

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย" เป็นงานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย บทบาทในการปฏิบัติงาน ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดทั้งสามนี้

ในส่วนต่อไปนี้จะขอก้าวถึงรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพอันประกอบด้วย ประเด็นหลัก ๆ คือ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล

3.1 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแหล่งข้อมูลหลัก 2 ประเภท ได้แก่ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ซึ่งได้จากการสอบถามผู้ที่อยู่ในแวดวงวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยถึงรายนามนักประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์โดยตรงในประเทศไทยเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป รวมทั้งนักวิชาการในสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์เจาะลึกนักประชาสัมพันธ์และนักวิชาการเหล่านี้ในฐานะผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ในการศึกษาวิจัย ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

- แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ตำราวิชาการ หนังสือ วารสาร เอกสารประกอบการสอน ตลอดจนบทความต่าง ๆ ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศที่มีข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดความเป็นวิชาชีพ โดยข้อมูลในส่วนนี้ได้มาจากการค้นคว้าจากห้องสมุดต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการสร้งกรอบแนวคิด ตลอดจนวิธีการในการศึกษา วิเคราะห์ และอภิปรายผลที่ได้รับจากงานวิจัยครั้งนี้

- แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากการสอบถามจากผู้ที่อยู่ในแวดวงที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยโดยมีประสบการณ์ 15 ปีขึ้นไป เช่น นักข่าว นักวิชาการด้านประชาสัมพันธ์ และนักประชาสัมพันธ์อย่างละ 1 คน เพื่อสอบถามรายนามนักประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์ทำงานด้านกรประชาสัมพันธ์โดยตรงในประเทศไทยเป็นระยะเวลา 15 ปีขึ้นไป แล้วนำรายนามที่ได้จากทั้ง 3 คน มาตรวจสอบรายนามที่สอดคล้องต้องกัน จากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์นักประชาสัมพันธ์ตามรายนามดังกล่าวในฐานะผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

รายนามนักประชาสัมพันธ์จากสายสื่อมวลชน

สำหรับรายนามนักประชาสัมพันธ์ที่นายประสิทธิ์ ศรีเชิดชู นักข่าว บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ศรีนคร และผู้เขียนหนังสือ คู่มือพ็ออาร์ จำนวน 7 เล่ม ได้ให้รายนามพร้อมสังกัดหน่วยงานหรือองค์การมีจำนวน 18 คน ดังต่อไปนี้

- | | | |
|--------------|-------------|--|
| - อัญชลีพรรณ | อมรวิวัฒน์ | ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ บมจ. ธ. ไทยพาณิชย์ |
| - จินตนา | ดวงแก้ว | ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บ. เบรตกรุ-พ็ออาร์ |
| - ประภัสสร | ธุรนิกร | ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ธ. ช่องกง |
| - พงษ์ทิพย์ | เทศะฎ | ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
บ. อเมริกัน เอ็กซ์เพรส (ไทย) จำกัด |
| - วิไล | เคียงประคู่ | ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บมจ. แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส |
| - ไพโรจน์ | ภาชนะปรีดา | ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บ. เพรสโก้ |
| - ลักขณา | จำปา | กรรมการผู้จัดการ บ. ลักขณา คอมมูนิเคชัน จำกัด |

