

การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์โรงแรม  
จากความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของนักประชาสัมพันธ์

นายสมเกียรติ โมราลาช



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-6366-852-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 1703976

A COMPARATIVE STUDY OF THE EXPECTATION AND PERFORMANCE  
AMONG THE HOTEL PR MANAGEMENT AND OFFICERS

Mr. Somkiat Moralai

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1996

ISBN 974-6366-852-4



## พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

สมเกียรติ โมราลัย : การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์โรงแรมจากคาดหวังและการปฏิบัติจริงของนักประชาสัมพันธ์

( A COMPARATIVE STUDY OF THE EXPECTATION AND PERFORMANCE AMONG THE HOTEL PR MANAGEMENT AND OFFICERS ) อ.ที่ปรึกษา : ผศ.จระไน แกลโกศล

166 หน้า, ISBN 974-636-852-4

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาถึงทัศนคติเกี่ยวกับสถานการณ์งานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม (2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม (3) เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุนในงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม มีทัศนคติเกี่ยวกับสถานการณ์งานประชาสัมพันธ์ทางบวกต่อการประชาสัมพันธ์
2. ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม ในด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน การประเมินผลและการจัดการงานประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมมีความคาดหวังสูงกว่าการปฏิบัติจริง
3. ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม ในด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน การประเมินผล และการจัดการงานประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรมมีความคาดหวังสูงกว่าการปฏิบัติจริง
4. ความหวังและการปฏิบัติจริงของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม โดยรวม มีความแตกต่างกันในด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน การประเมินผล และการจัดการงานประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรมมีความคาดหวังสูงกว่าการปฏิบัติจริง
5. ปัญหาอุปสรรคในงานประชาสัมพันธ์คือฝ่ายบริหารไม่เห็นความสำคัญและไม่เข้าใจงานประชาสัมพันธ์งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดแคลนบุคลากรและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สำหรับปัจจัยสนับสนุนในงานประชาสัมพันธ์นั้น ฝ่ายบริหารควรให้ความสำคัญกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ควรจัดให้มีงบประมาณ บุคลากร และอุปกรณ์ที่เพียงพอในการปฏิบัติงาน รวมถึงการให้ความร่วมมือที่ดีจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในโรงแรม

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์  
สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ  
ปีการศึกษา ..... 2539

ลายมือชื่อนิติดี .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่อกศกาจารย์ที่ปรึกษาอาวุโส .....

# # C 851930 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION  
KEY WORD: EXPECTATION / PERFORMANCE / THE HOTEL PR MANAGEMENT AND OFFICERS

SOMKIAT MORALAI : A COMPARATIVE STUDY OF THE EXPECTATION AND PERFORMANCE AMONG THE HOTEL PR MANAGEMENT AND OFFICERS. THESESES ADVISOR : ASST. PROF.JARANAI KANKOSOL, 166 pp. ISBN 974-636-852-4.

The purposes of the research are, (1) to examine the attitudes on the status of public relations of the hotel's PR management and officers, ( 2) to compare the public relations the expectation and performance of the hotel's PR management and officers and (3) to explore problem, barriers occurred and the factors which supported in the PR process of the hotel's PR management and officers. The research methodology to be used is survey method which the result could be concluded as follows :

1. The hotel's PR management and officers have right attitudes on the status of PR on public relations principles.

2.The expectation and performance of the hotel PR management on public relations policy, planing, implementation,evaluation and job delegation aspects which is found to be significantly different at level .05. Where as the PR management has obtained the ideal performance higher than the actual performance.

3. The expectation and performance of the hotel PR officers on public relations policy, planing, implementation, evaluation and job delegation aspects which is found to be significantly different at level .05. Where as the PR officers has obtained the ideal performance higher than the actual performance.

4. Almost all of the subvariables on th expectation and performance of the hotel's PR management and officers included with each other aspects which is found to be significantly different at level .05. Where as the PR management and officers have obtained the ideal performance higher than the actual performance.

5. The obstacles occurred in the PR process are the lack of right attitudes and attention from top managment,inadequate budget, inadequate manpower and lack of up-to- date audio - visual devices. In addition to the reasons as stated above which supported the progress of PR are the increase of attention giving by top management, adequate budget, adequate PR personnel and up-to- date audio-visual equipment and interdepartmental co-operation.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์

ลายมือชื่อนิสิต..... 

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

ปีการศึกษา..... 2539

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณาช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้มี  
พระคุณหลายท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จาระไน แกลโกศล อาจารย์ที่  
ปรึกษาที่ให้แนวทาง ข้อเสนอแนะ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนเสร็จสมบูรณ์  
รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ ที่ให้ความกรุณาสละเวลา  
มาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และช่วยประสิทธิ์ประสาทวิชาการต่างๆ ให้ตลอดช่วงเวลาเข้ารับ  
การศึกษา

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับความเมตตาจาก คุณนิศยา จุฑามาศย์ ผู้จัดการทั่วไป  
โรงแรมอิมพีเรียลธาราและโรงแรมอิมพีเรียลอิมพาล่า ในเครืออิมพีเรียล ที่ให้โอกาสในการศึกษา  
และขอขอบคุณ “น้ำใจ” พี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ นักประชาสัมพันธ์โรงแรมทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือ  
ช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลทางด้านการประชาสัมพันธ์โรงแรม ซึ่งมี  
ประโยชน์อย่างสูงยิ่งในการค้นคว้าทำวิจัยในครั้งนี้

