

บทที่ 4

การวิเคราะห์และอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มประชากรเป้าหมายที่ผู้วิจัยทำการศึกษาซึ่งแบ่งเป็นผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม จำนวน 70 ชุด และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม จำนวน 70 ชุด รวมทั้งสิ้น 140 ชุด และสำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเสนอรายละเอียดโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม
- ตอนที่ 2 ทศนคติเกี่ยวกับสถานภาพ งานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม
- ตอนที่ 3 ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์โรงแรมของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม
- ตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุนในงานประชาสัมพันธ์ ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ใช้สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ ใช้สถิติ t-test และการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โปรดักต์โมเมนต์

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามได้ถูกจัดกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม จำนวน 70 คนและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม จำนวน 70 คน รวม 140 คน และข้อมูลส่วนตัวปรากฏผลดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ บริ หาร งาน ประชา สัมพันธ์โรงแรม	70	50.0
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ โรงแรม	70	50.0
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม จำนวนร้อยละ 50 และเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม จำนวนร้อยละ 50 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	7	10.0	17	24.3	24	17.1
เพศหญิง	63	90.0	53	75.7	116	82.9
รวม	70	100.0	70	100.0	140	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยคิดเป็นจำนวนร้อยละ 90 เช่นเดียวกันกับกลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม ที่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นจำนวนร้อยละ 75.7 จะเห็นได้ว่าผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม มีจำนวนเพศชาย เพียงร้อยละ 10 และ 24.3 เท่านั้น

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	21	30.0	48	68.6	69	49.3
30 - 40 ปี	43	61.4	19	27.1	62	44.3
41 - 50 ปี	3	4.3	3	4.3	6	4.3
51 ปีขึ้นไป	2	2.9	-	-	2	1.4
ไม่ตอบ	1	1.4	-	-	1	0.7
รวม	70	100.0	70	100.0	140	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงว่ากลุ่มผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมจำนวนมากที่สุดมีอายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 61.4 และรองลงมามีอายุน้อยกว่า 30 ปี (30%) ส่วนเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม พบว่าจำนวนมากที่สุดมีอายุน้อยกว่า 30 ปี (68.6 %) และอยู่ในช่วง 30-40 ปี (27.1 %) แสดงว่าโดยรวมแล้วกลุ่มผู้บริหารมีอายุสูงกว่ากลุ่มเจ้าหน้าที่

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อนุปริญญา	6	8.6	14	20.0	20	14.3
ปริญญาตรี	50	71.4	52	74.3	102	72.9
ปริญญาโท	12	17.1	3	4.3	15	10.7
ไม่ตอบ	2	2.9	1	1.4	3	2.1
รวม	70	100.0	70	100.0	140	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามในระดับผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี (71.4 %) และรองลงมาสำเร็จระดับปริญญาโท (17.1 %) และเมื่อพิจารณาในกลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม พบว่า ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี (74.3 %) และอนุปริญญา (20.0 %) สรุปได้ว่าพบว่าคุณค่าทั้งสองกลุ่มจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์
จำแนกตามสาขาวิชาเอกที่จบการศึกษา

ระดับการศึกษา	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อนุปริญญา						
เลขานุการ	4	5.7	3	4.3	7	5.0
การบัญชี	1	1.4	1	1.4	2	1.4
การโรงแรมและการท่องเที่ยว	1	1.4	4	5.7 ^C	5	3.6
การตลาด	-	-	2	2.9	2	1.4
นิเทศศิลป์	-	-	4	5.7 ^C	4	2.9
ปริญญาตรี						
การประชาสัมพันธ์หรือโฆษณา	16	22.9 ^A	25	35.7 ^A	41	29.3
ภาษาอังกฤษและฝรั่งเศส	9	12.9 ^B	6	8.6 ^B	15	10.7
บริหารการตลาด	5	7.1 ^C	1	1.4	6	4.3
วิทยาการจัดการ	4	5.7	1	1.4	5	3.6
การโรงแรมและการท่องเที่ยว	3	4.3	3	4.3	6	4.3
ภาษาไทย	3	4.3	1	1.4	4	2.9
รัฐศาสตร์	2	2.9	1	1.4	3	2.1
บริหารธุรกิจ	1	1.4	1	1.4	2	1.4
เศรษฐศาสตร์	1	1.4	1	1.4	2	1.4
สื่อสารมวลชน	1	1.4	6	8.6 ^B	7	5.0
บริหารรัฐกิจ	1	1.4	1	1.4	2	1.4
ภาพยนตร์	1	1.4	2	2.9	3	2.1
สังคมศึกษา	1	1.4	1	1.4	2	1.4
จิตวิทยาธุรกิจ	1	1.4	2	2.9	3	2.1
บริหารทั่วไป	1	1.4	-	-	1	0.7

ตารางที่ 5(ต่อ) จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์
จำแนกตามสาขาวิชาเอกที่จบการศึกษา

ระดับการศึกษา	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาโท						
การโรงแรมและการท่องเที่ยว	2	2.9	-	-	2	1.4
สื่อสารมวลชน	2	2.9	1	1.4	3	2.1
การตลาด	2	2.9	-	-	2	1.4
บริหารธุรกิจ	1	1.4	-	-	1	0.7
รัฐศาสตร์	1	1.4	-	-	1	0.7
Social Work - Administration	1	1.4	-	-	-	-
นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	1	1.4	1	1.4	2	1.4
Information - Technology	1	1.4	1	1.4	2	1.4
ศิลปภาพยนตร์	1	1.4	-	-	1	0.7
ไม่ตอบ	2	2.9	1	1.4	3	2.1
รวม	70	100	70	100	140	100

หมายเหตุ : ^{A B C} หมายถึง อันดับ 1 อันดับ 2 อันดับ 3 ตามลำดับ

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรมจำนวนมากที่สุดจบสาขาการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณา (ร้อยละ 22.9) และรองลงมาได้แก่สาขาภาษาอังกฤษและฝรั่งเศส (ร้อยละ 12.9) และสำหรับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงแรมจำนวนมากที่สุดจบสาขาการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณา (ร้อยละ 35.7) รองลงมาได้แก่ สาขาภาษาอังกฤษและฝรั่งเศส (ร้อยละ 8.6) ซึ่งจะเห็นได้ว่าบุคคลทั้งสองกลุ่มที่ไม่ได้จบตรงสาขาในวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ แต่ได้เข้ามาปฏิบัติงานในด้านนี้มีต่างสาขาวิชาออกไป จำนวนมากที่สุดในระดับปริญญาตรี รองลงมาระดับปริญญาโท และอนุปริญญา ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานด้าน
ประชาสัมพันธ์

ระยะเวลา ที่ปฏิบัติงาน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	4	5.7	15	21.4	19	13.6
1 - 5 ปี	25	35.7	43	61.4	68	48.6
5.1 - 10 ปี	27	38.6	8	11.4	35	25.0
10.1 - 15 ปี	11	15.7	4	5.7	15	10.7
15.1 - 20 ปี	2	2.9	-	-	2	1.4
มากกว่า 20 ปี	1	1.4	-	-	1	0.7
รวม	70	100.0	70	100.0	140	100.0

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่าระยะเวลาที่ปฏิบัติงานของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์มาเป็นเวลา 1 - 10 ปี โดยคิดเป็นจำนวนร้อยละ 74.3 ส่วนกลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรมส่วนใหญ่ปฏิบัติงานเวลาน้อยกว่าผู้บริหาร โดยมากปฏิบัติงานเป็นเวลาไม่เกิน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 82.8

