

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์โรงแรมจากความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของนักประชาสัมพันธ์ ที่ได้ทำการศึกษาต่อกับกลุ่มประชากรเป้าหมายซึ่งเป็นผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรมที่เป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับสถานภาพงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์ ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุนในงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย สรุปและอภิปรายผลการวิจัยประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. สถานภาพส่วนตัวของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม
2. ทัศนคติเกี่ยวกับสถานภาพงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม
3. ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์โรงแรมของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม
4. ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุนในงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม

ผลการวิจัยสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ๆ ได้ดังนี้

กลุ่มประชากรเป้าหมายทั้ง ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม จำนวน 140 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สำหรับนักประชาสัมพันธ์ควรเป็นเพศใด ชาย หรือ หญิง วิรัช ลภีรัตนกุล¹ ได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องนี้ว่า “ความแตกต่างกันระหว่างเพศ ไม่น่าจะเป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลในการทำงานทางด้านการประชาสัมพันธ์แต่ประการใด ความรู้ความสามารถของบุคคลต่างหาก ที่น่าจะเป็นตัวบ่งชี้ และแยกแยะให้เห็นอย่างเด่นชัด ไม่ว่าจะผู้หญิงหรือผู้ชาย อาจสามารถทำงานในด้านการประชาสัมพันธ์ได้ “ดี” ทัดเทียมกัน” โดยผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีอายุเฉลี่ยจำนวนมากที่สุดอยู่ระหว่างช่วง 30-40 ปี ส่วนเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จำนวนมากที่สุดมีอายุน้อยกว่า 30 ปี ในด้านการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับปริญญาโท ในส่วนของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และในระดับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเช่นกัน รองลงมาคืออนุปริญญา โดยกลุ่มประชากรเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่จบสาขาการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณา ธนวดี บุญลือ² ได้เขียนถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ข้อหนึ่งไว้ว่า ควรมีความรู้พื้นฐานการศึกษาในระดับไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี นอกจากนี้ทั้ง 2 กลุ่มมีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ 1-10 ปี และ 1-5 ปี ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมต่างๆ โดยรวม พบว่าที่มีมากที่สุดเป็นผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ รองลงมาเป็นผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ตามลำดับ สำหรับกลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์พบว่ามีมากที่สุดเป็น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อาวุโส นอกจากนี้ผลจากการวิจัยยังพบว่ามีตำแหน่ง Marketing Communiation ในบางโรงแรม แต่สถานภาพ หน้าที่ความรับผิดชอบโดยรวมแล้วเหมือนกัน และทั้ง 2 กลุ่มมีระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง 1-4 ปี และ 1-3 ปี ตามลำดับ ในด้านประสบการณ์ในการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมพบว่าผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมจำนวนมากที่สุด มีประสบการณ์ไม่เกิน 5 ปี สำหรับเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีประสบการณ์ในการทำงานประชาสัมพันธ์โรงแรม จำนวนมากที่สุด คือ 1-3 ปี

สำหรับความรู้เกี่ยวกับหลักวิชาการและประสบการณ์ทางด้านประชาสัมพันธ์ พบว่าบุคคลทั้ง 2 กลุ่มมีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน จำนวนมากที่สุดกล่าวว่า มีความรู้ปานกลาง และมีประสบการณ์ปานกลาง เมื่อจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ พบว่าผู้

¹ วิรัช ลภีรัตนกุล , นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ, หน้า 144.

² สุเทพ เดชะชีพ, คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร, หน้า 34.

บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรมจำนวนมากได้รับความรู้และประสบการณ์จากแหล่งเดียวกันคือ “ได้รับความรู้จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านประชาสัมพันธ์” รองลงมาได้รับความรู้จากการ “ฝึกอบรมและสัมมนาทางด้านประชาสัมพันธ์” และ “การศึกษาค้นคว้าจากหนังสือตำราด้วยตนเอง” ในส่วนของผู้บริหาร ในขณะที่เจ้าหน้าที่ระดับรองลงมาถือว่า ได้รับความรู้จาก “การศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและตำราด้วยตนเอง” ตามลำดับ

สมชาย หิรัญกิจ³ กล่าวถึง นักประชาสัมพันธ์ที่นักบริหารแสวงหา ควรมีคุณสมบัติอันเป็นจุดเด่น ดังนี้ คือ ชอบการใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม นักประชาสัมพันธ์ที่ดีควรต้องใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ ทั้งด้านความรู้ในวิชาชีพการประชาสัมพันธ์อันเป็นที่ความรับผิดชอบโดยตรงและความรู้รอบตัวในด้านอื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อนำความรู้ใหม่ ๆ เหล่านั้นมาปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ และทันสมัยยิ่งขึ้น การศึกษาหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม ก็จะทำให้ตนมีความรู้กว้างขวางขึ้น มีความพร้อมที่จะพูดคุยกับแขกในระดับชั้นต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ และเพิ่มความศรัทธา ให้แก่แขกได้มากขึ้น

2. ทักษะที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพงานประชาสัมพันธ์

คำตอบที่ได้จากคำถามปลายเปิด(Open-ended Questions)จำนวนทั้งหมด 4 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม ได้แสดงความคิดเห็นและแสดงทักษะในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 องค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์โรงแรมตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มได้แสดงแนวคิดถึงงานประชาสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน คือ เป็นการสื่อสารการตลาด การเผยแพร่ข่าวสารทั้งภายในและภายนอก การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า พนักงาน และสื่อมวลชน รวมถึงการวางแผนทางการประชาสัมพันธ์ การประเมินผล การวางแผนงาน โฆษณา และการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ

2.2 ความปรารถนาให้การประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่และสร้างประโยชน์กับโรงแรม

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้ง 2 กลุ่ม มีความมุ่งหวังให้งานประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่ในการจัดทำนโยบายการประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้กับโรงแรม ช่วยเผยแพร่

³ สะอาด ดัณศุภผล, นานาทัศนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์, หน้า 11.

ข้อมูลข่าวสารบริการต่าง ๆ ของโรงแรมให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอกโรงแรม การสนับสนุนและส่งเสริมการขาย เพื่อให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป รวมถึงการจัดกิจกรรมทางด้านสาธารณกุศล

จากแนวคิดของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่ม มีความสอดคล้องกับทฤษฎีทางวิชาการ ประชาสัมพันธ์ ดังที่ วิรัช ลภีรัตนกุล⁴ ได้กล่าวไว้ถึงบทบาทในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ธุรกิจ โดยมีหลักสำคัญ ๆ ดังนี้

1. เผยแพร่ชี้แจงข่าวสารเกี่ยวกับ นโยบาย การดำเนินงาน กิจกรรมผลงานให้กลุ่มประชาชน เป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้ทราบและเข้าใจ
2. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนต่าง ๆ เช่น กลุ่มพนักงานลูกจ้าง กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มลูกค้าและผู้บริโภค กลุ่มผู้จัดส่ง กลุ่มตัวแทนจำหน่ายและชุมชน เป็นต้น
3. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานธุรกิจและนักธุรกิจอื่นๆ
4. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาลและหน่วยงานราชการต่างๆ
5. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีงามขององค์กร เพื่อชื่อเสียง เกียรติคุณ และความนิยมเชื่อถือจากประชาชน
6. บริการสังคมและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่ประชาชนและชุมชนหรือสังคมโดยส่วนรวม

2.3 องค์ประกอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มุ่งหวังให้โรงแรมส่งเสริมและสนับสนุน

สำหรับประเด็นที่นักประชาสัมพันธ์โรงแรมทั้ง 2 กลุ่ม ต้องการให้โรงแรมสนับสนุน หลัก ๆ ดังนี้ คือ งบประมาณ อุปกรณ์สำนักงาน การจัดฝึกอบรม การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นและมีอิสระอำนาจในการตัดสินใจ การวางแผนนโยบายอย่างชัดเจน การจัดกิจกรรมภายในและกิจกรรมเพื่อสังคม รวมถึงความร่วมมือร่วมใจจากฝ่ายต่างๆ ในการปฏิบัติงาน

