



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง“กระบวนการสื่อสารและการตัดสินใจเริ่มกิจการธุรกิจด้านสื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมสังคม” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจในการทำกิจการเพื่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อสังคม และศึกษากระบวนการสื่อสารในการสร้างการยอมรับการสื่อสารเพื่อเผยแพร่กิจการเพื่อสังคมของผู้ประกอบการด้านธุรกิจสื่อและเทคโนโลยีเพื่อสังคมซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยแบ่งหัวข้อระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงเอกสาร
2. การกำหนดแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

การศึกษาเอกสารขั้นต้นที่จะทำการศึกษาเพื่อให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิดกิจการเพื่อสังคมและองค์กรที่จะศึกษาเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตั้งประเด็นคำถามและใช้เป็นข้อมูลในการทำความเข้าใจกับองค์กร

แหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารที่ใช้ในการศึกษามี ดังนี้

1. เอกสารเบื้องต้น ได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคมที่จะศึกษาที่ผลิตจากองค์กรภายนอก เช่น รายงานวิชาการและงานวิจัยของนักวิชาการไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ หนังสือบทความ เว็บไซต์และที่ปรากฏอยู่ในสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อกิจกรรม เช่น ข่าว หรือ สกู๊ปข่าว บทความ วิทยานิพนธ์ เป็นต้น ในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 ถึงเดือน เมษายน 2554

รายงานวิชาการและงานวิจัยของนักวิชาการไทยและต่างประเทศ มี 5 เล่ม
เช่น

1. บทบาทของวรรณกรรม From social entrepreneurship as a practice to a legitimate field of research : Literature review and classification. ของ Center for Research in Entrepreneurial Change and Innovative Strategies) โดย Sophie Bacq และ Frank Janessen ปี 2008

2. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการสร้างเสริมองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากศูนย์คุณธรรม ปีงบประมาณ 2552 โดย สถาบัน ChangeFusion ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

3. วิทยานิพนธ์เรื่องผลกระทบของคุณลักษณะผู้ประกอบการสังคม หลักธรรมมาภิบาล และหลักการแฟร์เทรดต่อความสามารถของผู้ประกอบการทางสังคม กลุ่มผู้ผลิตไทยคราฟท์แฟร์เทรด โดย ตราทัศน์ คชพงษ์ ปี 2551

4. รายงานผลการประชุมสมัชชาคุณธรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 4 ฝ่าวิกฤติด้วยธุรกิจคุณธรรม: การสร้างธรรมาภิบาลในภาคธุรกิจอย่างยั่งยืน ประเด็นที่ 4 ธุรกิจเพื่อสังคมคุณธรรม โดย ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาแผ่นดินเชิงคุณธรรม สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ปี 2552

5. ร่างแผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553 – พ.ศ. 2557

หนังสือ มี 5 เล่ม เช่น

1. หนังสือ How to Change the world: Social Enterprise and the power of new idea โดย David Bornstein ปี 2008

2. หนังสือ The power of unreasonable people: How Social Enterprise create markets that change the world โดย John Elkington และ Hartigan ปี 2008

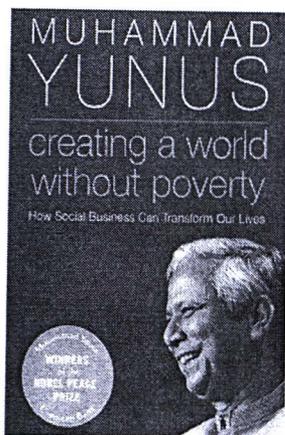
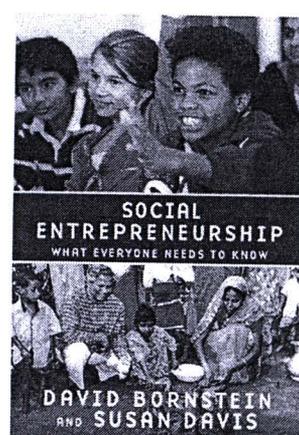
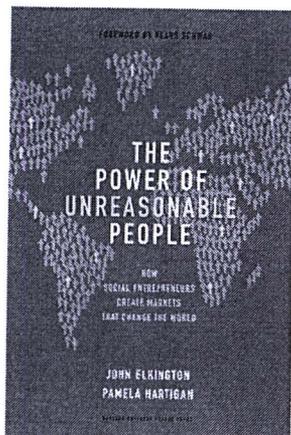
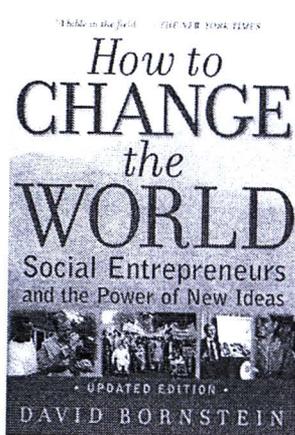
3. หนังสือ Social entrepreneurship: What everyone needs to know โดย David Bornstein และ Susan Davis ปี 2010