- จุฬารัตน์ ธนไพศาลกิจ กรรมการผู้จัดการ บ. โอกลีวี พับลิครีเลชั่นส์ เวลด์วาร์ด จำกัด
- มล. อัจฉราพร ณ สงขลา ผู้จัดการกองสังกัดสำนักกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ฝ่ายการพาณิชย์ บมจ. การบินไทย
- บริสุทธิ์ นุรณสัมฤทธิ์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ไทยทีวีสีช่อง 3
- สุพิณ ปัญญามาก ผู้ช่วยผู้อำนวยการประจำสำนักผู้ว่าการ การไฟฟ้าฝ่ายผลิต แห่งประเทศไทย
- รังสรรค์ รัตนนิคย์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บ. ทีโอเบอร์เนด ประเทศไทยฯ
- วนิดา คุณะกัมภะ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์ประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์
- นงนุช นามวงษ์ ที่ปรึกษาฝ่ายประชาสัมพันธ์ เดอะมอลล์กรุ๊ป
- สุธนา หงษ์ทอง ผู้บริหารสำนักประชาสัมพันธ์กิจการพิเศษและสังคม บ. เครือ เจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
- เอิร์ธ สายสว่าง ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ รร. ฮอติเคย์อินน์ คราวน์ พลาซ่า
- บุญพีร์ พันธุ์วร ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ โครงการรังค์เอิร์ธ
- ดร. ปารีชาติ สุขสงเคราะห์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ รร. โอเรียนเต็ล

รายนามนักประชาสัมพันธ์จากสถานศึกษา

ส่วนรายนามนักประชาสัมพันธ์ที่นักวิชาการด้านประชาสัมพันธ์ คือ รศ. ดร. พรทิพย์ พิมลสินธุ์ จากสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และได้รับรางวัลกิตติคุณสัมพันธ์ “สังข์เงิน” ในฐานะนักวิชาการประชาสัมพันธ์ดีเด่นประจำปี พ.ศ. 2539 โดย รศ. ดร. พรทิพย์ ได้ให้รายนามนักประชาสัมพันธ์พร้อมสังกัดหน่วยงานหรือองค์กรจำนวนทั้งสิ้น 15 คน ต่อไปนี้

- มัทนา เหลืองนาคทองดี ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ บมจ. ปูนซิเมนต์ไทย
- วรรณิ์ สีลาเวชบุตร ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บ. นิโอ ทาร์เก็ต
- จุฬารัตน์ ธนไพศาลกิจ กรรมการผู้จัดการ บ. โอกลีวี พับลิครีเลชั่นส์ เวลด์วาร์ด จำกัด
- มล. อัจฉราพร ณ สงขลา ผู้จัดการกองสังกัดสำนักกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ฝ่ายการพาณิชย์ บมจ. การบินไทย
- มิ่งขวัญ แสงสุวรรณ กรรมการส่วนการตลาด บ. โคโด้ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

- ศักดิ์ชัย เรืองกิตติกุล CCO. บ. เพอร์สโก้
- อรอนงค์ ฉายศิริโชค ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บ. ไทยออยล์ ๔
- อัญชิตีพรรณ อมรวิวัฒน์ ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ บมจ. ธ.ไทยพาณิชย์
- พงษ์ทิพย์ เทศะภู ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บ.อเมริกัน เอ็กซเพรส (ไทย) จำกัด
- เอิร์ธ สายสว่าง ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ รร. สอติเคย์ อินน์ คราวน์
พลาซ่า
- สุธนา หงษ์ทอง ผู้บริหารสำนักประชาสัมพันธ์กิจการพิเศษและสังคม
บ. เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
- วิไล เคียงประดู่ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บมจ.แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส
- ลักขณา จำปา กรรมการผู้จัดการ บ. ถักขณา คอมมูนิเคชั่น จำกัด
- สุพิน ปัญญามาก ผู้ช่วยผู้ว่าการประจำสำนักผู้ว่าการ การไฟฟ้าฝ่ายผลิต
แห่งประเทศไทย
- ดวงพร รุจิเรข หัวหน้ากลุ่มเสริมสร้างทัศนคติ ปปป.

