

บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์กับการวิจัยและการประเมินผล





- มนุษย์เราขี้สงสัย
- หาคำตอบ
- สามารถหาคำตอบซ้ำและเปลี่ยนแปลงคำตอบได้



การแสวงหาความรู้ของมนุษย์



- การเชื่อผู้มีอำนาจ (Authority)
- การบอกเล่าจากคนรุ่นก่อน (Tradition/Customs/Tenacity)
- การเชื่อโชคลาง คำทำนาย (Magic/Superstition/Mystery)
- การเลือกสังเกตข้อมูล (Selective Observation)
- การอธิบายเหตุผลได้ไม่สมเหตุผล (Illogical Reasoning)
- ข้อสงสัยเกี่ยวกับความไม่แม่นยำของข้อมูล (Inaccuracy)
- การใช้ความรู้สึกส่วนตัว (Personal Feeling)
- การใช้ประสบการณ์ตรงของตนเอง (Personal Experience)
- การเรียนรู้ด้วยฉันทาน สัญชาตญาณ การหยั่งรู้ (Intuition)

Re+Search



- การวิจัย (**Research**) เป็นภาษาละติน
 - Re = Again (อีกครั้ง)
 - Search = Cercier/Search (การค้นหา/แสวงหา)
- การวิจัย (**Research**) หมายถึง กระบวนการต่าง ๆ ที่ดำเนินไปอย่างมีระเบียบและกฎเกณฑ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินงานกับข้อมูล วิเคราะห์ และตีความหมายข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบอันถูกต้องต่อปัญหาหรือคำถามที่ตั้งไว้
- การวิจัย คือ การสะสม การรวบรวม และการค้นคว้าเพื่อหาข้อมูลอย่างถูกต้องถี่ถ้วนตามหลักวิชาการ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525)

ประเภทของการวิจัย



1. จำแนกตามเป้าหมายของการวิจัย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

1.1 การวิจัยเบื้องต้นหรือการวิจัยบริสุทธิ์ (**Basic or Pure Research**) เป็นการวิจัยที่นิยมค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง ขยาย ทดสอบทฤษฎี

1.2 การวิจัยประยุกต์ (**Applied Research**) โดยนักวิจัยมักให้ความสนใจกับประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำความเข้าใจกับสภาพปัญหา และหาแนวทางสำหรับการแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยตรง และอาจนำทฤษฎีต่างๆ มาเป็นแนวทางประกอบการศึกษาวิจัย



2. การจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท

2.1 การวิจัยเชิงพรรณนา (**Descriptive Research**) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการระบุลักษณะต่างๆ ของเหตุการณ์ และเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยมุ่งตอบคำถามว่า “เหตุการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้เป็นอย่างไร”

2.2 การวิจัยเชิงอธิบาย (**Explanatory Research**) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาสาเหตุต่างๆ และคำอธิบายความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (**causal relationship**) เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ โดยมุ่งตอบคำถามว่า “ทำไมจึงเกิดเหตุการณ์เหล่านี้ขึ้น” หรือการวิเคราะห์เปรียบเทียบเหตุการณ์ดังกล่าวกับเหตุการณ์อื่น ๆ เป็นต้น

2.3 การวิจัยเชิงบุกเบิก (**Exploratory Research**) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาความรู้ในเรื่องใหม่ ๆ ที่น่าสนใจและยังไม่มีการศึกษากันมาก่อน



3. การจำแนกตามสถานที่ในการวิจัย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

3.1 การวิจัยในห้องทดลอง (**Laboratory Research**) เป็นการวิจัยที่นักวิจัยนำกลุ่มเป้าหมายมาอยู่ในสถานที่จำลอง ซึ่งมีการควบคุมสภาพการณ์บรรยากาศต่าง ๆ ให้เสมือนจริง และดำเนินการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น

3.2 การวิจัยในสถานที่จริง (**Field Research**) เป็นการวิจัยที่นักวิจัยออกไปศึกษาพฤติกรรม กิจกรรมต่าง ๆ วิธีการดำรงชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย ในสถานที่หรือบรรยากาศที่กลุ่มเป้าหมายใช้ชีวิตอยู่จริง