4. หนังสือ Creating a world without poverty : Social business and the future of capitalism โดย Muhammad Yunus ปี 2008

4. หนังสือ กิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร Thailand Social Enterprise 50 โดย คณะวิจัยโครงการกิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร ปี 2553

5. หนังสือ ทูนิยมมีชีวิต ธุรกิจมีหัวใจ โดย สฤณี อาชวานันทกุล ปี 2553

ภาพที่ 3.1 ภาพแสดงตัวอย่างหนังสือที่เกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม



บทความ มี 6 เล่ม เช่น

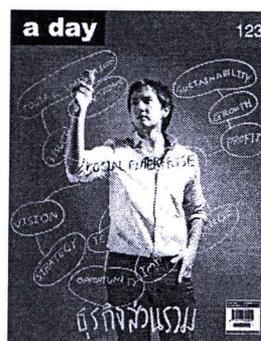
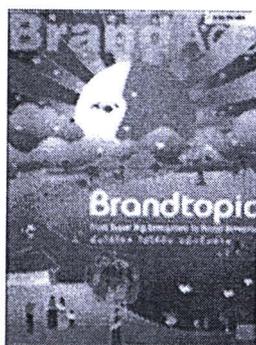
1. บทความวิชาการเรื่อง การประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) : หลักการและแนวคิดเพื่อการพัฒนาสังคม ในวารสารพัฒนาสังคม (มิถุนายน 2553) ปีที่ 12 เล่มที่ 1 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดย สากล จริยวิทยานนท์
2. บทความในนิตยสารมติชนสุดสัปดาห์ ฉบับวันที่ 25 มิถุนายน 2552 เรื่อง Social Enterprise คือ นวัตกรรมแห่งการให้ โดย วรากรณ์ สามโกเศศ
3. บทความในหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 28 ตุลาคม 2553 เรื่อง ทุนอดทน: โมเดลการลงทุนเพื่อสังคมของ Acumen Fund โดย สฤณี อาชวานันทกุล

4.บทความในหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 13 สิงหาคม 2552 เรื่อง คือผู้ประกอบการเพื่อสังคม...คือคนนอกคอก โดย วรรณญา ศรีเสวก

5.บทความในนิตยสาร BrandAge ปีที่ 10 ฉบับที่8 ประจำเดือนสิงหาคม 2552 เรื่อง Brandtopia : from super big enterprises to social enterprises โดย พยุงศักดิ์ วิริยะ บัณฑิตกุล

6.บทความในนิตยสาร a day ปีที่ 11 ฉบับ 123 ประจำเดือนพฤศจิกายน 2553 เรื่อง เข้าคราสเรียนสาขาทำธุรกิจเพื่อสังคม โดย จิราภรณ์ วิหวา, สลิลลา มหันต์เชิดชูวงศ์ และ นครินทร์ วนกิจไพบูลย์

ภาพที่ 3.2 แสดงภาพนิตยสาร BandAge และ นิตยสาร aday



เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคม มี 5 เว็บไซต์ เช่น

1. เว็บไซต์กิจการเพื่อสังคม (ประเทศไทย) <http://socialenterprise.in.th>
2. เว็บไซต์สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม <http://tseo.or.th>
3. เว็บไซต์ อโซก้า (ประเทศไทย) <http://www.thailand.ashoka.org>
4. เว็บไซต์ สถาบัน Change Fusion <http://www.changefusion.org>
5. เว็บไซต์ คนชายขอบ <http://fringer.org/>

