

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะเสนอนี้ เป็นผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ และวิธีการซึ่งได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 2 ในที่นี้จะเสนอข้อมูลตามลำดับพร้อมทั้งแปลความหมายประกอบดังนี้

1. เกี่ยวกับข้อสนเทศและลักษณะทั่วไปของประชากร เช่น สถานภาพการทำงาน ตำแหน่ง อายุ คุณวุฒิ และประสบการณ์ในการทำงาน

2. เกี่ยวกับข้อสนเทศและสถานภาพทั่วไปขององค์การ คำนวณนโยบาย งบประมาณ การวางแผนงาน การเลือกใช้สื่อ วิธีการใช้สื่อแต่ละชนิด ความถี่ในการใช้ และการติดตามประเมินผลในการประชาสัมพันธ์

3. การจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร
ผู้ตอบแบบสอบถาม คือหัวหน้าหน่วยประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพฯ เฉพาะสำนักงานใหญ่ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 30 แห่ง ได้รับคืนมา 24 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 80 ของจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีวุฒิต่างกันดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 วุฒิทางการประชาสัมพันธ์ของหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร

| วุฒิที่ได้รับ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|------------------------------|-------|---------------|
| มีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์ | 7 | 26.70 |
| ไม่มีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์ | 12 | 50.00 |
| การบัญชี | 1 | 5.30 |
| บริหารธุรกิจ | 3 | 12.70 |
| เศรษฐศาสตร์ | 1 | 5.30 |
| รวม | 24 | 100.00 |

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ร้อยละ 50 ไม่มีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 26.70 มีวุฒิทางการประชาสัมพันธ์ร้อยละ 12.70 มีวุฒิทางบริหารธุรกิจ ร้อยละ 5.30 มีวุฒิทางการบัญชี และร้อยละ 5.30 มีวุฒิทางเศรษฐศาสตร์

ตารางที่ 2 ความรู้และประสบการณ์ในการใช้สื่อดัดแปลงเพื่อการประชาสัมพันธ์

| ความรู้และประสบการณ์ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|------------------------------------|-------|---------------|
| เคยได้รับการศึกษาจากสถาบันการศึกษา | 9 | 37.50 |
| เคยได้รับการอบรมเป็นครั้งคราว | 4 | 16.67 |
| มีความสนใจศึกษาจากตำรา เอกสาร | 4 | 16.67 |
| ไม่มีความรู้เลย | 3 | 12.50 |
| มีประสบการณ์จากการทำงาน | 4 | 16.67 |

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า หัวหน้าหน่วยประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์ เคยได้รับการศึกษาทางการประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 37.50 เคยได้รับการอบรมเป็นครั้งคราวคิดเป็นร้อยละ 16.67 มีความสนใจศึกษาค้นคว้าเองคิดเป็นร้อยละ 16.67 มีประสบการณ์จากการทำงานคิดเป็นร้อยละ 16.67 ไม่มีความรู้เลยคิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์

| ลักษณะงาน | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|---------------------------------------|-------|---------------|
| ธนาคารจัดทำเอง | 15 | 62.50 |
| มอบหมายให้บริษัทโฆษณาจัดทำ | 4 | 16.67 |
| จัดทำเองและมอบหมายให้บริษัทโฆษณาจัดทำ | 5 | 20.83 |

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์

ในรูปธนาคารพาณิชย์ดำเนินการเองคิดเป็นร้อยละ 62.50 จักทำเองและมอบหมายให้บริษัท
 โฆษณาจักทำเป็นครั้งคราวคิดเป็นร้อยละ 20.83 มอบหมายให้บริษัทโฆษณাজักทำคิดเป็น
 ร้อยละ 16.67

