

## บทที่ 1

### ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กับการวิจัยและการประเมินผล

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)

#### The Research Wheel

General Kinds of Research (Johnson & Christensen, 2008) There are five general kinds of research:

- Basic Research : Focuses on generating fundamental knowledge
- Applied Research: Focuses on real-world questions and application
- Evaluation Research: Focuses on determining the worth, merit, or quality of intervention programs
- Action Research: Focuses on solving local problems that practitioners face
- Orientational Research/Critical Theory Research: Focuses on reducing inequality and giving voice to the disadvantaged

#### 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 เหล่านั้นเป็นอย่างไร”

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

2.3 การวิจัยเชิงบุกเบิก (Exploratory Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาความรู้ในเรื่องใหม่ ๆ ที่น่าสนใจและยังไม่มีการศึกษากันมาก่อน

## 3. การจำแนกตามสถานที่ในการวิจัย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

3.1 การวิจัยในห้องทดลอง (Laboratory Research) เป็นการวิจัยที่นักวิจัยนำกลุ่มเป้าหมายมาอยู่ในสถานที่จำลอง ซึ่งมีการควบคุมสภาพการณ์ บรรยากาศต่าง ๆ ให้เสมือนจริง และดำเนินการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น

3.2 การวิจัยในสถานที่จริง (Field Research) เป็นการวิจัยที่นักวิจัยออกไปศึกษาพฤติกรรม กิจกรรมต่าง ๆ วิธีการดำรงชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย ในสถานที่หรือบรรยากาศที่กลุ่มเป้าหมายใช้ชีวิตอยู่จริง

## 4. จำแนกตามลักษณะของข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

4.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิจัยเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกับแนวคิดที่เรียกว่า แนวคิดปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) เป็นการวิจัยที่สนใจศึกษาคุณลักษณะและความหมายของปรากฏการณ์หรือพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมจากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริง มีลักษณะการมองจากหลายมิติ การเห็นภาพรวม

4.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยเชิงปริมาณมีพื้นฐานมาจากการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Research) โดยที่จะเน้นการมีประสบการณ์หรือการพิสูจน์ยืนยันได้ว่ามีอยู่จริง เรียกว่า การวิจัยเชิงประจักษ์

(Empirical Research) เป็นการวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลและทำการทดสอบข้อมูลในเชิงปริมาณ กล่าวคือมุ่งเน้นการทดสอบข้อมูลเพื่อพิสูจน์สมมติฐานด้วยตัวเลขและสถิติ ซึ่งใช้กันมากในงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์

### ความแตกต่างของการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

ลักษณะ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ
ปรัชญาพื้นฐาน	ปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology)	ปฏิฐานนิยม (Positivism)
วัตถุประสงค์	เพื่อเข้าใจความหมาย ความรู้สึก โลกทัศน์ วัฒนธรรม	เพื่อควบคุม อธิบาย เพื่อการคาดคะเนหรือพยากรณ์
วิธีการหาความรู้	อุปมาน (Inductive)	อนุมาน (Deductive)
ลักษณะ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ
จุดมุ่งหมาย	เสนอข้อเสนอหรือทฤษฎี	ตรวจสอบทฤษฎีเพื่อนำไปใช้อ้างอิงทั่วไป (Generalization)
การเก็บข้อมูล	การสังเกตโดยการมีส่วนร่วม (Participant Observation) การสัมภาษณ์แบบเข้มข้น (Intense Interview) การวิจัยกลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์เจาะลึก (In depth Interview) การตะล่อมกล่อมเกลา (Probe)	การสำรวจ การทดลอง
การวิเคราะห์ข้อมูล	ใช้กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ที่เชื่อมโยงไปยังทฤษฎีเพื่อให้ความหมายหรือตีความหมายข้อมูลที่ได้มาโดยการสร้างข้อสรุปแบบอุปมานผู้วิจัยต้องเลือกเหตุการณ์เป็นกุญแจสำคัญขึ้นมา แล้วเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของเหตุการณ์นั้นกับเหตุการณ์ทั้งหมดสรุปโครงสร้างของเหตุการณ์นั้นไปประยุกต์อธิบายโครงสร้างของปรากฏการณ์หรือระบบโดยรวม	ใช้สถิติในการสรุปผลการวิจัยและพิสูจน์สมมติฐานการวิจัย