4. จำแนกตามลักษณะของข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

4.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิจัยเชิง

คุณภาพมีความสอดคล้องกับแนวคิดที่เรียกว่า แนวคิดปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) เป็นการวิจัยที่สนใจศึกษาคุณลักษณะและความหมายของปรากฏการณ์หรือพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมจากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริง มีลักษณะการมองจากหลายมิติ การเห็นภาพรวม


4.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยเชิง

ปริมาณมีพื้นฐานมาจากการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Research) โดยที่จะเน้นการมีประสบการณ์หรือการพิสูจน์ยืนยันได้ว่ามีอยู่จริง เรียกว่า การวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical Research) เป็นการวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลและทำการทดสอบข้อมูลในเชิงปริมาณ กล่าวคือมุ่งเน้นการทดสอบข้อมูลเพื่อพิสูจน์สมมติฐานด้วยตัวเลขและสถิติ ซึ่งใช้กันมากในงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์

ความแตกต่าง



ลักษณะ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ
ปรัชญาพื้นฐาน	ปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology)	ปฏิฐานนิยม (Positivism)
วัตถุประสงค์	เพื่อเข้าใจความหมาย ความรู้สึก โลกทัศน์ วัฒนธรรม	เพื่อควบคุม อธิบาย เพื่อการคาดคะเน หรือพยากรณ์
วิธีการหาความรู้	อุปมาน (Inductive)	อนุมาน (Deductive)

ลักษณะ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ
จุดมุ่งหมาย	เสนอข้อเสนอหรือทฤษฎี 	ตรวจสอบทฤษฎีเพื่อนำไปใช้อ้างอิงทั่วไป (Generalization)
การเก็บข้อมูล	<p>การสังเกตโดยการมีส่วนร่วม (Participant Observation)</p> <p>การสัมภาษณ์แบบเข้มข้น (Intense Interview)</p> <p>การวิจัยกลุ่ม (Focus Group)</p> <p>การสัมภาษณ์เจาะลึก (In depth Interview)</p> <p>การตะล่อมกล่อมเกลา (Probe)</p>	<p>การสำรวจ</p> <p>การทดลอง</p>

ลักษณะ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ
การวิเคราะห์ข้อมูล	ใช้กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ที่เชื่อมโยงไปยังทฤษฎีเพื่อให้ความหมายหรือตีความหมายข้อมูลที่ได้มา โดยการสร้างข้อสรุปแบบอุปมาน ผู้วิจัยต้องเลือกเหตุการณ์เป็นกุญแจสำคัญขึ้นมา แล้วเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของเหตุการณ์นั้นกับเหตุการณ์ทั้งหมด สรุปโครงสร้างของเหตุการณ์นั้นไปประยุกต์อธิบายโครงสร้างของปรากฏการณ์หรือระบบโดยรวม	ใช้สถิติในการสรุปผลการวิจัยและพิสูจน์สมมติฐานการวิจัย



ลักษณะ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ
จุดเด่น	ข้อมูลลึกซึ้ง	ผลวิจัยสามารถใช้อ้างอิงได้ทั่วไปมีความเป็นกลาง
จุดด้อย	ผลวิจัยไม่สามารถอ้างอิงใช้ได้ทั่วไป ใช้เวลานาน ความพยายามสูงในการวิจัย ผู้วิจัยอาจมีอคติไม่เป็นกลาง	ผลการวิจัยไม่ลึกซึ้ง ข้อมูลผิวเผิน

วิธีการอุปมาน (Inductive Approach)



เป็นวิธีการหาความรู้อย่างเป็นระบบได้รับการพัฒนาขึ้นโดย ฟรานซิส เบคอน วิธีการนี้ จะมีการรวบรวมข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่ได้สังเกตมาก่อน ดังนี้

