



บทที่ ๑๕

การสำรวจประชามติ



การสำรวจประชามติ

ความสำคัญของการสำรวจประชามติ

ในการบริหารงานไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานของรัฐบาล หรือกิจการของเอกชนก็ตาม การดำเนินงานจะต้องสนองความต้องการของประชาชนหรือลูกค้า งานประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทอันสำคัญยิ่งในกิจการบริหารทุกระดับ ในฐานะที่เป็นสื่อสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลหรือหน่วยงานนั้นกับประชาชนหรือลูกค้า ให้บังเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องกัน กล่าวคืองานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จะต้องถ่ายทอดผลงานหรือกิจกรรมของรัฐบาลที่ได้ดำเนินไปแล้วและกำลังดำเนินอยู่ต่อไปให้ประชาชนได้ทราบ และในขณะเดียวกันก็ช่วยถ่ายทอดความต้องการหรือประชาสัมพันธ์ของประชาชนกับ ไปสู่รัฐบาลหรือหน่วยงานนั้นๆ เพื่อจะได้นำไปพิจารณาดำเนินงานเพื่อสนองความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม หรือเพียงให้สอดคล้องกับมติมหาชนส่วนใหญ่

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่เชื่อถือได้ นำมาใช้เพื่อประกอบการวางแผนกำหนดโครงการงานประชาสัมพันธ์ ตรงตามนโยบายของรัฐบาลและความต้องการของประชาชน และเมื่อได้ดำเนินงานตามแผนหรือโครงการที่ได้วางไว้แล้ว ก็จะต้องมีการวัดผลหรือประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินไปแล้วว่าบรรลุผลตามเป้าหมายที่ได้วางไว้มากน้อยเพียงใด มีปัญหาในทางปฏิบัติและหลักวิชาที่สมควรจะได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นอย่างไรบ้าง

งานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลนั้น มิใช่แต่เฉพาะเป็นความรับผิดชอบของกรมประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงหน้าที่รับผิดชอบของหน่วยงานและบุคคลต่างๆ นับตั้งแต่ นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี โฆษกรัฐบาล กรมสารนิเทศกระทรวงการต่างประเทศ ลงไปจนถึงผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ตามกระทรวง ทบวง กรม และ กองทัพต่างๆ ตลอดจนผู้ที่กำลังไปทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จังหวัด เป็นต้น

ในการนี้หากรัฐบาลมิได้มีการวางนโยบายทางด้านการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างแน่ชัด เพื่อให้ผู้รับผิดชอบทุกระดับและสายงานได้ถือปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน ผู้รับผิดชอบในแต่ละสายงานก็จะทำงานอย่างเปะปะ ต่างคนต่างทำไปโดยมิได้ทราบทิศทางที่ควรจะทำ

ไปในแนวทางเดียวกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพได้ ผลงานที่ออกมาจะไม่มีประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกันถ้าหากการบริหารหรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขาดข้อมูลที่เชื่อถือได้ อันจำเป็นเพื่อการวางแผนและโครงการประชาสัมพันธ์แต่ละระดับ ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่แล้ว งานประชาสัมพันธ์ก็อาจไม่บรรลุผลดี มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

ในขณะที่บ้านเมืองกำลังตกอยู่ในสภาวะล่อแหลม ทั้งในด้านความมั่นคงและปลอดภัยจากศัตรูภายในและภายนอก อันกระทบกระเทือนต่อเศรษฐกิจและสังคมของชาติ กังวลกันอยู่โดยทั่วไปงานประชาสัมพันธ์ยิ่งมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับรัฐบาล และ ประชาชนกับประชาชนด้วยกัน ประเทศต่อประเทศ ให้มีความเข้าใจกันดียิ่งขึ้น

งานวิจัยประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยประชามติ จึงมีความสำคัญต่อนักบริหารทุกระดับ ทั้งแก่รัฐบาลลงมาถึงผู้บริหารหรือผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์ ในฐานะที่เป็นบุคลากรที่ใฝ่ตามสมควร สามารถเป็นเครื่องช่วยประกอบการวินิจฉัยสั่งการใดๆ ให้ถูกต้องและสมเหตุสมผลยิ่งขึ้น แม้แต่จะมีความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์และงานวิจัยประชาสัมพันธ์นั้นมีประโยชน์ แต่หากมิได้ลงมือดำเนินการอย่างจริงจัง ก็ย่อมไร้ผลหรือมีผลน้อย

งานประชาสัมพันธ์หรืองานวิจัยประชาสัมพันธ์นี้จึงมีประโยชน์เป็นอย่างมากทั้งในกิจการที่เป็นของรัฐบาลและของ เอกชน



นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องมีความรู้ในเรื่องวิธีการวิจัยและสำรวจประชามติ

การวิจัยและการสำรวจประชามติ

การวิจัย (RESEARCH) หมายถึง การศึกษาปัญหาใดๆ อย่างมีระบบ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลอันจำเป็นเพื่อการวิเคราะห์ แยกแยะหาเหตุผลแล้วสรุปหรืออนุมานเป็นหลักเกณฑ์หรือทฤษฎีขึ้น

การวิจัยนั้นนักวิทยาศาสตร์สาขาวิทยาศาสตร์ทางธรรมชาติหรือวิทยาศาสตร์แท้ เช่น วิชาฟิสิกส์ เคมี ชีววิทยา คณิตศาสตร์ ฯลฯ ได้ริเริ่มจักระเบียบวิธีการศึกษาค้นคว้าอย่างมีระบบขึ้นมาใช้ก่อน และในระยะหลังๆ ต่อมานักศึกษาด้านสังคมศาสตร์ เช่น สังคมวิทยา จิตวิทยา มนุษยวิทยา ฯลฯ จึงได้พัฒนากระบวนการศึกษาค้นคว้าในสาขาวิชาของตนขึ้น โดยอิงวิธีการศึกษาตามแนวทางวิทยาศาสตร์

การสำรวจประชามติ (PUBLIC OPINION SURVEY) หมายถึง การศึกษาค้นคว้าอย่างมีระเบียบในสาขาสังคมศาสตร์ โดยอาศัยการสำรวจแนวความคิดเห็นของกลุ่มคนที่ต้องการศึกษามาวิเคราะห์ แยกแยะ หาเหตุผล เพื่อให้ทราบแนวความคิดเห็น ท้าที หรือ พฤติกรรมของมนุษย์หรือกลุ่มคนที่ทำการศึกษานั้น

วิธีการสรุปหรือวินิจฉัยข้อมูล

การค้นคว้าตามวิธีการทางวิทยาศาสตร์นั้น ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาค้นคว้าในสาขาใดหรือแขนงใดก็ตาม ต่างก็อาศัยหลักเกณฑ์วิธีการ สรุปหรือวินิจฉัยข้อมูลวิธีใดวิธีหนึ่ง หรือ ทั้ง ๒ วิธี ดังต่อไปนี้

๑. วิธีการนิรนัย (DEDUCTIVE METHOD) หมายถึง วิธีการสรุปหรือวินิจฉัยข้อเท็จจริงส่วนย่อยจากหลักเกณฑ์ทั่วไป ที่นักวิจัยสร้างขึ้นก่อนโดยอาศัยการสังเกตเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

๒. วิธีการอุปนัย (INDUCTIVE METHOD) หมายถึง วิธีการสรุปหลักเกณฑ์ทั่วไป หรือสร้างทฤษฎีจากการวินิจฉัยข้อเท็จจริงส่วนย่อย ซึ่งเกิดขึ้นซ้ำๆ ในทำนองเดียวกัน

ระเบียบวิธี (METHODOLOGY)

ระเบียบวิธีหมายถึงขั้นตอนหรือกระบวนการของการศึกษาค้นคว้า เพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่ถูกต้องและสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะทำได้ นักวิจัยจึงได้พยายามพัฒนาระเบียบวิธีการค้นคว้าเป็นขั้นๆ ดังต่อไปนี้

๑. ขั้นวางแผนและเตรียมงาน
๒. ขั้นเก็บรวบรวมข้อมูล
๓. ขั้นประมวลข้อมูล เพื่อการวิเคราะห์
๔. ขั้นวิเคราะห์และตีความข้อมูล เพื่อเขียนรายงานผลงานวิจัย รวมทั้งการสรุปผลการวิจัยและเสนอแนะหรือการนำข้อมูลมาใช้ให้เป็นประโยชน์

ความมุ่งหมายของการสำรวจประชามติ

ความมุ่งหมายของการสำรวจประชามตินั้น มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ๑ ประการด้วยกันคือ

๑. เพื่อเป็นการศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ โดยการสร้างพลังเทพหรือพัฒนาวิธีขึ้นไว้สำหรับพิจารณาหรือวินิจฉัยเหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงอันอาจจะเกิดขึ้นอีกในอนาคต ในอนาคต ความมุ่งหมายของการวิจัยทางวิทยาศาสตร์นั้นก็จำเป็นไปเพื่อการนี้ ภายหลังจากที่มองงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสำรวจประชามติเพื่อวิจัยแนวความคิดเห็นของประชาชนในค่านต่างๆ หนึ่งวันแต่จะได้รับความสนใจและความเชื่อถือมากยิ่งขึ้น เพราะการหักเหเอาชาวหรือความคิดเห็นของนักหนังสือพิมพ์หรือนักเขียนอย่าง เคียว เป็นมติมหาชนนั้นดูไม่ค่อยจะยุติธรรมนัก การสำรวจอย่างมีระบบซึ่งช่วยให้ได้ข้อมูลอันเชื่อถือได้ จึงหนึ่งวันจะได้รับการยอมรับและเล็งเห็นความสำคัญจากสังคมยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงวิชาการและบุคคลชั้นนำในทางราชการและวงการธุรกิจ

ในต่างประเทศได้มีวิธีแยกชนซึ่งทำหน้าที่สำรวจความคิดเห็นของประชาชน ในปัญหาต่างๆ ที่สังคมสนใจส่งไปขายให้แก่บริษัทผู้ทำหน้าที่สื่อสารมวลชน อันได้แก่หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ เพื่อเสนอต่อประชาชนก็มี โดยรับทำงานสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา

ต่างๆ ส่งให้แกหนังสือพิมพ์อยู่เป็นประจำ

๒. เพื่อเป็นแบบอย่างหรือพื้นฐานสำหรับการวิจัยรายอื่นๆ ประโยชน์ของการสำรวจประชามตินั้นสามารถนำมาใช้เป็นแบบอย่างหรือพื้นฐานสำหรับการวิจัยรายอื่นๆ ในสาขาเดียวกัน ซึ่งนักวิจัยสนใจจะศึกษาปัญหาในแง่อื่นๆ ที่การวิจัยรายแรกยังศึกษาค้นคว้าเข้าไปไม่ถึง หรือสนใจจะศึกษาในปัญหาเดียวกันแต่ผลวิจัยรายแรกล้าสมัย งานวิจัยทุกสาขาย่อมมีโอกาสค่าเงินไปเพื่อวัตถุประสงค์ในข้อนี้ด้วยกันทั้งสิ้น

๓. เพื่อใช้สำหรับการวางแผนงาน ในการสำรวจประชามติไม่มีประโยชน์ในเรื่องการวางแผนงานหรือนโยบายในการปฏิบัติงานหรือใช้ประกอบการวินิจฉัยสั่งการใดๆ ของนักบริหาร หน่วยงานซึ่งทำหน้าที่ส่วนใหญ่เพื่อการนี้จึงมักมีชื่อว่า "หน่วยงานวิจัยและวางแผน"

๔. เพื่อประเมินผลงาน ในการสำรวจประชามตินี้อาจจะเพื่อประโยชน์ในการประเมินผลงานที่ได้ปฏิบัติจัดทำไปแล้วว่าได้ผล สมความมุ่งหมายที่ได้วางไว้หรือไม่ มีประสิทธิภาพเพียงใด มีอุปสรรคหรือปัญหาที่ควรแก้ไขในงานค่าเงินไปดีขึ้นอย่างไร งานสำรวจประชามตินี้ช่วยเป็นกระจกเงาให้แก่นักบริหารหรือผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์ได้ทราบผลการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของตนว่าได้ผลสำเร็จเพียงใด มีข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนที่ควรแก้ไขตรงไหน

การประเมินผลประชาสัมพันธ์ควรจะไต่ค่าไปถึงหลักประสิทธิภาพเป็นสำคัญ คือการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของงานประชาสัมพันธ์กับการลงทุนที่ได้ค่าเงินงานไป ทั้งในค่านงประมาณ กำลังเจ้าหน้าที่ และเวลาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นๆ ว่าจะต้องให้ได้รับผลสูง



แนวทางสำคัญในการกำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์ก็คือการสำรวจประชามติ

วัตถุประสงค์ของการสำรวจประชามติ

วัตถุประสงค์ของการสำรวจประชามติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารมวลชน โดยทั่วไปกระทำเพื่อผลสำคัญ ๒ ประการคือ

๑. กำหนดลักษณะของกลุ่มบุคคลหรือประชากรที่เป็นเป้าหมายของนักประชาสัมพันธ์ที่จะเข้าถึง (TARGET AUDIENCE)

งานสำรวจวิจัยประชามติอาจจะกระทำเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลหลัก หรือข้อมูลภูมิหลังของประชากรที่เป็นเป้าหมายที่นักประชาสัมพันธ์มุ่งจะเข้าถึง เพื่อแยกวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้นว่า บุคคลที่เป็นเป้าหมายของนักประชาสัมพันธ์ที่จะมุ่งเข้าไปถึงนั้นเป็นบุคคลกลุ่มใด มีสภาพภายในครอบครัวและทางการสมรสอย่างไร อยู่ในกลุ่มอายุหรือเพศใดมากที่สุด มีระดับการศึกษาอยู่ในชั้นไหน อยู่ในกลุ่มอาชีพอะไร มีความชำนาญพิเศษและสนใจอะไรเป็นพิเศษ ฯลฯ

ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์แก่นักวิจัยและนักประชาสัมพันธ์ในการกำหนดแผนโครงการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับบุคคลที่เป็นเป้าหมายอย่างแท้จริง และเพื่อกำเนินโครงการให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีอย่างมีประสิทธิภาพสูง

ในการที่นักประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสทราบรายละเอียดเกี่ยวกับบุคคลผู้เป็นเป้าหมายมากเพียงใด ก็ย่อมจะเป็นประโยชน์ในการเข้าไปติดต่อมากขึ้นเพียงนั้น และมีโอกาสที่จะสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่เป็นเป้าหมายมากที่สุด

๒. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุปนิสัยของบุคคลผู้เป็นเป้าหมายคือสื่อมวลชน

(TARGET AUDIENCE'S MEDIA HABITS)

เมื่อนักประชาสัมพันธ์ได้รู้จักภูมิหลังของบุคคลที่เป็นเป้าหมายแล้ว ในขั้นต่อไปก็ควรได้รู้จักอุปนิสัยใจคอของบุคคลที่เป็นเป้าหมายว่าเป็นอย่างไร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องเหมาะสม ครบถ้วนกับนิสัยใจคอของบุคคลผู้เป็นเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อที่จะได้เลือกใช้สื่อมวลชนให้ถูกต้องเหมาะสมกับอุปนิสัยคอสื่อของบุคคลผู้เป็นเป้าหมายเหล่านั้น อุปนิสัยใดแก่เรื่องดังต่อไปนี้

ก. การอ่านหนังสือพิมพ์ บุคคลผู้เป็นเป้าหมายมีนิสัยรักการอ่านหนังสือ

พิมพ์ วารสาร จุลสาร หรือเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ ว่าชอบอ่านมอຍเพียงใด ชอบอ่านหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารอะไรมากที่สุด เชื่อถือข่าวสารที่เสนอจากหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ใดมากที่สุด ชอบอ่านเรื่องประเภทใด หรือเรื่องเกี่ยวกับอะไร ชอบผู้เขียนคนใดมากที่สุด เหล่านี้เบ็ดคน

ข. การชมภาพยนตร์ ผู้เป็นเป้าหมายมีนิสัยรักการชมภาพยนตร์ และการเล่นหรือมหรสพอย่างใดและเข้าชมมอຍเพียงใด

ค. อุปนิสัยท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ผู้เป็นเป้าหมายมีนิสัยรักการใช้ห้องสมุดมากน้อยเพียงใด ชอบเดินทางเพื่อไปเยี่ยมเยียนใคร หรือชอบต้อนรับผู้ที่มาเยี่ยมเยียนมากน้อยเพียงใด มีความสนใจที่จะร่วมในการสัมมนาหรือกิจกรรมทางวิชาการอื่นๆ หรือไม่

ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ช่วยในการเลือกสื่อมวลชนและวิธีการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้อง หรือตรงกับอุปนิสัยของบุคคลที่เป็นเป้าหมายของนักประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี



อยากเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องฝึกจำชื่อบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานมากกว่า

ผลของการสำรวจประชามติทางการประชาสัมพันธ์

สำหรับผลหรือประสิทธิผลของการสำรวจประชามติทางการประชาสัมพันธ์นั้น ควรจะได้อ่านถึงหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

๑. ความพึงพอใจของผู้บังคับบัญชา ในการสำรวจประชามตินั้นผู้บังคับบัญชา และนักประชาสัมพันธ์จะได้อ่านโอกาสได้รับทราบในเรื่องต่อไปนี้

ก. ความเข้าใจในเนื้อหาสาระในรายการประชาสัมพันธ์ของบุคคลผู้เป็นเป้าหมายที่ได้รับการประชาสัมพันธ์

ข. ความสามารถในการจดจำเนื้อหาสาระในรายการประชาสัมพันธ์ของบุคคลผู้เป็นเป้าหมายที่ได้รับการประชาสัมพันธ์

ค. ความเชื่อในถ้อยคำหรือเรื่องราวที่ทำการประชาสัมพันธ์ของบุคคลผู้เป็นเป้าหมายที่ได้รับการประชาสัมพันธ์

ง. การนำความรู้หรือข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ของบุคคลที่เป็นเป้าหมายซึ่งได้รับการประชาสัมพันธ์

๒. ความพึงพอใจของบุคคลผู้เป็นเป้าหมาย ในการสำรวจประชามตินั้น บุคคลผู้เป็นเป้าหมายจะได้รับความพึงพอใจเนื่องจากสนใจในเรื่องดังต่อไปนี้

ก. ความสนใจในรายการหรือกิจการงานประชาสัมพันธ์

ข. ความบันเทิง เพลิดเพลินในรายการหรือกิจการงานประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินไปแล้ว หรือกำลังดำเนินการอยู่ ฯลฯ เป็นต้น