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวข้องที่เป็นเอกสารขององค์กรที่ผลิตออกมาที่เผยแพร่ให้กับคนอื่นได้รับรู้เกี่ยวกับตัวองค์กร เช่น เว็บไซต์ แผ่นพับ ใบปลิว ต่างๆ เป็นต้น

เว็บไซต์ขององค์กรที่ศึกษา ได้แก่

นิตยสารบีแมกกาซีน

1. เว็บไซต์นิตยสารบีแมกกาซีน <http://www.think-be.com>

2. เว็บไซต์เฟสบุคนิตยสารบีแมกกาซีน <http://www.facebook.com/pages/Be-magazine/>

นิตยสารฟิว

1. เว็บไซต์นิตยสารนิตยสารฟิว <http://www.fuse.in.th>

2. เว็บไซต์เฟสบุคนิตยสารฟิว <http://www.facebook.com/fusebioscope>

บริษัทโอเฟรนด์ริม

1. เว็บไซต์บริษัทโอเฟรนด์ริม <http://โอเฟรนด์ริม.co.th>

2. เว็บไซต์เฟสบุคบริษัทโอเฟรนด์ริม <http://www.facebook.com/โอเฟรนด์ริม>

บริษัททีวีบูรพา

1. เว็บไซต์บริษัททีวีบูรพา <http://www.tvburabha.com>

2. เว็บไซต์เฟสบุคบริษัททีวีบูรพา <http://www.facebook.com/pages/บริษัท-ทีวีบูรพา-จำกัด/165181756848504>

3. เว็บไซต์เฟสบุครายการ คนค้นคน <http://www.facebook.com/pages/คนค้นคน/266172157730>

4. เว็บไซต์เฟสบุครายการตามรอยพระราชา <http://www.facebook.com/tamroypraracha>

บริษัทป่าใหญ่ครีเอชั่น

1. เว็บไซต์ บริษัทป่าใหญ่ครีเอชั่น <http://www.payai.com/>

2. เว็บไซต์เฟสบุครายการทุ่งแสงตะวัน <http://www.facebook.com/pages/ทุ่งแสงตะวัน-20-ปี/108703279195003>

3. เว็บไซต์เฟสบุครายการพันแสงรุ่ง <http://www.facebook.com/pages/พันแสงรุ่ง-ทีวีไทย/150622534969077>

2. การกำหนดแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา จะใช้แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในส่วนของ การสัมภาษณ์ ประกอบด้วยผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคมโดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกิจการเพื่อสังคมทั้งหมด 8 ประเภทธุรกิจ (Ashoka, 2553) คัดเลือก 2 ประเภทธุรกิจ คือ กิจการเพื่อสังคมด้านสื่อ และกิจการเพื่อสังคมด้านเทคโนโลยี โดยพิจารณาจากองค์กรที่มีชื่อเสียง มีการประชาสัมพันธ์และมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลาย โดยมีผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงองค์กรที่ใช้ในการศึกษา

องค์กรที่สัมภาษณ์	ระดับหัวหน้างาน	ระดับปฏิบัติงาน
1.ตัวแทนจากบริษัท ซิล ซิล แคปปิตอล (นิตยสารบีแมกกาซีน)	คุณอรันดร อาชาพิลาส	คุณกิตติพจน์ อรรถวิเชียร
2.ตัวแทนจากบริษัท Bioscope จำกัด (นิตยสารFuse)	คุณสุภาพ นรมเทพาธิป	คุณธิดา ผลิตผลการพิมพ์
3.ตัวแทนจากบริษัทป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด	คุณยุพา เพ็ชรฤทธิ์ รัตนจันทร์	คุณยุพา รอดเกลี้ยง
4.ตัวแทนจากบริษัททีวีบูรพา จำกัด	คุณสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ	คุณธีระวัช ดวงกลม
5.ตัวแทนจากบริษัทไอโฟนดรีม	คุณปฏิพัทธ์ สุสำเนา	คุณภาณุ ตั้งเฉลิมกุล