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

### วิธีการอุปมาน (Inductive Approach)

เป็นวิธีการหาความรู้อย่างเป็นระบบได้รับการพัฒนาขึ้นโดย ฟรานซิส เบคอน วิธีการนี้จะมีการรวบรวมข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่ได้สังเกตมาก่อน ดังนี้

- ข้อเท็จจริง : สมชายเป็นผู้ส่งสารในการสื่อสาร  
 ข้อเท็จจริง : การสื่อสารที่พบต้องมีผู้ส่งสาร  
 ข้อสรุป : การสื่อสารทุกครั้งต้องมีผู้ส่งสาร

วิธีการอุปมานจะได้ข้อสรุปเมื่อมีการรวบรวมตัวอย่างและจัดกลุ่มประเภทเดียวกันแล้วจึงโยงไปถึงข้อสรุปที่ครอบคลุมตัวอย่างทั้งหมด

ย่อย  $\longrightarrow$  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 แต่การ

อนุมาณก็มีประโยชน์ในแง่ของการเชื่อมโยงทฤษฎีที่มีอยู่ไปสู่ข้อสังเกต 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 และการจัดทำข้อมูลนั้นมิได้ใช้เพื่อการวิจัยที่กำลังศึกษาอยู่ ข้อมูลประเภทนี้ได้แก่ เอกสารของบริษัท บทความในนิตยสาร วารสาร ตำรา หนังสือ ข่าวจากหนังสือพิมพ์จดหมายวิพากษ์วิจารณ์ 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

งานทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรเกี่ยวข้องกับการวิจัยอย่างไร ?

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

Edward L. Bernays (1955) อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง ความพยายามในการสร้างสรรค์ความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนกิจกรรม วัตถุประสงค์ การดำเนินงานของสถาบัน โดย

- 1) การเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนทราบ
- 2) การโน้มน้าวใจ
- 3) การประสานและการปรับเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

### วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ลักษณะ สตะเวทิน (2542) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ เผยแพร่และชี้แจง สร้างความนิยมให้สาธารณชนได้รับรู้ถึง บทบาท นโยบาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์การ
2. เพื่อสร้างชื่อเสียงและป้องกันชื่อเสียงขององค์การ และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้องค์การเป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา โดยการแสดงเจตนารมณ์ที่ถูกต้องตามบรรทัดฐานของสังคม
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 ตลอดจนการประเมินผลกระทบบของโครงการ ซึ่งการประเมินผลนี้สามารถใช้เทคนิคการวิจัยประเมินผลอย่างเต็มรูปแบบ หรือใช้การประเมินแบบไม่เป็นทางการอื่น ๆ เช่น การสังเกต การดูปฏิกริยาตอบกลับ

## ความแตกต่างระหว่างการประเมินผลและการวิจัย

การวิจัย	การประเมินผล
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การวิจัยเป็นการหาข้อสรุป ความรู้ คำตอบจากปรากฏการณ์ต่างๆ</li> <li>2. การกำหนดประเด็นวิจัย นักวิจัยเป็นทั้งผู้กำหนดประเด็นและผู้ประเมิน</li> <li>3. การวิจัยเอื้อต่อการเชื่อมโยงไปในหลายบริบทที่เกี่ยวข้องกับข้อสรุป</li> <li>4. การวิจัยมีความลุ่มลึกในเชิงศาสตร์เดียวเพื่อการศึกษาค้นคว้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การประเมินผลนำไปสู่การตัดสินใจคุณค่า สิ่งที่มีความสำคัญหรือเป็นสิ่งที่ต้องการให้บรรลุผล</li> <li>2. ประเด็นการประเมินจะมาจากหลายแหล่ง รวมถึงถึงความสำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง</li> <li>3. การประเมินผลมุ่งเน้นอธิบายเฉพาะประเด็นที่ประเมิน ไม่เน้นการขยายผล</li> <li>4. การประเมินผลต้องอาศัยความเป็นสหวิทยาการ</li> </ol>

## 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)
- การสำรวจภาพลักษณ์ขององค์การ (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

