

### สรุปผลการวิจัย ผลอภิปราย และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่อง "การทำงานร่วมกันของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์" ยุทธศาสตร์นายบรรหาร ศิลปอาชา โดยนำสถานการณ์วิกฤติที่เกิดขึ้นกับบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ 3 แห่ง มาเป็นกรณีศึกษา โดยนำเสนอในรูปแบบพรรณาวិเคราะห์

การนำเสนอในบทสรุปนี้ กำหนดเนื้อหาออกเป็น 4 หัวข้อด้วยกันคือ

#### 1. สรุปผลการวิจัย

##### การทำงานร่วมกันของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ

การทำงานร่วมกันของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์นั้น โดยภาพรวมพบว่า นักข่าวมีความเข้าใจการทำงานร่วมกันเป็นเรื่องปกติและมีความจำเป็นที่ต้องให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยไม่คิดว่านักข่าวต้องเป็นเคื่องมือในการทำงานของนักประชาสัมพันธ์ ดังเช่นที่เคยได้รับรู้กันมาในอดีต

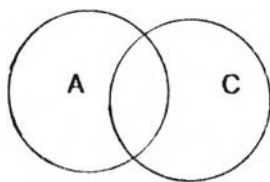
ในขณะที่เดียวกันนักประชาสัมพันธ์ มีความเข้าใจว่าการทำงานร่วมกันเป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่ายคือนักข่าวและลูกค้า (แหล่งข่าว) โดยมีต้นทวนหน้าที่เป็นคนกลาง เพื่อช่วยประสานประโยชน์และลดแรงปะทะจากทั้งสองฝ่ายในกรณีที่เกิดสถานการณ์วิกฤติที่เกิดขึ้นกับบุคคลหรือองค์กรของลูกค้า ที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดภาพพจน์ด้านบวกเป็นสำคัญ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้ากับนักข่าว ความสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์กับนักข่าว นอกจากนี้ ยังคาดหวังที่จะลดความรุนแรงของกระแสข่าวที่เกิดขึ้น จากสายตาสาธารณชน และการโหมข่าวของนักข่าวหนังสือพิมพ์

สำหรับภาวะวิกฤติของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลกระทบต่อบทบาทและความสัมพันธ์ของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ ในการทำงานร่วมกันด้านข่าวสารโดยตรง เนื่องจากภาวะดังกล่าวสร้างแรงกดดันให้ทั้งสองฝ่าย ต้องปรับจุดยืนและแนวทางการทำงาน จึงทำให้นักข่าวต้องขอความร่วมมือจากนักประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้แหล่งข่าวที่จะทำการสัมภาษณ์และหาข่าว ในขณะที่นักประชาสัมพันธ์ต้องปรับบทบาทจากการส่งเสริมภาพพจน์ไปให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการขายควบคู่ไปกับการหาประชาสัมพันธ์ เพื่อภาพพจน์

การนำเสนอข่าวในภาวะวิกฤติ นักข่าวต้องการข้อมูลและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับแนวทางแก้ไขปัญหาสถานการณ์วิกฤติที่เกิดขึ้นกับบริษัทเหล่านั้นได้แก่ การแก้ปัญหาลูกค้าร้องหาการเงิน การระดมทุน ปัญหากลยุทธ์การตลาด แนวทางพัฒนาการบริหารงานและบริหารบุคคล ควรเป็นข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งข่าวโดยตรง รองลงมาคือบุคคลภายในบริษัทแห่งนั้น

จากการศึกษาพบว่า นักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ต้องปรับเปลี่ยนบทบาทและท่าที เพื่อสร้างความสัมพันธ์ต่อการที่จะร่วมกันทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายของตน เพราะในช่วงภาวะวิกฤติของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทั้งในและนอกตลาดหลักทรัพย์ ต่างต้องเผชิญปัญหาทั้งภายในและภายนอกองค์กร อันเกิดจากผลพวงของเศรษฐกิจตกต่ำและซบเซาอย่างต่อเนื่อง