ตารางที่ 7 จำนวน และ ร้อยละ ของผู้บริหารจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่หรือ
ความรับผิดชอบในปัจจุบัน

ตำแหน่ง/ ความรับผิดชอบ	ผู้บริหาร	
	จำนวน	ร้อยละ
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์	12	17.1
ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์	4	5.7
ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์	38	54.3
ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์	10	14.3
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์	3	4.3
อื่น ๆ	3	4.3
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 7 ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูงสุดของแต่ละโรงแรมจะมีตำแหน่งหน้าที่หรือความรับผิดชอบแตกต่างกัน ผลจากการวิจัยพบว่าที่มีมากที่สุดเป็นผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ รองลงมาเป็นผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ และผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ตลอดจนผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 54.3, 17.1 ,14.3 และ 5.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละ ของเจ้าหน้าที่จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่หรือความรับผิดชอบในปัจจุบัน

ตำแหน่ง/ ความรับผิดชอบ	เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อาวุโส	20	28.6
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	43	61.4
Marketing communications	3	4.3
อื่น ๆ	4	5.7
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 8 กลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่ทำการศึกษ พบว่า ที่มีมากที่สุดเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (61.4 %) และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อาวุโส (28.6 %) นอกจากนี้ยังมีตำแหน่งที่แตกต่างจากโรงแรมโดยทั่วไป คือตำแหน่ง Marketing communications (4.3 %) แต่สถานภาพ หน้าที่ ความรับผิดชอบโดยรวมแล้วเหมือนกัน

ตารางที่ 9 จำนวน และ ร้อยละ ของผู้บริหารจำแนกตามระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งปัจจุบัน

ระยะเวลา ที่ดำรงตำแหน่ง	ผู้บริหาร	
	จำนวน	ร้อยละ
1 - 4 ปี	54	77.1
4.1 - 10 ปี	13	18.6
มากกว่า 10 ปี	2	2.9
ไม่ตอบ	1	1.4
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 9 ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งปัจจุบันของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม คือ 1 - 4 ปี (77.1 %) จำนวนรองลงมาดำรงตำแหน่งปัจจุบันมาเป็นเวลา 4.1 - 10 ปี (18.6 %) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวน และ ร้อยละ ของเจ้าหน้าที่จำแนกตามระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งปัจจุบัน

ระยะเวลา ที่ดำรงตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	27	38.6
1 - 3 ปี	30	42.9
3.1 - 6 ปี	7	10.0
มากกว่า 6 ปี	5	7.1
ไม่ตอบ	1	1.4
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 10 สำหรับกลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม จำนวนมากที่สุดดำรงตำแหน่งปัจจุบันมาแล้วเป็นเวลา 1 - 3 ปี (42.9 %) และน้อยกว่า 1 ปี (38.6 %) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวน และ ร้อยละ ของผู้บริหารจำแนกตามประสบการณ์ในการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม

ประสบการณ์ ในการบริหารงาน	ผู้บริหาร	
	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ปี	35	50.0
5.1 - 10 ปี	26	37.1
มากกว่า 10 ปี	9	12.9
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 11 แสดงว่าผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมจำนวนมากที่สุดมีประสบการณ์ในการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมไม่เกิน 5 ปี (50.0 %) และจำนวนรองลงมา มีประสบการณ์ 5.1 - 10 ปี (37.1 %) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวน และ ร้อยละ ของเจ้าหน้าที่จําแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ประชาสัมพันธ์โรงแรม

ประสบการณ์ ในการทำงาน	เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	18	25.7
1 - 3 ปี	27	38.6
3.1 - 6 ปี	17	24.3
มากกว่า 6 ปี	6	8.6
ไม่ตอบ	2	2.9
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 12 สำหรับประสบการณ์ในการทำงานโรงแรมของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จำนวนมากที่สุด คือ 1 - 3 ปี (38.6 %) จำนวนรองลงมาทำงานมาน้อยกว่า 1 ปี (25.7 %) และ 3.1 - 6 ปี (24.3 %) ตามลำดับ แสดงว่าส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานประชาสัมพันธ์โรงแรมมาไม่เกิน 6 ปี

ตารางที่ 13 จำนวน และร้อยละ ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับหลักการ
ประชาสัมพันธ์และประสพการณ์

ความรู้/ ประสพการณ์	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- มีความรู้น้อยและ ประสพการณ์น้อย	4	5.7	15	21.4 ^B	19	13.6
- มีความรู้ปานกลางและ ประสพการณ์ปานกลาง	36	51.4 ^A	40	57.1 ^A	76	54.3
- มีความรู้มากและ ประสพการณ์มาก	15	21.4 ^B	4	5.7	19	13.6
- มีเฉพาะความรู้	1	1.4	-	-	1	0.7
- มีเฉพาะประสพการณ์	1	1.4	2	2.9	3	2.1
- มีความรู้มากแต่มี ประสพการณ์น้อย	7	10.0	2	2.9	9	6.4
- มีความรู้น้อยแต่มี ประสพการณ์มาก	6	8.6	6	8.6	12	8.6
- ไม่ตอบ	-	-	1	1.4	1	0.7
รวม	70	100.0	70	100.0	140	100.0

หมายเหตุ : ^{A B C} หมายถึง อันดับ 1 อันดับ 2 อันดับ 3 ตามลำดับ

จากตารางที่ 13 เมื่อจำแนกความรู้เกี่ยวกับหลักการประชาสัมพันธ์และประสพการณ์ โดยผู้ตอบประเมินตนเองจากแบบสอบถาม พบว่าบุคคลทั้งสองกลุ่ม คือ ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวนมากที่สุด กล่าวว่า “มีความรู้ปานกลางและมีประสพการณ์ปานกลาง” (51.4 % และ 57.1 % ตามลำดับ) ส่วนจำนวนรองลงมาของผู้บริหารกล่าวว่า “มีความรู้มากและประสพการณ์มาก” (21.4 %) ในขณะที่กลุ่มเจ้าหน้าที่กล่าวว่า “มีความรู้น้อยและประสพการณ์น้อย” (21.4 %)

ตารางที่ 14 จำนวน และ ร้อยละ ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

แหล่งข้อมูล ที่ได้รับความรู้	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
-สำเร็จมาจากสถาน ศึกษาโดยตรง	28	40.0	27	38.6	55	39.3
-เคยเรียนเป็นบางวิชาใน สถาบันการศึกษา	19	27.1	18	25.7	37	26.4
-เคยฝึกอบรมและสัมมนา ทางด้านประชาสัมพันธ์	44	62.9	23	32.9	67	47.9
-ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำราด้วยตนเอง	42	60.0	29	41.4	71	50.7
-สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านประชาสัมพันธ์	45	64.3	44	62.9	89	63.6
- อื่น ๆ	16	22.9	16	22.9	32	22.9
จำนวนรวม	70		70		140	

หมายเหตุ : ^{A B C} หมายถึง อันดับ 1 อันดับ 2 อันดับ 3

จากตารางที่ 14 เมื่อจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ส่วนมากได้รับความรู้และประสบการณ์จากแหล่งเดียวกัน คือ “ได้รับความรู้จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านประชาสัมพันธ์” (64.3% และ 62.9% ตามลำดับ) นอกจากนั้นผู้บริหารได้รับความรู้จาก “การฝึกอบรมและสัมมนา” รวมทั้ง “การศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและตำราด้วยตนเอง” (62.9 % และ 60.0 % ตามลำดับ) ในขณะที่กลุ่มเจ้าหน้าที่จำนวนรองลงมากล่าวว่า ได้รับความรู้จาก “การศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำราด้วยตนเอง” (41.4 %)