ตารางที่ 4 การกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

| นโยบายงานประชาสัมพันธ์กำหนดโดย | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|---|-------|---------------|
| ฝ่ายบริหารระดับสูงของธนาคาร | 17 | 70.83 |
| เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบทางการประชาสัมพันธ์ | 1 | 4.17 |
| คณะกรรมการด้านประชาสัมพันธ์ของธนาคาร | 3 | 12.50 |
| บริษัทโฆษณาวางแผนล่วงหน้าส่งให้ธนาคารรับรอง | 3 | 12.50 |

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า การกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์กำหนดโดย
 ฝ่ายบริหารระดับสูงคิดเป็นร้อยละ 70.83 คณะกรรมการด้านการประชาสัมพันธ์ของธนาคาร
 คิดเป็นร้อยละ 12.50 บริษัทโฆษณาวางแผนโฆษณาล่วงหน้าแล้วส่งให้ธนาคารรับรองคิดเป็น
 ร้อยละ 12.50 เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบทางด้านประชาสัมพันธ์กำหนดเองคิดเป็นร้อยละ 4.17

ตารางที่ 5 การจัดสรรเงินงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์

| งบประมาณ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|---------------------------|-------|---------------|
| ต่ำกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ | 11 | 45.83 |
| ประมาณ 1 - 5 เปอร์เซ็นต์ | 3 | 12.50 |
| ประมาณ 5 - 10 เปอร์เซ็นต์ | 1 | 4.17 |
| ไม่ยอมเปิดเผย | 9 | 37.50 |

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า การจัดสรรงบประมาณสำหรับงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์นั้น จ่ายต่ำกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 45.83 ประมาณ 1 - 5 เปอร์เซ็นต์คิดเป็นร้อยละ 12.50 ไม่ยอมให้รายละเอียดคิดเป็นร้อยละ 37.50 และจ่ายประมาณ 5 - 10 เปอร์เซ็นต์คิดเป็นร้อยละ 4.17

ตารางที่ 6 การกำหนดช่วงเวลาการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

| ช่วงเวลา | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|---------------|
| 6 เดือน | 4 | 16.67 |
| 12 เดือน | 10 | 41.67 |
| พิจารณาตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ | 3 | 12.50 |
| โดยบริษัทโฆษณา | 1 | 4.17 |
| ไม่มีการวางแผน | 6 | 25.00 |

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า การกำหนดช่วงเวลาในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ กำหนดไว้เป็นเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.67 ไม่มีการวางแผนล่วงหน้าคิดเป็นร้อยละ 25.00 กำหนดเวลาไว้ 6 เดือนคิดเป็นร้อยละ 16.67 พิจารณาตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์คิดเป็นร้อยละ 12.50 และกำหนดโดยบริษัทโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 4.17

ตารางที่ 7 การเลือกซื้อสื่อในการประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร

| สื่อที่ใช้ | ใช่ | | ไม่ใช่ | | |
|-----------------------------|---|--------|--------|--------|-------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | |
| <u>คำพูด</u> | 1. การส่ง จ.น.ท. ของ B. ไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง | 18 | 75.00 | 6 | 25.00 |
| | 2. การแสดงปาฐกถาในที่ชุมนุมชนเกี่ยวกับธุรกิจและบริการของ B. | 3 | 12.50 | 21 | 87.50 |
| | 3. การปฏิบัติต่อกลูกค้าของพนักงาน | 21 | 87.50 | 3 | 12.50 |
| <u>น.ส.พ.</u> | การให้ข่าวและบทความแก่ น.ส.พ. | 19 | 79.17 | 5 | 20.83 |
| | การให้ภาพเกี่ยวกับกิจกรรมของ B. แก่ น.ส.พ. | 16 | 66.67 | 8 | 33.33 |
| | การประชุม น.ส.พ. เพื่อให้สัมภาษณ์ | 4 | 16.67 | 20 | 83.33 |
| <u>เอกสาร</u> | ใบปลิวแผ่น | 16 | 66.67 | 8 | 33.33 |
| <u>ในการ</u> | ใบปลิวเล่ม | 9 | 37.50 | 15 | 62.50 |
| <u>P.R. & สิ่งพิมพ์</u> | จดหมายทางไปรษณีย์ | 6 | 25.00 | 18 | 75.00 |
| | แผ่นปกประกาศโฆษณา | 11 | 45.83 | 13 | 54.17 |
| | หนังสือที่จัดพิมพ์เป็นเล่มสำหรับแจกในโอกาสต่าง ๆ | 15 | 62.50 | 9 | 37.50 |
| | ปฏิทิน | 23 | 95.83 | 1 | 4.17 |
| <u>วารสาร</u> | วารสาร P.R. ภายใน | 10 | 41.67 | 14 | 58.33 |
| <u>P.R.</u> | วารสาร P.R. ภายนอก | 6 | 25.00 | 18 | 75.00 |
| | วารสาร P.R. ทั้งภายใน ภายนอก | 1 | 4.17 | 23 | 95.83 |

