



สรุป อภิปรายและเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง คุณสมบัตินี้และภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 190 คน เป็นผู้บริหารองค์กรรัฐบาล 69 คน บริหารองค์กรเอกชน 91 คน และผู้บริหารองค์กรรัฐวิสาหกิจ 30 คน ซึ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่ไม่เคยทำงานด้วยการประชาสัมพันธ์มาก่อน มีระยะเวลาในการทำงานในองค์กรนั้น 1 - 5 ปี เป็นส่วนใหญ่

ระดับการศึกษาส่วนมากจบในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ปริญญาโท จบทางด้านสังคมศาสตร์ ร้อยละ 48.4 ด้านนิเทศศาสตร์ ร้อยละ 35.8 ด้านภาษาศาสตร์ ร้อยละ 10 และด้านวิทยาศาสตร์ร้อยละ 4.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับความรู้จากการศึกษาจากตำราจากการฝึกอบรม จากการศึกษาโดยตรงและจากการทำงานตามลำดับ ร้อยละ 67.4 เคยเข้ารับการฝึกอบรม และร้อยละ 46.3 ส่งพนักงานเข้าฝึกอบรมบ้างบางครั้ง ร้อยละ 27.4 ส่งเจ้าหน้าที่เข้าอบรมเป็นประจำ ในขณะที่ร้อยละ 31.1 ไม่เคยส่งเจ้าหน้าที่เข้าฝึกอบรม ด้านการประชาสัมพันธ์เลย

กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวส่วนใหญ่เห็นว่างานด้านประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมาก ควรที่จะเป็นแผนกอิสระขึ้นกับฝ่ายบริหาร นโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่มีระบุเป็นลายลักษณ์อักษร ในด้านการวางแผน ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 49.5 มีการวางแผนทุกครั้ง ร้อยละ 46.8 มีการวางแผนบ้างบางโอกาส ในขณะที่ ร้อยละ 3.7 ไม่มีการวางแผน ส่วนการนำแผนงานมาใช้ปฏิบัตินั้น มีการนำมาใช้อย่างมากกับใช้บ้าง ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน การเข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบาย ส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมประชุมบ้างบางโอกาส และในด้านฐานะของฝ่ายประชาสัมพันธ์นั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรรัฐบาลเป็นแผนกอิสระขึ้นตรงกับผู้บริหารร้อยละ 30.4 อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น 69.6 เปอร์เซ็นต์ ในขณะที่องค์กรเอกชนเป็นแผนกอิสระร้อยละ 56 อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น

ร้อยละ 44 ส่วนในองค์กรรัฐวิสาหกิจนั้นฝ่ายประชาสัมพันธ์อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่น กับ เป็นแผนกอิสระ
ขึ้นกับผู้บริหาร โดยตรงอยู่ในระดับที่เท่ากัน

จำนวนพนักงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์จะมีจำนวน 1 - 10 คน เป็นส่วนมาก
และมีเครื่องโสตทัศนูปกรณ์ กล้องถ่ายภาพ เครื่องเล่นวิดีโอ เครื่องรับโทรทัศน์ เป็นจำนวนมาก

การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานประชาสัมพันธ์นั้น จะใช้ในการเก็บข้อมูล
พิมพ์งาน วิเคราะห์ข้อมูล และออกแบบ ตามลำดับ

1.2 ความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่างในองค์กรทั้ง 3 ประเภทที่ตอบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งเป็นส่วนใหญ่
ได้แก่คุณสมบัติต่อไปนี้คือ

- ควรเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ
- ควรมีความสามารถในการวางแผนโครงการ
- มีบุคลิกท่าที เรียงมนุษยสัมพันธ์ดี
- มีความสามารถในการจัดกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ เช่น

การจัดแถลงข่าว

- มีความรู้และทักษะทางการสื่อสาร เป็นอย่างดี
- มีความสามารถในการเขียนข่าวทำข่าวแจก
- มีความรักในงานประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า "เห็นด้วย" ได้แก่คุณสมบัติต่อไปนี้ คือ

- ควรจบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ หรือวารสารศาสตร์
- มีความสามารถในการผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์
- สามารถถ่ายภาพได้เป็นอย่างดี
- มีความสามารถในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์
- เป็นผู้มรูปร่างหน้าตาดี
- สามารถพูดในที่สาธารณะได้ดี
- มีความสามารถ ในการเขียนสคริป บทความประเภทต่าง ๆ
- มีความรู้ทางภาษาไทย เป็นอย่างดี
- มีความรู้ในการใช้ภาษาอังกฤษ

- ควรจบการศึกษาระดับปริญญาตรี
- มีความคุ้นเคยกับคนในวงสังคมอย่างกว้างขวาง
- มีเพื่อนพ้องในวงการสื่อมวลชนมาก
- สามารถให้เวลากับหน่วยงานได้ตลอดเวลา
- สามารถเดินทางไปต่างจังหวัดได้เสมอ
- มีความสามารถในการพิมพ์ดีดทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
- มีความรู้กว้าง ในเรื่องรอบตัว
- มีความคล่องตัว ในการประสานงาน
- มีความรู้ทางด้านการตลาด
- มีความสามารถในการทำวิจัย
- มีความจงรักภักดีต่อองค์กรอย่างสูง
- มีความอดทนหลีกเลี่ยงการโต้เถียง
- มีความรู้ทางด้านการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควร
- มีความรู้ทางศิลปะและการออกแบบ
- มีความสามารถในการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์

และที่กลุ่มตัวอย่างส่วนที่ตอบว่า "ไม่เห็นด้วย" เป็นส่วนใหญ่กับคุณสมบัติ

ดังต่อไปนี้ คือ

- ควรมีประสบการณ์ด้านหนังสือพิมพ์มาก่อน
- ควร เป็นผู้จบการศึกษาจากต่างประเทศ
- ควร มีฐานะทางครอบครัวดี
- ควร เป็นผู้ที่เป็นข่าวตามสื่อมวลชนบ่อยครั้ง

1.3 ภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่างในองค์กรทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่ที่ตอบว่าภาระหน้าที่ของ

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่ "ทำมากอย่างยิ่ง" ได้แก่

- การทำข่าวแจก
- การทำหน้าที่ตรวจตัดข่าว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบว่า "ภาระหน้าที่ที่ ท้ามาก" ได้แก่

- การทำสื่อมวลชนสัมพันธ์
- การจัดทำรายงานประจำปี
- การจัดทำ เอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่
- การถ่ายทำวิดีโอ
- การให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร
- การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การจัดแถลงข่าว
- การจัดทำวารสารประชาสัมพันธ์ภายใน
- การจัดทำจดหมายเวียน
- การทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลของบริษัท
- การจัดทำแผนโครงการ
- การให้บริการติดต่อสอบถาม
- การปฏิบัติกิจกรรมสาธารณะประโยชน์

ภาระหน้าที่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบว่า "ทำน้อย" ได้แก่

- การทำชุมชนสัมพันธ์
- การเขียนสุนทรพจน์
- การจัดทำรายการโทรทัศน์
- การผลิตสไลด์
- การจัดนิทรรศการผลิตภัณฑ์
- การทำรัฐสัมพันธ์
- การทำการสำรวจวิจัย
- การทำหน้าที่ประสานงานกับบริษัท โฆษณา

และที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบว่า "ไม่ทำเลย" ได้แก่

- การจัดทำรายการวิทยุ

2. การทดสอบสมมติฐาน

2.1 ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างองค์กรทั้ง 3 ประเภท ในด้านความต้องการ

คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ผลที่ได้จึงไม่ยืนยันสมมติฐาน

2.2 ผู้บริหารที่มีประสบการณ์การทำงาน และการให้ความสำคัญกับงาน ประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันมีความแตกต่างกัน ในด้านความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ส่วนในเรื่องอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

2.3 ผู้บริหารที่มีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ และการนำแผนงานประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติแตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านความต้องการ คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ เรื่องอื่นนอกจากนี้ไม่มีความแตกต่างกัน

2.4 ไม่มีความแตกต่างระหว่างประเภทขององค์กรในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ผลที่ได้ไม่ยืนยันสมมติฐาน

2.5 ผู้บริหารที่มีประสบการณ์การทำงาน การเข้ารับการฝึกอบรม การศึกษา จากตำราเอกสาร การส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม และการให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ส่วนเรื่องอื่นนอกจากนี้ไม่มีความแตกต่างกัน

2.6 ความแตกต่างระหว่างการมีนโยบายหลักด้านการประชาสัมพันธ์ การมีแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์การทำแผนงานประชาสัมพันธ์มาใช้ปฏิบัติ ฐานะงานประชาสัมพันธ์ ในองค์กร การเข้าร่วมประชุมกับระดับนโยบาย จำนวนพนักงานและจำนวนโสตทัศนูปกรณ์ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกันในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์

3. แนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร

จากการสอบถามถึงแนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรของผู้บริหารในองค์กร รัฐบาลองค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ จำนวน 190 องค์กร สามารถสรุปผลได้ดังนี้

การเพิ่มโสตทัศนูปกรณ์ในหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ทั้ง 3 ประเภท ในอนาคตนั้นจะมีการเพิ่มในปริมาณที่มากพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริหาร 45.8 เปอร์เซ็นต์ ครอบงำจะมีการเพิ่มเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องโทรสาร จะเป็นอุปกรณ์อีกชนิดหนึ่งที่จะเข้ามามีบทบาท ในด้านการติดต่อสื่อสาร ส่วนอุปกรณ์ด้านอื่นก็มีปริมาณการเพิ่มในทุกชนิด (แสดงในตารางที่ 64)

ภาระหน้าที่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์นั้น จะมีหน้าที่เพิ่มขึ้นในด้านการทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ ทำงานด้านส่งเสริมการขาย ด้านชุมชนสัมพันธ์ เป็นศูนย์กลางการ จัดระบบข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทำหน้าที่ที่ในการผลิตสื่อ

อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ผลิตรายการโทรทัศน์ วิทยุ วีดีโอ มากขึ้น การวางแผนโครงการด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งระยะสั้น และระยะยาวให้มีความสอดคล้องกันตลอดจนมีการจัดระบบการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ

ในด้านคอมพิวเตอร์นั้น จะเข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ คือ ใช้ประโยชน์ในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล พิมพ์งาน ติดต่อสื่อสาร และใช้ในการออกแบบด้านต่าง ๆ

การเปลี่ยนแปลงอีก 3 ปี ข้างหน้าของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในองค์การประเภทต่าง ๆ นั้น จะมีการเพิ่มจำนวนบุคลากร เพิ่มจำนวนโสตทัศนูปกรณ์ เพิ่มงบประมาณยกระดับฐานงานประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้น และขยายขอบข่ายภาระหน้าที่ความรับผิดชอบให้มากขึ้น

อัตราการเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์นั้น จะมีอัตราการเพิ่มอยู่ในระดับเพิ่มเล็กน้อยไปจนถึงเพิ่มมากขึ้น เป็นส่วนใหญ่ ในองค์การทั้ง 3 ประเภท (แสดงในตาราง 66)

ด้านความคิดเห็นของผู้บริหารที่ว่านักประชาสัมพันธ์ควรจบการศึกษาในด้านใดนั้น มีผู้บริหารเกือบร้อยละ 70 เห็นว่านักประชาสัมพันธ์ควรจบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์หรือวารสารศาสตร์ เพราะจะเป็นผู้มีความรู้และความเข้าใจในงานด้านนี้ได้ลึกซึ้งถ่องแท้กว่า ในขณะที่ผู้บริหารประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ เห็นว่า นักประชาสัมพันธ์ไม่จำเป็นต้องจบด้านนิเทศศาสตร์วารสารศาสตร์ก็ได้ เพราะงานด้านนี้สามารถฝึกฝนและเรียนรู้ได้จากประสบการณ์ (แสดงในตารางที่ 67)

ส่วนในด้านจุดอ่อนของนักประชาสัมพันธ์นั้น ผู้บริหารส่วนใหญ่เห็นว่า มักจะมีจุดอ่อนในด้าน ความละเอียดรอบคอบในการทำงาน การขาดความเชื่อมั่น ขาดความรู้เกี่ยวกับองค์กรที่ตนเองสังกัดอยู่อย่างจริงจัง ขาดความสามารถในการบริหารงานการจัดการวางแผนโครงการ มีจุดอ่อนในด้านภาษาต่างประเทศ ขาดความรู้ในหลักการของการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง มีความอดทนในการทำงานน้อย และขาดความสามารถในการพูดในที่ชุมชน

อภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริหารองค์กรรัฐบาลและองค์กรรัฐวิสาหกิจจำนวน 190 คนนั้น เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่ไม่เคยทำงานด้านการประชาสัมพันธ์มาก่อนและมีระยะเวลาการทำงานในองค์กรนั้น ๆ ค่อนข้างน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่างานประชาสัมพันธ์เพิ่งจะเริ่มเข้ามามีบทบาทในองค์กรทุกประเภทในระยะ เวลาที่ไม่ยาวนานนัก บางองค์กรอาจจะเพิ่งเริ่มนำการประชาสัมพันธ์เข้ามาใช้

กับหน่วยงานของตนเอง ผู้บริหารส่วนใหญ่จบปริญญาตรีในด้านสังคมศาสตร์มากกว่าด้านนิเทศศาสตร์ โดยตรง เป็นเพราะว่าความคิดในช่วงก่อนนั้นมองว่างานด้านการประชาสัมพันธ์นั้นใครก็สามารถทำได้ ไม่ต้องจบด้านนี้โดยตรง (วิรัช ลภีรัตนกุล 2526 : 448) เอาใครก็ได้ที่อยู่ในองค์กร เข้ามารับผิดชอบงานด้านนี้

ผู้บริหารส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์มากขึ้น โดยมีการศึกษาหาความรู้ การฝึกอบรมเพิ่มเติม และส่งพนักงานของตนเอง เข้ารับการฝึกอบรมบ้างในบางครั้ง องค์กรส่วนใหญ่มีนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ มีการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ และนำมาใช้ปฏิบัติอย่างมาก แสดงว่าสถานภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรประเภทต่าง ๆ ดีขึ้นกว่าที่เคยที่ผ่านมา เป็นที่น่าสังเกตว่าฐานะของฝ่ายประชาสัมพันธ์ โดยรวมแล้วยังอยู่ร่วมกับฝ่ายอื่นเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรของรัฐบาล ฐานะของฝ่ายประชาสัมพันธ์นั้นเป็นฝ่ายอิสระขึ้นกับผู้บริหารเพียงร้อยละ 30.4 ในขณะที่อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่นถึงร้อยละ 69.6 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในองค์กรรัฐบาลนั้นการ เปลี่ยนแปลงการยกฐานะหน่วยงานใด เพื่อให้ออกมาเป็นหน่วยงานอิสระนั้น เป็นไปค่อนข้างช้าและยากลำบาก เพราะต้องผ่านขั้นตอนหลายขั้นตอนและยุ่งยากมาก แต่สำหรับองค์กรเอกชนนั้นฐานะของฝ่ายประชาสัมพันธ์ เป็นแผนกอิสระขึ้นกับผู้บริหารระดับสูงมากกว่ามีฐานะของฝ่ายฯ อยู่ร่วมกับฝ่ายอื่นเล็กน้อย อาจเป็นเพราะการคล่องตัวในการดำเนินงานการขยายงานในระบบธุรกิจเอกชน ส่วนในองค์กรรัฐวิสาหกิจนั้นอยู่ในอัตราส่วนที่เท่ากัน

ในด้านคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์นั้นผู้บริหารส่วนใหญ่ต้องการนักประชาสัมพันธ์ที่มีคุณสมบัติในด้านการมีความคิดสร้างสรรค์มีจินตนาการ มีความสามารถในการวางแผนโครงการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีทักษะทางการสื่อสาร สามารถจัดกิจกรรมทางด้านการประชาสัมพันธ์ได้ มีความสามารถในการเขียนข่าวและมีความรักในงานประชาสัมพันธ์ คุณสมบัติดังกล่าวนี้เป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญ ผู้บริหารส่วนใหญ่ต้องการอย่างมาก เพราะมีความจำเป็นต่อการดำเนินงานในอาชีพการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน ซึ่งในสภาพความเป็นจริงในองค์กรประเภทต่างๆ อาจยังไม่มีนักประชาสัมพันธ์ที่มีความสามารถตามคุณสมบัตินี้มากเท่าที่ควร

เกี่ยวกับภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กรประเภทต่าง ๆ นั้น ภาระหน้าที่ที่ทำมากที่สุดขณะนี้ได้แก่ การทำข่าวแจก และตรวจคัดข่าว เป็นที่น่าสังเกตว่างานประชาสัมพันธ์

ส่วนใหญ่มักจะ เน้นความสำคัญไปในด้านของการทำข่าวแจก และการตัดข่าว เป็นส่วนใหญ่ โดยที่มองความสำคัญของหน้าที่ในด้านอื่นรองลงมา โดยเฉพาะในด้านการทำชุมชนสัมพันธ์ - รัฐสัมพันธ์ การผลิตสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ สไลด์ การจัดนิทรรศการ และการทำการสำรวจวิจัยนั้นทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรส่วนใหญ่ไม่นับปฏิบัติภาระหน้าที่ในด้านนั้นน้อยมาก ทั้งที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เช่นกัน

เมื่อวิเคราะห์ตัวแปรที่มีความ เกี่ยวพัน กับความต้องการในด้านคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ปรากฏว่ามีตัวแปร เพียงส่วนน้อย เท่านั้นที่มีความ เกี่ยวพันกัน ส่วนใหญ่แล้วจะ ไม่มีความแตกต่างกันในด้านความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ แสดงว่า ประเภทขององค์กร ภูมิหลังของผู้บริหาร และสถานภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ที่แตกต่างกัน ไม่สามารถอธิบายถึงความแตกต่างในด้านความต้องการคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ได้ ในทางเป็นจริงแล้ว ผู้บริหารก็ต้องการพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ เปรียบพร้อมในหลาย ๆ ด้าน เหมือน ๆ กันไม่ว่าจะเป็นองค์กรรัฐบาล เอกชน หรือรัฐวิสาหกิจ นั่นคือ จะเป็นองค์กรที่มุ่งแสวงหาผลกำไรหรือไม่ก็ตาม ต่างก็ปรารถนาจะธำรงภาพพจน์อันดีงามต่อสาธารณชนโดยผ่านทาง การประชาสัมพันธ์ แต่ในทางปฏิบัติจริง ๆ แล้ว แต่ละองค์กรสามารถที่จะ เลือกเฟ้นพนักงานของตนเอง ได้ดีมากน้อย เพียงใดนั้น เป็นอีกส่วนหนึ่ง

สำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีความแตกต่างกัน ในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ให้แตกต่างกันด้วยนั้น ปรากฏว่าในด้านสถานภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ที่แตกต่างกันจะมีความแตกต่างกันในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ ในขณะที่ประเภทขององค์กรและภูมิหลังของผู้บริหารในบางส่วนไม่มีความแตกต่างในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์

ภูมิหลังของผู้บริหารในด้านประสบการณ์การทำงาน การเข้ารับการฝึกอบรม การศึกษา จากตำรา เอกสาร การส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม และการให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างในด้านการกำหนดภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

1. ควรทำการวิจัยในด้านภาระหน้าที่การปฏิบัติของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กร ประเภทใดประเภทหนึ่งให้เจาะลึกลงไป เช่น องค์กรประเภทสถาบันการเงิน ประเภทโรงแรม ประเภทอุตสาหกรรม เป็นต้น

2. ควรทำการวิจัยในด้านการใช้โสตทัศนูปกรณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กรประเภทต่าง ๆ ว่ามีการใช้เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด
3. ควรศึกษาถึงสภาพความพึงพอใจของประชาชนทั่วไปในด้านการทำการประชาสัมพันธ์ขององค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน และองค์กรรัฐวิสาหกิจ
4. ควรศึกษาถึงสภาพโครงสร้างสายงานขององค์กร และของฝ่ายประชาสัมพันธ์ว่ามีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร
5. ควรศึกษาถึงปริมาณกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กรประเภทต่าง ๆ และเปรียบเทียบถึงภาพพจน์ขององค์กรที่มีการทำกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกันว่ามีภาพพจน์ต่อสาธารณะชนต่างกันหรือไม่

ข้อเสนอแนะทางปฏิบัติการ

1. หน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรทั้ง 3 ประเภท ควรมีการปรับปรุงในด้านภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ โดยการขยายขอบข่าย ภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในด้านอื่นให้มากขึ้น เพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นจะได้บรรลุผลตามจุดมุ่งหมาย
2. ควรปรับปรุงยกฐานะงานประชาสัมพันธ์ให้เป็นแผนกอิสระ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างคล่องตัว และรวดเร็ว
3. ผู้บริหารระดับสูงของแต่ละองค์กร ควรให้ความสำคัญกับบทบาทและหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์มากขึ้น
4. ในอนาคตอันใกล้บทบาทของงานประชาสัมพันธ์จะมีการขยายขอบข่ายความรับผิดชอบ และหน้าที่เพิ่มมากขึ้น ฉะนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรจะมีการปรับปรุง เสริมสร้าง ความรู้ความสามารถของตนเองให้มากขึ้น เช่นกัน
5. มหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ น่าจะมีการปรับปรุง เสริมสร้างการเรียนการสอน เพื่อที่จะผลิตนักประชาสัมพันธ์ให้มีคุณสมบัติ และปฏิบัติภาระหน้าที่ได้ตามที่องค์กรประเภทต่าง ๆ ต้องการ
6. อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโสตทัศนูปกรณ์หลายชนิดจะ เข้ามามีบทบาทต่องานประชาสัมพันธ์ ฉะนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรศึกษา ฝึกหัดให้มีความรู้ในการควบคุมอุปกรณ์เหล่านั้น