การทำงานร่วมกันโดยทั่วไปสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสัมพันธ์ภาพระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว ตามแบบจำลองที่ 2 ของกิลเบอर्टและจอห์นสัน ที่ว่าด้วย บทบาทของแหล่งข่าวและผู้รายงานข่าว มีส่วนกลมกลืนกันบ้างเป็นบางส่วน ซึ่งใกล้เคียงกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในทางปฏิบัติ



ซึ่งในช่วงภาวะวิกฤตของสังหาริมทรัพย์ ทั้งนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ต่างมีส่วนในการให้ความร่วมมือกัน และสร้างการรับรู้ร่วมกันต่อหน้าที่ของตนโดยทั้งสองฝ่ายต่างมีวัตถุประสงค์บางประการร่วมกัน

ในความร่วมมือเพื่อทำงานร่วมกัน จากการศึกษาพบว่า ได้มีการนำการให้ผลประโยชน์ในรูปแบบตัวเงิน และการจัด PRESS TOUR มาเป็นตัวผลักดัน เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของนักการตลาดและนักประชาสัมพันธ์ โดยการใช้อีเมล หนังสือพิมพ์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด

นอกจากนี้ยังพบว่า มีนักข่าวบางกลุ่มบางคนฉวยโอกาสใช้ความสัมพันธ์ที่มีต่อแหล่งข่าวรับจ้างทำงานในรูปแบบการเขียนข่าวแจกและการนัดสัมภาษณ์ โดยทำหน้าที่เช่นเดียวกับนักประชาสัมพันธ์ เปรียบได้กับแบบจำลองที่ 3

## 2. อภิปรายผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างนักข่าวสายอสังหาริมทรัพย์ และนักประชาสัมพันธ์ที่ทำงานในบริษัทตัวแทนโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งต้องทำงานร่วมกันในภาวะวิกฤติของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นช่วงที่ทั้งสองฝ่ายต้องพบอุปสรรคและปัญหาในการทำงาน อันเกิดจากเนื่องจากปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ภาวะอสังหาริมทรัพย์ที่ซบเซาอย่างต่อเนื่อง และผลกระทบทำให้โอกาสในการทำงานตามภาระหน้าที่ต้องเปลี่ยนแปลงไป

ในภาวะวิกฤติไม่มีกระแสข่าวหรือความเคลื่อนไหวในวงการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เท่าใดนัก ส่งผลกระทบให้การทำหน้าที่แสวงหาข่าวและข้อเท็จจริงจากแหล่งข่าวเกิดสะดุดเป็นเหตุให้นักข่าว ต้องปรับบทบาทของตนจากเดิมที่มีจุดยืน

ในการหางานตามลำพัง หรือหางานภายใต้คำสั่งของหัวหน้าข่าวเท่านั้น ด้วยการแสวงหาและรวบรวมข่าวจากเหตุการณ์ และข้อเท็จจริงจากแหล่งข่าว ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทหรือข้อมูลของนักประชาสัมพันธ์เท่าใดนัก อีกทั้งยังมองว่านักประชาสัมพันธ์ต้องการใช้นักข่าวเป็นเครื่องมือในการสร้างผลงาน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทตัวแทนการโฆษณาประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาในมุมมองของนักข่าว พบว่าการปรับบทบาทและตอบรับความสัมพันธ์ของนักข่าวที่มีต่อนักประชาสัมพันธ์ เป็นการปรับเปลี่ยนเนื่องจากมีเหตุจำเป็น โดยนักข่าวมีความคาดหวังและมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนว่า ต้องการสร้างโอกาสเพื่อแสวงหาข่าวและหาทางเข้าถึงตัวแหล่งข่าวให้ได้