ตารางที่ 7 (ต่อ)

| สื่อที่ใช้ | ใช่ | | ไม่ใช่ | | |
|------------|-----------------------------|--------|--------|--------|-------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | |
| ภาพยนตร์ | ภาพยนตร์ขาว | 3 | 12.50 | 21 | 87.50 |
| | ภาพยนตร์โฆษณาตามโรงภาพยนตร์ | 3 | 12.50 | 21 | 87.50 |
| | ภาพยนตร์ฉายในท้องถิ่นต่าง ๆ | 2 | 8.33 | 22 | 91.67 |
| วิทยุ | รายการเพื่อความรู | 8 | 33.33 | 16 | 66.67 |
| | รายการบันเทิง | 7 | 29.17 | 17 | 70.83 |
| โทรทัศน์ | รายการเพื่อความรู | 4 | 16.67 | 20 | 83.33 |
| | รายการบันเทิง | 5 | 20.83 | 19 | 79.17 |
| | การจัดนิทรรศการ | 4 | 16.67 | 20 | 83.33 |
| | Slide | 3 | 12.50 | 21 | 87.50 |

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่ธนาคารส่วนใหญ่ ร้อยละ 95.83 ใช่ คือการจัดพิมพ์ปฏิทินโฆษณา การติดต่อกับปฏิบัติคนต่อลูกค้าคิดเป็นร้อยละ 87.50 การใช่ข่าวและบทความแกหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 79.17 และการประชาสัมพันธ์โดยจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปพบลูกค้า โดยตรงคิดเป็นร้อยละ 75.00

ตารางที่ 8 ชนิดและปริมาณในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

| | ประเภทของสื่อ | น้ำหนัก | | แปลความหมาย |
|--------|--|-----------|------|-------------------|
| | | \bar{X} | S.D. | |
| คำพูด | 1. การส่งเจ้าหน้าที่ของธนาคารไป ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง | 3.78 | 1.40 | ใช้อาทิตย์ละครั้ง |
| | 2. การแสดงปรากฏการณ์ที่ชุมนุมชน | 2.00 | 0 | ใช้ไม่แน่นอน |
| | 3. การปฏิบัติต่อกับลูกค้า ของพนักงาน ธนาคาร | 5.00 | 0 | ใช้ทุกวัน |
| น.ส.พ. | 4. การให้ข่าวและบทความแก่มัธยมศึกษา | 2.53 | .77 | ใช้เดือนละครั้ง |
| | 5. การให้ภาพเกี่ยวกับกิจกรรมของ ธนาคารแก่มัธยมศึกษา | 2.44 | .96 | ใช้เดือนละครั้ง |
| | 6. การประชุมนักเรียนมัธยมศึกษาเพื่อ สัมภาษณ์ | 2.00 | 0 | ใช้ไม่แน่นอน |
| เอกสาร | 7. โบปปลิวแผ่น | 2.81 | 1.33 | ใช้เดือนละครั้ง |
| | 8. โบปปลิวเล่ม | 2.67 | 1.33 | ใช้เดือนละครั้ง |
| | 9. จดหมายทางไปรษณีย์ | 2.41 | .38 | ใช้ไม่แน่นอน |
| | 10. แผนปิดประกาศโฆษณา | 2.09 | 2.00 | ใช้ไม่แน่นอน |
| | 11. หนังสือที่จัดพิมพ์เป็น เล่มสำหรับแจก | 1.83 | .39 | ใช้ไม่แน่นอน |
| | 12. ปฏิทิน | 1.00 | 0 | ใช้ปีละครั้ง |
| วารสาร | 13. วารสารประชาสัมพันธ์ภายใน | 2.82 | .75 | ใช้เดือนละครั้ง |
| | 14. วารสารประชาสัมพันธ์ภายนอก | 2.67 | .82 | ใช้เดือนละครั้ง |
| | 15. วารสารประชาสัมพันธ์ภายในและ ภายนอก | 2.00 | 0 | ใช้ไม่แน่นอน |