ตอนที่ 2 ทศนคติเกี่ยวกับสถานภาพ งานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์โรงแรม

ในตอนที่ 2 นี้เป็นคำถามปลายเปิด มีคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม คือ ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 70 คนและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 70 คน ซึ่งพบว่ากลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่มได้ตอบคำถามในแต่ละประเด็นใกล้เคียงกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- (1) องค์ประกอบงานประชาสัมพันธ์โรงแรมตามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย
ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรมจำแนกตามองค์ประกอบงานประชาสัมพันธ์โรงแรม

องค์ประกอบ	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.เป็นงานเกี่ยวกับการสื่อสารและการตลาด	40	57.1 ^A	17	24.3 ^C	57	40.7
2.การเผยแพร่ข่าวสารภายในและภายนอกองค์กร	-	-	39	55.7 ^A	39	27.8
3.การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า	36	51.4 ^B	-	-	36	25.7
4.จัดทำสื่อ สิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขายให้กับห้องอาหาร ห้องพัก และห้องจัดเลี้ยง และเกี่ยวกับงานเขียนประเภทต่าง ๆ	26	37.1 ^C	-	-	26	18.6
5.การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน	20	28.6	26	37.1 ^B	46	32.9
6.การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรมต่อสาธารณชน	-	-	15	21.4	15	10.7
7.การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ โฆษณา	12	17.1	14	19.9	26	18.6
8.เป็นการประชาสัมพันธ์ให้พนักงานเกิดความจงรักภักดีและรักองค์กร	7	9.9	19	27.1	26	18.6
9.การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น งานการกุศล เทศกาลอาหาร เป็นต้น	7	9.9	-	-	7	5.0
10.เป็นงานที่ต้องมีการประเมินผล	3	4.3	11	15.7	14	10.0
รวม	70		70		140	

หมายเหตุ : ^{A B C} หมายถึง อันดับ 1 อันดับ 2 อันดับ 3 ตามลำดับ

จากตารางที่ 15 พบว่าองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์โรงแรมตามความคิดเห็นของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ ที่สำคัญที่สุดได้แก่ งานเกี่ยวกับการสื่อสารและการตลาด (57.1 %) รองลงมาคือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (51.4 %) การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขาย ด้านต่าง ๆ (37.1 %) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน (28.6 %) และอื่นๆ สำหรับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นว่างานประชาสัมพันธ์โรงแรมที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสารภายในและภายนอกองค์กร (55.7 %) รองลงมาคือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน (37.1 %) การประชาสัมพันธ์ให้พนักงานเกิดความจงรักภักดีและรักองค์กร (27.1%) เป็นงานเกี่ยวกับการสื่อสารและการตลาด (24.3 %) และอื่น ๆ

(2) ความปรารถนาให้การประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่และสร้างประโยชน์ให้กับโรงแรม

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์
โรงแรมจำแนกตามความปรารถนาในบทบาทและหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์
โรงแรม

ความปรารถนาในบทบาทและหน้าที่ ของงานประชาสัมพันธ์โรงแรม	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรม และการโฆษณาบริการต่าง ๆ ของโรงแรม ต่อกลุ่มเป้าหมาย	35	49.9 ^A	34	48.6 ^B	69	49.2
2.การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนทั่วไปรู้จักและเข้ามาใช้บริการของโรงแรม	28	39.9 ^B	12	17.1	40	28.5
3.เผยแพร่ข่าวสารและบริการของโรงแรมกับลูกค้า	18	25.7 ^C	53	75.7 ^A	71	50.7
4.เสนอนโยบาย ให้ข้อเสนอแนะ และสร้าง สรรค์กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อโรงแรม	16	22.8	1	1.4	17	12.1
5.สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงแรมกับ องค์กรและสถาบันภายนอก	9	12.9	28	39.9 ^C	37	26.4
6.เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารที่ดี ระหว่างโรงแรม	-	-	9	12.9	9	6.4
7.ให้ความร่วมมือกับชุมชนและช่วยเหลือ สังคมในด้านต่าง ๆ	6	8.6	3	4.3	9	6.4
8.ทำให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดีต่อโรงแรม	2	2.9	16	22.8	18	12.9
รวม	70	100	70	100	140	100

หมายเหตุ : ^A ^B ^C หมายถึง อันดับ 1 อันดับ 2 อันดับ 3 ตามลำดับ

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความปรารถนาให้การประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่และสร้างประโยชน์ให้กับโรงแรมที่มีมากที่สุด ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรมและการโฆษณาบริการต่าง ๆ ของโรงแรมต่อกลุ่มเป้าหมาย (49.9 %) รองลงมา การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนทั่วไปรู้จักและเข้ามาใช้บริการของโรงแรม (39.9 %) การเผยแพร่ข่าวสารและการบริการของโรงแรมกับลูกค้า (25.7%) การเสนอนโยบาย ให้ข้อเสนอแนะ และสร้างสรรค์กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อโรงแรม (22.8%) และอื่น ๆ สำหรับกลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จำนวนมากที่สุด ได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสารและการบริการของโรงแรมกับลูกค้า (75.5%) รองลงมา การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรมและการโฆษณาบริการต่าง ๆ ของโรงแรมต่อกลุ่มเป้าหมาย (48.6 %) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงแรมกับองค์กรและสถาบันภายนอก (39.9 %) และอื่นๆ ตามลำดับ

- (3) องค์ประกอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มุ่งหวังให้โรงแรมส่งเสริมและสนับสนุน

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมจำแนกตามองค์ประกอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มุ่งหวังให้โรงแรมส่งเสริม

องค์ประกอบ	ระดับความคิดเห็น					
	มาก		ปานกลาง		น้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในทุกๆด้าน	38	54.3	5	7.1		
2. งบประมาณในทุกๆด้าน	26	37.2	9	12.7		
3. เครื่องมืออุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ให้ทันสมัย	17	24.3	8	11.4		
4. ความอิสระและการตัดสินใจในการทำงาน	15	21.4	1	1.4		
5. การให้ความร่วมมือ/สามัคคีในการทำงาน	13	18.6	1	1.4		
6. สนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมหรือเทศกาลต่าง ๆ	17	24.3				
7. มีการวางแผน/แนวทางนโยบายที่แน่นอน/การสรุปผลการปฏิบัติงาน	16	22.9				
8. ผู้บริหารควรมีความรู้ความเข้าใจงานประชาสัมพันธ์และควรรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่างๆ	5	7.1	2	2.9		
9. การจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการขาย/การประชาสัมพันธ์ในทุกด้านของโรงแรม	4	5.7	2	2.9		
10. การร่วมมือกันวิเคราะห์หรือแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการทำงานในทุก ๆ ด้าน	4	5.7	1	1.4		
11. อื่น ๆ เช่น มีความยืดหยุ่นในกฎระเบียบ	4	5.7	1	1.4		
รวม	70	100	70	100		

จากตารางที่ 17 พบว่าองค์ประกอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริหารประชาสัมพันธ์มุ่งหวังให้โรงแรมส่งเสริมและสนับสนุน ในระดับมากได้แก่ การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในทุกๆด้าน (54.3 %) งบประมาณในทุกๆด้าน (37.2%)ตลอดจน เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ให้ทันสมัย (24.3 %) และการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมหรือเทศกาลต่างๆ (24.3 %)