ตารางที่ 3.2 แสดงสรุปลักษณะขององค์กรที่ใช้ในการศึกษา

กิจการ	บีแมกกาซีน	สารพีว	ทีวีบูรพา	ป่าใหญ่ครีเอชั่น	ไอโฟนดรีม
ผู้ก่อตั้ง	ผู้ประกอบการใหม่	ธุรกิจเอกชน	ธุรกิจเอกชน	ธุรกิจเอกชน	ผู้ประกอบการใหม่
ขนาดของธุรกิจ	เล็ก	เล็ก กลาง	กลาง	กลาง	เล็ก
จำนวนพนักงาน	ต่ำกว่า 50 คน	ต่ำกว่า 50 คน	มากกว่า 100 คน	มากกว่า 100 คน	มากกว่า 50 คน
รูปแบบกิจการ	นิตยสาร	นิตยสาร สื่อออนไลน์	รายการโทรทัศน์	รายการโทรทัศน์	สื่อออนไลน์
ปีที่จัดตั้ง	2552	2550	2545	2534	2551
อายุขณะก่อตั้ง	25	30-40	40	28-30	23

ตารางที่ 3.2 แสดงสรุปลักษณะองค์กรที่ใช้ในการศึกษา (ต่อ)

กิจการ	บีแมกกาซีน	สารพีว	ทีวีบูรพา	ป่าใหญ่ครีเอชัน	โอเพ่นดริม
การศึกษา	ปริญญาตรีรัฐศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์	ปริญญาตรี นิเทศศาสตร์	ปริญญาตรีนิเทศ ศาสตร์	ปริญญาตรีนิเทศ ศาสตร์	ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์
ช่องทางของการ กระจายสื่อ	นิตยสาร	นิตยสาร เว็บไซต์	-Thai PBS -โมเดิร์นไนน์ ทีวี -สถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง7 -สถานีโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 5 -นิตยสาร -หนังสือการ์ตูน	-ThaiPBS -ไทยทีวีสีช่อง 3 -สถานีโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 5 -สถานีโทรทัศน์ -สถานีโทรทัศน์ NBT	เว็บไซต์

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview) สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการริเริ่มกิจการเพื่อสังคมซึ่งบุคคลเหล่านี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิจัย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์ในระดับบริหารและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการกิจการเพื่อสังคมเป็นกุญแจสำคัญสู่คำตอบของการตัดสินใจเริ่มทำธุรกิจและการสร้างการยอมรับในการเผยแพร่แนวคิดนี้ เพราะบุคคลเหล่านี้คือผู้ขับเคลื่อนสำคัญในการริเริ่มประกอบกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูลแต่ละท่านจึงมีลักษณะเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการเพื่อสังคมเหล่านี้ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญที่จะสามารถขับเคลื่อนการทำกิจการเพื่อสังคมต่อไปในอนาคตโดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. คำถามสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล เป็นคำถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้ผู้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นอย่างเสรีภายใต้กรอบคำถามแต่ละประเด็นนั้นๆ เพื่อให้ตอบคำถามในประเด็นที่ศึกษาจากหลายมุม ซึ่งเครื่องมือนี้ได้ออกแบบโดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และเทคนิคในการสร้างแบบสัมภาษณ์จะมีลักษณะเป็นคำถามที่เข้าใจง่ายโดยแนวประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์มีดังต่อไปนี้

แนวประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

หมวดที่ 1 แนวคำถามทั่วไป

-ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น ชื่อ-สกุล การศึกษา ตำแหน่ง หน้าที่
รับผิดชอบ เป็นต้น

- คุณคิดอย่างไรเกี่ยวกับสังคมในปัจจุบัน
- ในสมัยตอนเรียนคุณเคยทำอะไรเกี่ยวกับสังคมอย่างไรบ้าง
- ประสบการณ์ที่ผ่านมาเคยทำอะไรมาบ้าง