ตารางที่ 8 (ต่อ)

| | ประเภทของสื่อ | น้ำหนัก | | แปลความหมาย |
|----------|---------------------------------|-----------|------|-------------------|
| | | \bar{X} | S.D. | |
| ภาพยนตร์ | 16. ภาพยนตร์ข่าว | 3.00 | 1.73 | ใช้เดือนละครั้ง |
| | 17. ภาพยนตร์โฆษณาตามโรงภาพยนตร์ | 2.33 | .58 | ใช้ไม่แน่นอน |
| | 18. ภาพยนตร์ฉายในท้องถิ่นต่าง ๆ | 2.50 | .71 | ใช้เดือนละครั้ง |
| วิทยุ | 19. รายการเพื่อความรู | 4.75 | .71 | ใช้ทุกวัน |
| | 20. รายการบันเทิง | 4.14 | .90 | ใช้อาทิตย์ละครั้ง |
| โทรทัศน์ | 21. รายการเพื่อความรู | 4.50 | .58 | ใช้ทุกวัน |
| | 22. รายการบันเทิง | 2.60 | 1.14 | ใช้เดือนละครั้ง |
| | 23. การจัดนิทรรศการ | 2.00 | 0 | ใช้ไม่แน่นอน |
| | 24. สไลด์ | 3.33 | 1.53 | ใช้เดือนละครั้ง |

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า สื่อที่ทางธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร เลือกใช้ในการประชาสัมพันธ์ทุกวันได้แก่ การปฏิบัติต่อลูกค้าของพนักงาน รายการเพื่อความรูทางวิทยุ รายการเพื่อความรูทางโทรทัศน์ สื่อที่ใช้อาทิตย์ละครั้งได้แก่ การส่งเจ้าหน้าที่ของธนาคารไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง รายการบันเทิงทางวิทยุ สื่อที่ใช้เดือนละครั้งได้แก่ การให้ข่าวและบทความแกหนังสือพิมพ์ การให้ภาพแกหนังสือพิมพ์ ใบปลิวแผ่น ใบปลิวเล่มวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก ภาพยนตร์ข่าว ภาพยนตร์ที่ฉายในท้องถิ่นต่าง ๆ รายการบันเทิงทางโทรทัศน์ สไลด์ สื่อที่ใช้ไม่แน่นอนได้แก่ การแสดงปาฐกถา การประชุมหนักหนังสือพิมพ์เพื่อให้สัมภาษณ์ จดหมายทางไปรษณีย์ แผ่นปิดประกาศโฆษณา หนังสือที่จัดพิมพ์เป็นเล่มสำหรับแจก วารสารประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก ภาพยนตร์โฆษณาตามโรงภาพยนตร์ การจัดนิทรรศการ สื่อที่ใช้ปีละครั้งได้แก่ ปฏิทินประจำปี

