

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารในการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546” ซึ่งผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพัฒนาการของมาตรการดังกล่าว องค์การที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนนโยบาย และมาตรการดังกล่าว ทั้งที่เป็นไปเพื่อสนับสนุน และคัดค้าน ตลอดจนบทบาท และกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มองค์กรที่เกี่ยวข้องต่างๆ ซึ่งนับเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มีลักษณะข้อมูลแบบปรากฏการณ์นิยม โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ไว้ ดังต่อไปนี้

- 1) กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย และการกำหนดเครื่องมือในการวิจัย
- 2) ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล
- 3) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 5) การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูล

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย และการกำหนดเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และเครื่องมือวิจัยตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยของงานวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารในการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546” ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาพัฒนาการของกระบวนการสื่อสารในการผลักดันมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลักดันมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546 ออกเป็น 2 ฝ่าย ได้แก่

1) *องค์กรฝ่ายสนับสนุนการผลักดันมาตรการ* ประกอบด้วยองค์กรหลัก ได้แก่ ศูนย์

อำนวยความสะดวกความปลอดภัยทางถนน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) พร้อมด้วยพันธมิตรของ สสส. อาทิ มูลนิธิเมาไม่ขับ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อนหญิง เสถียรธรรมสถาน กลุ่มสันติอโศก กองทัพบก กองทัพเรือ กองทัพอากาศ กองบัญชาการทหารสูงสุด สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าไทย สถาบันราชภัฏทั่วประเทศ สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา เครือข่ายองค์กรเพื่อการไม่ดื่มสุรา สถาบันวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เป็นต้น

2) *องค์กรฝ่ายคัดค้านการผลักดันมาตรการ* มีองค์กรธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นองค์กร

หลัก ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มบริษัทสุราทิพย์ บริษัท ริชมอนด์ (บางกอก) จำกัด บริษัท ยูไนเต็ด ไวน์เนอร์รี่ แอนด์ ดิสทิลเลอร์รี่ จำกัด กลุ่มบริษัทแสงโสม บริษัท คอลด์เบคค์ แอนด์ แมคเกอร์เกอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด บริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิค บริวเวอรี่ จำกัด บริษัท คาร์ลสเบิร์ก (ประเทศไทย) จำกัด พร้อมทั้งพันธมิตร อาทิ สมาคมกีฬาต่างๆ กลุ่มบริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์ ตลอดจนกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา เป็นต้น

เครื่องมือในการวิจัย

ใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) โดยทำการสัมภาษณ์บุคคลหลัก (key informants) ไม่ต่ำกว่า 20 ท่าน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างคำถามที่ตายตัว (Unstructured Interview) เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการสัมภาษณ์ เนื่องจากบุคคลที่ให้ข้อมูลมาจากกลุ่มองค์กรที่หลากหลาย และย่อมมีลักษณะการดำเนินงานที่ต่างกัน ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามไว้เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) และรูปแบบคำถามสามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนที่สุด โดยครอบคลุมถึงประเด็นในการสัมภาษณ์ ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับจุดเริ่มต้น การก่อกำเนิด และพัฒนาการของมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546
2. ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมาย ขั้นตอน และวิธีการดำเนินงานในการผลักดัน หรือยับยั้ง มาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546
3. ข้อมูลเกี่ยวกับการรวมกลุ่มภาคีสนับสนุนการผลักดันมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546
4. ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารของภาคีทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการผลักดัน หรือยับยั้งการใช้มาตรการ

2) เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุน และคัดค้านการผลักดันนโยบายและมาตรการดังกล่าว

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดให้ รูปแบบการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร การแสดงเจตจำนง ตลอดจนวิธีการใช้สื่อเพื่อสื่อสารกับประชาชน และผู้กำหนดนโยบายขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุน และคัดค้านการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546 เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในวัตถุประสงค์การวิจัยข้อนี้

เครื่องมือในการวิจัย

อาศัย การวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546 ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ดังนี้

1. เอกสารเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การแก้ปัญหาการจราจร อันครอบคลุมถึงนโยบายและมาตรการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. บทความเกี่ยวกับการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546
3. ข่าวตัด (Clipping) จากหนังสือพิมพ์ต่างๆ ระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2546 ที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546

ทั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์ถึงบทบาทขององค์กรที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการคัดค้านการดำเนินมาตรการ และการตอบโต้ของฝ่ายผลักดันมาตรการ

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview)

ในขั้นต้น ผู้วิจัยรวบรวมรายชื่อของผู้ให้ข้อมูล และติดต่อประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์ ตลอดจนแจ้งวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ประโยชน์ของการวิจัย รวมถึงจัดส่งประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์เจาะลึกให้แก่ผู้ให้ข้อมูลเพื่อการเตรียมตัว และเตรียมข้อมูล ตลอดจนนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวกสำหรับสัมภาษณ์เจาะลึกล่วงหน้า

จากนั้น ผู้วิจัยเป็นผู้จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการสัมภาษณ์ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียง และแถบบันทึกเสียง สำหรับบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลขณะสัมภาษณ์ และเข้าพบผู้ให้ข้อมูลเพื่อสัมภาษณ์เจาะลึก

ทั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยหลักการแบบ Snowball Technic ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอคำแนะนำรายชื่อบุคคลผู้สามารถให้ข้อมูลได้จากบุคคลหลัก (key informants) ในฝ่ายสนับสนุนการผลักดันมาตรการ จำนวน 12 ท่าน ซึ่งได้แก่

- 1) คุณดำรง พุฒตาล
- 2) ศาสตราจารย์นายแพทย์ อุดมศิลป์ ศรีแสงนาม
- 3) ศาสตราจารย์นายแพทย์ ประกิจ วาทีสาธกกิจ
- 4) นายแพทย์ สุภกร บัวสาย
- 5) คุณบังอร ฤทธิภักดี
- 6) คุณอภิญา ตันทวีวงศ์
- 7) รองศาสตราจารย์นายแพทย์ ไพบูลย์ สุริยะวงศ์ไพศาล
- 8) แม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุด
- 9) คณะทำงานของ ดร. จรวัยพร ธรณินทร์ (สัมภาษณ์กลุ่ม 3 ท่าน)
- 10) คณะทำงานของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

ในส่วน of ฝ่ายคัดค้านการผลักดันมาตรการ ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูล เนื่องจากได้ประสานไปยังบุคคลหลักเพื่อขอสัมภาษณ์ แต่ไม่ได้รับการตอบรับ ดังนั้น ข้อมูลในส่วนกระบวนการสื่อสารของฝ่าย

คัดค้านการผลักดันมาตรการ จึงจำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารของฝ่ายดังกล่าว

การรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร

ในเบื้องต้น ผู้วิจัยประสานงานไปยังคุณอภิญา ตันทวีวงศ์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) เพื่อขอความอนุเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การแก้ปัญหาการจราจร อันครอบคลุมถึงการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พร้อมทั้งดำเนินการรวบรวมข่าวสด และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546 ในช่วงเดือนมิถุนายน ถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2546 โดยอาศัยการทำสำเนาจากห้องสมุด และศูนย์ข้อมูลของหนังสือพิมพ์ต่างๆ จากนั้นได้ดำเนินการเรียงลำดับข่าว บทความ และบทวิเคราะห์ต่างๆ ตามลำดับเหตุการณ์ เพื่อให้ง่ายต่อการลำดับสถานการณ์ และวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรที่เกี่ยวข้อง

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา กรรมการ และประธานสอบวิทยานิพนธ์ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสัมภาษณ์ พร้อมทั้งตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ โดยพิจารณาคำตอบที่สอดคล้องกับสภาพการณ์จริงที่เกิดขึ้น รวมไปถึงการตรวจสอบการสื่อความหมายของคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ว่า มีความถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสารหรือไม่

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยพยายามแสวงหาข้อมูลมาประกอบการพิจารณาความน่าเชื่อถือของข้อมูล เช่น ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายของการวิจัยชิ้นนี้ ข้อมูลที่ได้มีการรวบรวมและบันทึกไว้ในรูปของเอกสาร และสิ่งพิมพ์ขององค์กรสุขภาพต่างๆ และข้อมูลที่รวบรวมได้จากสื่อมวลชน อาทิ ข่าวสดจากหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูล

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งศึกษาถึงปรากฏการณ์ของการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546 ในแง่พัฒนาการ และกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันมาตรการและยับยั้งมาตรการ โดยนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะการพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนข้อเท็จจริง (Fact) เกี่ยวกับพัฒนาการของกระบวนการสื่อสารในการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546 พร้อมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคและวิธีการในการสื่อสารเพื่อผลักดันนโยบายและมาตรการดังกล่าว ตลอดจนกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 2 ฝ่าย จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาศึกษาวิเคราะห์ประกอบเข้ากับแนวคิด และทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับการวิเคราะห์แล้วนั้นสมบูรณ์ และเป็นไปได้ในเชิงวิชาการ ในการสะท้อนภาพการก่อเกิดประเด็นการผลักดันมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงลักษณะการเข้าร่วมของกลุ่มองค์กรต่างๆ ในสังคม พร้อมทั้งกลยุทธการสื่อสารยุทธวิธีในการผลักดัน หรือยับยั้งมาตรการดังกล่าว

ในด้านการนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในรูปของการพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ และได้นำเอาข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีเนื้อหา ดังนี้

- 1) พัฒนาการของกระบวนการสื่อสารในการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546
- 2) กลุ่มองค์กรที่เข้าร่วมสนับสนุน และคัดค้านการผลักดันมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546 และกลยุทธ์การสื่อสารของแต่ละฝ่าย