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อลิ้ม คุณแม่สงบสุข พี่สยาม พี่สุธาทิพย์  
ผู้ให้พลังกาย พลังใจ และพลังความคิด สติปัญญาสร้างสรรค์

สมเกียรติ โมราลาย

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ลักษณะความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	10
ปัญหानำในการวิจัย.....	10
สมมติฐานในการวิจัย.....	11
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	11
ขอบเขตของการวิจัย.....	11
คำจำกัดความ.....	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
2. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
ความคาดหวังตามบทบาทและพฤติกรรม.....	14
ความหมายของการประชาสัมพันธ์.....	17
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	18
การสร้างภาพลักษณ์.....	19
คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์.....	21
ภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์.....	25
สื่อมวลชนสัมพันธ์กับการบริหารธุรกิจ.....	27
สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์.....	29
การจัดเหตุการณ์พิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์.....	30
อุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	32
การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ.....	34
การวางแผนประชาสัมพันธ์.....	36
การวางแผนประชาสัมพันธ์ธุรกิจ.....	37

	การประชาสัมพันธ์โรงแรม.....	39
3.	ระเบียบวิธีวิจัย.....	49
	รูปแบบในการวิจัย.....	49
	ประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย.....	49
	การกำหนดตัวแปรในการวิจัย.....	50
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	50
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
	หลักเกณฑ์ในการให้คะแนน.....	51
	ขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือ.....	51
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
	การประมวลผลข้อมูล.....	53
4.	การวิเคราะห์และอภิปรายผลการวิจัย.....	54
	ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	54
	ตอนที่ 2 ทศนคติเกี่ยวกับสถานภาพงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารงาน ประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม.....	65
	ตอนที่ 3 ความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์ของ ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม.....	73
5.	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	94
	สรุปผลการวิจัย.....	94
	ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ .....	104
	ข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการ .....	105
	รายการอ้างอิง.....	106
ภาคผนวก ก	รายชื่อสมาชิกสมาคม โรงแรมไทย .....	110
ภาคผนวก ข	ความหมายและประเภทของ โรงแรม.....	117
ภาคผนวก ค	แบบสอบถาม.....	124
ภาคผนวก ง	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง.....	148
ประวัติผู้เขียน	.....	166



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	55
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	55
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	56
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	56
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขาวิชาเอกที่จบการศึกษา.....	57
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานด้าน ประชาสัมพันธ์.....	59
7	จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ หรือความรับผิดชอบในปัจจุบัน.....	59
8	จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ หรือความรับผิดชอบในปัจจุบัน.....	60
9	จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์จำแนกตามระยะเวลาที่ ดำรงตำแหน่งปัจจุบัน.....	60
10	จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จำแนกตามระยะเวลาที่ ดำรงตำแหน่งปัจจุบัน.....	61
11	จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์จำแนกตามประสบการณ์ ในการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม.....	61
12	จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จำแนกตามประสบการณ์ ในการทำงานประชาสัมพันธ์โรงแรม.....	62
13	จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับหลักการและประสบการณ์ประชาสัมพันธ์.....	63
14	จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำแนกตามความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	64
15	จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำแนกตามองค์ประกอบงานประชาสัมพันธ์โรงแรม.....	65
16	จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำแนกตามความปรารถนาในบทบาทและหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์โรงแรม...	67

17	จำนวนและร้อยละของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรมจำแนกตามองค์ประกอบ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มุ่งหวังให้โรงแรมส่งเสริม.....	69
18	จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรมจำแนกตามองค์ประกอบ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มุ่งหวังให้โรงแรมส่งเสริม.....	70
19	จำนวนและร้อยละของประเภทกิจกรรมพิเศษที่ได้จัดขึ้นภายในโรงแรมตามที่ ระบุโดยผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม.....	71
20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในด้าน การกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผล.....	73
21	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและการปฏิบัติจริงในด้าน การจัดการงานประชาสัมพันธ์โรงแรม.....	75
22	ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง ด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลงาน ประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์โรงแรม.....	82
23	ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง ด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลงาน ประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรม.....	82
24	ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง ด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลงาน ประชาสัมพันธ์ของ โรงแรมของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม	83
25	ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง เกี่ยวกับการจัดการงานประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ ของ โรงแรม.....	83
26	ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง เกี่ยวกับการจัดการงานประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ของ โรงแรม.....	84
27	ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง เกี่ยวกับการจัดการงานประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ฝ่าย ประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม.....	84

28	ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงแรมโดยรวมทุกด้าน ของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ ของโรงแรม.....	85
29	ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงแรมโดยรวมทุกด้าน ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ของโรงแรม.....	85
30	ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการปฏิบัติจริง เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงแรมโดยรวมทุกด้าน ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงแรม.....	86
31	ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของ ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงแรม.....	87
32	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์และเครื่องมือ สำนักงานที่มีใช้ในการปฏิบัติงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ของ โรงแรม.....	88