หมวดที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม

-กิจการเพื่อสังคมในความคิดของคุณหมายถึงอะไร โปรดอธิบาย
-กิจการของคุณเป็นดังที่ได้ให้นิยามไว้มากน้อยเพียงใดอย่างไร
-การที่คุณมารู้จักแนวคิดนี้คิดว่ามันให้อะไรกับคุณบ้าง
-คุณได้แหล่งเงินทุนในการทำกิจการจากแหล่งใดหรือมีใครเป็นผู้ให้ความ
ช่วยเหลือในการทำกิจการ

-กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจคุณคือใคร เพราะเหตุใดจึงเป็นกลุ่มเหล่านี้

หมวดที่ 3 แนวคำถามเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารในการตัดสินใจริเริ่มกิจการ เพื่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อสังคม

- คุณรับรู้หรือรู้จักแนวคิดกิจการเพื่อสังคมจากที่ไหน อย่างไร
- คุณมีแรงบันดาลใจในการทำกิจการเพื่อสังคมคือใครคือใครเพราะเหตุใด
- อะไรคือเหตุผลและความจำเป็นในการตัดสินใจริเริ่มกิจการเพื่อสังคม
- อะไรคือแรงจูงใจในการตัดสินใจ
- ทำไมถึงยอมรับและตัดสินใจริเริ่มทำกิจการเพื่อสังคม
- ปัจจัยหรือบุคคลใดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ
- ขั้นตอนในการตัดสินใจเป็นอย่างไร
- แนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่เป็นนวัตกรรมที่สามารถเปลี่ยนแปลงสังคมได้อย่างไร
- คิดว่ากิจการเพื่อสังคมหรือแนวคิดนี้จะดำเนินได้ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร
- อุปสรรคในการริเริ่มคืออะไร
- คุณคิดว่าธุรกิจของคุณจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด หรือวัดจากสิ่ง

หมวดที่ 4 แนวคำถามเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างการยอมรับการสื่อสารเพื่อเผยแพร่กิจการเพื่อสังคมของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อสังคม

- ทุกวันนี้คิดว่ามีคนรู้จักสิ่งที่คุณทำมากน้อยขนาดไหน ทำไมถึงรู้จัก
- เป็นเพราะคุณเป็นกิจการด้านสื่อและเทคโนโลยีหรือเปล่าที่ทำให้ได้เปรียบกว่ากิจการในด้านๆในการเผยแพร่แนวคิดนี้ออกไปสู่สาธารณะชน
 - นโยบายในการดำเนินงานกิจการเพื่อสังคมเป็นอย่างไร
 - องค์กรมีการให้ข้อมูลข่าวสารแจ้งให้ผู้รับสารทราบหรือไม่ว่าองค์กรของคุณเป็นกิจการเพื่อสังคม
 - คุณได้มีการจัดกิจกรรมหรือกับบุคคลที่สนใจเหล่านี้บ้างไม่ หรือคุณเป็นแรงบันดาลใจให้กับคนอื่น ๆ มากน้อยแค่ไหน
 - องค์กรมีวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับในแนวคิดเรื่องการทำกิจการเพื่อสังคมสู่คนที่บุคคลสนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างไร
 - องค์กรมีขั้นตอนในการดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับในแนวคิดการทำกิจการเพื่อสังคมสู่สาธารณชนอย่างไร
 - องค์กรมีการทำการประชาสัมพันธ์มากน้อยหรือไม่เพียงใด มีใครเป็นผู้ทำหรือมีหน่วยงานใดช่วยทำการประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร ถ้าทำแล้วมีการเลือกประเด็นใดมาทำการประชาสัมพันธ์
 - องค์กรเคยมีการตรวจสอบหรือไม่ว่าประชาชนได้มีการรับรู้ เข้าใจหรือสนใจในแนวคิดที่นำเสนอไปหรือไม่ อย่างไร
 - องค์กรมีวิธีการอย่างไรในการเชื่อมโยงข้อมูลหรือประสานงานร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆเพื่อสร้างการยอมรับในแนวคิดเรื่องกิจการเพื่อสังคมอย่างไร การแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือประสานงานกันอย่างไร
 - ชาวประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในสื่อต่างๆ ส่วนมากมีที่มาจากแหล่งข่าวขององค์กรมากน้อยแค่ไหน อย่างไร
 - องค์กรมีกลยุทธ์ในการเผยแพร่แนวคิดการทำกิจการเพื่อสังคม อย่างไร
 - องค์กรคิดว่าควรสื่อสารเรื่องแนวคิดนี้ให้กับคนกลุ่มไหนที่คิดว่าจะได้รับการยอมรับหรือมีประสิทธิภาพมากที่สุด
 - ในการดำเนินการสื่อสารในช่วงต่างๆ มีปัญหา อุปสรรคอย่างไรบ้าง

-องค์กรต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาคส่วนใดบ้างในการประชาสัมพันธ์
ในประเด็นนี้

2. แบบบันทึกภาคสนาม (Field Note) เป็นการจดบันทึกบรรยายภาคสนามภาษา
เชิงลึก และสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของพื้นที่ เพื่อประกอบการเขียนบทวิเคราะห์ข้อมูล

3. เครื่องบันทึกเสียง

4. กล้องถ่ายรูป

5. อุปกรณ์จดบันทึก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อ
สังคม ทั้งข้อมูลจากภายในองค์กรและข้อมูลจากภายนอกองค์กร เพื่อรวบรวมข้อมูลจำแนกตาม
ประเด็นเนื้อหาต่างๆที่ต้องการศึกษาและการทำงานแบบสัมภาษณ์

2. ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลัก
(Key Information) โดยการจดบันทึก และบันทึกลงในเทปบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์

5. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้คำแนะนำและคำปรึกษาที่สำคัญจากอาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาดูแล
กรอบทางการสัมภาษณ์ตลอดจนทุกกระบวนการที่เกี่ยวข้องตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อตรวจสอบความ
สมบูรณ์ครอบคลุมประเด็นการศึกษา ตลอดจนดูแลการสื่อความหมายในการตั้งประเด็นคำถาม
ตามกรอบการวิจัยครั้งนี้

1. การตรวจสอบเครื่องมือโดยการปรึกษา ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและ
อาจารย์ที่ปรึกษาในการกำหนดประเด็นข้อคำถามและลำดับคำถามตามความต่อเนื่องให้เกิด
ความเหมาะสมรวมทั้งพิจารณาถึงลักษณะการใช้ภาษา ตลอดจนข้อความที่ชัดเจนในคำถามนั้นๆ

2. ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือการวิจัยไปทดสอบใช้โดยการฝึกสัมภาษณ์ ซึ่งอยู่ภายใต้
การแนะนำของผู้เชี่ยวชาญอีกครั้งหนึ่ง เพื่อพิจารณาถึงความถูกต้องและเหมาะสม ทั้งในประเด็น
คำถามจะต้องครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่มุ่งศึกษา อีกทั้งผู้วิจัยจะต้องฝึกฝนการสังเกตปฏิกิริยาของ
ผู้ถูกสัมภาษณ์ ที่มีต่อการตอบคำถามในแต่ละประเด็นคำถามและหากพบว่าข้อคำถามใน

เครื่องมือนั้นมีข้อบกพร่องเกิดขึ้น จะนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ก่อนจะนำไปเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่าง

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

รายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็นที่ศึกษา โดยการจัดทำแฟ้มข้อมูล ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลหลายรูปแบบ การวิเคราะห์ข้อมูลจึงแบ่งออกเป็น การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ซึ่งข้อมูลทั้งหมดเป็นการรวบรวมเชิงคุณภาพ

2. การสรุปในแต่ละประเด็นที่ศึกษา โดยการวิเคราะห์หาข้อสรุปตามสาระสำคัญของการวิจัยโดยนำข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องตามหมวดหมู่ที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาผสมผสานกันเพื่อนำไปสู่ข้อสรุปที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ

3. การวิเคราะห์สรุปรวม โดยการนำข้อมูลสาระสำคัญของแต่ละประเด็นมาพิจารณาและตีความหมายของข้อมูลเพื่อนำไปสู่การสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย โดยการวิเคราะห์เป็นข้อสรุปแต่ละประเด็น เพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของวิจัย