

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาบทบาทการประชาสัมพันธ์เพื่อจัดการความขัดแย้ง (2) เพื่อศึกษาการสื่อสารในการจัดการความขัดแย้ง (3) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์เพื่อจัดการความขัดแย้ง ประกอบด้วย การศึกษาวิจัย 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ศึกษาเรื่อง “บทบาทและการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อจัดการความขัดแย้ง” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดการความขัดแย้งด้านมลภาวะทางเสียงของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากเอกสาร บทความและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ 2 ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์เพื่อจัดการความขัดแย้ง” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล จากประชาชนผู้ได้รับผลกระทบด้านมลภาวะทางเสียงโดยรอบท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ของการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อจัดการความขัดแย้งด้านมลภาวะทางเสียงของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผลการวิจัยในเรื่อง บทบาทและการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อจัดการความขัดแย้งนั้น พบว่า มีการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างเป็นขั้นตอน และมีการนำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ลดระดับความรุนแรงของปัญหา แบ่งกลยุทธ์ที่ใช้ได้เป็น 3 ประเภท คือ (1) กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก ประกอบด้วย กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม, กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างแนวร่วม และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อมวลชน (2) กลยุทธ์การสื่อสารกิจกรรมสาธารณะครบวงจร ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ด้านมวลชนสัมพันธ์, กลยุทธ์ด้านชุมชนสัมพันธ์ และกลยุทธ์ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการวางแผน, กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อมวลชนสัมพันธ์และกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อให้ความรู้ และ (3) กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย โดยทั้ง 3 ส่วนจะใช้แนวคิด “we care” และ “ we do it for you”

ส่วนผลการศึกษาในส่วนของ ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์เพื่อจัดการความขัดแย้ง พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับติดตามข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ในระดับที่มาก
2. กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดการความขัดแย้งในระดับปานกลาง
3. กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเฉยๆ ต่อข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์และการจัดการความขัดแย้ง
4. กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับต่อข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์และการจัดการความขัดแย้งในระดับปานกลาง
5. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน
6. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของประชาชน
7. ทัศนคติของประชาชนต่อข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การยอมรับของประชาชนต่อการจัดการความขัดแย้ง

. The purposes of this research were to study (1) Roles of public relations in conflict management (2) Communication in conflict management (3) Effectiveness of public relations in conflict management. The research is divided into 2 parts. A qualitative part concerns "Roles of public relations in conflict management" of which the information was gathered from a depth interview with public relations officers responsible and from related documents. A quantitative part deals with "Effectiveness of public relations in conflict management". The sample under study were 400 people located around Suvarnabhumi Airport and affected by the noise pollution

It is found out in a qualitative part that the airport has made use of a systematic public relations process and several strategies to create good relationship with the community and solve the problem. Strategies used were (1) Active communication strategy (2) Multiple public activity strategy and Public relations media strategy and (3) Network strategy. These 3 strategies are based on the concept "we care" and "we do it for you"

The findings in a quantitative part were as follow:-

1. The samples had high level of openness to public relations information.
2. The samples had moderate level of knowledge about conflict management of AOT.
3. The samples had moderate level of attitude toward public relations information and conflict management of AOT.
4. The samples had moderate level of acceptance for public relations information and conflict management of AOT.
5. Openness to public relations information and knowledge of the information were positively correlated in moderate level.
6. Knowledge of public relations information was positively correlated to attitude of people toward conflict management.
7. Attitude of people toward public relations information and their acceptance for conflict management were positively related.