## บทที่ 2

### กระบวนการวิจัยและการประเมินผลเพื่อการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร

#### กระบวนการวิจัย

- การกำหนดประเด็นปัญหาในการวิจัย
  - การกำหนดวัตถุประสงค์
  - การตั้งสมมติฐานการวิจัยและกำหนดตัวแปรในการวิจัย
  - การออกแบบการวิจัย
  - การเก็บรวบรวมข้อมูล
  - การวิเคราะห์ข้อมูล
  - การแปลความหมาย/การสรุปผลการวิจัย
  - การเขียนรายงานการวิจัย
- } ทบทวนทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### กระบวนการประเมินผล

1. การกำหนดเหตุผลของการประเมิน (Select the Rationale)
2. ระบุวัตถุประสงค์ (Specify Objectives)
3. กำหนดผู้รับผิดชอบในการประเมิน
4. กำหนดเครื่องมือหรือวิธีการวัดผลในการประเมิน (Develop Measures)
  - การสังเกต, การสัมภาษณ์, การทำ focus group, การใช้แบบสอบถาม, การทำวิจัยตามระเบียบวิธีการวิทยาศาสตร์, การดูปฏิบัติการย้อนกลับ, ศึกษาจากเอกสารข้อมูลสถิติต่างๆ
5. การกำหนดเกณฑ์ในการประเมิน
  - 5.1 การบรรลุเป้าหมาย (Goal Achievement)
  - 5.2 การพัฒนาปรับปรุง (Measurement of Improvement)
  - 5.3 ผลลัพธ์ (Results) เช่น งบประมาณ การรับรู้ทัศนคติ การเผยแพร่ข่าวสาร ภาพลักษณ์และสถานภาพขององค์กร การตอบสนอง ราคาหุ้น

#### 5.4 การประเมินประสิทธิภาพ (Cost Efficiency)

6. การบริหารการวัดและการรวบรวมข้อมูล (Administer the Measures and collecting the date)

7. การวิเคราะห์ข้อมูล (Analyze the Data)

8. การรายงานผลการประเมิน (Report the Results)

9. การประยุกต์ผลลัพธ์เพื่อการตัดสินใจ (Apply the Results to Decision)

#### ช่วงเวลาของการประเมินผล Cutlip, Center, & Broom' s PII model

1. การประเมินผลการเตรียมงานประชาสัมพันธุ์ (Preparation Level)

- การประเมินการแสวงหาข้อมูล, การประเมินการวางแผน เช่น ความเป็นไปได้ของโครงการ ตรวจสอบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ตรวจสอบความคุ้มค่า

2. การประเมินการปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ (Implementation)

- การตรวจสอบกระบวนการปฏิบัติงาน, การตรวจสอบประสิทธิภาพการสื่อสาร

3. การประเมินผลที่ได้รับ (Impact Level)

- การเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมายของสื่อและกิจกรรมความสนใจความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย การเปลี่ยนแปลงในกลุ่มเป้าหมาย การประเมินประสิทธิภาพของแผน การประเมินผลกระทบ

#### ระดับของการประเมินผลการประชาสัมพันธุ์

ระดับที่ 3 ระดับสูง	วัดและประเมินผลด้าน	การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น การเปลี่ยนแปลงความรู้
ระดับที่ 2 ระดับกลาง	วัดและประเมินผลด้าน	การจดจำข่าวสาร ความเข้าใจข่าวสาร การรับรู้ข่าวสาร การเปิดรับข่าวสาร
ระดับที่ 1 พื้นฐาน	วัดและประเมินผลด้าน	กลุ่มเป้าหมาย ความประทับใจ การเผยแพร่ในสื่อ