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรมจำแนกตามองค์ประกอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มุ่งหวังให้โรงแรมส่งเสริม

องค์ประกอบ	ระดับความคิดเห็น					
	มาก		ปานกลาง		น้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. งบประมาณในด้านต่าง ๆ	12	17.1	3	4.3	1	1.4
2. การประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมกิจกรรมและโครงการต่างๆทั้งภายในและภายนอกเพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดี	8	11.4				
3. ส่งเสริมการอบรมให้ความรู้ด้าน PR/การส่งเสริมการขาย	5	7.1				
4. ความร่วมมือของคนในองค์กร การให้ข่าวสารอื่นๆ มีความรวดเร็ว	5	7.1				
5. มีเครื่องมืออุปกรณ์การสื่อสารที่ทันสมัย เช่น โสตทัศนอุปกรณ์	4	5.7	4	5.7		
6. ให้อิสระในการแสดงความคิดเห็นในการดำเนินงาน/การตัดสินใจ	3	4.3			2	2.9
7. การจัดทำแผนงาน/นโยบายและสรุปผลงานประจำปี	4	5.7	1	1.4		
8. การจัดทำวารสารภายในโรงแรมและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อสื่อมวลชน	7	10.0				
รวม	70	100	70	100		

จากตารางที่ 18 พบว่าองค์ประกอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์มุ่งหวังให้โรงแรมส่งเสริมและสนับสนุน ในระดับมากได้แก่ งบประมาณในด้านต่างๆ (17.1%) และ การประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมกิจกรรมและโครงการต่างๆทั้งภายในและภายนอกเพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดี (11.4 %) ตลอดจน การจัดทำวารสารภายในโรงแรมและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อสื่อมวลชน (10.0 %)

(4) การจัดกิจกรรมพิเศษด้านต่างๆ

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละ ของประเภทกิจกรรมพิเศษที่ได้จัดขึ้นภายในโรงแรมตามที่ระบุ โดยผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม

กิจกรรมพิเศษที่ได้จัดขึ้น	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. จัดเทศกาลอาหารและเครื่องดื่ม	58	82.9 ^A	58	82.9 ^A
2. กิจกรรมการกุศล เช่น บริจาคสิ่งของ เงิน	40	57.1 ^B	26	37.1 ^B
3. จัดนิทรรศการ เช่น นิทรรศการภาพเขียน				
4. สนับสนุนโครงการสาธารณชนต่างๆ เช่น	23	32.9 ^C	14	20.0
โครงการรักความสะอาด โครงการรักสิ่งแวดล้อม	18	25.7	20	28.6 ^C
ช่วยเหลือการศึกษาเด็ก ฯลฯ				
5. จัดงานแสดงและงานปาร์ตี้ เช่น แฟชั่นโชว์ เครื่องประดับ ฯลฯ	16	22.9	11	15.7
6. จัดงานเทศกาลประจำปี เช่น ปีใหม่	13	18.6	15	21.4
ลอยกระทง ฯลฯ				
7. จัดงานครบรอบปีของโรงแรมและการออกรางวัลแก่พนักงานดีเด่น	9	12.9	-	-
8. จัดงานเลี้ยงขอบคุณลูกค้าและสื่อมวลชน	8	11.4	4	5.7
9. จัดงานประกวดต่างๆเช่น ประกวดสุนัขอภพवाद เป็นต้น	-	-	8	11.4
รวม	70	100	70	100

หมายเหตุ : ^{A B C} หมายถึง อันดับ 1 อันดับ 2 อันดับ 3 ตามลำดับ

จากตารางที่ 19 แสดงประเภทกิจกรรมพิเศษที่ได้จัดขึ้นภายในโรงแรม ซึ่งผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ กล่าวว่า มีการจัดเทศกาลอาหารและเครื่องดื่ม (82.9 %) การจัดกิจกรรมการกุศล เช่น บริจาคสิ่งของ เงิน ฯลฯ (57.1 %) การจัดนิทรรศการ เช่น นิทรรศการภาพเขียน (32.9 %) การสนับสนุนโครงการสาธารณต่างๆ เช่น โครงการรักความสะอาด โครงการรักสิ่งแวดล้อม ช่วยเหลือการศึกษาเด็ก ฯลฯ (25.7 %) ส่วนเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นไม่แตกต่างจากผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์เลยโดยส่วนใหญ่ กล่าวว่า มีการจัดเทศกาลอาหารและเครื่องดื่ม (82.9 %) การจัดกิจกรรมการกุศล เช่น บริจาคสิ่งของ เงิน ฯลฯ (37.1 %) การสนับสนุนโครงการสาธารณต่างๆ เช่น โครงการรักความสะอาด โครงการรักสิ่งแวดล้อม ช่วยเหลือการศึกษาเด็ก ฯลฯ (28.6 %)

ตอนที่ 3 ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์โรงแรม
 ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริงด้าน
 นโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผล

นโยบาย /การวางแผน /การดำเนินงาน /การประเมินผล	ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความแตกต่างระหว่าง การปฏิบัติจริงและ ความคาดหวัง	
	ผู้บริหาร		ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		เจ้าหน้าที่		ผู้บริหาร	เจ้าหน้าที่
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	\bar{x}
ด้านนโยบาย	2.85	.90	2.35	.95	2.80	.91	1.98	.98	-0.50	-.84
- การกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน มีลายลักษณ์อักษร	2.96	.60	2.50	.88	2.97	.72	2.17	.92	-.46	-.8
- ฝ่ายบริหารและนักประชาสัมพันธ์ มีการประชุมร่วมกัน เพื่อกำหนดนโยบาย	2.78	.93	2.25	.79	2.70	.85	1.81	.83	-.53	-.89
ด้านการวางแผน	3.15	.80	2.59	.95	3.14	.74	2.43	1.09	-0.56	-.71
- มีการวางแผนประจำปีและ บรรจุกิจกรรมทางการประ ชาสัมพันธ์ไว้ในแผน	3.32	.63	2.77	.73	3.19	.66	2.57	1.01	-.55	-.62
- ฝ่ายบริหารและนักประชาสัมพันธ์ เข้าร่วมในการกำหนด แผนงาน	2.82	.98	2.24	1.09	3.02	.98	2.15	1.04	-.58	-.87
ด้านการดำเนินงาน	2.99	.86	2.62	.86	3.04	.86	2.65	.65	-.37	-.39
- มีการปฏิบัติงานตามแผน ประชาสัมพันธ์	3.19	.63	2.39	.88	3.15	.60	2.49	.82	-.80	-.66
- มีการประชุมร่วมกับฝ่าย บริหารเพื่อรายงานผลตลอด ระยะเวลาการดำเนินงาน	2.85	.76	2.97	.792	2.89	.68	2.97	.84	-.12	-.08
ด้านการประเมินผล	2.94	.89	2.51	.70	3.03	.79	2.56	.67	-.43	-.47
- มีการประเมินผลทุกครั้งในงาน ประชาสัมพันธ์	3.15	.78	2.58	.98	3.13	.74	2.47	.13	-.57	-.66
- ฝ่ายบริหารและนักประชาสัมพันธ์ ร่วมกันประเมินผล	2.91	.57	2.49	.64	3.01	.51	2.57	.51	-.42	-.44
รวม	3.00	.51	2.56	.56	2.97	.49	2.40	.58	-.44	-.57

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความคาดหวังด้านนโยบาย ด้านการวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผล ในระดับ “มาก” แต่ในการปฏิบัติจริงพบว่าด้านนโยบายมีการปฏิบัติอยู่ในระดับ “ปานกลาง” ส่วนในด้านอื่นๆ มีการปฏิบัติอยู่ในระดับ “มาก” เมื่อพิจารณากลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความคาดหวังทุกด้านในระดับ “มาก” แต่การปฏิบัติจริง ด้านนโยบาย และด้านการวางแผน มีการปฏิบัติในระดับ “ปานกลาง” ส่วนด้านการดำเนินงาน และการประเมินผล มีการปฏิบัติในระดับ “มาก”

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริงด้าน
การจัดการงานประชาสัมพันธ์โรงแรม

การจัดการงานประชาสัมพันธ์โรงแรม	ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความแตกต่างระหว่าง การปฏิบัติจริงและความ คาดหวัง	
	ผู้บริหาร		ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		เจ้าหน้าที่		ผู้บริหาร	เจ้าหน้าที่
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	\bar{x}
ด้านบุคลากรของงานประชาสัมพันธ์	3.29	.81	2.52	.64	3.33	.51	2.28	.65	-0.77	-1.05
- บุคลากรได้รับการคัดเลือก แต่งตั้งจากฝ่ายบริหาร	3.58	.54	3.42	.67	3.54	.54	3.34	.73	-.16	-.20
- การพิจารณาบุคลากรทางด้านประชาสัมพันธ์ได้รับการคัดเลือกอย่างเหมาะสม	3.43	.72	2.94	.70	3.63	.61	2.95	.84	-.49	-.68
- นักประชาสัมพันธ์โรงแรมมีอำนาจในการดำเนินงานอย่างอิสระ	3.38	.81	2.71	.89	3.48	.65	2.39	1.05	-.67	-1.09
- มีการสนับสนุนบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์โดยการส่งไปฝึกอบรม	2.95	1.06	1.78	1.04	3.05	.91	1.26	.94	-1.17	-1.79
ด้านงบประมาณ	3.25	.85	2.36	.83	3.20	.77	2.26	.94	-0.89	-0.94
- มีการจัดตั้งงบประมาณประจำปีในการดำเนินงาน	3.47	.77	2.63	1.17	3.44	.65	2.61	1.22	-.84	-.83
- มีการจัดตั้งงบประมาณไว้อย่างเพียงพอในการดำเนินงาน	3.10	.94	1.94	1.06	3.17	.75	2.07	1.01	-.16	-1.1
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถตั้งงบประมาณเบิกจ่ายกรณีพิเศษได้	3.18	.83	2.42	.96	3.31	.72	2.54	1.10	-.76	-.77
ด้านวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	3.17	.95	2.39	.80	3.32	.50	2.48	.61	-0.78	-0.84
- สำนักงานตั้งอยู่ในที่ที่เหมาะสม สวยงาม	2.92	.62	2.49	.62	3.11	.62	2.47	.67	-.43	-.64

ตารางที่ 21(ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง
ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์

ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์	ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความแตกต่างระหว่าง การปฏิบัติจริงและความ คาดหวัง	
	ผู้บริหาร		ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		เจ้าหน้าที่		ผู้บริหาร	เจ้าหน้าที่
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	\bar{x}
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์มีวัสดุอุปกรณ์ครบครัน	3.28	.81	2.36	.67	3.46	.54	2.44	.73	-0.92	-1.02
ด้านการผลิตและเผยแพร่ผลงาน	3.22	.56	2.81	.60	3.17	.49	2.43	.59	-0.61	-0.74
- มีบริการติดต่อสอบถามข้อมูลต่างๆ	3.39	.81	2.62	.72	3.52	.65	2.61	.97	-0.77	-0.91
- มีการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การบริการของโรงแรม เช่น เทปบันทึกเสียง ,สไลด์,วีดิทัศน์,จดหมายเวียน,การจัดทำวารสารภายในและภายนอก, การจัดทำแผ่นพับ ,โปสเตอร์, โปรซ์ัวร์ ฯลฯ	3.23	.58	2.61	.66	3.15	.54	2.44	.62	-0.62	.71
- การจัดทำรายงานประจำปี	3.00	1.08	2.27	1.32	2.96	.94	2.02	1.46	-0.73	-0.94
- การจัดทำหนังสือฉบับพิเศษในสื่อสิ่งพิมพ์	2.78	.98	1.27	1.24	2.78	.98	1.44	1.36	-1.51	-1.34
- การจัดทำแฟ้มคู่มือ ข่าวสารประวัติของโรงแรม	3.41	.76	2.73	1.19	3.38	.57	2.61	1.12	-0.68	-0.77
ด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์	3.38	.50	2.82	.55	3.44	.44	2.92	.65	-0.56	-0.52
- การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์	3.82	.44	3.62	.82	3.75	.48	3.44	1.00	-0.20	-0.31
- การจัดให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชน	3.49	.74	2.88	1.06	3.33	.75	2.63	1.16	-0.61	-0.70
- การจัดงานแถลงข่าว	2.86	.03	2.07	1.03	2.89	.83	2.01	1.03	-0.79	-0.88
- การเชิญสื่อมวลชนเข้าเยี่ยมชมกิจการ	3.28	.69	2.86	.63	3.40	.56	2.87	.86	-0.42	-0.53

ตารางที่ 21(ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง
ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์

ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์	ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความแตกต่างระหว่าง การปฏิบัติจริงและความ คาดหวัง	
	ผู้บริหาร		ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		เจ้าหน้าที่		ผู้บริหาร	เจ้าหน้าที่
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	\bar{x}
- การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ สื่อมวลชน เช่น การออกเขียน เขียน การจัดให้มีการรับ ประทานอาหารร่วมกันและการ อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชน	3.50	.46	2.81	.56	3.55	.46	3.06	.67	-.69	-.49
ด้านการเขียน	3.48	.55	2.98	.58	3.40	.59	2.78	.72	-.48	-.62
- การเขียนข่าว บทความ ข้อความโฆษณา ฯลฯ และการ ตรวจสอบตกแต่งต้นฉบับ	3.47	.60	3.03	.65	3.48	.64	3.11	.79	-.44	.37
- การแปลข่าว บทความ จาก ภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ	3.37	.70	2.73	.97	3.35	.98	2.83	1.28	-.64	-.52
ด้านการถ่ายภาพ	3.71	.54	3.38	.66	3.75	.48	3.56	.81	-.33	-.19
- การถ่ายภาพข่าวประชาสัมพันธ์	3.71	.54	3.38	.66	3.75	.48	3.56	.81	-.33	-.19
ด้านการตัดข่าว	3.62	.54	3.23	.75	3.71	.42	3.40	.72	-.39	-.31
- การตรวจตัดข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Clipping)	3.56	.61	3.23	.98	3.79	.46	3.41	1.02	-.33	-.38
- การรวบรวมข้อมูลด้านการ ประชาสัมพันธ์	3.65	.52	3.00	.89	3.69	.51	3.22	.88	-.65	-.47
ด้านการปาฐกถา	2.94	.74	2.25	.85	2.98	.64	2.23	.95	-.69	-.75
- การกล่าวสุนทรพจน์ การเป็น โฆษกในงานต่างๆ	3.14	.84	2.54	.92	3.12	.82	2.56	1.23	-.60	-.56

ตารางที่ 21(ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง
ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์

ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์	ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความแตกต่างระหว่าง การปฏิบัติจริงและความ คาดหวัง	
	ผู้บริหาร		ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		เจ้าหน้าที่		ผู้บริหาร	เจ้าหน้าที่
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	\bar{x}
- การรับเชิญเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษแก่สถาบันต่างๆ	2.84	.82	1.97	1.02	2.92	.74	1.97	1.06	- .87	- .95
ด้านการส่งเสริมเผยแพร่	3.08	.63	2.93	.67	3.17	.51	2.45	.62	- .15	- .72
- การจัดเทศกาลอาหารและเครื่องดื่ม	3.18	.69	2.48	.67	3.22	.68	2.55	.82	- .70	- .67
- การจัดรายการพิเศษด้าน ห้องพัก ห้องจัดเลี้ยง ห้องอาหาร เช่น การให้ส่วนลด แลก แจกแถม เป็นต้น	3.18	.66	2.69	.87	3.27	.82	2.83	.93	- .49	.44
- การจัดการแสดง เช่น ดนตรี แพนชั่น โชว์ ฯลฯ	2.96	.98	2.08	1.17	3.06	.86	2.29	1.27	- .88	- .77
- การจัดงานเลี้ยงฉลองประจำปี เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ คริสมาสต์ ฯลฯ	3.35	.60	2.92	.88	3.48	.71	3.15	.96	- .43	- .33
- การจัดนิทรรศการด้านวิชาการ ศิลปะต่างๆ	2.72	1.03	1.61	1.09	2.84	.74	1.79	1.08	- 1.11	- 1.05
- การจัดงานด้านสาธารณกุศล และโครงการณรงค์สังคมต่างๆ	3.10	.70	2.38	.80	3.18	.55	2.45	.76	- .72	- .73
ด้านลูกค้าสัมพันธ์	3.23	.58	2.82	.67	3.34	.48	2.90	.63	- .41	- .44
- การให้การต้อนรับลูกค้าที่มาเยี่ยมชม เข้าพัก หรือร่วมงานต่างๆของโรงแรม	3.51	.65	3.21	.89	3.71	.50	3.49	.71	- .30	- .22

ตารางที่ 21(ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง
ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์

ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์	ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความแตกต่างระหว่าง การปฏิบัติจริงและความ คาดหวัง	
	ผู้บริหาร		ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		เจ้าหน้าที่		ผู้บริหาร	เจ้าหน้าที่
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	\bar{x}
- การเชื่อเชิญบุคคลสำคัญใน สาขาต่างๆเป็นประธานหรือ ร่วมกิจกรรมในงานของโรง แรม	3.41	.61	3.04	1.03	3.56	.68	3.05	1.12	-0.37	-0.51
- การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ ลูกค้า	3.63	.64	3.12	.76	3.79	.41	3.41	.63	-0.51	-0.38
- การจัดเก็บข้อมูล รายชื่อของ ลูกค้าอย่างเป็นระบบ โดย สามารถเรียกใช้ได้ทุกเวลา	3.26	.72	2.61	.75	3.18	.73	2.48	.82	-0.65	-0.70
ด้านการโฆษณาโรงแรม	2.91	.98	2.09	.92	3.10	.20	2.23	1.00	-0.82	-0.87
- การจัดทำแผนโฆษณาในสื่อ ต่างๆ	3.37	.91	2.52	1.16	3.35	.76	2.63	1.30	-0.85	-0.72
- การติดต่อซื้อและรวบรวมค่า เนื้อที่/เวลาในสื่อต่างๆ	3.04	.98	2.06	1.23	3.17	.78	2.56	1.23	-0.98	-0.61
- การจัดทำโฆษณาวิทยุ เพื่อ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารบริการ ของโรงแรม	3.00	1.10	1.88	1.37	3.15	.90	2.07	1.44	-1.12	-1.08
- การจัดทำโฆษณาโทรทัศน์ เพื่อ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารบริการ ของโรงแรม	2.53	1.29	1.10	1.18	2.58	1.16	1.05	1.28	-1.43	-1.53
- การจัดทำโฆษณาหนังสือพิมพ์ และนิตยสารเพื่อประชา สัมพันธ์ข่าวสารบริการของโรง แรม	3.27	.91	2.27	1.07	3.29	.68	2.66	1.13	-1.00	-0.63

ตารางที่ 23(ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง
ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์

ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์	ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความแตกต่างระหว่าง การปฏิบัติจริงและความ คาดหวัง	
	ผู้บริหาร		ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่		เจ้าหน้าที่		ผู้บริหาร	เจ้าหน้าที่
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	\bar{x}
ด้านกรว่าจ้างบริษัทโฆษณา	2.56	1.28	1.51	1.15	2.62	1.04	1.73	1.22	-1.05	-0.89
- การติดต่อว่าจ้างบริษัทโฆษณา	2.67	1.20	1.50	1.26	2.44	1.25	1.54	1.38	-1.17	-0.90
- การคัดเลือกบริษัทโฆษณา	2.76	1.18	1.60	1.35	2.71	1.15	1.73	1.30	-1.16	-0.98
- การประสานงานกับบริษัท โฆษณา	2.73	1.20	1.48	1.35	2.75	1.06	1.80	1.33	-1.25	-0.95
ด้านการติดต่อประสานงาน	2.70	1.1	2.38	1.14	3.71	.98	2.20	1.11	-0.32	-1.51
- การขอความสนับสนุนหรือ อนุเคราะห์จากหน่วยงานต่างๆ	2.86	1.02	2.23	1.21	2.63	1.12	2.10	1.37	-0.63	-0.53
- การประสานงานในการประชาสัมพันธ์ร่วมกับส่วนราชการ และหน่วยงานเอกชนต่างๆ	3.06	.85	2.40	1.24	3.04	.80	2.20	1.19	-0.66	-0.84
ด้านการร่วมเป็นผู้อุปถัมภ์	3.18	.78	2.85	1.07	3.06	.78	2.51	1.16	-0.33	-0.55
- การเป็นผู้อุปถัมภ์สนับสนุน โดยการมอบบัตรรางวัลเพื่อรับ ประทานอาหารหรือห้องพักให้ กับสื่อต่างๆ อาทิ วิทยุ โทร ทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตย สารต่าง	3.18	.78	2.85	1.07	3.06	.78	2.51	1.16	-0.33	-0.55
ด้านการให้คำปรึกษาแก่ผู้บริหาร	3.18	.73	2.63	1.21	3.23	.86	2.68	1.15	-0.55	-0.55
- การให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร ในด้านการจัดการและดำเนิน งานทางการประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม	3.18	.73	2.63	1.21	3.23	.86	2.68	1.15	-0.55	-0.55

ตารางที่ 21(ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง
ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์

ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์	ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความคาดหวัง		การปฏิบัติจริง		ความแตกต่างระหว่าง การปฏิบัติจริงและความ คาดหวัง	
	ผู้บริหาร \bar{x}	S.D.	ผู้บริหาร \bar{x}	S.D.	เจ้าหน้าที่ \bar{x}	S.D.	เจ้าหน้าที่ \bar{x}	S.D.	ผู้บริหาร \bar{x}	เจ้าหน้าที่ \bar{x}
ด้านการเป็นตัวแทนของโรงแรม	3.20	.87	3.10	.81	3.10	1.11	2.63	1.50	- .10	- .47
- การออกงานสังคมต่างๆ ใน ฐานะเป็นตัวแทนของโรงแรม และฝ่ายบริหารโรงแรม	3.20	.87	3.10	.81	3.10	1.11	2.63	1.50	- .10	- .47
รวม	3.22	.45	2.56	.52	3.24	.41	2.55	.49	- .66	- .74