ในขณะที่เดียวกันนักประชาสัมพันธ์ต้องปรับเปลี่ยนบทบาทของตนจากเดิมทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อภาพพจน์และชื่อเสียงของบริษัทลูกค้า ไปเน้นทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการขายและสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เป้าหมายในการติดต่อ และสร้างความสัมพันธ์กับนักข่าวในสายธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต้องเปลี่ยนท่าทีไป

โดยรูปแบบของการให้ข้อมูลข่าวสารจากนักประชาสัมพันธ์จะเน้นไปที่การส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด การวางแผนดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยการใช้หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีหน้าข่าวธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหวในโอกาสต่าง ๆ ไปให้กลุ่มเป้าหมายของตนสังเกตได้ว่าหนังสือพิมพ์หลายฉบับ มีนโยบายตอบรับกระแสดังกล่าว ด้วยการเปิดคอลัมน์พิเศษขึ้น เช่น แนะนำโครงการบ้านใหม่ การเยี่ยมชมโครงการ เป็นต้น ซึ่งเป็นพื้นที่ที่นักประชาสัมพันธ์มีความต้องการที่จะให้ภาพข่าวและข่าวแจกของตนได้มีโอกาสตีพิมพ์

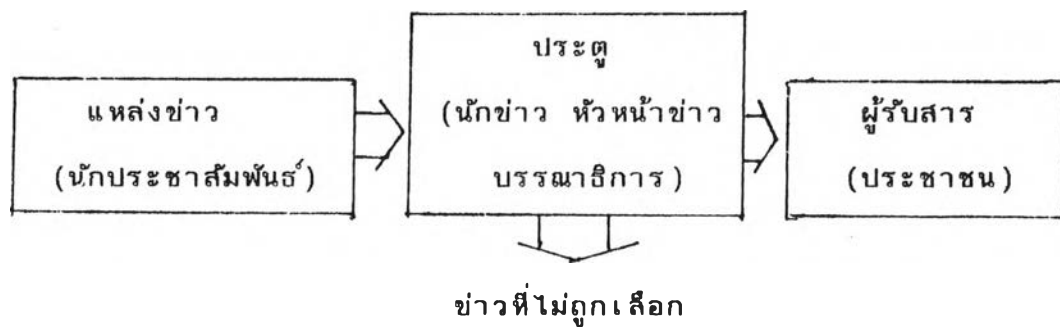
หากพิจารณาในมุมมองของนักประชาสัมพันธ์ จะพบว่านักประชาสัมพันธ์ รับรู้เป็นอย่างดีว่า ในช่วงภาวะวิกฤติ อุปสรรคในการทำงานของนักข่าวคือการขาด แหล่งข่าว เนื่องจากแหล่งข่าวไม่พร้อมที่จะให้ข้อมูลและความเคลื่อนไหวใด ๆ ตั้งข้อสังเกตได้จากการที่นักข่าวจากหลายฉบับบอกว่า ต้องการขอนัดสัมภาษณ์ลูกค้า ขอความร่วมมือให้ช่วยจัดการประสานงานให้ด้วย ซึ่งต่างกับในช่วงสถานการณ์ปกติ ที่นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ติดต่อเข้าไปหานักข่าว เพื่อเชิญให้มาสัมภาษณ์ลูกค้า

นักประชาสัมพันธ์จึงใช้โอกาสนี้ เป็นจุดปรับเปลี่ยนบทบาทของตน โดยแสดงออกให้นักข่าว เห็นและยอมรับว่า บทบาทของนักประชาสัมพันธ์มีความ สำคัญมีความเชื่อถือได้ เป็นแหล่งข้อมูลที่สมบูรณ์ถูกต้องให้กับนักข่าว ได้นอกเหนือ ไปจากการเป็นผู้ประสานงานระหว่างนักข่าวกับลูกค้า เท่านั้น

นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์จะตรวจสอบถึงความต้องการของนักข่าว ด้วยว่า ต้องการข้อมูลข่าวสารประเภทใด เพื่อจัดหาและเตรียมความพร้อมใน ข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้ลูกค้าของตนก่อนให้ข่าวหรือให้สัมภาษณ์ ทั้งนี้ เพื่อให้ให้นักข่าว เกิดความพึงพอใจต่อข้อมูลและข่าวที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข่าวโดยตรง เพื่อ ให้นักข่าวประทับใจ และเป็นโอกาสสำคัญที่จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักข่าว กับลูกค้า และนักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งความสัมพันธ์นี้จะเป็นประโยชน์ต่อการ ประชาสัมพันธ์องค์กรในระยะยาว

ในกรณีที่เกิดข่าวที่มีผลกระทบต่อสังคมส่วนรวมอย่างรุนแรง และ ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภค อันเกิดจากความผิดพลาดของผู้ประกอบหรือ ทีมงานในการดำเนินธุรกิจ นักข่าวไม่สามารถให้ความช่วยเหลือ หรือความร่วมมือ กับแหล่งข่าวและนักประชาสัมพันธ์ ต่อกรณีปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยการไม่นำเสนอข่าว และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ ทางเลือกที่นักข่าวจะสามารถทำได้คือ พยายามค้นหา ข้อเท็จจริงและนำเสนอข่าว ด้วยความเป็นกลางที่สุด หลีกเลี่ยงการใช้คำพาดหัว ที่มีความรุนแรง

จากการศึกษาพบว่า การปฏิบัติหน้าที่ของนักข่าวในภาวะของวิกฤติ อสังหาริมทรัพย์ บทบาทของนักข่าวในการทำหน้าที่เป็น นายทวารข่าวสาร หรือ GATEKEEPER เป็นผู้ตัดสินใจว่า ข่าวสารที่ตนได้มานั้น จะส่งไปยังมวลชนหรือไม่ และควรส่งไปอย่างไร บุคคลที่ทำหน้าที่นี้จึงได้แก่ บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และนักข่าว ซึ่งต้องใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจเลือก และเสนอข่าวสารไปยังประชาชน ตามแนวคิดของ เค เลวิน และดี เอ็ม ไวท์ (พีระ จิรโสภณ 2529 : 624-625)



หัวหน้าข่าว บรรณาธิการ ตระหนักดีว่าในภาวะวิกฤติ ข่าวสารและ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่ต้องการนำเสนอผู้อ่านในฐานะผู้บริหาร คือ ความเคลื่อนไหวและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ เพื่อการตัดสินใจของ ผู้อ่าน ดังนั้น รูปแบบของข่าว บทความ การวิพากษ์วิจารณ์ จึงครอบคลุมในประเด็น ที่เกี่ยวกับการรายงานผลประกอบการ เหตุผลในการตัดสินใจของผู้บริหาร ปัญหา และความผิดพลาดที่เกิดขึ้น แนวทางหรือแผนงานการแก้ไขและฟื้นฟูโอกาสทางธุรกิจ ของกิจการ การวิเคราะห์สถานการณ์ และการชี้แนะแนวทางการดำเนินงานโดยผู้นำ ของวงการ เบื้องหลังปมประเด็นความขัดแย้ง หรือการให้ความร่วมมือระหว่าง พันธมิตรทางธุรกิจ เป็นต้น

การนำเสนอข่าวในช่วงวิกฤติ เนื่องจากในวงการธุรกิจอสังหาฯ ไม้มีความเคลื่อนไหวและไม่มีข่าวกระแส การหาข่าวจึงมุ่งไปที่บริษัทพัฒนาอสังหาฯ ที่ อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งจะมีบริษัทพัฒนาอสังหาฯ ทรัพย์ขนาดใหญ่ และมีความ

เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา อันเป็นผลพวงมาจากกระแสข่าว และพฤติกรรมของ นักลงทุน การให้ข่าวโดยตรงจากผู้ประกอบการของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในตลาดหลักทรัพย์ จึงเป็นเป้าหมายสำคัญของนักข่าวในช่วงภาวะวิกฤติ