## การประเมินผลโครงการประชาสัมพันธ์

ระดับ/ขั้นตอน	กิจกรรม	ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ประเมิน
ผลลัพธ์ (Results)	วัตถุประสงค์ที่บรรลุผลสำเร็จหรือแก้ไขปัญหาได้	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสังเกต</li> <li>- การวิจัยเชิงปริมาณ</li> </ul>
	จำนวนคนที่มีพฤติกรรมตามที่ต้องการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยอดขาย</li> <li>- การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ</li> </ul>
	<p>จำนวนคนที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติ</p> <p>จำนวนคนที่เรียนรู้เนื้อหาข่าวสาร เช่น การรับรู้ ความเข้าใจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การวิจัยเชิงคุณภาพ</li> <li>- สถิติคนอ่านคนฟัง</li> <li>- ยอดคนเข้าร่วมกิจกรรม/การตอบสนอง/การสอบถาม</li> </ul>
ผลผลิต (Outputs)	<p>จำนวนคนที่คิดพิจารณาข่าวสาร</p> <p>จำนวนคนที่เปิดรับข่าวสาร</p> <p>จำนวนข่าวสารที่สนับสนุนวัตถุประสงค์</p> <p>จำนวนข่าวสารที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน</p> <p>จำนวนข่าวสารที่เผยแพร่</p> <p>คุณภาพของการนำเสนอสาร เช่น การออกแบบจดหมายข่าว โบรชัวร์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยอดจำหน่าย</li> <li>- การวิเคราะห์ผู้รับสาร</li> <li>- การวิเคราะห์ความครอบคลุมของสื่อ เช่น การวิเคราะห์เนื้อหา</li> <li>- การติดตามการเผยแพร่ของสื่อและการจัดเก็บเทปออกอากาศ การตัดข่าวในสื่อสิ่งพิมพ์</li> <li>- ยอดผู้อ่านผู้ชม</li> <li>- การสอบถามผู้เชี่ยวชาญ</li> <li>- การสำรวจผู้รับสาร</li> <li>- ปฏิกริยาย้อนกลับ</li> <li>- รางวัล, การทบทวน, การศึกษาการอ่าน, การทดสอบก่อน</li> </ul>

ระดับ/ขั้นตอน	กิจกรรม	ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ประเมิน
ปัจจัย (Input)	ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสาร	- กรณีศึกษา
เบื้องต้น หรือปัจจัยนำเข้า	ความเหมาะสมของสื่อ	- การทดสอบก่อน
	ความพอเพียงของข้อมูลพื้นฐาน ความรู้ หลักฐานวิจัย	- การสรุปบทบทวน

### แบบจำลองเพื่อการประเมินผลประชาสัมพันธ์

#### 1. แบบจำลอง K-A-P

ความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) พฤติกรรมหรือการกระทำ (Performance)

#### 2. แบบจำลองการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

2.1 ความรู้

2.2 การโน้มน้าวใจ

2.3 การตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม/แนวคิด/วิธีการ/สิ่งแปลกใหม่/สิ่งประดิษฐ์

2.4 การยืนยันหรือการยอมรับใช้อย่างต่อเนื่องถาวร

#### 3. แบบจำลอง CIPP

1. การประเมินปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Context Evaluation –C)

2. การประเมินปัจจัยเบื้องต้น (Input Evaluation –I)

3. การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation-P)

4. การประเมินผลลัพธ์ (Product Evaluation-P)

### องค์ประกอบของการเขียนรายงานการวิจัย

#### บทที่ 1 บทนำ (Introduction)

- หลักการและเหตุผล/ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
- วัตถุประสงค์
- ปัญหานำวิจัย

- ขอบเขตการวิจัย
- นิยามศัพท์
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

## บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Review of the Literature)

- หาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและใช้สำหรับอ้างอิง และสรุปผลการวิจัย

## บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology)

- ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง
- ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- กระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูล

## บทที่ 4 ผลการวิจัย (Results)

## บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ (Summary)

- สรุปผลการวิจัย
- อภิปรายผล
- ข้อจำกัด
- ข้อเสนอแนะทั่วไป
- ข้อเสนอแนะทางการวิจัย

## แนวทางการเขียน บทที่ 1

### การกำหนดประเด็นปัญหาในการวิจัย (Research Problem)

1. ปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า (Unanticipated Change)
2. ปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่ได้วางแผนไว้แล้ว (Planned Change)
3. ปัญหาที่เกิดจากการมีความคิดใหม่ ๆ (New Ideas)

### การตั้งชื่อหัวข้อการวิจัย (Research Topic)

1. ตั้งชื่อเรื่องให้สั้น กระชับ ชัดเจน
2. ตั้งชื่อเรื่องให้ตรงประเด็นที่ต้องการศึกษา
3. ควรตั้งชื่อเรื่องการวิจัยโดยสามารถบอกให้ทราบถึงประเภทของการวิจัยซึ่งจะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจได้ทันทีว่าเป็นงานวิจัยประเภทใด

#### ▶ ระบุประเภทของการวิจัยหรือระบุลักษณะของการเก็บข้อมูล เช่น

- การสำรวจทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)
- การศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่ออินเทอร์เน็ตกับทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- การวิจัยเชิงทดลองถึงระดับพฤติกรรมความก้าวร้าวของเด็กในระดับประถมศึกษาจากการชมโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีความรุนแรง
- การเปรียบเทียบประสิทธิผลของสื่อบุคคลและสื่อมวลชนในการเข้าถึงประชาชนในชนบท
- การวิเคราะห์เนื้อหาการโฆษณาทางโทรทัศน์ของสินค้าประเภทเครื่องสำอางกำลัง

#### ▶ ระบุประชากรเป้าหมายหรือสถานที่ (Unit of Analysis)

- การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องสำอางค์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
  - การสำรวจพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อโฆษณาของประชาชนในภาคเหนือ
- ▶ จะต้องบอกถึงตัวแปรหรือสิ่งที่ต้องการทำวิจัยให้ชัดเจนว่าต้องการศึกษาเรื่องอะไร

- ▶ ต้องเป็นประโยคบอกเล่าที่เรียบเรียงข้อความอย่างสละสลวย ทราบทันทีว่าหัวข้อวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอะไร ที่ไหน อย่างไร
- ▶ ต้องไม่ซ้ำซ้อนกับงานวิจัยของผู้อื่น แม้ว่าประเด็นที่ศึกษาจะคล้ายกัน

### การเขียนวัตถุประสงค์การวิจัย

1. วัตถุประสงค์การวิจัยต้องมีความสอดคล้องกับปัญหา และหัวข้อเรื่องในการวิจัย
2. วัตถุประสงค์การวิจัยจะเขียนออกมาในรูปประโยคบอกเล่า
3. ควรเขียนวัตถุประสงค์การวิจัยให้สั้นกะทัดรัด มีความชัดเจน
4. วัตถุประสงค์การวิจัยมักจะแจกแจงเป็นข้อ ๆ ในแต่ละประเด็นที่ชัดเจน
5. นอกจากนั้นการเขียนวัตถุประสงค์การวิจัยมักจะขึ้นต้นด้วยคำว่า เพื่อ.... เพื่อศึกษา เพื่อเปรียบเทียบ เพื่อสำรวจ เพื่อวิเคราะห์

### ตัวอย่าง

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสารระหว่างสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสารระหว่างสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Rationale/Problem Statement)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาเป็นส่วนที่ผู้วิจัยต้องกล่าวถึงที่มาของปัญหาที่จะศึกษาว่าเพราะเหตุใดจึงต้องมีการทำการวิจัยเรื่องนี้เกิดขึ้น เพื่อเป็นการชี้แจงถึงความจำเป็นที่ต้องทำการวิจัย โดยชี้ให้เห็นว่า หากทำการวิจัยแล้วจะได้ประโยชน์อย่างไร และจะไปสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างไร ซึ่งในการเขียนที่มา ความสำคัญของปัญหาจะต้องใช้โครงเรื่อง (Theme) ของผู้วิจัยเองอาจอ้างถึงทฤษฎี กฎเกณฑ์ หรือคำกล่าวที่เชื่อถือได้ของบุคคลอื่น เพื่อให้มีน้ำหนักมีความสมบูรณ์ โดยเขียนในลักษณะกว้างๆก่อนแล้วค่อยแคบลงเข้าไปสู่จุดสำคัญหรือประเด็นปัญหาที่ต้องวิจัยในตอนท้าย

**ปัญหำนำการวิจัย** เป็นส่วนที่ผู้วิจัยทำให้เห็นถึงสภาพของปัญหาที่จะศึกษาตามวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นโดยชี้ให้เห็นถึงความต้องการในการหาคำตอบด้วยกระบวนการวิจัย

### คำถามนำวิจัย

**ขอบเขตการวิจัย (Scope of the Study)** คือ การกำหนดกรอบของเรื่องที่จะศึกษาโดยคำนึงถึงขนาดว่ามีขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กและครอบคลุมถึงเรื่องอะไรบ้าง เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถทำการศึกษาได้ครบถ้วนทุกแง่มุมของปัญหานั้น และไม่สามารถศึกษากับประชากรที่ครอบคลุมทั้งหมดได้ จึงต้องกำหนดขอบเขตให้แน่นอน โดยมักเขียนให้ครอบคลุม 4 องค์ประกอบต่อไปนี้

1. ประชากรเป้าหมายหรือพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ตัวแปรที่ต้องการศึกษา
3. ระยะเวลาที่ทำการวิจัย
4. ขอบเขตเนื้อหาของการวิจัย

ตัวอย่าง หัวข้อวิจัยเรื่อง: การสำรวจลักษณะและพฤติกรรมการใช้สินค้าของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย: การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเพศหญิง อายุตั้งแต่ 12-55 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มที่มีทางเลือกในการบริโภคสินค้ามากที่สุด เพราะกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจการค้า ผู้บริโภคจึงมีอำนาจในการซื้อสูง ทั้งยังมีพฤติกรรมที่น่าสนใจและไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 15-20 ตุลาคม 2555

### นิยามศัพท์

การนิยามศัพท์หรือนิยามตัวแปร คือ การอธิบายหรือให้ความหมายตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยเนื่องจากในการวิจัยแต่ละครั้งนั้นอาจมีคำศัพท์เฉพาะและตัวแปรหลายตัวโดยแต่ละตัวอาจจะมีความหมายได้มากกว่าหนึ่งความหมาย ดังนั้นเพื่อให้ผู้อ่าน (ผู้บริหาร, ลูกค้า) มีความเข้าใจตรงกันกับผู้วิจัยจึงต้องมีการนิยามศัพท์

1. นิยามเชิงแนวคิด (Conceptual Definition)
2. นิยามเชิงปฏิบัติการ (Operational Definition)

### ตัวอย่าง

- ▶ ทักษะคิดต่อสื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้งานทางสื่อสิ่งพิมพ์
- ▶ ทักษะคิดต่อโฆษณาทางโทรทัศน์ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อโฆษณาทางโทรทัศน์ คือ ความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายจากแบบสอบถาม ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่า 5 คะแนน หมายถึง พึงพอใจมาก

เห็นด้วย มีค่า 4 คะแนน หมายถึง พึงพอใจ

ไม่แน่ใจ มีค่า 3 คะแนน หมายถึง พึงพอใจระดับปานกลาง

ไม่เห็นด้วย มีค่า 2 คะแนน หมายถึง ไม่พึงพอใจ

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่า 1 คะแนน หมายถึง ไม่พึงพอใจอย่างมาก

### ตัวอย่าง : ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประกอบในการวางแผนสื่อโฆษณาให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค
2. นำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางและข้อมูลต่อเจ้าของผลิตภัณฑ์และตัวแทนโฆษณาในการเสนอและปรับปรุงกลยุทธ์การโฆษณาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาการสื่อสารทางด้านสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์
4. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารทางสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์และนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อสื่อสารทางสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์

### แนวทางการเขียน บทที่ 2 (ในรายงานวิจัย)

#### บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Review of the Literature)

##### 1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### การทบทวนวรรณกรรมในการวิจัย

#### ประโยชน์ของการทบทวนวรรณกรรม

1. ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าในแต่ละประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษานั้น มีผู้ใดเคยศึกษามาก่อนแล้วบ้าง ผลการศึกษานั้นเป็นอย่างไร ตลอดจนปัญหา ข้อสรุปและข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยต่อไป
2. ทำให้ผู้วิจัยคาดเดาทิศทางได้ถูกต้องแม่นยำว่าจะศึกษาตัวแปรใดบ้างและตัวแปรน่าจะมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสร้างกรอบแนวคิดงานวิจัยและการตั้งสมมติฐาน
3. ทำให้ผู้วิจัยสามารถนิยามตัวแปรในเชิงปฏิบัติการที่เชื่อมโยงไปยังความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้ดีขึ้น

4. เป็นการเตรียมป้องกันความคลาดเคลื่อนของตัวแปรแทรกซ้อนและตัวแปรสอดแทรกต่างๆ
5. ทำให้ผู้วิจัยกำหนดกรอบ แนวทาง ขอบเขตของการวิจัยได้ดีขึ้น
6. ช่วยให้ผู้วิจัยมีความรอบรู้ในเรื่องที่จะกระทำการศึกษามากยิ่งขึ้น
7. สามารถนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงในการอภิปรายผลงานวิจัยให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

#### ขั้นตอนในการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1. การทำความเข้าใจกับประเด็นปัญหา
2. การเลือกแหล่งข้อมูลสำหรับการทบทวนวรรณกรรม
3. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ
4. การตัดสินใจเลือกทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. การนำเสนอข้อมูลที่ได้รับจากการทบทวนวรรณกรรม

