



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ... สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ... สงต. โทร. ๐-๒๖๑๘-๒๓๒๓ ต่อ ๑๗๑๐, ๑๗๑๑

ที่ นร. ๐๒๐๙.๐๓/ ๑๕ วันที่ ๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

เรื่อง... สรุบบัณฑิตออนไลน์ หัวข้อ “การวิจัยผู้ชมและผู้ฟัง” (In-house research that drives audience engagement)

เรียน ผอ.สปต.

ตามที่สหภาพวิทยุ - โทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Asia-Pacific Broadcasting Union: ABU) ขอเชิญบุคลากร กปส. เข้าร่วมการฝึกอบรมผ่านโปรแกรม webinar หัวข้อ “การวิจัยผู้ชมและผู้ฟัง (In-house research that drives audience engagement)” เมื่อวันที่ ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะบุคลากรในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจในผู้ชมผู้ฟังมากขึ้น และสามารถวางแผนทางการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยวิทยากร ได้แก่ Samantha Hodgson ผู้เชี่ยวชาญของสถานีวิทยุ ABC ของ Australia เป็นผู้ให้ความรู้ในการทำวิจัย และแบ่งปันประสบการณ์การศึกษาวิจัยในการฝึกอบรมครั้งนี้ นั้น

สงต. พิจารณาเห็นว่า เนื้อหาของการฝึกอบรมดังกล่าวเป็นประโยชน์ด้านการพัฒนาศักยภาพและทักษะต่อบุคลากรของ กปส. เกี่ยวกับการวิจัยกลุ่มผู้ชมและผู้ฟัง ซึ่งจะเป็นปัจจัยบ่งชี้ถึงคุณภาพของรายการวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อใหม่ของ กปส. รวมทั้งทิศทางการผลิตรายการให้คุณภาพเพื่อสนองตอบกลุ่มเป้าหมายของ กปส. ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ ทั้งนี้ จะนำสรุปผลการฝึกอบรมดังกล่าวเผยแพร่ทางอินทราเน็ต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานด้านผลิตสื่อของ กปส. ต่อไป

กชฎันท์

(นางณัฐนันท์ รจนกร)

ผอ.สงต.

กราบ / ดิแปนพจนานวน

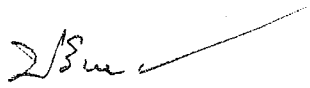
2/5

นางปรีห์กมล ถนอมศักดิ์ชัย

ผอ.สปต.

ที่ นร ๐๒๐๓,๐๓๒๕๕ ลว. ๑๗ ต.พ. ๖๕  
เรียน ผอ.สำนัก/กอง และหัวหน้าหน่วยงานต่าง ๆ

เพื่อโปรดทราบ สรุปสาระสำคัญจากการอบรม  
ออนไลน์



(นางบริห์กมล ถนนอมศักดิ์ชัย)

ผอ.สปต.

สรุปผลการฝึกอบรมผ่านโปรแกรม Webinar  
หัวข้อ “การวิจัยผู้ชมและผู้ฟัง (In-house Research That Drives Audience Engagement)”  
วันที่ ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔  
เวลา ๑๓.๐๐ น. (เวลาประเทศไทย)

สหภาพวิทยุ - โทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Asia-Pacific Broadcasting Union: ABU) จัดกิจกรรมฝึกอบรมออนไลน์ผ่านโปรแกรม Webinar หัวข้อ “การวิจัยผู้ชมและผู้ฟัง” (In-house Research That Drives Audience Engagement) มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะบุคลากรในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจในผู้ชมผู้ฟังมากขึ้น และสามารถวางแผนทางการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยวิทยากรได้แก่ Samantha Hodgson ผู้เชี่ยวชาญงานวิจัยของสถานีวิทยุ ABC ของ Australia เป็นผู้ให้ความรู้ในการทำวิจัยและแบ่งปันประสบการณ์การศึกษาวิจัยในการฝึกอบรมครั้งนี้ โดยมีผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมจาก สปต. สนผ. และ สวท. จำนวน ๖ คน

### สรุปสาระสำคัญจากฝึกอบรม

๑. ความแตกต่างระหว่างการวิจัยผู้ฟังผู้ชมตามขั้นปฐมภูมิ (Audience Primary Research) กับการวิจัยแบบวัดค่าที่เกี่ยวข้องกับผู้ฟังผู้ชม (Audience measurement) มีดังนี้ การวิจัยผู้ฟังผู้ชมตามขั้นปฐมภูมิจะเป็นการเก็บข้อมูลศึกษาใหม่ด้วยตัวเอง โดยมุ่งเน้นไปที่ การศึกษาทัศนคติ มุมมอง พฤติกรรม ความเชื่อ เป็นต้น ส่วนการวิจัยแบบวัดค่าที่เกี่ยวข้องๆ เป็นการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปริมาณ ความถี่ เช่น การวัดความนิยม (rating) เป็นต้น

๒. วิธีการทางการวิจัยแบ่งเป็น เชิงปริมาณ (quantitative research) และ เชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่ง วิธีการวิจัยเชิงปริมาณทำได้โดย แบบสอบถามต่าง ๆ เน้นการศึกษาในเชิงตัวเลข สถิติ การหาค่า ในขณะที่เชิงคุณภาพ อาจใช้การทำ Focus Group หรือ In-Depth Interview เพื่อหาเหตุผลในเชิงลึกลงไปในกลุ่มที่ขนาดเล็กลง ว่ารู้สึกอย่างไร มีทัศนคติ ความเชื่ออย่างไร สาเหตุ และที่มาต่าง ๆ

๓. ประเด็นเนื้อหาทางการวิจัยที่ ABC ให้ความสนใจ ได้แก่ (๑) การกระจายตัวของสื่อรูปแบบใหม่ (Media Fragmentation) เช่น Disney+ เข้ามาตีตลาดในประเทศออสเตรเลีย (๒) โลกปัจจุบันกับการปรับตัวเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล (Increase Digitalization) เช่น การปรับเปลี่ยนรูปแบบช่องทางการรับสื่อ (๓) การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค (Behavioral Shifts) เช่น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับชมรายการของ ABC ในช่วงภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ และ (๔) การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ประชากร (Population Shifts) ซึ่งเป็นประเด็นความหลากหลายของกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาติพันธุ์ในประเทศออสเตรเลีย เช่น ชาวอะบอริจิน กลุ่มเอเชีย ที่อพยพเข้าไปในประเทศออสเตรเลีย ซึ่ง ABC พยายามจะสร้างเนื้อหาสำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ด้วย โดยการวิจัยของ ABC มักจะทำใน ๒ ลักษณะคือ การทำวิจัยเองภายในองค์กร (In-house Research) และการจ้างบริษัท ข้อมูลต่าง ๆ เช่น Nielsen ทำวิจัยที่มีความซับซ้อน

๔. สาเหตุที่หน่วยงานส่วนใหญ่จะไม่ทำการวิจัยเอง เนื่องด้วยความพร้อมของทรัพยากรบุคคล และชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของหน่วยงานทำวิจัย อย่างไรก็ตาม วิทยากรแนะนำว่า องค์กรต่าง ๆ สามารถที่จะทำวิจัยด้วยตัวเองในองค์กร (In-house research) ซึ่งเหมาะสมกับวิธีการวิจัยเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ฟังและผู้ชม เนื่องจากจะมีความรวดเร็ว ประหยัดเวลา ประหยัดงบประมาณ และได้ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) และการตรวจสอบ (Validation) ที่แม่นยำ แต่ความท้าทายที่อาจเกิด เช่น การมีอคติ (objectivity) ความเอนเอียง (bias) ต่อตัวแปรต่าง ๆ ของผู้วิจัยในองค์กร เรื่องการรักษาความปลอดภัยและความลับกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นต้น โดยวิธีการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ สามารถทำได้โดยใช้หลักจรรยาบรรณการวิจัย (code of conduct)

๕. การทำวิจัย...

๕. การทำวิจัยด้วยตนเองเป็นวิธีที่ง่ายและมีคุณค่า อย่างไรก็ตาม ABC ได้แนะนำแนวคิดในการเริ่มทำวิจัยด้วยตนเอง ดังนี้

๕.๑ การตั้งสมมติฐาน และคำถามของต้องเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ ซึ่งต้องไม่กว้างเกินไป เช่น ถ้าต้องการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการรับสื่อ ก็ต้องคำนึงถึงระยะเวลาการศึกษา ตัวแบบสอบถาม ลักษณะภาษาของคำถาม ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการคำตอบ และความทรงจำของผู้ตอบแบบด้วย

๕.๒ กำหนดวิธีการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ที่เหมาะสม

๕.๓ การเก็บกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจน

๕.๔ ขั้นตอนในการทำงานวิจัย มีดังนี้

- Assess วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ค้นหาข้อมูล
- Plan วางแผนการทำงาน ระยะเวลา เลือกวิธีการวิจัย
- Implement วิจัย และทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย
- Evaluate ประเมินผล สรุปผล

๖. ABC นำเสนอตัวอย่างการวิจัย เช่น การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคสื่อของชาวออสเตรเลีย เพื่อเป็นโอกาสในการหาสินค้าใหม่ โดยทำการสำรวจ (survey) กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๕๐,๐๐๐ คน โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมหันมาชมรายการของ ABC ในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ สุขภาพจิตกับการดูแลสุขภาพมากถึง ร้อยละ ๘๘ ก่อให้เกิดการสร้างเนื้อหาบริการที่สามารถทำให้คนมาดูเพิ่มขึ้น

#### ข้อเสนอแนะ

กปส. ต้องการองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในการพัฒนาประสิทธิภาพของการสื่อสาร ทั้งประเด็นพฤติกรรมผู้บริโภค ทักษะคนตี ประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งน่าจะเป็นเรื่องที่ดีที่หน่วยปฏิบัติต่าง ๆ จะสามารถเริ่มต้นการทำวิจัยด้วยตัวเอง เพราะคงจะยากที่จะรอเพียงแค่ส่วนงานใด ให้รับผิดชอบการสร้างองค์ความรู้ใหม่ แต่สิ่งที่ กปส. จะเริ่มได้คือ เริ่มสร้างทัศนคติของการเป็นนักช่างสงสัย และนักหาคำตอบในงานด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากรที่มี

(๑) การตั้งคำถามถึงประสิทธิภาพและคุณค่าของงานในปัจจุบัน

(๒) หาวิธีการหาคำตอบ/วัดผลอย่างง่าย

(๓) ประมวลผล และวิเคราะห์คำตอบของคำถามอย่างไร้อคติเพื่อปรับปรุงงาน

หลังจากนั้นแล้ว ก็ต้องเป็นนักศึกษา นักทดลอง และ นักปฏิบัติเพื่อที่จะทดสอบผลของสิ่งที่ศึกษาเพื่อให้เกิดประสิทธิผลด้วย แล้วประสิทธิภาพถึงจะตามมา

นางสาวสุตาภรณ์ กรรณเลขา  
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ  
ส่วนวิจัยและพัฒนา  
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์  
กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