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความคาดหวังเกี่ยวกับการจัดการงานประชาสัมพันธ์เกือบทุกด้านในระดับ “มาก” ยกเว้น ด้านการถ่ายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ และการตรวจตัดข่าวประชาสัมพันธ์ ที่มีความคาดหวังในระดับ “มากที่สุด” ส่วนการปฏิบัติจริงผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีการปฏิบัติจริงเกือบทุกด้านในระดับ “มาก” ยกเว้นด้าน งบประมาณ อุปกรณ์สำนักงาน ปาฐกถา การโฆษณาโรงแรม การว่าจ้างบริษัทโฆษณา การติดต่อประสานงาน ที่มีการปฏิบัติจริงในระดับ “ปานกลาง” ส่วน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์พบว่ามีความคาดหวังทุกด้านไม่แตกต่างจากผู้บริหาร ในขณะที่มีการปฏิบัติจริงด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ การเขียน การตัดข่าว ด้านลูกค้าสัมพันธ์ การร่วมเป็นผู้อุปถัมภ์ การให้การศึกษาแก่ผู้บริหาร และการเป็นตัวแทนของโรงแรม ในระดับ “มาก” และด้านการถ่ายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ในระดับ “มากที่สุด” นอกจากนี้มีการปฏิบัติในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง ด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

ตัวแปร	N	\bar{x}	S.D.	t
ความคาดหวัง	62	3.00	.514	6.46
การปฏิบัติจริง	62	2.56	.578	

*P < 0.05

จากตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง และการปฏิบัติจริง รวมทุกด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังโดยรวมสูงกว่าการปฏิบัติจริง

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง ด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

ตัวแปร	N	\bar{x}	S.D.	t
ความคาดหวัง	63	2.97	.492	7.41
การปฏิบัติจริง	63	2.40	.588	

*P < 0.05

จากตารางที่ 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง และการปฏิบัติจริง รวมทุกด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังโดยรวมสูงกว่าการปฏิบัติจริง

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง ด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

ตัวแปร	N	\bar{x}	S.D.	t
ความคาดหวัง	125	2.99	.501	9.80
การปฏิบัติจริง	125	2.48	.587	

*P < 0.05

จากตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง และการปฏิบัติจริง รวมทุกด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังโดยรวมสูงกว่าการปฏิบัติจริง

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง เกี่ยวกับการจัดการงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

ตัวแปร	N	\bar{x}	S.D.	t
ความคาดหวัง	55	3.22	.452	10.12
การปฏิบัติจริง	55	2.56	.517	

*P < 0.05

จากตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง และการปฏิบัติจริง ด้านการจัดการงานประชาสัมพันธ์โรงแรมของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังโดยรวมสูงกว่าการปฏิบัติจริง

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง เกี่ยวกับการจัดการงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ของโรงแรม

ตัวแปร	N	\bar{x}	S.D.	t
ความคาดหวัง	59	3.24	.409	12.81
การปฏิบัติจริง	59	2.55	.490	

*P < 0.05

จากตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง และการปฏิบัติจริง ด้าน การจัดการงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัย สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังโดยรวมสูงกว่าการ ปฏิบัติจริง

ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง เกี่ยวกับการจัดการงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ฝ่าย ประชาสัมพันธ์ ของโรงแรม

ตัวแปร	N	\bar{x}	S.D.	t
ความคาดหวัง	114	3.23	.429	16.14
การปฏิบัติจริง	114	2.55	.501	

*P < 0.05

จากตารางที่ 27 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง และการปฏิบัติจริง ด้าน การจัดการงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม พบว่า มีความแตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความ คาดหวังโดยรวมสูงกว่าการปฏิบัติจริง

ตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงแรมโดยรวมทุกด้าน ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

ตัวแปร	N	\bar{x}	S.D.	t
ความคาดหวัง	51	3.19	.446	9.52
การปฏิบัติจริง	51	2.56	.506	

*P < 0.05

จากตารางที่ 28 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง และการปฏิบัติจริงโดยรวมทุกด้านของงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังโดยรวมทุกด้านสูงกว่าการปฏิบัติจริง

ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงแรมโดยรวมทุกด้าน ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

ตัวแปร	N	\bar{x}	S.D.	t
ความคาดหวัง	52	3.18	.391	11.53
การปฏิบัติจริง	52	2.50	.501	

*P < 0.05

จากตารางที่ 29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง และการปฏิบัติจริง โดยรวมทุกด้านของงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังโดยรวมทุกด้านสูงกว่าการปฏิบัติจริง

ตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงแรมโดยรวมทุกด้าน ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

ตัวแปร	N	\bar{x}	S.D.	t
ความคาดหวัง	103	3.18	.417	14.84
การปฏิบัติจริง	103	2.53	.502	

*P < 0.05

จากตารางที่ 30 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง และการปฏิบัติจริงโดยรวมทุกด้านของงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม มีความคาดหวังโดยรวมทุกด้านสูงกว่าการปฏิบัติจริง

ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของ
ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

งานประชาสัมพันธ์	ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการปฏิบัติจริง		
	ผู้บริหาร (r)	เจ้าหน้าที่ (r)	รวม (r)
-ด้านการกำหนดนโยบาย	.57	.24	.30
-ด้านการวางแผน	.39	.37	.39
-ด้านการดำเนินงาน	.52	.52	.52
-ด้านการประเมินผล	.63	.47	.55
-รวมด้านการกำหนดนโยบาย ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน และด้านการประเมินผล	.53	.37	.45
-ด้านการจัดการ	.54	.51	.58
รวมทุกด้าน	.52	.46	.49

จากตารางที่ 31 พบว่าความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับปานกลางเกือบทุกด้านยกเว้นด้านการวางแผนที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับต่ำและด้านการประเมินผลที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับสูง และเมื่อพิจารณาโดยรวมก็พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน สำหรับในกลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงด้านการกำหนดนโยบาย ด้านการวางแผน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับต่ำ ส่วนด้านการดำเนินงาน ด้านการประเมินผล และด้านการจัดการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับปานกลาง และโดยรวมทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน สามารถสรุปได้ว่า โดยรวมด้านการกำหนดนโยบาย ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน และด้านการประเมินผล ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์นั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับต่ำ ส่วนด้านการจัดการ พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในระดับปานกลางทั้งกลุ่มผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และกลุ่มเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และโดยรวมทุกๆด้านก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกกันในระดับ ปานกลาง เช่นกันทั้งสองกลุ่ม

ตารางที่ 32 จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ
สำนักงาน ที่มีใช้ในการปฏิบัติงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

วัสดุ อุปกรณ์	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
-เครื่องพิมพ์ดีด	65	92.9
-เครื่อง โรเนียว	41	58.6
-เครื่องพิมพ์	36	51.4
-เครื่องถ่ายเอกสาร	55	78.6
-กล้องถ่ายรูป	69	98.6
-ห้องมืดในการล้าง อัดภาพนิ่ง	8	11.4
-เครื่องฉายภาพข้ามศรีษะ	30	42.9
-เครื่องฉายสไลด์	44	62.9
-กล้องถ่ายวิดีโอทัศน	44	41.4
-เครื่องวิดีโอทัศน	34	48.6
-กล้องถ่ายภาพยนตร์	6	8.6
-เครื่องรับวิทยุ	49	69.9
-เครื่องเล่นเทป	53	75.7
-เครื่องเล่นซีดี (CD)	30	42.8
-เครื่องขยายเสียง	38	54.3
-ลำโพง	41	58.6
-ไมโครโฟน	40	57.1
-เครื่องรับโทรทัศน์	42	59.9
-โทรทัศน์วงจรปิด	26	37.1
-ป้ายนิเทศ	42	59.9
-อุปกรณ์การเขียนป้ายโฆษณา / ป้ายประกาศ	46	65.7
-วิทยุสื่อสาร	33	47.1
-เครื่องโทรศัพท์ภายใน	68	97.1
-เครื่องโทรศัพท์มือถือ	31	44.3