การทำงานร่วมกันของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ บนพื้นฐานของการมีความสัมพันธ์ภาพระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว และการปรับตัวเข้าหากัน เพื่อทำงานให้บรรลุตามภาระหน้าที่ พบว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดสิ่งหนึ่งในวิชาชีพนักข่าวคือ ต้องรายงานข่าวแบบภาวะวิสัย (OBJECTIVE REPORTING) คือต้องมีความเป็นกลาง รายงานข่าวที่เกิดขึ้นจริงทั้งด้านดีและไม่ดี ไม่เอนเอียงตามอิทธิพลของความสัมพันธ์ที่มีต่อนักประชาสัมพันธ์หรือแหล่งข่าว ในการเขียนข่าว เพื่อเผยแพร่ต้องยึดความเป็นกลางอย่างแท้จริง โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดภาวะวิกฤติ ดังเช่นกรณีศึกษาทั้ง 3 กรณี ที่ได้นำมาประกอบการศึกษาในครั้งนี้

ระดับของการให้ความร่วมมือที่มีต่อนักประชาสัมพันธ์ของนักข่าว กับ หัวหน้าข่าวและบรรณาธิการ มีความแตกต่างกัน เนื่องจากโอกาสในการได้ทำงาน ใกล้ชิดของหัวหน้าข่าว บรรณาธิการกับนักประชาสัมพันธ์ มีน้อยกว่านักข่าว

อย่างไรก็ตาม นักประชาสัมพันธ์ต้องการที่ทำความรู้จัก และสร้างความสัมพันธ์กับหัวหน้าข่าว บรรณาธิการให้ได้ เพราะตระหนักดีว่าเป็นผู้ตัดสินใจ คัดเลือกข่าวลงตีพิมพ์ในหน้าข่าวที่รับผิดชอบอยู่ได้

จากการศึกษาได้พบว่า นักข่าวและนักประชาสัมพันธ์มีความคาดหวัง ที่จะทำงานร่วมกันในอนาคตด้านข่าวสารด้วยความราบรื่น และพร้อมที่จะให้ความร่วมมือกันต่อกันโดยยอมรับบทบาทและความสำคัญที่มีต่อกัน นักข่าวยังคงต้องยึดติดอยู่กับบทบาทของการเป็นผู้รับ และต้องการให้นักประชาสัมพันธ์อยู่ในบทบาทของผู้ให้ต่อไป ทั้งนี้ ในบทบาทของการเป็นผู้ให้ของนักประชาสัมพันธ์ในทัศนะของนักข่าว นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่สามารถให้โอกาส และข้อมูลแก่นักข่าวได้เสมอภาคกัน ทุกฉบับ โดยไม่คำนึงถึงหัวหน้าสื่อ

นักข่าวเชื่อว่าบทบาทในการเป็นผู้ให้ของนักประชาสัมพันธ์ ตามที่นักข่าวคาดหวังและต้องการนั้น เป็นสิ่งที่ เป็นไปได้ยากมากในทางปฏิบัติ เพราะการทำงานของนักประชาสัมพันธ์ ไม่มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจ เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์อยู่ในฐานะผู้รับจ้างดำเนินงานและจัดการตามความต้องการของลูกค้า

ขณะเดียวกันนักประชาสัมพันธ์ ต้องการได้รับการยอมรับจากลูกค้าและนักข่าว เนื่องจากในภาระหน้าที่การเป็นตัวแทนการประชาสัมพันธ์ ต้องได้รับแรงกดดันจากการประสานงานของทั้งสองฝ่าย ทำให้เกิดความเบื่อหน่ายโดยเฉพาะในกรณีที่มีปัญหารุนแรง

