

บทที่ 3

การดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง วิเคราะห์การออกแบบเพื่อประชาสัมพันธักษัตริศึกษา: บริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ มุ่งประเด็นการศึกษาเรื่อง กระบวนการประชาสัมพันธักษัตริศึกษา เนื้อหาสาระและการนำเสนอสื่อ การรับรู้ ข่าวสารของลูกค้า และปัญหาในการดำเนินการประชาสัมพันธักษัตริศึกษาของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ ซึ่งเป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ศึกษาจากผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้วิธีวิจัยที่ หลากหลายเพื่อทราบข้อเท็จจริงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธักษัตริศึกษาและผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ โดยการดำเนินงานวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 กลุ่มตัวอย่าง

3.2 แหล่งข้อมูล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และการสร้างเครื่องมือ

3.4 การตรวจสอบข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6 การนำเสนอข้อมูล

3.7 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล

3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

3.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ เดินทางมาเองด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล รถมอเตอร์ไซค์ เป็นต้น และเดินทางมาด้วยพาหนะต่างๆ ซึ่งเป็นรถบริการนำเที่ยวเช่น รถตุ๊กตุ๊ก รถกระบะ รถแท็กซี่ รถสองแถว และรถรับจ้างทั่วไป เป็นต้น ซึ่งไม่ได้ให้บริการของบริษัทนำเที่ยวจำนวน 18 คน

3.2 แหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.2.1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็น แหล่งข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ เอกสาร (Document Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธักษัตริศึกษาของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ

ได้แก่ ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ นิตยสาร แผ่นพับ วารสาร เอกสารเผยแพร่ ข่าว หนังสือ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

3.2.2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากวิธีการต่างๆ ดังนี้

- จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าของไทยซิลค์ วิลเลจซึ่งได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 2 คน พนักงานฝ่ายการตลาด 2 คน พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ 3 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 7 คน ซึ่งถือว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัท

- จากการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการคัดเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 18 คน โดยมีเงื่อนไขว่า ต้องเป็นลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมในบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ โดยเดินทางมาเองไม่ได้มากับมัคคุเทศก์

- จากการสังเกตการณ์ (Observation Note) โดยเข้าไปสังเกตการณ์การทำงานในบริษัทไทยซิลค์ แล้วจดบันทึก

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และการสร้างเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือ 3 ชุด โดยแต่ละชุดมีการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือให้ตรงตามคำถามงานของงานวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

- บริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ มีนโยบาย, กลุ่มเป้าหมาย, การวางแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์กรและผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของลูกค้าอย่างไร

- บริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ กำหนดเนื้อหาสาระและรูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์อย่างไร

- บริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ มีการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆอย่างไร

- ลูกค้าบริษัทไทยซิลค์วิลเลจมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและผ้าไหมอย่างไร

- บริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ ประสบกับปัญหาใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการประชาสัมพันธ์องค์กรและผลิตภัณฑ์ผ้าของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ

3.3.1. แบบสัมภาษณ์ (Indepth Interview)

1. นำวัตถุประสงค์ของการวิจัยจำแนกออกเป็นประเด็น เพื่อให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยตั้งคำถามย่อยเป็นแนวทาง

2. ศึกษาบทความและเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์องค์กรและผลิตภัณฑ์ จากแหล่งข้อมูลต่างเช่น งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการศึกษาวิจัย และเพื่อเป็นการปรับแนวคำถามให้เหมาะสมกับเนื้อหาและเรื่องที่ศึกษา

3. เรียงแนวคำถาม จากคำถามทั่วไป แล้วจึงเข้าสู่คำถามหลักและอาจจะเพิ่มคำถามเข้าไป ซึ่งอาจจะเป็นคำถามที่ไม่ได้เตรียมมาก่อน (Probing Interview) แต่เป็นเรื่องที่ปรากฏระหว่างการสัมภาษณ์โดยมีประเด็นในการสัมภาษณ์โดยแบ่งคำถามในบทสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 นโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 2 หน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์, งบประมาณ, การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ และบุคลากร

ส่วนที่ 3 อุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

4. นำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่อนำกลับมาแก้ไข

5. แก้ไขปรับปรุงหัวข้อแล้วส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่ออนุญาตให้ทำการสัมภาษณ์ได้

3.3.2. แบบสอบถาม (Questionnaire)

1. นำวัตถุประสงค์ของการวิจัยจำแนกออกเป็นประเด็น เพื่อให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษา

2. ศึกษาจากตัวอย่างแบบสอบถามในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์องค์กรและผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการตั้งคำถามให้เหมาะสมกับเนื้อหาและเรื่องที่ศึกษา

3. ประกอบไปด้วยคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended questions) และคำถามแบบปลายปิด (Close-ended questions) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้คือ

คำถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป สัญชาติ เพศ อายุ อาชีพ

คำถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ

ข้อที่ 1 และ 2 คุณเคยมาเยี่ยมชมบริษัทไทยซิลค์วิลเลจหรือไม่ ถ้าเคย เคยมาที่ครั้ง

ข้อที่ 3 คุณรู้จักบริษัทไทยซิลค์จากสื่อใดบ้าง

ข้อที่ 4 ข่าวสารใดบ้างที่คุณได้รับทราบเกี่ยวกับบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจก่อนเดินทาง

มาถึง

ข้อที่ 5 คุณมีข้อสงสัยอะไรไหมเกี่ยวกับบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจแล้วยังไม่ได้รับคำตอบ

ข้อที่ 6 คุณชอบอะไรบ้างที่เกี่ยวกับบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ

ข้อที่ 7 คุณมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอะไรสำหรับการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ไทยซิลค์วิลเลจ ไหม

คำถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความคิดเห็นทั่วไปสำหรับการประชาสัมพันธ์ของร้านผ้าไหม ไทย

ข้อที่ 8 ถ้าคุณต้องการจะซื้อผ้าไหมไทยในครั้งต่อไปคุณจะหาข้อมูลจากสื่ออะไรเป็น อันดับแรก

ข้อที่ 9 ข้อมูลอะไรบ้างที่คุณต้องการทราบเกี่ยวกับร้านผ้าไหมก่อนเดินทางไปเยี่ยมชม

4. นำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่อนำกลับมาแก้ไข

5. ทำการแก้ไขปรับปรุงหัวข้อแล้วส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่ออนุญาตให้ทำการแจกแบบสอบถามได้

6. นำไปทดสอบกับลูกค้าของบริษัทไทยซิลค์ จำนวน 4 คน

7. แก้ไขปรับปรุงคำถามให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาแล้วส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่ออนุญาตให้ทำการสัมภาษณ์ได้

3.3.3. แบบบันทึกการสังเกตการณ์ (Observation Note)

การออกแบบแบบบันทึกการสังเกตการณ์ ปรึกษาอาจารย์และศึกษาจากตัวอย่างจากงานวิจัยต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางแล้วนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้

3.4 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามว่าตรงตามวัตถุประสงค์ เพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง มีคุณภาพ และตามกรอบแนวคิดการศึกษาหรือไม่ ซึ่งหากยังไม่สมบูรณ์ในบางส่วนใด ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม จากนั้นจึงรวบรวมข้อมูลที่สมบูรณ์ถูกต้องทั้งหมดมาวิเคราะห์ต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้คือนำข้อมูลที่ได้จาก 4 แหล่ง คือคำสัมภาษณ์ ข้อมูลแบบสอบถาม ข้อมูลเอกสาร และข้อมูลการจดบันทึกจากการสังเกตการณ์ หลังจากที้นำมาโดยขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ทำการตีความ (Interpret) เนื้อหาสาระ
2. จัดเพิ่มข้อมูล (Files) ตามประเด็นของวัตถุประสงค์ของการวิจัยและปัญหาหน้า การวิจัยที่กำหนดไว้

3. จำแนกประเภทข้อมูล (Typology Analysis) โดยจำแนกประเภท ให้ข้อมูลมีความสัมพันธ์กันมารวมเป็นหมวดหมู่ เพื่อจัดระเบียบหรือ โครงสร้างของข้อมูล (reconstruct) ให้บ่งชี้ลักษณะ กระบวนการ และความเป็นเหตุเป็นผลของเหตุการณ์ที่ชัดเจนตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีแยกข้อมูลตามประเภทเครื่องมือแล้วนำมาแยกตามวัตถุประสงค์

4. สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) จากข้อมูล โดยการประมวลความคิดขึ้นจากข้อมูลที่ได้รับ เป็นข้อสรุปซึ่งมีลักษณะเชิงนามธรรม ข้อสรุป ใน 2 ประเด็นหลักคือ

1. วิเคราะห์กระบวนการประชาสัมพันธ์ของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ
2. วิเคราะห์การรับรู้การประชาสัมพันธ์ของลูกค้าบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ

3.6 การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอบทวิเคราะห์ของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์บริษัทไทยซิลค์ วิลเลจในการในรูปแบบของการบรรยายพรรณนาเชิงวิเคราะห์เนื้อหา (Descriptive analysis) พร้อมกับมีภาพและตารางประกอบตามความจำเป็นเพื่อบรรยายถึง กระบวนการประชาสัมพันธ์องค์กรและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ รวมถึงการรับรู้ข่าวสารของลูกค้าชาวต่างชาติของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ และเสนอแนวทางการออกแบบเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เหมาะสมแก่บริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ

3.7 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล

บริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ 120/11 หมู่ 3 สันกลาง ถนนเชียงใหม่ – สันกำแพง อำเภอ สันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ 50130

3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2549 - ตุลาคม 2549