⁴ วิรัช ลภีรัตนกุล , การประชาสัมพันธ์ , หน้า 407 - 408

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ต่างมุ่งหวังให้โรงแรมสนับสนุนงานในแต่ละด้านแตกต่างกันไป ทั้งในระดับ มาก ปานกลาง และน้อย ตามลำดับ

จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์⁵ ได้อธิบายว่า การทำงานใด ๆ ก็ตาม ถ้าหากได้มีการเตรียมการหรือวางแผน ล่วงหน้า ก็จะมีส่วนช่วยให้การประกอบภารกิจ และการดำเนินงานสำเร็จลุล่วงไปได้ครึ่งหนึ่ง เพราะการวางแผนจะมีส่วนช่วย ให้เกิดความพร้อมในการทำงาน และการประสานงานอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มผลผลิต การเพิ่มยอดจำหน่าย การพัฒนาบุคลากร ความสามัคคี ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ตลอดจนการสร้างขวัญและกำลังใจในการประกอบหน้าที่การงานและการได้รับความไว้วางใจ เป็นที่ยอมรับนับถือแก่ประชาชนทั่วไป

2.4 การจัดกิจกรรมพิเศษด้านต่าง ๆ

การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ (PR activity) นั้นทั้ง 2 กลุ่ม ต้องการให้มีการจัดอย่างต่อเนื่อง เพราะถือเป็นสื่อและเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ (The tool of PR) อีกทางหนึ่งโดยสามารถจำแนกออกเป็นประเภทและรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้ การจัดเทศกาลอาหารและเครื่องดื่ม การจัดกิจกรรมทางสาธารณกุศล การจัดโครงการรณรงค์ การจัดนิทรรศการ การจัดงานแสดง การจัดงานเทศกาลประจำปี การจัดงานครบรอบปี และงานขอบคุณลูกค้าและสื่อมวลชน

การจัดงานพิเศษของหน่วยงานเป็นกิจกรรมของการประชาสัมพันธ์ที่นับว่าสำคัญ เพราะเป็นโอกาสที่บุคคลภายนอกได้เข้ามาใกล้ชิดและมีส่วนร่วมในงาน ได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้และได้รับความบันเทิงด้วย⁶

3. ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์ ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และ เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ โรงแรม

3.1 ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงด้านนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผล

⁵ จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ .ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. หน้า 30 .

⁶ เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา , สายพิณ สมวารรัตกุล และกัญญา ศิริสกุล,หลักการประชาสัมพันธ์ , หน้า 196.

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความคาดหวังด้านนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผล ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่ในการปฏิบัติจริง พบว่า ด้านนโยบาย มีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนในประเด็นอื่นๆ มีการปฏิบัติจริงอยู่ในระดับมาก สำหรับกลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความคาดหวังทุกด้านในระดับมาก แต่ในการปฏิบัติจริงด้านนโยบาย การวางแผน มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง ส่วนด้านการดำเนินงาน ด้านการประเมินผลมีการปฏิบัติจริงในระดับมาก

3.2 ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความคาดหวังเกี่ยวกับการจัดการงานประชาสัมพันธ์เกือบทุกด้านในระดับ “มาก” ยกเว้น ด้านการถ่ายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ และการตรวจตัดข่าวประชาสัมพันธ์ ที่มีความคาดหวังในระดับ “มากที่สุด” ส่วนการปฏิบัติจริงผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีการปฏิบัติจริงเกือบทุกด้านในระดับ “มาก” ยกเว้นด้าน งบประมาณ อุปกรณ์สำนักงาน ปาฐกถา การโฆษณาโรงแรม การว่าจ้างบริษัทโฆษณา การติดต่อประสานงาน ที่มีการปฏิบัติจริงในระดับ “ปานกลาง” ส่วน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์พบว่ามีความคาดหวังทุกด้านไม่แตกต่างจากผู้บริหาร ในขณะที่มีการปฏิบัติจริงด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ การเขียน การตัดข่าว ด้านลูกค้าสัมพันธ์ การร่วมเป็นผู้อุปถัมภ์ การให้การปรึกษาแก่ผู้บริหาร และการเป็นตัวแทนของโรงแรม ในระดับ “มาก” และด้านการถ่ายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ในระดับ “มากที่สุด” นอกจากนี้มีการปฏิบัติในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่

จะเห็นได้ว่าทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังและการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ โดยให้ความสำคัญในเรื่องการถ่ายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ และการตรวจตัดข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเทพ เตชะชีพ⁷ เกี่ยวกับภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กรประเภทต่างๆ นั้น ภาระหน้าที่ที่ทำมากที่สุด ได้แก่ การจัดทำข่าวแจก และการตรวจตัดข่าว เป็นที่น่าสังเกตว่างานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะเน้นความสำคัญไปในด้านของการทำข่าวแจก และการตัดข่าว เป็นส่วนใหญ่ โดยที่มองความสำคัญของหน้าที่ในด้านอื่นรองลงมา

⁷ สุเทพ เตชะชีพ, คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร, หน้า 134-135

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ 3 ข้อ ดังนี้

1. ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน
2. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน
3. ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

ผลจากการวิเคราะห์

1. มีความแตกต่างกันระหว่างความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ โดยรวมในทุกๆด้าน อาทิ การกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน การประเมินผล และการจัดการงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความคาดหวังสูงกว่าการปฏิบัติจริง ผลที่ได้จึงยืนยันสมมติฐาน ข้อที่ 1 (แสดงในตารางที่ 22 ,25,28) และจากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ในทุกๆด้านพบว่า ความคาดหวัง และการปฏิบัติจริงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับปานกลาง
2. มีความแตกต่างกันระหว่างความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ โดยรวมในทุกๆด้าน อาทิ การกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน การประเมินผล และการจัดการงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม โดยเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ มีความคาดหวังสูงกว่าการปฏิบัติจริง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลที่ได้จึงยืนยันสมมติฐานข้อที่ 2 (แสดงในตารางที่ 23,26,29) และจากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ในทุกๆด้านเช่นกัน พบว่า ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับปานกลาง
3. ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยรวม มีความแตกต่างกัน ในทุกๆด้าน อาทิ การกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน การประเมินผล และการจัดการงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม โดยพบว่ามีความคาดหวังสูงกว่า การปฏิบัติจริง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลที่ได้จึงยืนยันสมมติฐาน (แสดงในตารางที่ 24,27,30) และจากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ในทุกๆด้านเช่นกัน พบว่า ความคาดหวังและ การปฏิบัติจริงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับปานกลาง

จากการสำรวจวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือสำนักงานในการปฏิบัติงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ของ โรงแรมต่างๆ

พบว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ มีอุปกรณ์ในการถ่ายภาพ เช่น กล้องถ่ายรูป รองลงมา คือ เครื่องโทรศัพท์ภายใน เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ดีด และเครื่องถ่ายเอกสาร ตามลำดับ แต่ยังมี ความต้องการเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน (คูตารางที่ 32)

ความสำคัญของวัสดุอุปกรณ์ต่อความสำเร็จของแผนการประชาสัมพันธ์ วัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานทั้งหมด และการติดต่อสื่อสาร ถ้าหากขาดวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นก็จะมีส่วนลดความก้าวหน้าของงานเกิดความล่าช้าไม่ทัน การณ์⁸

4. ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยสนับสนุนในงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม

กลุ่มประชากรเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม ได้แสดงทัศนะ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังนี้

ด้านผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์

- ด้านนโยบายและการวางแผน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรเข้าร่วมวางแผนกับฝ่ายบริหาร โดยมีนโยบายที่ชัดเจน และควรมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า นอกจากนี้จะต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันด้วย
- ด้านการประเมินผลและการติดตามผล ฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรปฏิบัติตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ โดยมีการจัดการประเมินผลทั้งจากแบบสอบถาม หรือพิจารณาจากข่าวสารที่ได้รับการตีพิมพ์ เพื่อนำมาประเมินผลงานด้านการประชาสัมพันธ์และปรับปรุงการทำงานให้มีคุณภาพสูงขึ้น
- ด้านบุคลากรทางการประชาสัมพันธ์ ต้องจัดให้มีเพียงพอกับงานที่รับผิดชอบ และสำหรับบุคลากรที่จะทำงานด้านนี้ควรมีคุณสมบัติและคุณลักษณะ ดังนี้ คือ ทัศนคติที่ดี มีความคล่องตัว มีไหวพริบ กล้าแสดงออก มีความตั้งใจ อดทน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้ในงานประชาสัมพันธ์ ภาษาดีทั้งภาษาไทย และต่างประเทศ และควรจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถอยู่เป็นประจำ

⁸ จิตรารักษ์ สุทธิวรเศรษฐ์, ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์ หน้า 97.

- ด้านงบประมาณในการดำเนินงาน ต้องจัดตั้งให้เพียงพอ โดยวางแผนไว้ล่วงหน้า สำหรับใช้จ่ายในเรื่องต่าง ๆ อย่างชัดเจน
- ด้านวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน ควรมีอุปกรณ์ที่ครบถ้วน และเครื่องการสื่อสารสมัยใหม่ เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงานและความรวดเร็ว ฉับไว ในการสื่อสาร
- ด้านกิจกรรมพิเศษ ฝ่ายบริหารควรให้การสนับสนุนในการจัดทำ และมีการสร้างสรรค์กิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้ควรให้ความสนใจในกิจกรรมด้านสาธารณกุศล รวมถึงงานขอขอบคุณสื่อมวลชน โดยมีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้าว่าแต่ละงานจะจัดในช่วงไหน
- ด้านการใช้สื่อและการผลิตสื่อ ต้องพิจารณาเลือกใช้ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และควรมีการจัดสรรงบประมาณในการขอสื่อไว้อย่างเพียงพอ รวมถึงการพยายามเลือกใช้สื่อที่ทันสมัย ครอบคลุมไปยังกลุ่มลูกค้าอย่างทั่วถึง
- ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและสื่อมวลชน ต้องมีความจริงจัง ให้ความเป็นกันเอง ให้ความช่วยเหลือและไปพบปะเยี่ยมเยียนอย่างสม่ำเสมอ
- ด้านปัจจัยการให้ความสำคัญ ฝ่ายบริหารควรให้การสนับสนุนในเรื่อง งบประมาณ อุปกรณ์การปฏิบัติงาน และความร่วมมือที่ดีจากทุกฝ่าย
- ด้านปัญหาอุปสรรคในการทำงาน ฝ่ายบริหารไม่ยอมรับฟังความคิดเห็น งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดกำลังคนอุปกรณ์ล่าสมัย เป็นต้น

ด้านเจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์

- ด้านนโยบายและการวางแผน ต้องมีการวางแผนนโยบายและการวางแผนประจำปี หรือ อย่างน้อย 6 เดือน ล่วงหน้าและมีความทันสมัย
- ด้านการประเมินผล และติดตามผล ควรมีการติดตาม “FEED BACK” จากผลงานที่เผยแพร่ออกไป ทั้งในแง่ดีและไม่ดี เพื่อจะได้นำมาแก้ไขปรับปรุงต่อไป และสรุปผลว่าได้รับตามเป้าหมายวางไว้หรือไม่
- ด้านบุคลากรทางการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์โรงแรมควรมีคุณสมบัติ ดังนี้ มนุษย์สัมพันธ์ดี บุคลิกดี มีความอดทน คล่องแคล่ว กล้าแสดงออก กล้าแสดงความคิดเห็น เรียนรู้เร็ว มีใจรัก มีความรู้ทางด้านประชาสัมพันธ์ มีความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ ความสามารถ ในการควบคุมดูแลการบริหารงานด้านประชาสัมพันธ์ รวมถึงมีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอ

- ด้านงบประมาณในการดำเนินงาน ควรจัดตั้งงบประมาณไว้อย่างเหมาะสม มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า และควรเพิ่มงบประมาณในด้านการใช้สื่อ เพื่องานประชาสัมพันธ์จะได้มีความคล่องตัวมากขึ้น
- ด้านวัตถุประสงค์สำนักงานสำหรับฝ่ายประชาสัมพันธ์ ควรจัดให้มีเพียงพอ และทันสมัย
- ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางประชาสัมพันธ์ ควรมีการวางแผนการจัดกิจกรรมไว้เป็นระยะ ๆ ตามความเหมาะสมและส่งเสริมกิจกรรมสังคมด้านต่างๆ
- ด้านการใช้และการผลิตสื่อ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรมีอิสระในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ นอกจากนี้ยังต้องมีการใช้สื่อทุกประเภทในการประชาสัมพันธ์ ทั้งสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ
- ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและสื่อมวลชน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ต้องสร้างสัมพันธ์อันดี โดยให้ความช่วยเหลือและให้ความร่วมมืออย่างจริงใจ วางตัวเป็นกันเอง หรือออกไปพบปะเยี่ยมเยียนตามเวลาและโอกาสสำคัญๆ
- ด้านปัจจัยการให้ความสำคัญในงานประชาสัมพันธ์ผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ขาดความร่วมมือที่ดี จากฝ่ายต่าง ๆ นอกจากนี้ยังปัญหาเรื่อง งบประมาณ บุคลากร และอุปกรณ์ยังมีไม่เพียงพอ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

- จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าทั้งกลุ่มผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงแรมมีความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในด้านนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งถ้าหากทางฝ่ายบริหารและฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติจริงให้สอดคล้องกับความคาดหวังในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวได้แล้ว ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของโรงแรมที่วางไว้สูงสุด
- จากผลการวิจัยในด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่ม มีความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในระดับมากที่สุด โดยเน้นในเรื่องของการถ่ายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ การตรวจตัดข่าวประชาสัมพันธ์ เพราะฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจบริการประเภทโรงแรมให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ด้านนี้เป็นพิเศษ ดังนั้นจึงเป็นแนวทางให้นักประชาสัมพันธ์โรงแรมทุกท่าน และผู้ที่ต้องก้าวเข้ามาทำงานอาชีพด้านนี้ควรฝึกฝนทักษะ ความรู้ ความชำนาญในงานด้านนี้เป็นพิเศษ แต่ในขณะเดียวกันนั้น เครื่องมือที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์โรงแรมก็มีอยู่มากมาย สะท้อนให้เห็นว่างานประชาสัมพันธ์โรงแรมนิยมทำกันเองเป็นหลัก แทนที่จะจ้างบริษัทอาชีพทางด้านนี้ทำ สำหรับผู้ที่

จะเข้ามาบริหารงานหรือทำงานทางด้านนี้ ก็ควรคำนึงถึงการจัดหาเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ให้ครบถ้วน และมีความสามารถในการใช้และควบคุมการใช้เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- ในด้านอุปสรรค ปัญหา และปัจจัยสนับสนุน กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่มได้แสดงทัศนะที่สอดคล้องกันโดยปรารถนาให้ผู้บริหารระดับสูงพิจารณาทบทวนในด้านงบประมาณ อัตรากำลังคน อุปกรณ์ การทำงาน โดยจัดให้เหมาะสมกับสภาพการปฏิบัติงานจริง เพื่อส่งผลต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการ

- ควรทำการวิจัยถึงภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์โรงแรม โดยแยกตามประเภทของโรงแรม เพื่อศึกษาถึงภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์โรงแรมที่ปฏิบัติงานกันนั้น มีความต่างหรือเหมือนกับนักประชาสัมพันธ์ในองค์กรอื่นๆ อย่างไร

- ควรทำการวิจัยด้านการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงแรม เพราะผลจากการวิจัย พบว่านักประชาสัมพันธ์โรงแรมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับงานทางด้านการจัดทำและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อมวลชนแขนงต่างๆ เพื่อจะได้ทราบว่างานทางด้านสื่อมวลชนมีอิทธิพลและบทบาทต่อการส่งเสริมความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงแรมมากน้อยเพียงไร