ตารางที่ 32(ต่อ) จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ
สำนักงาน ที่มีใช้ในการปฏิบัติงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงแรม

วัสดุ อุปกรณ์	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
-เครื่องโทรสาร (FAX)	53	75.7
-เครื่องคอมพิวเตอร์ (PC)	66	94.3
-เครื่องคอมพิวเตอร์ (MACINTOSH)	25	35.7
-โน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์ (NOTEBOOK COMPUTER)	12	17.1
-วีดีโอข่าวหรือ VIDEO NEWS RELEASE (VNR)	16	22.9
-เครื่องมัลติมีเดีย(INFORMATION KIOSK) สำหรับการให้ข้อมูลทาง การประชาสัมพันธ์	11	15.7
-เครื่องอ่านและเขียน CD (CD- ROM)	19	27.1
-ระบบอินเทอร์เน็ต(INTERNET)	32	45.7
-อื่น ๆ	2	2.85

จากตารางที่ 32 แสดงว่าอุปกรณ์ หรือ เครื่องมือสำนักงานที่ใช้ในการปฏิบัติงาน
ของโรงแรมส่วนมาก ได้แก่ กล้องถ่ายรูป (98.6 %) รองลงมา คือ เครื่องโทรศัพท์ภายใน (97.1 %)
เครื่องคอมพิวเตอร์ (94.3 %) และเครื่องพิมพ์ดีด (92.9 %) ตลอดจนเครื่องถ่ายเอกสาร (78.6 %)
ตามลำดับ

ส่วนอุปกรณ์เครื่องใช้ที่โรงแรมส่วนใหญ่ยังขาดแคลนในฝ่ายประชาสัมพันธ์ คือ
กล้องถ่ายภาพยนตร์ ห้องมืดในการล้าง อดภาพนิ่ง เครื่องมัลติมีเดีย โน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์ และวี-
ดีโอข่าวหรือ VIDEO NEWS RELEASE (VNR) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุนในงานประชาสัมพันธ์ของ
ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

1. ด้านนโยบายและการวางแผน

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ควรมีนโยบายหลักเป็นรูปเป็นร่างชัดเจน	10	14.3	-	-
2. ฝ่ายประชาสัมพันธ์และฝ่ายบริหารควรเข้าประชุมร่วมกัน	7	10.0	-	-
3. ควรมีการวางแผนระยะยาวล่วงหน้าประจำปี	7	10.0	38	54.3
4. ควรมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ในทุก 6 เดือน	4	5.7	6	8.6
5. นโยบายและการวางแผนต้องสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน	5	7.1	-	-
รวม	70	100	70	100

2. ด้านการประเมินและติดตามผล

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรมีการประเมินและติดตามผลเป็นช่วง ๆ จากแบบสอบถาม, การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์	14	20.0	15	21.4
2. เห็นด้วยกับการประเมินผลเพราะจะได้นำมาปรับปรุงงานให้มีคุณภาพ	8	11.4	16	22.9
3. ควรพิจารณาเป็นจากข่าวที่ได้รับ การตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์และสื่อต่างๆ	7	10.0	12	17.1
4. ควรประเมินผลงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้	3	4.3	5	7.1
รวม	70	100	70	100

3. ด้านบุคลากรทางการประชาสัมพันธ์

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรมีบุคลากรให้เพียงพอกับเนื้องานที่ทำ	14	20.0	12	17.1
2. บุคลากรควรมีทัศนคติที่ดีต่องานประชาสัมพันธ์และมีความรู้ความเข้าใจอย่างเพียงพอในงานด้านประชาสัมพันธ์	9	12.9	13	18.6
3. บุคลากรต้องมีความรู้พื้นฐานดีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ	6	8.6	8	11.4
4. บุคลากรต้องมีความคล่องตัว มีไหวพริบในการแก้ปัญหา	1	1.4	20	28.6
รวม	70	100	70	100

4. ด้านงบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรจัดงบประมาณให้เพียงพอ	30	42.9	13	18.6
2. ควรจัดงบประมาณประจำปี	5	7.1	27	38.6
3. ควรมีงบประมาณในการใช้สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์	2	2.9	5	7.1
รวม	70	100	70	100

5. ด้านวัสดุอุปกรณ์สำนักงานสำหรับฝ่ายประชาสัมพันธ์

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรมีอุปกรณ์ที่พร้อมเพียงในการปฏิบัติกร	22	31.4	38	54.3
2. ควรมีวัสดุอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยอยู่เสมอ	21	30.0	21	30.0
รวม	70	100	70	100

6. ด้านกิจกรรมพิเศษทางประชาสัมพันธ์

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้บริหารควรให้การสนับสนุนและเล็งเห็นความสำคัญ	12	17.1	-	-
2. ควรมีการจัดงานเพื่อการกุศลหรืองานเลี้ยงสื่อมวลชน	10	14.3	8	11.4
3. ควรมีกิจกรรมที่สร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง	7	10.0	-	-
4. ควรมีการวางแผนกิจกรรมไว้ล่วงหน้า	3	4.3	28	40.0
รวม	70	100	70	100

7. ด้านการใช้สื่อและผลิตสื่อ

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรใช้สื่อให้ตรงจุดและกลุ่มเป้าหมาย	13	18.6	20	28.6
2. ควรจัดสรรงบประมาณในด้านการใช้และผลิตสื่อ	7	10.0	25	35.7
3. ควรใช้สื่อที่ทันสมัย	4	5.7	7	10.0
รวม	70	100	70	100

8. ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและสื่อมวลชน

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ต้องมีความจริงใจ ให้ความเป็นกันเอง ให้ความช่วยเหลือ มีความอ่อนโยน และยิ้มแย้มแจ่มใส	25	35.7	10	14.3
2. ติดต่อยิ้มเยยนลูกค้า และสื่อมวลชนสม่ำเสมอ	9	12.9	34	48.6
รวม	70	100	70	100

9. ด้านปัจจัยการให้ความสำคัญที่ส่งเสริมในงานประชาสัมพันธ์

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้บริหารควรให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์	14	20.0	11	15.7
2. ควรมีงบประมาณที่เพียงพอ	8	11.0	14	20.0
3. มีอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ทันสมัย	4	5.7	-	-
4. ความร่วมมือที่ดีจากฝ่ายต่างๆ	7	10.0	-	-
รวม	70	100	70	100

10. ด้านปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุน	ผู้บริหาร		เจ้าหน้าที่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. งบประมาณน้อยเกินไป	10	14.3	6	8.6
2. ฝ่ายบริหารไม่ยอมรับฟังความคิดเห็น และไม่เข้าใจในงานประชาสัมพันธ์	5	7.1	23	32.9
3. จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอ	6	8.6	6	8.6
4. การสื่อสารภายในล่าช้า	4	5.7	7	10.0
รวม	70	100	70	100