช้” (จุฑารัตน์ ธนไพศาลกิจ, สัมภาษณ์ 21 มิถุนายน 2542)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า โดยทั่วไปแล้วนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยยังทำงานเชิงบริการให้กับองค์กร ไม่ได้ทำงานเชิงบริหารจัดการ ระดับความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์จึงมีไม่มากนัก ทั้งนี้ส่งผลให้บทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปไม่สามารถทำบทบาททางด้านการจัดการได้อย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะในแง่ของการทำหน้าที่ชี้แนะให้คำแนะนำปรึกษาปัญหาด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริหารองค์กร ตลอดจนอำนาจการตัดสินใจ ทั้งหมดนี้ทำให้มีลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปแบบรับสนองนโยบายจากผู้บริหารองค์กร นอกจากนี้ประชาสัมพันธ์บางคนยังดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อตนเองมากกว่าดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กร

ผลจากสัมภาษณ์เจาะลึกนักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเรื่องความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์พบว่าสามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบใหญ่ ๆ คือ แบบทั่วไป กับแบบเฉพาะ ในที่นี้กล่าวถึงแบบแรกคือแบบทั่วไปก่อน

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แบบทั่วไปนั้น ผลจากการวิจัยพบว่าทั้ง 3 ประเด็นนี้มีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่ว่า โดยทั่วไปแล้วนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยยังไม่ได้รับการยอมรับในฐานะของนักประชาสัมพันธ์เท่าใดนัก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ยังทำงานเชิงบริการให้กับองค์กร (Staff Function) ไม่ค่อยมีบทบาทในเรื่องนโยบาย อำนาจการตัดสินใจ และบางคนยังดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตนเองมากกว่าเพื่อองค์กร ซึ่งสิ่งที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดนี้ เป็นปัจจัยสำคัญของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ยังขาดปัจจัยเหล่านี้ นั้นย่อมแสดงว่านักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังมีระดับความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ไม่มากนัก สิ่งนี้เองส่งผลกระทบต่อบทบาทในการปฏิบัติงานของประชาสัมพันธ์ทำให้บทบาทที่ต้องการความเป็นนักวิชาชีพอย่างสูง คือ บทบาททางด้านการจัดการขาดความสมบูรณ์ เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์ที่มีระดับความเป็นนักวิชาชีพไม่มากนัก มักไม่ค่อยได้รับความเชื่อถือจากบุคคลภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้ผู้บริหารก็ยังไม่ค่อยเห็นคุณค่าความสำคัญ นักประชาสัมพันธ์จึงไม่สามารถทำหน้าที่อันสำคัญที่สุดของบทบาททางด้านการจัดการคือ ให้คำแนะนำปรึกษา เสนอแนะเมื่อเกิดปัญหาในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่ เพราะไม่ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากฝ่ายบริหารอย่างเพียงพอ ทั้งหมดนี้ย่อมส่งผลให้มีลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แบบรับสนองนโยบายมาจากเบื้องต้น การสร้างสรรค์งานตลอดจนสื่อและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จึงขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของผู้บริหารองค์กรเป็นหลัก หากองค์กรใดมีผู้บริหารที่มีความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ไม่ลึกซึ้งเพียงพอแล้ว การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็ดำเนินงานไปแบบดั้งเดิมคือให้ความสำคัญเฉพาะงานเผยแพร่ข่าวสาร

- ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แบบเฉพาะ

สำหรับความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประการสุดท้ายนี้เป็นแบบเฉพาะ ซึ่งมีความแตกต่างจากแบบทั่วไปที่ได้กล่าวไปแล้วกล่าวคือ ในแบบเฉพาะนี้นักประชาสัมพันธ์ที่มีระดับความเป็นนักวิชา

ชีพสูง ซึ่งส่งผลถึงบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ตลอดจนลักษณะการดำเนินงาน
 ประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ไม่ปรากฏมากนักในสังคมไทยจึงเรียกว่าเป็นแบบ
 เฉพาะ