อย่างไรก็ตาม นักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ที่มีความอดทน และเข้าใจถึงปัญหาพื้นฐานของทั้งฝ่ายนักข่าวและลูกค้าของตน จึงพยายามหาทางออกด้วยการพัฒนาศักยภาพของตนให้อยู่ในฐานะผู้ให้ตามที่นักข่าวต้องการ โดยมีจุดยืนอยู่ที่การเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญแทนการเป็นผู้ประสานงานด้วยการจัดเตรียมข้อมูลและความพร้อมให้กับลูกค้าในการให้สัมภาษณ์ ทั้งนี้ จะพยายามลดบทบาทในการทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานลงไปบ้าง

นอกจากนี้ ยังได้พบว่า นักข่าวและนักประชาสัมพันธ์มีการปรับตัวเข้าหากันเพื่อทำงานร่วมกันในภาวะวิกฤติของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นการให้ความร่วมมือกันอย่างมีเป้าหมายร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของทั้งสองฝ่าย

การทำงานร่วมกันด้านข่าวสารของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ในอนาคต มีแนวโน้มว่า ทั้งสองฝ่ายมีความเข้าใจในบทบาทของกันและกันมากขึ้น มีการปรับลดและเพิ่มในบทบาทบางประการของกันและกันในฐานะผู้ให้ และผู้รับเกี่ยวกับโอกาสและข้อมูลที่ต้องการสมบูรณ์ เพื่อให้การทำงานร่วมกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากทั้งสองวิชาชีพต่างมีพื้นฐานของวัตถุประสงค์ในการนำเสนอที่เหมือนกันคือ ต้องการเผยแพร่ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนและกลุ่มเป้าหมาย



### 3. ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะด้านนักข่าว

จากการศึกษาพบว่า ในการทำงานร่วมกันด้านข่าวสารของนักข่าว และนักประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ นักข่าวควรหลีกเลี่ยงการเรียกร้องและรับผล ประโยชน์หรือสิ่งตอบแทนใด ๆ ที่นอกเหนือไปจากการข้อมูลและข้อเท็จจริงที่จะ นำไปเขียนข่าว เนื่องจากสภาพการทำงานที่แท้จริงของนักประชาสัมพันธ์ในขณะนั้น อยู่ภายใต้ต้นนโยบายและเงื่อนไขทางการตลาดของลูกค้า (แหล่งข่าว) เพื่อส่งเสริม การขายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ นักข่าวอาจถูกใช้เป็นเครื่องมือ

ในการแสวงหาข่าวและข้อเท็จจริงในภาวะวิกฤติ ไม่ควรคาดคั้น หรือบังคับเอาจากนักประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการให้ข้อมูลหรือภาระหน้าที่ของ นักประชาสัมพันธ์มีข้อจำกัดในทางปฏิบัติการ ซึ่งต้องอยู่ภายใต้การตัดสินใจของ ลูกค้า (แหล่งข่าว) นักข่าวควรที่จะแสวงหาข้อมูลและข้อเท็จจริงจากแหล่งข่าวอื่น ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม อย่างไรก็ตาม ต้องพิจารณาข้อมูลเหล่านั้น ด้วยความรอบครอบ

ในการทำงานร่วมกับนักประชาสัมพันธ์ นักข่าวต้องมีความเป็นกลาง รายงานข่าวแบบภาวะวิสัย (OBJECTIVE REPORTING) รายงานข่าวที่เกิดขึ้นจริง ทั้งด้านดีและไม่ดีโดยไม่ฝักใฝ่ หรือให้ผลประโยชน์เข้ามามีอิทธิพลต่อการรายงานข่าว ทั้งการคัดเลือกข่าวเพื่อเผยแพร่ หรือการเขียนบทความ ซึ่งต้องยึดความเป็นกลาง อย่างแท้จริง โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดสถานการณ์วิกฤติ และเกิดผลกระทบรุนแรง ต่อส่วนรวม