#### การใช้ทฤษฎีอ้างอิงและกำหนดตัวแปรในการวิจัย

1. การวิจัย เป็นการดำเนินงานตามกระบวนการของศาสตร์เพื่อมุ่งหาคำตอบ หรือข้อเท็จจริงซึ่งสิ่งนั้นต้องสามารถสังเกตหรือพิสูจน์ความถูกต้อง ดังนั้นจึงต้องอาศัยกฎเกณฑ์หรือทฤษฎีประกอบในการดำเนินการวิจัย หรือบางครั้งข้อเท็จจริงที่ค้นพบโดยกระบวนการวิจัยก็สามารถนำมาสรุปเป็นทฤษฎีได้เช่นกัน
2. ทฤษฎี คือ ชุดของข้อความที่ระบุถึงความสัมพันธ์ของข้อเท็จจริง (Fact) ปัจจัย (Factors) หรือตัวแปร (Variables) ต่าง ๆ ในทางที่เป็นเหตุเป็นผลกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดระเบียบและเชื่อมโยงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ให้เป็นระบบและง่ายต่อการเข้าใจ เพื่อใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ว่าเมื่อเกิดสิ่งหนึ่งขึ้นสิ่งใดจะตามมา หรือเมื่อเกิดสิ่งนี้ขึ้นจะมีอะไรเกิดขึ้นก่อนหน้า หรือสามารถนำไปใช้ในการสร้างหลักการทั่วไป (Generalization) จึงสามารถนำทฤษฎีมาตั้งเป็นกฎ (Law) หรือใช้ในการทำนาย (Prediction) เหตุการณ์บางเหตุการณ์ล่วงหน้าได้
3. ทฤษฎีได้มาจากการรวบรวมข้อมูลหลายชนิดโดยการสำรวจ การจดบันทึกอย่างมีหลักเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์ และเสนอในรูปของข้อสรุปของความจริงหรือข้อเท็จจริง เพื่อวางเป็นกฎทั่วไปที่จะใช้ในการทำนายปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

4. ดังนั้น ทฤษฎีและการวิจัยจึงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดมาก กล่าวคือ ข้อสรุปจากทฤษฎีสามารถนำมาใช้อ้างอิงหรือเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย หรือในบางกรณีผลจากการวิจัยก็สามารถนำไปสรุปเป็นทฤษฎีได้

### ประโยชน์ของทฤษฎีที่มีต่อการวิจัย

ประโยชน์ของทฤษฎีที่มีต่องานวิจัยนั้นมีหลายประเด็น เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญที่สนับสนุนให้ดำเนินการวิจัยได้อย่างมีทิศทาง ทฤษฎีเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินการวิจัย คือ ทฤษฎีช่วยสร้างปัญหาของการวิจัยเป็นแนวทางในการกำหนดสมมติฐาน เป็นแนวทางในการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนช่วยให้ผู้วิจัยคาดคะเนผลลัพธ์ของการวิจัยได้แม่นยำ และช่วยให้ผู้วิจัยมั่นใจในผลลัพธ์ตลอดจนผลสำเร็จของการวิจัย

### ประโยชน์ของการดำเนินการวิจัยต่อการสร้างหรือสนับสนุนทฤษฎี

การวิจัยสามารถให้ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการสร้างทฤษฎีใหม่ และช่วยพิสูจน์ข้อเท็จจริงของทฤษฎีว่าข้อเท็จจริงใดถูกหรือผิด ในสถานการณ์ที่ต่างออกไป นอกจากนี้การวิจัยยังช่วยให้หลักทั่วไป (Generalization) ของทฤษฎีมีขอบเขตที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

**สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)** เป็นข้อความในรูปประโยคบอกเล่าที่ผู้วิจัยทำนายหรือคาดคะเนในเรื่องที่ต้องการศึกษา โดยตั้งให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและปัญหาคำถามการวิจัย

สมมติฐานที่ดีจะต้องระบุถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยอยู่บนพื้นฐานของแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่ได้ทำการทบทวนและศึกษามาอย่างดีแล้ว

**ตัวอย่าง:** อายุที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครทำให้มีทัศนคติต่อสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

### กรอบแนวคิดในการวิจัย