ตารางที่ 9 การจำแนกประเภทของกลุ่มชนเพื่อการประชาสัมพันธ์

| การแบ่งกลุ่ม | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|--------------------------------------|-------|---------------|
| มีการแบ่งกลุ่มของประชาชนในการใช้สื่อ | 10 | 41.67 |
| ไม่มีการแบ่งกลุ่ม | 14 | 58.33 |

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ในการประชาสัมพันธ์ของธนาคารพาณิชย์ไม่มีการแบ่งกลุ่ม กล่าวคือจัดทำไปโดยไม่แบ่งประเภทของกลุ่มชน คิดเป็นร้อยละ 58.33 มีการแบ่งกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 41.67

ตารางที่ 10 ตัวอย่างของการแบ่งกลุ่ม

| การแบ่งกลุ่ม | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|-------------------------------------|-------|---------------|
| มุ่งไปยังกลุ่มชาวต่างประเทศโดยเฉพาะ | 2 | 8.33 |
| แบ่งตามกลุ่มอาชีพ | 5 | 20.82 |
| มุ่งไปยังกลุ่มพ่อแม่เด็ก | 3 | 12.50 |

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ในกรณีที่มีการแบ่งกลุ่มเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นธนาคารพาณิชย์มีหลักเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มแตกต่างกันออกไป มีธนาคารพาณิชย์ซึ่งแบ่งกลุ่มเพื่อการประชาสัมพันธ์จากร้อยละ 41.67 นั้นมีจำนวนซึ่งแบ่งตามกลุ่มอาชีพคิดเป็นร้อยละ 20.83 แบ่งมุ่งไปยังกลุ่มพ่อแม่เด็กคิดเป็นร้อยละ 12.50 และแบ่งมุ่งไปยังกลุ่มชาวต่างประเทศโดยเฉพาะคิดเป็นร้อยละ 8.33

ตารางที่ 11 การประเมินผลการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

| การประเมินผล | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|-------------------|-------|---------------|
| มีการประเมินผล | 13 | 54.17 |
| ไม่มีการประเมินผล | 11 | 45.83 |

ตารางที่ 12 วิธีที่ใช้ในการประเมินผล

| วิธีการ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|---|-------|---------------|
| การออกแบบสอบถามไปยังประชาชนและวิจัยผลออกมา | 5 | 20.83 |
| สัมภาษณ์จากลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ | 1 | 4.17 |
| ดูจากกรณีการเพิ่มขึ้นของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ | 3 | 12.50 |
| บริษัทโฆษณาจัดทำให้ | 2 | 8.33 |
| ดูจากกรณีเงินฝากซึ่งสูงขึ้น | 1 | 4.17 |

จากตารางที่ 11 - 12 แสดงให้เห็นว่า ธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครได้จัดการประเมินผล เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 54.17 ไม่มีการประเมินผลคิดเป็นร้อยละ 45.83 และในการประเมินผลได้มีวิธีการซึ่งแตกต่างกันออกไป โดยใช้วิธีออกไปสัมภาษณ์ประชาชนคิดเป็นร้อยละ 20.83 ดูจากกรณีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 12.50 บริษัทโฆษณาจัดทำให้คิดเป็นร้อยละ 8.33 ออกไปพบปะลูกค้าตามความเห็นคิดเป็นร้อยละ 4.17 และดูจากกรณีเงินฝากคิดเป็นร้อยละ 4.17

ตารางที่ 13 ระยะเวลาที่ใช้ในการประเมินผล

| ระยะเวลาในการประเมินผล | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|-------------------------------------|-------|---------------|
| ประเมินผลหลังจากงานเสร็จแล้วหกเดือน | 5 | 20.83 |
| ประเมินผลหลังจากงานเสร็จแล้ว 1 ปี | 8 | 33.33 |
| ไม่มีการประเมินผล | 11 | 45.83 |