รายนามนักประชาสัมพันธ์จากสายนักประชาสัมพันธ์

สำหรับรายนามนักประชาสัมพันธ์ในสายนักประชาสัมพันธ์นั้น ในครั้งแรกผู้วิจัยได้สอบถามจาก อ.ประจวบ อินอ็อค นักประชาสัมพันธ์อาวุโส แต่อาจารย์มีปัญหาด้านสุขภาพและเห็นว่าตนเองมีอายุมากแล้วจึงไม่สะดวกในการให้รายนาม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สอบถามรายนามนักประชาสัมพันธ์จากนางอมอร ฌรงค์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ธนาคารทหารไทย ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ทำงานประชาสัมพันธ์มากกว่า 15 ปี ทั้งนี้นางอมอร ได้ให้รายนามนักประชาสัมพันธ์พร้อมสังกัดหน่วยงานหรือองค์กรทั้งสิ้น 18 คน ดังนี้

- มิ่งขวัญ แสงสุวรรณ กรรมการส่วนการตลาด บ.โตโฮด้า มอเตอร์ (ประเทศไทย)
จำกัด
- สุพิน ปัญญามาก ผู้ช่วยผู้ว่าการประจำสำนักผู้ว่าการ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง
ประเทศไทย
- รศ. ดร.เสวี วงษ์มณฑา กรรมการผู้จัดการ บ. เบทเทอร์อิมแพคท์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด
และอาจารย์ ด้านโฆษณา-ประชาสัมพันธ์

- ดร.กันทิมา ชนะโสภณ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร บมจ.ยูไนเต็ด บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น
- สุจริต บัวพิมพ์ ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย
- คลชัย บุญขะรัตเวช ผู้อำนวยการบริหารฝ่ายสร้างสรรค์ บ.เคนท์สู ฯ
- ประดิษฐ์ รัตนวิจารณ์ ที่ปรึกษา บ. ลีโอเบอร์เนต
- สาธิต นิตวงษ์ ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- พงษ์ทิพย์ เทศะฎุ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ และสื่อสารองค์กร บ.อเมริกัน เอ็กซ์เพรส (ไทย) จำกัด
- วลัยลักษณ์ ชีระสวัสดิ์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์
- ลักษณ์า จำปา กรรมการผู้จัดการ บ.ลักษณ์า คอมมูนิเคชั่น จำกัด
- วิไล เคียงประคู่ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บมจ. แอดวานซ์ อินโฟเซอริวิต
- มัทนา เหลืองนาคทองดี ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ บมจ.ปูนซิเมนต์ไทย
- จุฬารัตน์ ธนไพศาลกิจ กรรมการผู้จัดการ บ.โอทีทีวี ทับติกรีเทชั่นส์ เว็ทด์ วาอ์ด จำกัด
- อัญชฎีพรรณ อมรวิวัฒน์ ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ บมจ. ธ. ไทยพาณิชย์
- มล.อัจฉราพร ณ สงขลา ผู้จัดการกองสังกัดสำนักกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ฝ่ายการพาณิชย์ บมจ. การบินไทย
- เอิร์ธ สายสว่าง ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ รร.สอติเคย์ อินน์ คราวน์ พลาซ่า
- สุรนา หงษ์ทอง ผู้บริหารสำนักประชาสัมพันธ์กิจการพิเศษและสังคม บ.เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

การตรวจสอบรายนาม

หลังจากที่ได้สอบถามรายนามนักประชาสัมพันธ์จากผู้ที่อยู่ในแวดวงที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ฝ่าย คือ จากสาขานักข่าว (นายประสิทธิ์ ศรีเชิดชู) จากสาขานักวิชาการ (รศ.ดร.พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์) และจากสาขานักประชาสัมพันธ์ (นางเอมอร ณรงค์) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการตรวจสอบรายนามนักประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องต้องกันจากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1