- ข้อเท็จจริง : สมชายเป็นผู้ส่งสารในการสื่อสาร
- ข้อเท็จจริง : การสื่อสารที่พบต้องมีผู้ส่งสาร
- ข้อสรุป : การสื่อสารทุกครั้งต้องมีผู้ส่งสาร

วิธีการอุปมานจะได้ข้อสรุปเมื่อมีการรวบรวมตัวอย่างและจัดกลุ่มประเภทเดียวกัน แล้วจึงโยงไปถึงข้อสรุปที่ครอบคลุมตัวอย่างทั้งหมด

ย่อย

ใหญ่



วิธีการอนุมาน (Deductive Approach)



เป็นการค้นหาความจริงอย่างเป็นระบบวิธีแรก โดยอริสโตเติลและคณะ ซึ่งหลักการง่าย ๆ คือ เริ่มต้นจากข้อเท็จจริงใหญ่ไปสู่ข้อสรุปย่อย ๆ โดยวิธีการตรรกศาสตร์ วิธีการนี้เป็นการจัดระบบความจริงที่เป็นที่ยอมรับกันอยู่แล้วเป็นลำดับขั้นไปจนถึงข้อสรุป ดังนี้

- ข้อตกลงใหญ่ : มนุษย์ต้องมีการสื่อสาร
- ข้อตกลงย่อย : สมชายเป็นมนุษย์
- ข้อสรุป : สมชายต้องมีการสื่อสาร

วิธีการอนุมานนี้ถ้าข้อตกลงทั้งสองเป็นจริง ข้อสรุปจะเป็นจริงเสมอ ซึ่งวิธีการนี้ก็ยังคงเป็นวิธีการหาความรู้ที่มีข้อจำกัดอยู่ เนื่องจากเป็นการจัดระบบข้อเท็จจริงที่เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วจึงมิได้ช่วยให้ได้มาซึ่งความรู้ใหม่ ๆ แต่การอนุมานก็มีประโยชน์ในแง่ของการเชื่อมโยงทฤษฎีที่มีอยู่ไปสู่ข้อสังเกต ทำให้สามารถคาดคะเนปรากฏการณ์ต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดสมมติฐานการวิจัย

ใหญ่ \longrightarrow ย่อย



ลักษณะของข้อมูลในการวิจัยทางการสื่อสารสามารถจำแนกตามได้อีกซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้แสวงหามาจากแหล่งข้อมูลนั้น โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะนำมาใช้ในการวิจัยที่กำลังศึกษาอยู่โดยตรง ข้อมูลประเภทนี้ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต และแบบสอบถาม เป็นต้น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่มีอยู่ก่อนแล้ว และการจัดทำข้อมูลนั้นมีได้ใช้เพื่อการวิจัยที่กำลังศึกษาอยู่ ข้อมูลประเภทนี้ได้แก่ เอกสารของบริษัท บทความ ในนิตยสาร วารสาร ตำรา หนังสือ ข่าวจากหนังสือพิมพ์ จดหมายวิพากษ์วิจารณ์ รายงานการวิจัย



5. การจำแนกตามระเบียบการวิจัย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

5.1 การวิจัยเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Research)

5.2 การวิจัยเชิงบรรยายหรือเชิงพรรณนา (Descriptive Research) แบ่งได้ 3 ประเภท

- การศึกษาสำรวจ (Survey Research)

- การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกัน (Interrelationship Studies)

- การวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research)

6. การจำแนกตามลักษณะของศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง



- **แล้งงานทางด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร
องค์กรเกี่ยวข้องกับการวิจัยอย่างไร**



- Public หมายถึงหมู่คน ประชาชน หรือสาธารณชน ส่วน Relations หมายถึง การสัมพันธ์ ดังนั้นถ้าแปลความหมายแล้ว การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การสัมพันธ์กับคนหมู่มาก



PR





Edward L. Bernays (1955) อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง ความพยายามในการสร้างสรรค์ความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุน กิจกรรม วัตถุประสงค์ การดำเนินงานของสถาบันโดย

- 1) การเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนทราบ
- 2) การโน้มน้าวใจ
- 3) การประสานและการปรับเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์