ทั้งนี้ นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้มีความคิดเห็นในประเด็นนี้ว่า

“ นักประชาสัมพันธ์ในเมืองไทยนี้มีลักษณะพิเศษอยู่อย่าง
 หนึ่ง คนไหนที่สังคมยอมรับว่ามีความเก่าแก่เข้าขั้น มักได้รับเชิญไป
 บรรยาย ไปสอน อย่างพี่ ส่วนที่ทำให้พี่โด่งขึ้นมาได้ในวงการ
 เพราะพี่ไม่หวงวิชา พี่คิดว่าถ้าเราเป็นระดับที่เขาเชิญไปบรรยาย
 เราต้องมีจิตสำนึกของความเป็นครู เป็นผู้ให้ แล้วก็มีความสุขที่
 เห็นลูกศิษย์ได้ดี พี่จะมีความสุขมาก ถ้าใครวิ่งมาบอกว่า พี่คะ ที่
 หนูไปทำวันนี้เพราะว่าอาจารย์อ้อยสอนมา พี่จะโอ๊ย..... ตอน
 นั้นที่พี่ไปพูดที่ ปศท. เขาก็เรียนกันมา มีอยู่คนหนึ่งเขาเข้าเสร็จ
 เรียนแล้วต่อมาเขาเกิด Crisis เขาก็โทรศัพท์มาบอกพี่ว่า พี่อ้อย
 ครับ ผมเอาทุกชั้นตอนของพี่อ้อย มาใช้หมดเลย สำเร็จเลขที่
 โอ๊ย ปลื้ม แล้วอีกอย่างเราก็ต้องสอนลูกน้องเราด้วย อย่าหวงวิชา
 จำไว้อย่างถ้ามีลูกน้องเก่ง มันจะจุดให้งานดี แต่ถ้ามีลูกน้องไม่
 เก่ง นอกจากตัวเราจะแย่งแล้ว งานทุกอย่างมันจะแย่งไปด้วย อย่า
 ไปคิดว่าเขาจะมาแข่งกับเรา ยังไงก็ไม่วันแข่งกับเราได้ เพราะ
 เขาเกิดทีหลังเรา คือมันเป็นรุ่น ๆ เพราะฉะนั้นต้องทำยังไงก็ได้
 ให้ลูกน้องเก่ง เวลาทำงานเราก็ควบคุมบริหารได้สบายใจ ช่วยกัน
 ทำ มันเป็นที่มเวิร์คนะจ๊ะ งานประชาสัมพันธ์นี้ ถ้าเราไม่มีทีม
 บู๊เสร็จแล้วเวลาทำงานมันต้องรู้เขารู้เรา เราอยู่ตรงนี้นานมาก
 มันต้องมีสายโยงใย Connection, Network เยอะแยะ ทำให้เรามี
 ข้อมูลป้อนกลับแบบมากมายถูกต้องแม่นยำ ทั้งแบบทางการและ
 ไม่เป็นทางการ ถ้าคุณไม่รู้ว่าจะไรมันจะเกิดขึ้น คุณไม่มีวันทำ
 PR ได้แต่ทุกอย่างที่พี่มี มีมาก ๆ เลย ข้อมูลมันถึงได้แม่นยำมาก
 แต่ตรงกันข้ามนะถ้าใครไม่มีตรงนี้ มันไปไม่สิ้น ” (มล. อัจฉรา
 พร ณ สงขลา, สัมภาษณ์ 11 มิถุนายน 2542)

ส่วนนักประชาสัมพันธ์อาวุโสจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจอีกคนหนึ่งมีทัศนะว่า

“ Professional สำหรับผม ต้องพูดง่ายๆ โน้มน้ำวได้ สามารถ Lobby ได้ Consult ได้ รอบรู้ในเรื่องวิชาการและอีกหลาย ๆ ด้าน ถ้าถามว่าแล้วมันมีไหม มันก็มี แต่มีไม่เยอะคนที่จะทำอย่างนั้นได้และสังคมยอมรับ อีกตัวคือต้องเป็นนักถ่ายทอดที่ดีให้ได้ เพราะเรามักได้รับเชิญไปตามมหาวิทยาลัย ตามสถาบัน ถือว่าเป็นบทบาทส่วนตัวอีกบทบาทหนึ่ง ” (สุพิน ปัญญาภักดิ์ , สัมภาษณ์ 15 มิถุนายน 2542)

สำหรับนักประชาสัมพันธ์จากบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่า

“ Professionalism นอกจากจะเป็นนักคิด นักวางแผน และที่สำคัญเป็นนักบริหารที่ดีแล้ว ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินงานด้วย ภาคราชการยังขาดตัวนี้ทำให้มีแต่งาน Publicity ขณะที่ภาคอื่นๆ เขาไปไกลถึง PR บนอินเทอร์เน็ต จัดกิจกรรมพิเศษที่โน่นที่นี่ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีงามกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ของเราอย่างสื่อมวลชนลงไปที่ชุมชน Government Relation Public Affair แต่ราชการยังมาเขียนข่าว แจกข่าวอยู่ เพราะฉะนั้นถ้าไม่มีการพัฒนา Role ตรงฝ่ายประชาสัมพันธ์ก็จะไม่มีความสำคัญ แม้แต่ Role ของ Manager มันต้องเริ่มที่ตัวเราต้องมี Professionalism ก็จะทำให้ Role ของเราได้รับการ Respect การดำเนินงานก็สร้างฉีกแนวจำเจไปได้เรื่อยๆ ” (ลักขณา จำปา, สัมภาษณ์ 30 เมษายน 2543)

สำหรับนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์มีความเห็นในประเด็นนี้ว่า

“ PR มือโปรในเมืองไทย พวกนักประชาสัมพันธ์อาวุโส มีประสบการณ์สูงนี้ คำตัวสูงแน่ ผลงานมันพิสูจน์ก็เหมือนหมอมือดี PR มือดีมีน้อยใคร ๆ ก็อยากได้ แต่แนวโน้มตอนหลัง ๆ นี้ PR ที่เก่ง ๆ หรือ PR ที่ประสบความสำเร็จมักจะตั้ง Agency ของ

ตนเอง หลายคนได้ถึงแม้มีงานประจำ แต่ก็มี Agency ของตนเอง เพราะความเชี่ยวชาญ Linkชาติ เขาก็สามารถอยู่ได้ใน Agency ของตนเอง มีลูกค้าเยอะ ลูกค้ารายใหญ่ ๆ ทั้งนั้น และแต่ละที่เขาก็มีจุดเด่นของเขา เช่น ที่นี้เก่งเรื่องการเงิน ที่นี้เก่งเรื่อง I.T. Consumer Product 'เขาจะ Key ทางด้านนี้กันโดยเฉพาะเป็นที่รู้กันเลย' (รศ.ดร. พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์, สัมภาษณ์ 17 มิถุนายน 2542)

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แบบเฉพาะคือ แบบที่นักประชาสัมพันธ์มีระดับความเป็นนักวิชาชีพสูง นอกจากบทบาททางด้านการจัดการที่รับผิดชอบเป็นหลักแล้วยังมีอีกบทบาทหนึ่งคือเป็นผู้บรรยายพิเศษตามสถาบันต่างๆ ส่วนลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์ในประเภทนี้มักให้ความสำคัญกับข้อมูลป้อนกลับในระดับสูง ทั้งจากการวิจัยแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมทั้งการสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ ที่ไม่ได้มีเพียงงานเผยแพร่ข่าวสาร ทั้งนี้ความสัมพันธที่ตีมีความสำคัญมากในการทำงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ความสัมพันธ์ของความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติของนักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ 2 แบบคือ แบบทั่วไปกับแบบเฉพาะ ซึ่งความสัมพันธ์ในที่นี้ กล่าวถึงความสัมพันธ์แบบเฉพาะ

ในแบบเฉพาะนี้พบว่า เป็นแบบที่นักประชาสัมพันธ์มีระดับความเป็นนักวิชาชีพสูง ซึ่งข้อมูลจากการวิจัยพบว่า นักประชาสัมพันธ์ที่มีระดับความเป็นนักวิชาชีพสูงนี้ มีจำนวนไม่มากนัก ในประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเรียกว่าแบบเฉพาะ นักประชาสัมพันธ์ที่มีระดับความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์สูง คือผู้ที่มีความสามารถในการทำงานประชาสัมพันธ์ ได้รับการยอมรับ ได้รับการรับรองสถานภาพส่วนบุคคล ในฐานะนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้พบว่า นักประชาสัมพันธ์ที่มีระดับความเป็นนักวิชาชีพสูงนี้ นอกจากมีบทบาทเป็นผู้บริหารสูงสุดในฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรือบทบาททางด้านการจัดการที่สามารถให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนเสนอแนะแนวทางวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โดยผู้บริหารให้การยอมรับแล้ว นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์เหล่านี้ มักมีบทบาทเป็น "ครู" หรือ ผู้บรรยายพิเศษด้านการประชาสัมพันธ์ในสถาบันต่างๆ บทบาทครูนี้เป็นหน้าที่หนึ่งซึ่งอยู่ในบทบาททางด้านการเป็นตัวแทนโฆษกองค์การ ซึ่งค้นพบจากการวิจัยใน

ครั้งนี้ นอกจากนี่ยังพบว่านักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลายคนมักถูกเรียกว่า “อาจารย์” ด้วย เช่น อาจารย์สุพิณ ปัญญา มาก เป็นต้น ทั้งนี้ เพราะนักประชาสัมพันธ์เหล่านี้ มักได้รับเชิญไปถ่ายทอดความรู้ทางการประชาสัมพันธ์ให้แก่สถาบันต่าง ๆ ในฐานะนักประชาสัมพันธ์ที่มีความเป็นนักวิชาชีพในระดับสูง เป็นที่ยอมรับทั่วไปในสังคม

นักประชาสัมพันธ์ที่มีความเป็นนักวิชาชีพในระดับสูงเหล่านี้ นอกจากมีบทบาทเป็นทางการด้านการจัดการเป็นตัวแทนขององค์การและเป็นครูแล้ว ยังมีลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ ที่นอกเหนือไปจากงานเผยแพร่ข่าวสาร เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์นักประชาสัมพันธ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยคืออาศัยความสัมพันธ์ที่ดี และมี Connection กับบุคคลหลากหลายระดับ หลายวงการ เพราะจะทำให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ ตลอดจนความช่วยเหลือ อุปถัมภ์อย่างดี ซึ่งนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จทำงานสูง และได้รับการยอมรับเชื่อถือจากบุคคลในสังคม มักจะมีสิ่งเหล่านี้ช่วยเหลือในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ดังนั้นความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แบบเฉพาะ จึงมีความสัมพันธ์กันในลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมาแล้วในข้างต้น นอกจากนี้ยังพบข้อมูลจากการวิจัยที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งว่า นักประชาสัมพันธ์ที่มีระดับความเป็นนักวิชาชีพสูงมักมีแนวโน้มที่จะเปิดบริษัทที่ปรึกษาทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อรับงานประชาสัมพันธ์จากองค์การต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยอาศัยพื้นฐานจากประสบการณ์และความสัมพันธ์ที่ดี จากการที่นักประชาสัมพันธ์เหล่านี้เคยทำงานประจำ สังกัดหน่วยงานหรือองค์การเดิม

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากต่อนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ เพราะนอกจากจะมีความสัมพันธ์กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ตลอดจนลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แล้ว ยังมีผลต่อความเชื่อถือ การยอมรับ และการรับรองสถานภาพส่วนตัวของนักประชาสัมพันธ์อีกด้วย ด้วยเหตุนี้ นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์จึงควรเล็งเห็นความสำคัญในเรื่องนี้ และพัฒนาตนเองให้มีความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในระดับสูงขึ้นไป ทั้งนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองแล้ว ยังเป็นประโยชน์ในการยกระดับของวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยอีกทางหนึ่งด้วย