การทำงานของนักข่าวโดยที่มิให้นักประชาสัมพันธ์ให้ความช่วยเหลือและ อำนวยความสะดวก การจัดหาข้อมูลที่นักข่าวต้องการ และให้ความร่วมมือในการ ติดต่อกับแหล่งข่าวให้เพื่อนัดสัมภาษณ์ ทำให้ให้นักข่าวเกิดความเกรงใจ และมักจะยิน ยอมกระทำตามคำขอร้องในการให้ช่วยลงข่าวและภาพข่าว หรือขอร้องให้ช่วยลด ระดับความรุนแรงของข่าวที่นำเสนอลงบ้าง เนื่องจากนักข่าวเกรงว่าจะถูกต่อว่า จากนักประชาสัมพันธ์ และต่อไปอาจจะไม่ได้รับความช่วยเหลือหรือความร่วมมือ จากนักประชาสัมพันธ์อีก

### ข้อเสนอแนะด้านนักประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า ในการทำงานร่วมกันด้านข่าวสารของนักข่าว และนักประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ นักประชาสัมพันธ์ควรหลีกเลี่ยง การไม่ให้ความร่วมมือกับนักข่าวหรือไม่ยอมเปิดเผยถึงข้อเท็จจริง และไม่ควรรอออกหน้ารับผิดชอบแทนลูกค้า (แหล่งข่าว) เนื่องจากอาจถูกมองได้ว่า นักประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมรู้เห็นกับเบื้องหลังของสถานการณ์วิกฤติที่เกิดขึ้น และอาจถูกมองด้วยว่าเป็นความพยายามที่ต้องการปกปิดข้อเท็จจริง ซึ่งเป็นสิ่งที่สาธารณชนควรได้รับรู้

นักประชาสัมพันธ์ควรหลีกเลี่ยงการให้ผลประโยชน์นักข่าว เนื่องจากอาจถูกมองว่าเป็นการติดสินบน จากการศึกษพบว่า การให้ผลประโยชน์สัมฤทธิ์ผลกับนักข่าวบางคนเท่านั้น ผลประโยชน์ในรูปแบบการอำนวยความสะดวก การแสดงน้ำใจที่อาจมาจากความต้องการลูกค้า จึงจำเป็นต้องพิจารณา และเลือกรูปแบบการให้ที่เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ อย่างไรก็ตามในสถานการณ์วิกฤติ การให้ผลประโยชน์ต่อนักข่าว เป็นสิ่งที่พึงหลีกเลี่ยง และควรให้ข้อมูลและข้อเท็จจริงกับนักข่าวให้มากที่สุด

นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์ควรหาทางแก้ไขหรือชี้แจงกับลูกค้าให้เข้าใจเกี่ยวกับการเลือกปฏิบัติกับนักข่าวด้วยการเลือกหัวหน้าสื่อว่าเป็นสิ่งที่พึงหลีกเลี่ยง เนื่องจากนักข่าวที่ทำงานร่วมกันในสายข่าวเดียวกัน มีโอกาสพบกันอยู่เสมอ และพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับนักประชาสัมพันธ์ และแหล่งข่าวกันอยู่เสมอ ดังนั้น ประเด็นการเลือกปฏิบัติกับนักข่าวตามหัวหน้าสื่อ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ควรหลีกเลี่ยง

ในภาวะวิกฤติการทำงานร่วมของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ ควรแยกงานประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพพจน์ และงานประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายออกจากกันให้ชัดเจน เนื่องจากธรรมชาติของนักข่าว หากเป็นเรื่องหรือข่าวที่เกี่ยวข้องกับส่วนรวมและสังคม จะยินดีให้ความร่วมมือได้ทันที หากเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายแล้ว นักข่าวส่วนใหญ่จะปฏิเสธการให้ความร่วมมือ เพราะเข้าใจว่าเป็นการโฆษณา

### ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

ในการศึกษาวิจัยต่อไป ควรศึกษาถึงการหางานของกลุ่มวิชาชีพอื่น หรือแหล่งข่าวที่ต้องทำงานร่วมกับนักข่าว ได้แก่ นักธุรกิจ นักบริหาร นักการเงิน นายธนาคาร ผู้ประกอบการในภาคธุรกิจอื่นๆ หรือนักบริหารรุ่นใหม่ เป็นต้น เนื่องจากกลุ่มวิชาชีพเหล่านี้ เข้ามามีบทบาทในทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และต้องการใช้สื่อ เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและสาธารณชน

และหากกลุ่มวิชาชีพเหล่านี้ สามารถสร้างการยอมรับและได้รับความร่วมมือจากนักข่าวได้แล้ว การแต่งตั้งบริษัทที่ปรึกษาหรือตัวแทนการประชาสัมพันธ์ จะไม่ใช่สิ่งจำเป็นในสร้างสร้างภาพพจน์และชื่อเสียง เนื่องจากนักข่าวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่ตัวแหล่งข่าวโดยตรง มากกว่าบุคคลที่เข้ามาทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการติดต่อประสานงาน

#### 4. อุปสรรคและปัญหา

อุปสรรคและปัญหาระหว่างการเก็บข้อมูลในการทำวิจัยเรื่อง "การหางานร่วมกันของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ ในภาวะวิกฤติของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์" ยุครัฐบาลนายบรรหาร ศิลปอาชา (กลางปี 2538 - ปลายปี 2539)

เริ่มตั้งแต่การเลือกกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนักข่าวสายอสังหาริมทรัพย์ เป็นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ระบุตัวนักข่าวที่ทำข่าวในช่วงที่ต้องการศึกษาไว้เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (KEY INFORMATION) ต้องประสบอุปสรรคและทำให้สะดุดในการเก็บข้อมูล 3 รายคือ นักข่าวของ นสพ.ประชาชาติธุรกิจ นสพ.สยามโพสต์ และนสพ. โฟแนนเซียน เคย จนทำให้ผู้ศึกษาต้องเปลี่ยนตัวผู้ให้ข้อมูล

เนื่องจากในกรณีของ นสพ.ประชาชาติธุรกิจ และ นสพ.โพ้นแดนเขียน  
 เดย์ คู่กรณีของบริษัทสมประสงค์แลนด์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ออกัส (1991)  
 คอมมูนิตีวเดชั่น จำกัด ปฏิเสธที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำข่าวของบริษัทสมประสงค์  
 แลนด์ โดยให้เหตุผลว่าเป็นนโยบายของหนังสือพิมพ์ที่ตนสังกัดอยู่ ส่วน นสพ.สยาม  
 โปสต์ คู่กรณีของบริษัทแลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) ให้เหตุผลว่าหัวหน้าข่าว  
 ไม่เห็นด้วยที่จะต้องให้ข้อมูลในการทำสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เนื่องจากเกรงว่า  
 จะมีการรื้อฟื้นปัญหาที่เคยเกิดขึ้นกับกรณข่าวนิวส์ของแลนด์แอนด์เฮ้าส์

อุปสรรคในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างฝ่ายนักประชาสัมพันธ์เกิดขึ้น  
 กับบริษัทตัวแทนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัทบางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน)  
 คือ บริษัท พีทีบี ประเทศไทย ยูไนเต็ด จำกัด ซึ่งปิดตัวลงไปเมื่อปลายปี 2538  
 แยกทีมจากยูโรอาร์เอสซีซี บอลล์) ดำเนินการเพียง 1 ปี 4 เดือน (ส.ค.2537  
 -ธ.ค.2538) ต้องกลับเข้าไปเป็นหน่วยงานหนึ่งภายใต้การดำเนินงาน บริษัทตัวแทน  
 โฆษณาเช่นเดิม ปัจจุบันยังทำงานร่วมกันอยู่ นายศกดา ปรีชาวิภัทร ผู้จัดการทั่วไป  
 ซึ่งเป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบงานทั้งหมดของบางกอกแลนด์ จึงแนะนำให้สัมภาษณ์  
 คุณสุณิณี เปตังศรีงาม ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ ของบริษัท  
 บางกอกแลนด์ เป็นผู้ดูแลและทำงานร่วมกันมาตลอด จะเป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้