ลักษณะ สตะเวทิน (2542) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ เผยแพร่และชี้แจง สร้างความนิยมให้สาธารณชนได้รับรู้ ถึง บทบาท นโยบาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์การ
2. เพื่อสร้างชื่อเสียงและป้องกันชื่อเสียงขององค์การ และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้องค์การ เป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา โดยการแสดงเจตนารมณ์ที่ถูกต้องตาม บรรทัดฐานของสังคม
3. เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์



R-A-C-E ของ John E. Marston ซึ่งประกอบด้วย

1. Research การวิจัยหรือการศึกษารวบรวมข้อมูลที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
2. Action การวางแผนและการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์
3. Communication การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์
4. Evaluation การประเมินผลการปฏิบัติงาน

R-O-S-I-E ของ Sheila Clough Crifasi ประกอบด้วย

1. Research การวิจัย
2. Objectives การกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน
3. Strategies การกำหนดกลยุทธ์การปฏิบัติงาน
4. Implementing การปฏิบัติงานตามแผนที่กำหนด
5. Evaluation การประเมินผลการปฏิบัติงาน

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์



- 1. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์
- 2. การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
- 3. การบริหารแผนและการปฏิบัติงานตามแผน
- 4. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์



- **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์** คือ กระบวนการศึกษาแสวงหาคำตอบของปัญหาต่าง ๆ ในงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจหรืออธิบายประเด็นต่างๆ หรือเพื่อพยากรณ์แนวโน้มในอนาคตของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
- **การประเมินผล** หมายถึง กระบวนการของการประเมินการวางแผนโครงการ การนำโครงการไปปฏิบัติ ตลอดจนการประเมินผลกระทบของโครงการ ซึ่งการประเมินผลนี้สามารถใช้เทคนิคการวิจัยประเมินผลอย่างเต็มรูปแบบ หรือใช้การประเมินแบบไม่เป็นทางการอื่น ๆ เช่น การสังเกต การดูปฏิบัติการตอบกลับ

ความสำคัญของการวิจัยและการประเมินผลเพื่อการประชาสัมพันธ์



1. การวิจัยและการประเมินผลเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์สถานการณ์และช่วยในการตัดสินใจดำเนินการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี
2. การวิจัยช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถประเมินความต้องการและความจำเป็นที่แท้จริงในการดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์
3. การวิจัยช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน
4. การวิจัยและการประเมินผลช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ พันธกิจ กลยุทธ์ กลวิธี และข้อมูลต่าง ๆ ในแผนกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ได้สอดคล้องกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมขององค์การ และสามารถสนองเป้าหมายขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
5. การประเมินผลช่วยในการตรวจสอบคุณภาพของงานและช่วยให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างคุ้มค่า



6. การวิจัยช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดเนื้อหาสาระของสารได้สอดคล้องกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
7. การวิจัยช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถติดตามผลและประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีคุณภาพ
8. การวิจัยและการประเมินผลช่วยให้นักประชาสัมพันธ์และการประชาสัมพันธ์ได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากผู้บริหารและกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับองค์การ



รูปแบบของการวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็นรูปแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- การตรวจสอบหรือการประเมินการประชาสัมพันธ์ (public relations audits)
- การตรวจสอบหรือการประเมินการสื่อสาร (communication audit)
- การสำรวจภาพลักษณ์ขององค์กร (organizational image survey)
- การตรวจสอบกระแสสังคม (social audits) การวิจัยทัศนคติหรือความคิดเห็น (attitude or opinion research)
- การวิจัยตลาด (marketing research)
- การวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (readership research) และการวิจัยข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (copy research)
- การวิจัยเพื่อการประเมินผล (evaluative research) การวิจัยการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นการตัดสินคุณค่าและวัดประสิทธิภาพ (Effectiveness) ของงานประชาสัมพันธ์ เป็นการย้อนกลับไปพิจารณากิจกรรมของงานประชาสัมพันธ์ว่าสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้มากน้อยเพียงใด โดยเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายเวลาที่ใช้ไป