ตารางที่ 14 ความร่วมมือจากหนังสือพิมพ์

| ได้รับความร่วมมือ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|--|-------|---------------|
| ประมาณ 25 เปอร์เซ็นต์ | 2 | 8.33 |
| ประมาณ 50 เปอร์เซ็นต์ | 6 | 25.00 |
| 100 เปอร์เซ็นต์ | 9 | 37.50 |
| ไม่แน่นอน | 4 | 16.67 |
| ไม่มีการติดต่อขอความร่วมมือจากหนังสือพิมพ์ | 3 | 12.50 |

จากตารางที่ 13 - 14 แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาที่ใช้ประเมินผลหลังจากงานเสร็จแล้ว 6 เดือนคิดเป็นร้อยละ 20.83 ประเมินผลหลังจากงานเสร็จแล้ว 1 ปีคิดเป็นร้อยละ 33.33 และไม่มีการประเมินผลเลยคิดเป็นร้อยละ 45.83 สำหรับการขอความร่วมมือจากหนังสือพิมพ์ ปรากฏว่าได้รับความร่วมมืออย่างที่ดีคิดเป็นร้อยละ 37.50 ได้รับความร่วมมือครึ่งหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 25.00 ไม่แน่นอนคิดเป็นร้อยละ 16.67 ไม่มีการติดต่อขอ

ความร่วมมือเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 12.50 และได้รับความร่วมมือประมาณหนึ่งในสี่คิดเป็นร้อยละ 8.33

ตารางที่ 15 สื่อการประชาสัมพันธ์ที่ให้ประโยชน์มากที่สุด

| ประเภทของสื่อการประชาสัมพันธ์ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|---|-------|---------------|
| การส่งเจ้าหน้าที่ของธนาคารไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง | 8 | 33.33 |
| การปฏิบัติต่อกลูกค้าของพนักงานธนาคาร | 6 | 25.00 |
| การให้ข่าวและบทความแกหนังสือพิมพ์ | 7 | 29.17 |
| รายการเพื่อความรูทางโทรทัศน์ | 1 | 4.17 |
| การฉายภาพยนตร์ | 1 | 4.17 |
| รายการบันเทิงทางวิทยุ | 1 | 4.17 |

ตารางที่ 16 ตัวอย่างงานประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลที่สุด

| ประเภทของงาน | สื่อที่ใช้ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|--|--------------------|-------|---------------|
| การให้ข่าวและบทความทางหนังสือพิมพ์ | หนังสือพิมพ์ | 10 | 41.67 |
| การส่งเจ้าหน้าที่ไปติดต่อกับลูกค้า | ใบปลิวแผ่น | 6 | 25.00 |
| การปฏิบัติต่อกลูกค้าของพนักงาน | คำพูดและใบปลิวแผ่น | 4 | 16.67 |
| การฉายภาพยนตร์เกี่ยวกับธุรกิจและบริการ | ภาพยนตร์ | 1 | 4.17 |
| รายการบันเทิงทางวิทยุ | วิทยุ | 2 | 8.33 |
| รายการเพื่อความรูทางโทรทัศน์ | โทรทัศน์ | 1 | 4.17 |

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ที่ใช้สื่อทัศนูปกรณ์และไม่ได้ใช้

| การใช้ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|--|-------|---------------|
| งานประชาสัมพันธ์ที่ใช้สื่อทัศนูปกรณ์มีมากกว่า | 22 | 91.67 |
| งานประชาสัมพันธ์ที่ใช้สื่อทัศนูปกรณ์มีน้อยกว่า | 2 | 8.33 |

ตารางที่ 18 การจัดทำรายการเพื่อการประชาสัมพันธ์

| การจัดทำรายการ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|---|-------|---------------|
| เจ้าหน้าที่ของธนาคารจัดทำเอง | 12 | 50.00 |
| เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญจัดทำ | 2 | 8.33 |
| บางรายการก็จัดทำเองบางรายการก็ให้เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญจัดทำ | 9 | 37.50 |
| ให้บริษัทโฆษณาจัดทำ | 1 | 4.17 |

ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์กับธนาคารอื่น

| วิธีการเปรียบเทียบ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|--|-------|---------------|
| สังเกตงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารอื่นแล้วนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้น | 16 | 66.67 |
| ไม่มีการเปรียบเทียบเลย | 7 | 29.17 |
| บริษัทโฆษณาเปรียบเทียบให้ | 1 | 4.17 |

ตารางที่ 20 โครงการใช้สื่อทัศนูปกรณ์สนับสนุนงานประชาสัมพันธ์

| โครงการ | จำนวน | คิดเป็นร้อยละ |
|---|-------|---------------|
| ยังไม่มีโครงการในขณะนี้ | 14 | 58.33 |
| จะส่งเจ้าหน้าที่ไปติดต่อกับประชาชนมากขึ้น | 4 | 16.67 |
| จะใช้สื่อทุกชนิดให้ไต่ผลมากที่สุด | 6 | 25.00 |

จากตารางที่ 15, 16, 17, 18, 19, 20 แสดงให้เห็นว่า สื่อการประชาสัมพันธ์ที่คุ้มค่าที่สุด ได้แก่การส่งเจ้าหน้าที่ไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรงคิดเป็นร้อยละ 33.33 ให้ข่าวและบทความแกหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 29.17 การปฏิบัติต่อกู้ค้ำธนาคารคิดเป็นร้อยละ 25.00 รายการเพื่อความรูทางโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 4.17 การฉายภาพยนตร์คิดเป็นร้อยละ 4.17 จัดทำรายการวิทยุคิดเป็นร้อยละ 4.17 ความเห็นงานประชาสัมพันธ์ซึ่งมีประสิทธิภาพที่สุด ใช้สื่อหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 41.67 ใบบลิวแผ่นคิดเป็นร้อยละ 25.00 การปฏิบัติต่อกู้ค้ำ

ของพนักงานโดยใช้คำพูดคิดเป็นร้อยละ 16.67 รายการวิทยุคิดเป็นร้อยละ 8.33 ภาพยนตร์
 คิดเป็นร้อยละ 4.17 โทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 4.17 ตามลำดับ งานประชาสัมพันธ์ของธนาคาร
 พาณิชยที่ใช้สื่อทัศนูปกรณ์คิดเป็นร้อยละ 91.67 ที่ไม่ได้ใช้คิดเป็นร้อยละ 8.33 การจัดทำ
 รายการ จัดทำโดยเจ้าหน้าที่ของธนาคารพาณิชย์เองคิดเป็นร้อยละ 50.00 รายการบางอย่าง
 ก็ทำเอง บางอย่างก็มอบหมายให้ผู้เชี่ยวชาญจัดทำดำเนินการคิดเป็นร้อยละ 37.50 รายการซึ่ง
 ผู้เชี่ยวชาญจัดทำให้คิดเป็นร้อยละ 8.33 ให้บริษัทโฆษณาดำเนินการคิดเป็นร้อยละ 4.18
 การเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์กับธนาคารพาณิชย์ด้วยกัน ส่วนใหญ่ปรากฏว่า สิ่งเทศงาน
 ธนาคารอื่นแล้วนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้นคิดเป็นร้อยละ 66.67 ไม่มีการเปรียบเทียบเลยคิดเป็น
 ร้อยละ 29.17 บริษัทโฆษณาจัดการให้คิดเป็นร้อยละ 4.17 ในเรื่องการค้าเงินงานโครงการ
 ใช้สื่อทัศนูปกรณ์สนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ ปรากฏว่าธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครยัง
 ไม่มีโครงการนี้ คิดเป็นร้อยละ 58.33 ส่วนความคิดเห็นในเรื่องใช้สื่อให้มากชนิดคิดเป็น
 ร้อยละ 25.00 และส่งเจ้าหน้าที่ไปติดต่อกับประชาชนมากขึ้นคิดเป็นร้อยละ 16.67