

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นการซักถามพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นการถามเจาะลึกคำตอบอย่างละเอียด เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์อธิบายและให้เหตุผล นอกจากนี้ยังเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแล้วทำการวิเคราะห์สรุปและประมวลผลข้อมูล

ผู้ศึกษาใช้กรอบการศึกษาเรื่องแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองผนวกเข้ากับแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ โดยใช้แนวคิดเรื่องเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเข้ามาร่วมด้วย เพื่อศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ในฐานะผู้นำรัฐบาลและหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ส่งไปยังประชาชน โดยอาศัยเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการให้ได้มาซึ่งการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้รับสาร

แหล่งข้อมูล

ผู้ศึกษาแบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ประเภท คือ ข้อมูลทางเอกสาร ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต และข้อมูลจากบุคคล

ข้อมูลทางเอกสาร ได้แก่ ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ หนังสือทั่วไป วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะ โดยข้อมูลเหล่านั้นมีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าว ความเคลื่อนไหว แนวคิด มุมมอง ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ บทสัมภาษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ บทสัมภาษณ์ของบุคคลต่าง ๆ ที่กล่าวถึงนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ บทความและบทวิเคราะห์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ตลอดจนนโยบายและผลการดำเนินงานของรัฐบาล

ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต ที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะ โดยข้อมูลเหล่านั้นมีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าว บทวิเคราะห์ ในรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ และทางเว็บไซต์ เช่น www.wikipedia.org www.abhisit.org www.pm.go.th www.democrat.or.th www.matichon.co.th www.komchadluek.net www.parliament.go.th www.oknation.net www.innnews.co.th www.positioningmag.com www.moneychannel.co.th เป็นต้น

ข้อมูลจากบุคคล ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยเจาะจงสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และสัมภาษณ์นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน รวมทั้งนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดในมุมมองที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายกรัฐมนตรี ทั้งนี้ เพื่อต้องการนำคำตอบที่ได้ไปวิเคราะห์เนื้อหาในประเด็นต่าง ๆ ว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. บุคลากรของรัฐบาลและพรรคประชาธิปัตย์ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการกำหนดขั้นตอนกระบวนการสื่อสารในการสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

นายวิฑเณนทร์ มุตตามระ	เลขาธิการรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี
นางสาวสมลักษณ์ ส่งสัมพันธ์	รองเลขาธิการนายกรัฐมนตรีฝ่ายบริหาร
นายแพทย์บุรณชัย สมุทรักษ์	โฆษกพรรคประชาธิปัตย์
นายเทพไท เสนพงศ์	โฆษกประจำตัวหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์
นายศิริโชค โสภา	สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดสงขลา

2. นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด เพื่อศึกษามุมมองที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ รวมถึงการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล	ผู้อำนวยการผลิต บริษัท ไทยวิชั่น จำกัด
ดร.นันทนา นันทวโรภาส	ผู้อำนวยการหลักสูตรสื่อสารการเมืองปริญญาโท วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก
ดร.ไชยา ยิ้มวิไล	ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขา รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ	นายกสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย
นายदनัย จันท์เจ้าฉาย	ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท ดีซี คอนซัล แทนส์ แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาจะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะเป็นผู้กำหนดประเด็นคำถามที่ต้องการทราบไว้ล่วงหน้า โดยใช้แนวคำถามเดียวกัน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ในส่วนของรัฐบาล

1. ทีมงานที่ช่วยวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์ในฐานะนายกรัฐมนตรีมีใครบ้าง
2. แผนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์ก่อนและหลังเป็นนายกรัฐมนตรีแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
3. องค์ประกอบใดบ้างที่เลือกมาใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์
4. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์คืออะไร
5. มีการนำจุดเด่นหรือข้อได้เปรียบของคุณอภิสิทธิ์กับคู่แข่งมาใช้อย่างไรบ้าง
6. มีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างไร
7. งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานเป็นอย่างไร
8. กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารคือใครบ้าง
9. ช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์ประกอบด้วยอะไรบ้าง
10. มีการนำหลักวิชาการใดมาใช้ในการดำเนินงานบ้าง
11. มีการประเมินความสำเร็จในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายบ้างหรือไม่ อย่างไร
12. อุปสรรคในการดำเนินงานสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์คืออะไร
13. แนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคของการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์

ส่วนที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ในส่วนของนักการตลาดและนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

1. วิเคราะห์ทีมงานที่ช่วยวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์
2. คิดว่าการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์ก่อนและหลังเป็นนายกรัฐมนตรีแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
3. องค์ประกอบใดบ้างที่ควรเลือกมาใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์
4. กลยุทธ์ที่น่าจะนำมาใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์คืออะไร
5. แนวคิดหรือหลักวิชาการที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานมีอะไรบ้าง
6. จุดเด่นหรือข้อได้เปรียบของคุณอภิสิทธิ์กับคู่แข่งที่ควรนำมาใช้ในการสร้างภาพลักษณ์

7. ขั้นตอนในการดำเนินงานเพื่อสร้างภาพลักษณ์โดยทั่วไปทำอย่างไร
8. งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานของคุณอภิสิทธิ์เป็นอย่างไร มีประสิทธิภาพหรือไม่
9. กลุ่มเป้าหมายที่ควรกำหนดในการสื่อสารคือใครบ้าง
10. ช่องทางการสื่อสารที่ควรนำมาใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์มีอะไรบ้าง
11. เมื่อประเมินความสำเร็จในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายคิดว่าเป็นอย่างไร
12. อุปสรรคในการดำเนินงานสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์คืออะไร
13. แนวทางแก้ไขปัญหาลักษณะของการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์

ส่วนที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี

1. ลักษณะทั่วไปของคุณอภิสิทธิ์ในมุมมองของผู้กำหนดภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์
2. จุดเด่นหรือจุดด้อยของคุณอภิสิทธิ์
3. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์มากเพียงใด
4. ปัจจัยส่วนบุคคลของคุณอภิสิทธิ์ที่ส่งผลต่อการกำหนดภาพลักษณ์
5. ความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของคุณอภิสิทธิ์คืออะไร
6. ก่อนเข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี คุณอภิสิทธิ์มีภาพลักษณ์เป็นอย่างไร
7. มีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ในฐานะนายกรัฐมนตรี
8. ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองส่งผลกระทบต่อคุณอภิสิทธิ์อย่างไร
9. สถานการณ์ทางเศรษฐกิจมีความสำคัญต่อการกำหนดภาพลักษณ์คุณอภิสิทธิ์ในแง่ใดบ้าง
10. สภาพสังคมไทยในปัจจุบันส่งผลต่อการกำหนดภาพลักษณ์ของคุณอภิสิทธิ์อย่างไร
11. ผลงานด้านต่าง ๆ ของรัฐบาลก่อนหน้ามีผลต่อการทำงานของคุณอภิสิทธิ์อย่างไร

การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ SWOT Analysis โดยแบ่งประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการค้นคว้าเอกสารมาเป็นส่วนประกอบในการวิเคราะห์ โดยมีการจัดหมวดหมู่การวิเคราะห์ ดังนี้

1. กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ
2. การรับรู้ภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ
3. ปัจจัยส่วนบุคคลของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้แก่ ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพ และแนวคิด
4. สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมมีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