

บทที่ 8

สรุปและข้อเสนอแนะ

ปัญหาด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ถือเป็นปัญหาที่เผชิญหน้าผู้ปฏิบัติงานและนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน และยังคงเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากนักวิจัยในสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต Synnott และ Mckie (1997: 264-270) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การวัดผลการประชาสัมพันธ์เป็นหัวข้อวิจัยที่ผู้วิจัยในสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น และมีแนวโน้มที่จะได้รับความสนใจต่อไปอีกในอนาคต 10 ปีข้างหน้า ดังนั้นการวิจัยเรื่อง "ตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย" ในครั้งนี้เกิดขึ้นเพื่อต้องการค้นหาแนวความคิดและวิธีการที่จะใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะให้แนวทางที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในปัญหาที่ยังไม่มีคำตอบชัดเจน และเป็นคำตอบของปัญหาได้ การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาทำความเข้าใจในปัญหาที่ยังไม่ชัดเจนนี้ เป็นการเฝ้าสังเกตการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในสภาพความเป็นจริงหลาย ๆ สถานการณ์ตามลักษณะ กิจการขององค์กรที่นำการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ ด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ การศึกษาจากเอกสารขององค์กร และการสังเกตบรรยากาศการปฏิบัติงานในองค์กร ซึ่งจะสามารถสรุปให้เห็นสภาพการปฏิบัติงานและสิ่งที่บ่งบอกถึงลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สิ่งที่ได้ในท้ายที่สุดคือ แบบจำลองตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถอธิบายถึงความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ อันถือเป็น องค์ความรู้ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และเป็นทางเลือกใหม่ที่จะนำไปประยุกต์ใช้เป็นวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละองค์กรได้

แนวความคิดในการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่เสนอให้ทำการประเมินด้วยตัวบ่งชี้จากมิติต่าง ๆ รวม 5 มิติ เป็นแนวความคิดที่มีพื้นฐานมาจากการมองแบบองค์รวม ที่มองว่าทุกส่วนไม่สามารถแบ่งแยกเป็นส่วนย่อยได้แต่มีความเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกัน ดังนั้นวิธีการที่จะอธิบายความเป็นจริงได้ต้องเป็นวิธีที่ใช้ปรัชญาบูทสเตรป (Bootstrap) ที่ให้ความสำคัญกับการศึกษา

ความจริงด้วยความสอดคล้องต้องกันของส่วนทั้งหมด กล่าวคือการประเมินผลการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ควรจะต้องพิจารณาจากความเป็นจริงในสถานการณ์ต่าง ๆ และสามารถสรุปได้ ด้วยความสอดคล้องต้องกันขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่อยู่ร่วมกัน นอกจากนี้ได้ประยุกต์แนวคิดการ ประเมินด้วยการตัดสินคุณค่าแบบพหุมิติของการกำหนดคุณค่า เพื่อนำมาพัฒนาแนวคิดให้เป็น แบบพหุมิติของการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ที่เสนอว่าการพิจารณาประเมินผล ต้องเริ่มต้นพิจารณาที่มีติด้านงานสำคัญที่ต้องปฏิบัติ ซึ่งเป็นไปตามบริบทของการปฏิบัติงานแยก ตามลักษณะกิจการขององค์กรที่นำการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติรวม 21 ลักษณะกิจการ ทั้งนี้ใน แต่ละลักษณะกิจการจะมีงานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติแตกต่างกันไป งานเหล่านี้ ถือเป็นตัวบ่งชี้พื้นฐานที่การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ ต่อจากนั้นจึงพิจารณาถึงมิติของความสำเร็จของการปฏิบัติงาน 4 มิติซึ่งเป็นลักษณะที่สามารถ สังเกตได้ด้วยตัวบ่งชี้ความสำเร็จที่แตกต่างกันในแต่ละมิติความสำเร็จ ตัวบ่งชี้ความสำเร็จ สามารถวัดได้ด้วยเกณฑ์จากการปฏิบัติงานจริง

การพิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ต้องพิจารณาตามลำดับขั้น และครบถ้วนทุกมิติดังกล่าวข้างต้นจึงจะสามารถสรุปได้ว่า การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นเป็นการปฏิบัติงานที่ดีหรือไม่ แนวคิดแบบพหุมิติของการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมานี้ เมื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรต่าง ๆ สามารถสรุปให้เห็นเป็นแผนภูมิรายการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของ องค์กรทั้ง 21 ลักษณะกิจการได้ดังต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 8.1 รายการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

		งานสำคัญที่ผู้ปฏิบัติงานต้องปฏิบัติ																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
21 ลักษณะ ภารกิจ การ	พง.	X	X		X	X	X		X	X	X	X		X	X					
	กสท.	X		X	X	X	X					X			X					
	ขส.	X			X	X	X				X			X						
	สร.	X	X		X	X	X					X			X					
	อส.	X			X	X	X	X	X	X	X	X		X						
	กง.	X		X	X		X													
	สค.	X				X						X								
	สม.	X			X											X				
	ทท.รร.	X										X					X			
	บท.	X				X	X								X					
	สนป.	X			X	X	X				X	X		X	X					
	กม.	X		X	X		X			X					X					
	ทน.	X		X	X		X				X				X					
	คช.	X			X		X													
	กฟ.	X				X						X								
	ศว.	X			X							X								
	สรป.	X					X					X							X	
	กษ.	X			X		X					X								X
	กส.	X			X	X					X									
	สวล.	X	X							X			X							
บ.ปชส.									X										X	X

(โปรดดูรายละเอียดประกอบในหมายเหตุท้ายแผนภูมิที่ 8.1)

หมายเหตุท้ายแผนภูมิที่ 8.1

1. X แสดงถึงงานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติในแต่ละลักษณะกิจการ
2. หมายเลข 1-19 หมายถึง ตัวบ่งชี้ด้านงานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติ ดังนี้

1 = การเผยแพร่ข่าวสาร	2 = การให้ความรู้
3 = การตรวจสอบและวิเคราะห์สถานการณ์	4 = การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร
5 = การประชาสัมพันธ์สนับสนุนการตลาด	6 = การเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร
7 = การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า	8 = การนำเสนออัตลักษณ์องค์กร
9 = การประชาสัมพันธ์โครงการ	10 = ชุมชนสัมพันธ์
11 = การรณรงค์กิจกรรมเพื่อสังคม	12 = การสื่อสารผลิตภัณฑ์นโยบาย
13 = การจัดการสภาวะวิกฤติ	14 = การจัดการประเด็นสาธารณะ
15 = การเยี่ยมชมกิจการ	16 = การสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลสำคัญ
17 = การระดมเงินบริจาค	18 = การผลิตสื่อ
19 = การให้คำปรึกษา	
3. ความหมายอักษรย่อลักษณะกิจการ มีดังนี้

พง. = กิจการด้านพลังงาน	กสท. = กิจการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม
ขส. = กิจการด้านการขนส่ง	สร. = กิจการด้านสาธารณสุข
อส. = กิจการด้านอุตสาหกรรม	กง. = กิจการด้านการเงิน
สค. = กิจการด้านสินค้าอุปโภคบริโภค	สม. = กิจการด้านสื่อมวลชน
ทท.รร. = กิจการด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม	บท. = กิจการด้านความบันเทิง
สนป. = กิจการด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ	
กม. = กิจการด้านการเมือง	
ทน. = กิจการด้านการทหาร	ศษ. = กิจการด้านการศึกษา
กฟ. = กิจการด้านกีฬา	ศว. = กิจการด้านศิลปวัฒนธรรม
สรป. = กิจการด้านสาธารณประโยชน์	กษ. = กิจการด้านการเกษตร
กส. = กิจการด้านการก่อสร้าง	สวล. = กิจการด้านสิ่งแวดล้อม
บ.ปชส. = กิจการด้านบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์	
4. ตัวบ่งชี้ด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 3 ประการ ได้แก่ ปริมาณ และคุณภาพงาน ความคุ้มค่าในการลงทุน และการบรรลุวัตถุประสงค์
5. ตัวบ่งชี้ด้านความรู้สึกรวมของกลุ่มเป้าหมาย 5 ประการ ได้แก่ การรับรู้ ความเข้าใจ ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจ
6. ตัวบ่งชี้ด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย 2 ประการ ได้แก่ ความสัมพันธ์ที่ดี และพฤติกรรมที่ต้องการ
7. ตัวบ่งชี้ด้านผลประโยชน์ขององค์กร 3 ประการ ได้แก่ ผลประกอบการ ยอดขาย และการดำเนินงานที่ราบรื่น

เพื่อประโยชน์ในการนำแนวความคิดเรื่องตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง ได้รวบรวมตัวบ่งชี้ในมิติต่าง ๆ เกณฑ์ที่ใช้วัดตัวบ่งชี้ พร้อมทั้งเสนอแนะวิธีการวัดเกณฑ์ต่าง ๆ ตามแบบรายการตัวบ่งชี้สำหรับประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 8.2 แบบรายการตัวบ่งชี้สำหรับประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

มิติที่ 1 : ตัวบ่งชี้ด้านงานสำคัญที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติ

เผยแพร่ข่าวสาร	ให้ความรู้	ตรวจสอบวิเคราะห์สถานการณ์	ประชาสัมพันธ์ภายใน	ประชาสัมพันธ์การตลาด
1	2	3	4	5
เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	เสริมสร้างภาพลักษณ์สินค้า	นำเสนออัตลักษณ์องค์กร	ประชาสัมพันธ์โครงการ	ชุมชนสัมพันธ์
6	7	8	9	10
รณรงค์กิจกรรมเพื่อสังคม	สื่อสารผลิตภัณฑ์นโยบาย	การจัดการสภาวะวิกฤติ	การจัดการประเด็นสาธารณะ	เยี่ยมชมกิจการ
11	12	13	14	15
สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลสำคัญ	ระดมเงินบริจาค	การผลิตสื่อ	การให้คำปรึกษา	รวม 19 งาน
16	17	18	19	

รายละเอียดงานที่ต้องปฏิบัติ 21 ลักษณะกิจการ

ด้านพลังงาน = { 1,2,4,5,6,8,9,10,11,13,14 }

ด้านการขนส่ง = { 1,4,5,6,10,13 }

ด้านอุตสาหกรรม = { 1,4,5,6,7,8,9,10,11,13 }

ด้านสินค้าอุปโภคบริโภค = { 1,5,11 }

ด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม = { 1,11,16 }

ด้านสาธารณูปโภคสาธารณูปการ = { 1,4,5,6,10,11,13,14 }

ด้านการเมือง = { 1,3,4,6,9,14 }

ด้านการศึกษา = { 1,4,6 }

ด้านศิลปวัฒนธรรม = { 1,4,11 }

ด้านการเกษตร = { 1,4,6,11,18 }

ด้านสิ่งแวดล้อม = { 1,2,9,12 }

ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม = { 1,3,4,5,6,11,14 }

ด้านสาธารณสุข = { 1,2,4,5,6,11,14 }

ด้านการเงิน = { 1,3,4,6 }

ด้านสื่อมวลชน = { 1,4,15 }

ด้านความบันเทิง = { 1,5,6,14 }

ด้านการทหาร = { 1,3,4,6,10,14 }

กีฬา = { 1,5,11 }

ด้านสาธารณประโยชน์ = { 1,6,11,17 }

ด้านการก่อสร้าง = { 1,4,5,10 }

ด้านบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ = { 9,18,19 }

แผนภูมิที่ 8.2 (ต่อ)

มิติที่ 2 : ตัวบ่งชี้ด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การวัด	วิธีการวัด
1. ปริมาณงาน และคุณภาพงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนข่าวที่ส่งให้สื่อมวลชน ● จำนวนข่าวที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน ● เนื้อที่ข่าวที่เผยแพร่ (คอลัมน์นิ้ว) ● ตำแหน่งของข่าวที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน ● ความครบถ้วนถูกต้องของข้อความหลัก (key message) ที่ปรากฏในข่าวที่เผยแพร่ ● หนังสือพิมพ์ที่เผยแพร่เป็นฉบับใหญ่หรือไม่ ● บทความพิเศษได้รับการเผยแพร่ ● จำนวนนักข่าวที่ร่วมงานแถลงข่าวและกิจกรรม ● กิจกรรมองค์กรได้รับการกล่าวถึงในที่ประชุมองค์กรอื่น ● ปริมาณสื่อที่ผลิต ● ปริมาณกิจกรรมที่จัด ● จำนวนครั้งของการเยี่ยมชมกิจการ ● ความรวดเร็ว และทันเวลา ● ผู้บริหารองค์กรให้การสนับสนุน 	<ul style="list-style-type: none"> ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● วิเคราะห์เนื้อหา ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● สังเกต ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● สังเกต
2. ความคุ้มค่า ในการลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนผู้ที่มีโอกาสเห็นข่าวที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชน ● มูลค่าเงินเมื่อแปลงเนื้อที่ข่าวเป็นค่าโฆษณา ● ปริมาณงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● คำนวณ ● คำนวณ ● ตรวจสอบ
3. การบรรลุวัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> ● เกิดการเปลี่ยนแปลงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแต่ละโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> ● วิจัย ● สัมภาษณ์ ● สังเกต

แผนภูมิที่ 8.2 (ต่อ)

มิติที่ 4 : ตัวบ่งชี้ด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การวัด	วิธีวัด
1. ความสัมพันธ์ที่ดี	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สนิทสนมกับนักข่าว ● นักข่าวโทรถาม ตรวจสอบข้อมูล บอกข่าว ก่อนลงข่าว เกี่ยวกับองค์กร ● ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สามารถขอร้องนักข่าวในการเผยแพร่และระงับการเผยแพร่ข่าวได้ ● นักข่าวบอกเตือนก่อนในกรณีที่จะเกิดผลกระทบ ● นักข่าวไม่เขียนข่าวร้ายแรง โจมตีมากนัก ● ประชาชนทักทาย ให้การต้อนรับเมื่อไปพบชุมชน ● ความร่วมมือจากพนักงานฝ่ายอื่น ๆ ในองค์กรในการนำข้อมูลมาเผยแพร่ 	<ul style="list-style-type: none"> ● สังเกต ● สังเกต ● สังเกต ● สังเกต ● วิเคราะห์เนื้อหา ● สังเกต ● สังเกต
2.พฤติกรรมตามต้องการ	<ul style="list-style-type: none"> ● มีการดำเนินงานต่อเนื่องจากองค์กรอื่น ในสิ่งที่องค์กรทำการรณรงค์ ● ผู้เข้าร่วมโครงการมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหลังการรณรงค์ ● จำนวนผู้ซื้อบัตรเข้าชมการแสดง กิจกรรมที่จัดขึ้น ● การเข้ามาติดต่อกับองค์กรอย่างสม่ำเสมอ ● มีการพูดคุยถึงเรื่องที่เผยแพร่ ● พนักงานให้ความร่วมมือ ● ประชาชนสนใจหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องที่เผยแพร่ ● จำนวนผู้มาใช้บริการ ● จำนวนจดหมายแนะนำการดำเนินงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ● สังเกต ● วิจัย ● ตรวจนับ ● ตรวจนับ ● สังเกต ● สังเกต ● สังเกต ● ตรวจนับ ● ตรวจนับ

แผนภูมิที่ 8.2 (ต่อ)

มิติที่ 5 : ตัวบ่งชี้ด้านผลประโยชน์ขององค์กร

ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การวัด	วิธีวัด
1. ผลประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนผู้ใช้บริการ ● ได้รับสัมปทานจากรัฐ ● การบริจาคนเงินสนับสนุนองค์กร ● จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น ● จำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้รับเลือกตั้งเพิ่มขึ้น (สำหรับพรรคการเมือง) ● จำนวนอาสาสมัครเข้าช่วยเหลือกิจกรรมองค์กร ● สาธารณประโยชน์ ● ความราบรื่นในการเจรจาธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ตรวจสอบ ● สังเกต ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● สังเกต
2. ยอดขาย	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนผู้จำหน่าย (Dealer) เพิ่มขึ้น ● รายได้เพิ่มขึ้น ● ลูกค้านี้ถึงสินค้าเมื่อต้องการ ● ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ตรวจสอบ ● ตรวจสอบ ● วิจัย ● วิจัย
3. การดำเนินงานราบรื่น	<ul style="list-style-type: none"> ● ประชาชนไม่ต่อต้าน ไม่เดินขบวนประท้วงองค์กร ● ไม่มีใบปลิว บัตรสนเท่ห์ในหน่วยงาน ● พนักงานรู้สึกร่วมมือ ไม่ต่อต้านการปรับองค์กร ● ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน (Unity) ของพนักงาน ● ชุมชนให้ความช่วยเหลือแก่โรงงาน ● ชุมชนร่วมมือแก้ไขปัญหาผลกระทบต่อชุมชน ● ชุมชนแจ้งข่าวแก่โรงงานเมื่อเกิดสิ่งผิดปกติ ● อัตราการหมุนเวียน (Turn Over Rate) ของพนักงานต่ำ 	<ul style="list-style-type: none"> ● สังเกต ● สังเกต ● สังเกต ● สังเกต ● สังเกต ● สังเกต ● สังเกต ● ตรวจสอบ

แบบรายการตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธน์ เป็นกรอบแนวทางที่ช่วยชี้แนะผู้บริหารงานประชาสัมพันธน์และผู้บริหารองค์กรว่า จะใช้ข้อมูลอะไรเป็นเกณฑ์ในการวัดตัวบ่งชี้ความสำเร็จของการปฏิบัติงาน ซึ่งข้อมูลที่ใช้เป็นเกณฑ์การวัดที่นำเสนอในแบบการประเมินนี้เป็นข้อมูลที่ครอบคลุมและรอบด้าน แต่อย่างไรก็ตามแบบรายการตัวบ่งชี้ดังกล่าวนี้เป็นเพียงกรอบที่บอกถึงตัวบ่งชี้และเกณฑ์ที่ใช้ประเมินผลเท่านั้น เป็นการให้กรอบแนวคิดว่าจะวัดอะไรแต่ไม่ได้เสนอถึงระดับมาตรฐานของเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้วัดเป็นอย่างไร กล่าวคือไม่ได้ระบุถึงระดับของเกณฑ์ที่ใช้วัดว่ามีระดับมาตรฐานอยู่ที่ระดับใด ซึ่งการระบุระดับของเกณฑ์ที่วัดนี้ถือเป็นการสร้างมาตรฐานของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธน์ ที่จำเป็นต้องมีระดับของเกณฑ์มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธน์ การได้มาซึ่งเกณฑ์มาตรฐานนี้ต้องมีการวิจัยต่อการวิจัยในครั้งนี้อย่างไรก็ตามแบบรายการตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินนี้มีประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธน์ในด้านที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของตนเองได้ในระดับหนึ่ง โดยสามารถดำเนินการประเมินการปฏิบัติงานตามรายการตัวบ่งชี้ ซึ่งมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการประยุกต์ใช้ตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธน์

การประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธน์ ตามแบบแนวคิดตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธน์ สามารถดำเนินการได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. พิจารณาลักษณะกิจการขององค์กรจาก 21 ลักษณะกิจการ
เช่น องค์กรการโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เป็นองค์กรในกิจการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม
2. พิจารณาว่าองค์กรที่ทำการประเมินได้ปฏิบัติภาระหน้าที่ตามรายการภาระหน้าที่สำคัญที่ต้องปฏิบัติในองค์กรลักษณะกิจการนั้นหรือไม่
เช่น ส่วนงานด้านการประชาสัมพันธน์ขององค์กรกิจการด้านโทรคมนาคม ต้องมีภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติอย่างน้อย 7 งาน ได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสาร การตรวจสอบสถานการณ์ การประชาสัมพันธน์ภายในองค์กร การประชาสัมพันธน์สนับสนุนการตลาด การเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร กิจกรรมเพื่อสังคม และการจัดการ

ประเด็นสาธารณะเรื่องร้องเรียน ซึ่งจะช่วยให้ถึงแนวโน้มความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้

3. ทำการตรวจวัดตัวบ่งชี้ความสำเร็จด้านประสิทธิภาพงาน ตามเกณฑ์และวิธีวัด เช่น ตรวจนับจำนวนข่าวที่ปรากฏในรอบเดือน คิดคำนวณขนาดเนื้อที่ข่าวที่ปรากฏในสื่อมวลชนเป็นคอลัมน์นิ้วหรือนาที ตามลักษณะสื่อ ทำการวิเคราะห์เนื้อหาข่าว คำนวณจำนวนผู้มีโอกาสเห็นข่าวจากจำนวนการเปิดรับสื่อ นั้นเป็นต้น ซึ่งสามารถสรุปอ้างอิงถึงความสำเร็จด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
4. ทำการตรวจวัดตัวบ่งชี้ความสำเร็จด้านความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายตามเกณฑ์และวิธีวัด เช่น สัมภาษณ์จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่รู้จักองค์กร วิเคราะห์เนื้อหาคุณภาพของข่าวที่เผยแพร่ วิจัยสำรวจความรู้สึกภาคภูมิใจของพนักงาน สังเกตว่ามีรางวัลเกียรติยศที่ได้รับ ตรวจนับจำนวนและวิเคราะห์เนื้อหาข้อร้องเรียน เป็นต้น ซึ่งสามารถสรุปอ้างอิงถึงผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้ ความรู้สึก และทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย
5. ทำการตรวจวัดตัวบ่งชี้ด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายตามเกณฑ์และวิธีวัด เช่น สังเกตความสัมพันธ์สนมระหว่างผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์กับนักข่าว ตรวจนับจำนวนผู้ซื้อบัตรชมการแสดงที่องค์กรจัดขึ้น สังเกตพนักงานให้ความร่วมมือปรับองค์กร เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่สรุปอ้างอิงถึงผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
6. ทำการตรวจวัดตัวบ่งชี้ด้านผลประโยชน์ขององค์กร ตามเกณฑ์และวิธีวัด เช่น ตรวจนับจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ตรวจนับรายได้เพิ่มขึ้น สังเกตความราบรื่นในการดำเนินโครงการก่อสร้าง เป็นต้น ซึ่งเป็นสามารถสรุปอ้างอิงถึงการประชาสัมพันธ์ที่สนับสนุนให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้

แบบรายการตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลนี้มีจุดเด่นที่สำคัญคือ เป็นการประเมินในแบบการบรรยายคุณลักษณะต่าง ๆ ของการปฏิบัติงานที่ครบถ้วนรอบด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสภาพการปฏิบัติงานที่เป็นจริงมากที่สุด และการประเมินสามารถทำได้ด้วยวิธีการวัดที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์สามารถปฏิบัติได้ง่าย ได้แก่ การสังเกต การตรวจนับ นับได้ว่าเป็นแบบการประเมินที่มีความสมบูรณ์และมีประโยชน์ในทางปฏิบัติในระดับที่น่าพอใจ

ตามที่ได้กล่าวแล้วว่า แบบรายการตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์นี้ เป็นการให้แนวทางแก่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ที่จะประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ขององค์กรตนเอง โดยพิจารณาจากมิติต่าง ๆ อย่างรอบคอบเท่านั้น ส่วนการพิจารณาว่าความสำเร็จอยู่ในระดับใดยังไม่มีการกำหนดแน่ชัด แบบจำลองนี้ช่วยให้ความกระฉ่างชัดมากขึ้นเกี่ยวกับสิ่งที่ จะทำการประเมิน แต่ไม่ได้เสนอถึงระดับมาตรฐานการประเมินที่จะเป็นที่ยอมรับของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในลำดับต่อไป เพื่อพัฒนาให้เกิดความสมบูรณ์และสามารถใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธุ์ ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้มีการวิจัยเพิ่มเติมในลำดับต่อไปดังนี้

ข้อเสนอสำหรับการวิจัยเพิ่มเติมในลำดับต่อไป

เพื่อให้แนวคิดเรื่องตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ 21 ลักษณะกิจการ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติได้สมบูรณ์มากขึ้น ผู้วิจัยขอแนะนำว่าควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงประยุกต์โดยนำแบบประเมินผลการประชาสัมพันธุ์ 21 ลักษณะกิจการไปตรวจสอบเพื่อให้เกิดการปรับปรุง และเป็นที่ยอมรับจากผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์
2. การวิจัยกำหนดมาตรฐานของเกณฑ์ที่ใช้วัดตัวบ่งชี้ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์การตัดสินระดับความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์
3. การวิจัยพัฒนาวิธีการวัดข้อมูลที่แสดงถึงตัวบ่งชี้ให้มีความเที่ยงและความตรงมากขึ้นในอนาคต

4. การวิจัยปรับปรุงเพิ่มเติมตัวบ่งชี้ต่าง ๆ เมื่อเวลาผ่านไปสักระยะหนึ่ง ทั้งนี้เพราะตัวบ่งชี้จากการวิจัยครั้งนี้มีพื้นฐานมาจากสภาพการปฏิบัติงานจริง ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ดังนั้นจำเป็นต้องมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตามเงื่อนไขเวลาด้วย

กล่าวโดยสรุป ณ บรรทัดต่อไปนี่ว่า ปัญหาใหญ่ที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ได้เผชิญมาตลอดระยะเวลาเกินครึ่งศตวรรษที่มีการปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ คือการแสดงให้เห็นผลของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์อย่างชัดเจน ได้รับการแก้ไขให้ลุล่วงไปอีกลำดับขั้นหนึ่ง โดยงานวิจัยครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นแล้วว่า การประเมินผลการประชาสัมพันธุ์เป็นสิ่งทำได้จริง ส่งผลให้วิชาการด้านการประชาสัมพันธุ์มีความแข็งแกร่งมากขึ้น และการวิจัยครั้งนี้ช่วยชี้แนะว่า การศึกษาการประชาสัมพันธุ์เพื่อให้ได้รับความจริงใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด ควรศึกษาการประชาสัมพันธุ์ตามบริบทและสภาพการณ์ของการนำการประชาสัมพันธุ์ไปปฏิบัติงาน ซึ่งได้เสนอให้เห็นว่ามี 21 ลักษณะกิจการ และในแต่ละลักษณะกิจการได้รวมลักษณะความเป็นเจ้าขององค์กร เช่น องค์กรรัฐ องค์กรรัฐวิสาหกิจ องค์กรเอกชน ตามแบบการศึกษาที่นิยมศึกษาก่อนหน้านี้ไว้ด้วยแล้ว ดังนั้นการศึกษาวิจัยและการเรียนการสอนวิชาการประชาสัมพันธุ์ควรให้ความสำคัญกับการศึกษาการประชาสัมพันธุ์ตามบริบทของการปฏิบัติงาน ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะกิจการขององค์กรที่นำการประชาสัมพันธุ์ไปปฏิบัติ และถือเป็นวิธีที่มีความเหมาะสมที่สุด

สิ่งสำคัญที่สุดที่สนับสนุนให้ความพยายามคลี่คลายปัญหาด้านการประเมินผลในวิชาชีพการประชาสัมพันธุ์ประสบความสำเร็จในการวิจัยครั้งนี้คือ การใช้ปรัชญาค้นหาความจริงบนพื้นฐานปรัชญาแบบองค์รวม ซึ่งเป็นปรัชญาที่ช่วยส่องนำทางไปสู่ทางออกของปัญหาการประเมินผลอันซับซ้อนนี้ได้ อย่างไรก็ตามด้วยพื้นฐานของปรัชญานี้ที่ชี้แนะว่า ทุกสิ่งย่อมเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ช่วยเตือนให้ทราบว่าการวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงสภาพการเปลี่ยนแปลงที่มีความชัดเจน ณ ช่วงเวลาหนึ่งที่หยุดนิ่งของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา ฟังตระหนักเสมอว่า องค์ความรู้ที่ได้มานี้เป็นเพียงเศษเสี้ยวหนึ่งของความจริงและธรรมชาติอันยิ่งใหญ่ที่ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง และในโลกแห่งความเป็นจริงยังไม่มีปราชญ์จากศาสตร์สาขาใดที่ทำให้ความจริงปรากฏออกมาอย่างชัดเจน แต่ปราชญ์ย่อมมีความเพียรที่จะค้นหาเศษเสี้ยวแห่งความจริง เชื่อมโยงความสัมพันธ์แห่งเศษเสี้ยวนั้นเพื่อสร้างภาพความจริงอันยิ่งใหญ่ต่อไป โดยไม่มีผู้ที่สามารถกำหนดได้

แน่ชัดว่าจะต้องใช้เวลาอีกยาวนานสักเพียงใด แม้จะไม่สามารถทราบจุดสิ้นสุดของการค้นหาความจริงแต่ปราชญ์ในศาสตร์ทุกสาขาต่างเพียรพยายามอย่างไม่ย่อท้อ ทั้งที่ประจักษ์ชัดแก่ตนว่าเราทุกคนต่างใช้ช่วงเวลาของชีวิตที่มีจำกัด ค้นหาความจริงซึ่งไร้อันจำกัด