รายนามนักประชาสัมพันธ์จากสายนักข่าว-นักวิชาการ-นักประชาสัมพันธ์

จากสายนักข่าว	จากสายนักวิชาการ	จากสายนักประชาสัมพันธ์
1. อัญชติพรรณ อมรวิวัฒน์	1. มัทนา เหลืองนาคทองดี	1. มิ่งขวัญ แสงสุวรรณ
2. จินตนา ดวงแก้ว	2. วรณี ถีลาเวชบุตร	2. สุพิน ปัญญามาก
3. ประภัสสร ชูนิกร	3. จุฬารัตน์ ธนไพศาลกิจ	3. รศ. ดร.เสรี วงษ์มณฑา
4. พงษ์ทิพย์ เทศะภู	4. มล.อัจฉราพร ณ สงขลา	4. ดร.กันทิมา ธนะโสภณ
5. วิไล เคียงประดู่	5. มิ่งขวัญ แสงสุวรรณ	5. ศุภรติ บัวพิมพ์
6. ไพโรจน์ ภาชนะปรีดา	6. ศักดิ์ชัย เรืองกิตติกุล	6. คณชัย บุญขัตติเวช
7. ลักขณา จำปา	7. อรอนงค์ ฉายศิริโชค	7. ประดิษฐ์ รัตนวิจารณ์
8. จุฬารัตน์ ธนไพศาลกิจ	8. อัญชติพรรณ อมรวิวัฒน์	8. สาริต นิลวงษ์
9. มล.อัจฉราพร ณ สงขลา	9. พงษ์ทิพย์ เทศะภู	9. พงษ์ทิพย์ เทศะภู
10. บริสุทธิ์ บูรณสัมฤทธิ์	10. เอิร์ธ สายสว่าง	10. วลัยลักษณ์ วีระสวัสดิ์
11. สุพิน ปัญญามาก	11. สุธนา หงษ์ทอง	11. ลักขณา จำปา
12. รังสรรค์ รัตนนิคย์	12. วิไล เคียงประดู่	12. วิไล เคียงประดู่
13. วนิดา คุณะลัมภะ	13. ลักขณา จำปา	13. มัทนา เหลืองนาคทองดี
14. นงนุช นามวงษ์	14. สุพิน ปัญญามาก	14. จุฬารัตน์ ธนไพศาลกิจ
15. สุธนา หงษ์ทอง	15. ดวงพร รุจิเรข	15. อัญชติพรรณ อมรวิวัฒน์
16. เอิร์ธ สายสว่าง		16. มล.อัจฉราพร ณ สงขลา
17. บุญพีร์ พันธุ์วร		17. เอิร์ธ สายสว่าง
18. ดร.ปาริชาติ สุขสงเคราะห์		18. สุธนา หงษ์ทอง

ภายหลังจากการตรวจสอบรายนามโดยอาศัยตารางข้างต้นพบว่ามียุทธศาสตร์นัก
ประชาสัมพันธ์ที่ทั้ง 3 สาย คือ สายนักข่าว สายนักวิชาการ และสายนักประชาสัมพันธ์ มีความ
เห็นสอดคล้องต้องกันมีจำนวนทั้งสิ้น 9 คน ดังต่อไปนี้

- อัญชติพรรณ	อมรวิวัฒน์	บมจ. ธ. ไทยพาณิชย์
- พงษ์ทิพย์	เทศะฎ	บ. อเมริกัน เอ็กเซอร์ส (ไทย) จำกัด
- วิไล	เคียงประคู่	บมจ. แอควานซ์ อินโฟ เซอร์วิส
- ลักษณ์า	จำปา	บ. ลักษณ์า คอมมูนิเคชั่น จำกัด
- จุฬารัตน์	ธนไพศาลกิจ	บ. โอกลีวี พับลิครีเลชั่นส์ เวลด์วาร์ด จำกัด
- มล. อังฉรรพร	ณ สงขลา	บมจ. การบินไทย
- สุพิน	ปัญญามาก	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
- สุธนา	หงษ์ทอง	บ. เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
- เอิร์ธ	สายสว่าง	รร. ฮอติเคย์ อินน์ คราวน์ พลาซ่า

นอกจากนี้ยังมีนักประชาสัมพันธ์อีก 2 คน ที่สายนักวิชาการและสายนักประชา
สัมพันธ์ได้ให้รายนามสอดคล้องกันคือ

1. มัทนา	เหลืองนาคทองดี	บมจ. ปูนซิเมนต์ไทย
2. มิ่งขวัญ	แสงสุวรรณ	บ. โคโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

ในการวิจัยครั้งนี้จึงมีนักประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยต้องทำการสัมภาษณ์เจาะลึกใน
ฐานะผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 11 คน

นอกจากนี้ยังพบข้อมูลที่น่าสนใจจากสายนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งให้รายนามผู้ที่ทำ
งานด้านวิชาการ และนักประชาสัมพันธ์ควบคู่กันไปด้วย โดยให้เหตุผลว่าควรทำการสัมภาษณ์เพื่อ
ให้ได้ข้อมูลทั้งในเชิงวิชาการและวิชาชีพ คือ

- รศ. ดร. เสรี	วงษ์มณฑา	บ. เบทเทอร์ อิมแพคท์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด
- ดร. กันทิมา	ชนะโสภณ	บมจ. ยูไนเต็ค บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น

ดังนั้นเพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูล และทำให้ข้อมูลที่ได้รับมีความชัดเจนและครอบคลุมทั้งในส่วนของวิชาชีพและวิชาการ จึงเพิ่มรายนามนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์อีก 2 คน คือ

- รศ. ดร. พรทิพย์ พิมถสินธุ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- รศ. จาระไน แกลโกศล อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในการศึกษาครั้งนี้จึงมีรายนามนักประชาสัมพันธ์และนักวิชาการที่ผู้วิจัยต้องการสัมภาษณ์เจาะลึกในฐานะผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 15 คน

3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเริ่มต้นโดยการศึกษาตำราวิชาการและบทความด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาและกำหนดแนวทางในการตั้งคำถาม โดยทดลองซักซ้อมคำถามกับผู้ที่อยู่ในวิชาชีพประชาสัมพันธ์ ประมาณ 5 คน ซึ่งผู้ที่เป็นตัวแทนในการซักซ้อมคำถามดังกล่าว มีลักษณะความเป็นตัวแทนคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยต้องการศึกษาพอสมควร

หลังจากที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกรายนามนักประชาสัมพันธ์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งได้ทำการซักซ้อมคำถามกับผู้เป็นตัวแทนจนเป็นที่ชัดเจนแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการนัดหมายและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเหล่านี้ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ประกอบการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เหมือนกับการพูดคุยธรรมดา โดยขณะที่ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อทำการบันทึกเทปตลอดการสัมภาษณ์ ทั้งนี้เพื่อนำมาทำการถอดเทปในภายหลัง และเป็นการช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลสำคัญได้ครบถ้วนทั้งหมด

สำหรับแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมีดังต่อไปนี้

- คำถามเกี่ยวกับภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง ประวัติการศึกษา ประวัติการทำงาน
ด้านการประชาสัมพันธ์
- คำถามเกี่ยวกับความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ว่ามีลักษณะอย่างไร
- คำถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย ควรประกอบ
ด้วยคุณสมบัติอะไรบ้าง
- คำถามเกี่ยวกับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ว่ามีบทบาท
อะไรบ้าง
- คำถามเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานของนักประชาสัมพันธ์ว่าดำเนินงานใน
รูปแบบใด
- คำถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์
กับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ และลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

3.1.3 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 2 เดือน คือระหว่างเดือนมิถุนายน – เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2542 โดยผู้วิจัยได้ส่งจดหมายแนะนำตัวจากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พร้อมแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ทั้ง 8 ข้อ ไปให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 15 คน เพื่อพิจารณา ก่อน จากนั้นผู้วิจัยจึงได้โทรศัพท์ เพื่อนัดหมายกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยตรง และบางรายก็นัดหมายผ่านเลขานุการ เพื่อขอเวลาในการสัมภาษณ์เจาะลึกประมาณ 2 ชั่วโมง ในฐานะที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งทุกท่านได้ให้ความร่วมมืออย่างดี จนทำให้ผู้วิจัยสามารถนัดหมายและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ครบทั้ง 15 คน ในระยะเวลาเพียง 2 เดือน ทั้งที่ทุกท่านทำงานเป็นผู้บริหารระดับสูงทั้งสิ้น แม้ในบางครั้งอาจมีการขอเลื่อน หรือยกเลิกการนัดหมายไปบ้าง เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ บางท่านมีภารกิจเร่งด่วนหรือต้องเดินทางไปต่างประเทศ แต่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญก็รีบกำหนดวันนัดหมายใหม่ผ่านเลขานุการ ซึ่งคอยประสานการติดต่อกับผู้วิจัยอย่างดี

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง "ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย" เป็นงานวิจัยที่เน้นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เป็นหลัก โดยจะศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละคนตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์
2. บทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์
3. ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

จากข้อมูลที่ได้มา ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นนักวิชาชีพ บทบาท ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยแยกประเด็นต่างๆ ข้างต้นออกเป็น 3 หัวข้อหลักตามลำดับ เพื่อสามารถตอบปัญหาการวิจัยที่ตั้งไว้ในเบื้องต้นอย่างครบถ้วนทุกปัญหา ทั้งนี้ในบางหัวข้อจะมีข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณเข้ามาเสริมในการวิเคราะห์ให้สมบูรณ์มากขึ้นด้วย

3.1.5 การนำเสนอข้อมูล

สำหรับการศึกษาวิจัย เรื่อง "ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ กับ บทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย" ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ในลักษณะพรรณนาความอธิบายปรากฏการณ์และสิ่งที่ได้ศึกษาค้นคว้าตามหัวข้อทั้ง 3 ข้างต้น และมีตารางประกอบการอธิบายบางหัวข้อ โดยจะเลือกนำเสนอเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาเท่านั้น

3.2 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

หลังจากที่ได้ข้อมูลสำคัญมาจากระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพแล้ว ผู้วิจัยยังต้องการคำตอบที่ชัดเจนเพื่อสามารถตอบปัญหาการวิจัยครั้งนี้ บางปัญหาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อตอบปัญหาการวิจัย โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ทั้ง 15 คน เป็นหลัก ประกอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยของนักวิชาการต่างประเทศและไทยที่ได้ศึกษาในเรื่องนี้มาก่อนแล้ว เช่น กรุณิก แชลลอท ลาริชซี่ และคาราดิเรก เอกซ์ มาประกอบกันในการสร้างแบบสอบถาม

ในส่วนนี้จึงขอกำหนดถึงรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ อันประกอบด้วยประเด็นหลัก ๆ ดังต่อไปนี้

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือนักประชาสัมพันธ์ผู้มีประสบการณ์ทำงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป (เกณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญ) จากหน่วยงานภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้นประมาณกว่า 300 หน่วยงาน (พรหมเพ็ญ กองกันทะ, สัมภาษณ์, 2542) ซึ่งแยกเป็นหน่วยงานภาครัฐบาลและรัฐวิสาหกิจประมาณกว่า 200 หน่วยงาน และภาคเอกชนอีกกว่า 100 หน่วยงาน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปยังหน่วยงานต่างๆ ประมาณ 87 หน่วยงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปจำนวนทั้งสิ้น 1,300 ชุด โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 549 คน ที่ส่งแบบสอบถามคืนมายังผู้วิจัย

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็นคำถามในเรื่องต่างๆ 3 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากร
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์
- ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์

ในการสร้างแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 15 คน เป็นหลัก ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ตลอดจนรายงานเอกสารที่เกี่ยวข้องโดยดัดแปลงให้เหมาะสมกับการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามเรื่อง “ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย” มีข้อความทั้งหมดจำนวน 112 ข้อ โดยแบบสอบถามทั้งหมดแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากร

เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา รายได้ต่อเดือน หน่วยงานที่สังกัด และระดับในการทำงาน ในส่วนที่ 1 นี้มีคำถามทั้งหมด 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์

เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ ได้แก่ พื้นฐานการศึกษา การฝึกอบรม ทักษะการบริหาร จรรยาบรรณวิชาชีพ ทักษะการสื่อสาร ฯลฯ ในส่วนที่ 2 นี้มีคำถามทั้งหมด 60 ข้อ

ส่วนที่ 3 บทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์

เป็นคำถามเกี่ยวกับบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การบริหาร วางแผน ประสานงาน ผลិតต่อประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ในส่วนที่ 3 นี้ มีคำถามทั้งหมด 45 ข้อ

การกำหนดคะแนน

สำหรับการกำหนดคะแนนในแบบสอบถาม ส่วนที่ 2-3 มีดังนี้

ส่วนที่ 2 ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์

ตัวแปรที่ต้องการศึกษาคือ ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีข้อคำถามเชิงบวก 34 ข้อ และ ข้อคำถามเชิงลบ 25 ข้อ รวมเป็น 60 ข้อ ในส่วนของข้อคำถามเชิงบวก (ข้อ 1, 2, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 31, 34, 36, 39, 43, 46, 51, 52, 54, 56, 57, 58) ในส่วนนี้แบ่งคำตอบเป็น 5 ระดับ ตามไลเคอร์ทสเกล (Likert Scale) ดังนี้

- | | | | |
|------------------------|-----|---|-------|
| - เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ | 5 | คะแนน |
| - เห็นด้วย | ให้ | 4 | คะแนน |
| - เฉย ๆ | ให้ | 3 | คะแนน |
| - ไม่เห็นด้วย | ให้ | 2 | คะแนน |
| - ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ | 1 | คะแนน |

สำหรับข้อคำถามเชิงลบ 26 ข้อ (ข้อ 3, 6, 10, 16, 17, 18, 25, 30, 32, 33, 35, 37, 38, 40, 41, 42, 44, 45, 47, 48, 49, 50, 53, 55, 59, 60) ในส่วนนี้แบ่งคำตอบเป็น 5 ระดับ ตามไลเคอร์ทสเกล (Likert Scale) ดังนี้

- | | | | |
|------------------------|-----|---|-------|
| - ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ | 5 | คะแนน |
| - ไม่เห็นด้วย | ให้ | 4 | คะแนน |
| - เฉย ๆ | ให้ | 3 | คะแนน |
| - เห็นด้วย | ให้ | 2 | คะแนน |
| - เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ | 1 | คะแนน |

ส่วนที่ 3 บทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์

ตัวแปรที่ต้องการศึกษาคือ บทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีข้อคำถามทั้งสิ้น 45 ข้อ ในส่วนนี้แบ่งคำตอบเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- | | | | |
|----------------------|-----|---|-------|
| - แสดงบทบาทมากที่สุด | ให้ | 5 | คะแนน |
| - แสดงบทบาทมาก | ให้ | 4 | คะแนน |
| - แสดงบทบาทปานกลาง | ให้ | 3 | คะแนน |
| - แสดงบทบาทน้อย | ให้ | 2 | คะแนน |
| - ไม่เคยแสดงบทบาทเลย | ให้ | 1 | คะแนน |

3.2.3 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนที่ผู้วิจัยจะนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม 1 ฉบับ ซึ่งมีข้อคำถามทั้งสิ้น 112 ข้อ ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง

ผู้วิจัยได้สำรวจแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน ซึ่งเป็นทั้งนักวิชาชีพและนักวิชาการในสาขาด้านการประชาสัมพันธ์ มาสร้างเป็นแบบสอบถามและได้ขอคำแนะนำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ และสถิติ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

การทดสอบความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 คน ซึ่งเป็นผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์” รุ่นที่ 39 ของสถาบันการประชาสัมพันธ์ วันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ.2542 และนำผลมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือได้ที่ 0.8806 ซึ่งนับเป็นค่าที่สูง และแสดงว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีระดับความน่าเชื่อถือสูง เมื่อผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามขั้นสุดท้ายเรียบร้อยแล้ว จึงนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาตามตัวแปรที่อยู่ในขอบข่ายของการวิจัย โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานี้จะทำการทดสอบล่วงหน้า (Pretest) และผู้วิจัยนำมาแก้ไขปรับปรุงภายหลังการทดสอบความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือเสร็จเรียบร้อยแล้วจึงได้ติดต่อประสานกับบุคคลในองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ซึ่งผู้วิจัยรู้จัก ตลอดจนได้รับการแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และเพื่อนในวงวิชาชีพและวิชาการประชาสัมพันธ์ จากนั้นผู้วิจัยจึงนัดหมายกับเจ้าหน้าที่ในฝ่ายประชาสัมพันธ์ของ

องค์การต่างๆ เหล่านี้เพื่อนำแบบสอบถามไปแจกให้กับเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์ทำงานประชาสัมพันธ์ตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป หลังจากนั้นอีกประมาณ 2-3 สัปดาห์ ผู้วิจัยจึงได้ไปปรับแบบสอบถามทั้งหมดด้วยตนเอง

3.2.5 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือน คือระหว่างเดือนกันยายน ตุลาคม พฤศจิกายน และธันวาคม พ.ศ. 2542 โดยผู้วิจัยได้แนบจดหมายแนะนำตัวจากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไปพร้อมกับแบบสอบถามทุกฉบับ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะได้ทำการประสานนัดหมายติดต่อกับผู้บริหารในฝ่ายประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ โดยการนำแบบสอบถามไปฝากและหลังจากนั้นประมาณ 2-3 สัปดาห์ จึงกลับไปปรับแบบสอบถามด้วยตนเอง แต่ก็ปรากฏว่าได้รับความร่วมมืออย่างดีจากผู้ตอบแบบสอบถามเพียงบางส่วนเท่านั้น ทั้งนี้ได้รับคำตอบจากเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีงานมากเป็นพิเศษในช่วงสิ้นปีงบประมาณหรือปลายปี ต้องออกไปติดต่องานนอกสถานที่บ่อย บางแห่งผู้วิจัยต้องนำแบบสอบถามไปฝากไว้นานถึง 2 เดือน และโทรศัพท์ตามทุกสัปดาห์ จึงสามารถไปปรับแบบสอบถามกลับมาวิเคราะห์ข้อมูลได้เพียงบางส่วน

3.2.6 กรรมวิธีทางข้อมูล

หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้ว ผู้วิจัยได้จะทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดด้วยตนเอง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาทำการเข้ารหัสและประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Window) แล้วจึงนำผลที่ได้มาจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่ออธิบายความหมายและแสดงผลข้อมูลที่ได้รับมาทั้งหมด

3.2.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้มี 2 แบบคือ สถิติเชิงพรรณนา ในการหาค่าสถิติพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean/ \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation / S.D.) และใช้สถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเพื่อสามารถตอบปัญหานำการวิจัยที่ได้ตั้งไว้

3.2.8 การนำเสนอข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลทั้งหมด โดยใช้ตารางและวิเคราะห์ความหมายจากตารางทั้งหมดโดยละเอียด ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยนำเสนอเรียงลำดับตามประเด็นหลักต่างๆ ทั้ง 3 ประเด็นหลัก เพื่อสามารถตอบปัญหานำการวิจัยได้อย่างครบถ้วน โดยผู้วิจัยจะนำเสนอแต่ละประเด็นเรียงลำดับกันไป

ผลจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดทั้งจากระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้ผู้วิจัยสามารถตอบปัญหานำการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ได้อย่างครบถ้วน ทั้งในเรื่องความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ บทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ของทั้ง 3 ประเด็นที่กล่าวมาแล้วได้อย่างชัดเจน พร้อมกันนี้ข้อมูลที่ได้ยังเป็นองค์ความรู้ที่มีประโยชน์ต่อวงวิชาชีพและวิชาชีพประชาสัมพันธ์ตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ทุกประการ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย