บทที่ 3
ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) และใช้หลักการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดเพียงครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

1.1 การศึกษาจากเอกสาร

เป็นการสำรวจข้อมูลพื้นฐานอันนำไปสู่การได้ภาพรวมและการทำความเข้าใจสภาพความเป็นจริงขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการศึกษาข้อมูลที่เป็นเอกสารหลากหลายประเภทจากหลายแหล่งอ้างอิง ในกรอบของการทำวิจัยตามประเด็นปัญหาและเก็บข้อมูลที่เผยแพร่ตั้งแต่เดือน มกราคม 2548–ธันวาคม 2553 ดังนี้

- ศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ เอกสารราชการ เอกสารต่างๆ ที่องค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เผยแพร่ เช่น รายงานประจำปี หนังสือ งานวิจัย สถิติที่มีความเกี่ยวข้อง แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ข้อมูลออนไลน์ เป็นต้น
- ศึกษาจากข่าวสาร บทความ ที่ตีพิมพ์ในสื่อประเภทต่างๆ และเอกสารอื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือต่างๆ เป็นต้น

1.2 ศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้รับผิดชอบด้านการสื่อสารองค์กร การตลาด และการประชาสัมพันธ์ ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.3 ศึกษาจากแบบสอบถาม

เป็นการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลตอบรับการประชาสัมพันธ์ ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

2. **กลุ่มตัวอย่าง**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยด้วยการศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก คือ ผู้รับผิดชอบด้านการสื่อสารองค์กร การตลาด และการประชาสัมพันธ์ ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จาก 3 องค์กร รวม 5 คน ได้แก่

1. ธีรพร ยินเจริญ นักจัดการความรู้อาวุโส สำนักงานอุทยานการเรียนรู้
2. กนกพร เกียรติศักดิ์ ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
3. พัชรินทร์ พัฒนาบุญไพบูลย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัชรี ชินธรรมมิตร หัวหน้าสำนักผู้อำนวยการ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
5. ณัฐกานต์ จันทร์ไทย นักจัดการความรู้ งานสื่อสารองค์กรและการจัดการความรู้ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยด้วยการศึกษาจากแบบสอบถาม คือ ผู้ที่เคยใช้บริการขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์กรละ 20 คน รวม 60 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับผู้ที่เคยใช้บริการขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้ง 3 องค์กร

3. **ขั้นตอนในการทำวิจัย**

ขั้นตอนในการทำวิจัย ด้วยการศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีดังนี้

- เตรียมคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบด้านการสื่อสารองค์กร การตลาด และการประชาสัมพันธ์
- ติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบด้านการสื่อสารองค์กร การตลาด และการประชาสัมพันธ์ โดยแนะนำตนเอง บอกวัตถุประสงค์ของการวิจัย นัดหมายวันเวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์
- ผู้วิจัยเข้าพบผู้ให้สัมภาษณ์และทำการสัมภาษณ์
- สรุปและวิเคราะห์ผลอย่างละเอียด

ขั้นตอนในการทำวิจัย ด้วยการศึกษาจากแบบสอบถาม มีดังนี้

- เตรียมแบบสอบถามที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเรียบเรียงจาก กลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ได้จากการศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) ในบริเวณองค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้ง 3 องค์กร
- หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาแล้ว จะนำมาทำการลงรหัส (Coding) และนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package Social Science: SPSS) เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัย
- สรุปและวิเคราะห์ผลอย่างละเอียด

4. **วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล**

- **ข้อมูลประเภทเอกสาร**

  ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะเอกสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรม และสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป รวมทั้งข้อมูลออนไลน์ เช่น ข่าว บทความ เป็นต้น

- **ข้อมูลประเภทบุคคล**

  เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซักถามเฉพาะเจาะจงในประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะกับผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดเกี่ยวกับกลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ทำการสัมภาษณ์ด้วยตัวเองและบันทึกลงเครื่องบันทึกเสียงไว้เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

- **ข้อมูลประเภทแบบสอบถาม**

  เป็นการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม เฉพาะเจาะจงในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลตอบรับการประชาสัมพันธ์กับผู้ที่เคยใช้บริการขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ได้แก่

- ผู้วิจัย ซึ่งเป็นผู้สัมภาษณ์เก็บข้อมูลด้วยตัวเอง
- เครื่องบันทึกเสียง
- ประเด็นคำถามในการวิจัย

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมประเด็นและปัญหานำการวิจัย ผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ที่ได้เตรียมแนวคำถามหลักไว้ล่วงหน้า ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์สามารถตอบได้อย่างละเอียดและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ แบบสัมภาษณ์ที่ใช้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และไม่ชี้นำคำตอบ โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสอบถามจากผู้รู้ ผู้มีประสบการณ์ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นคำถาม โดยประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ มีดังนี้

ประเด็นคำถามส่วนที่ 1

ข้อมูลส่วนบุคคล

- ชื่อ-นามสกุล
- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- ตำแหน่งงานในปัจจุบัน
- บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ

ประเด็นคำถามส่วนที่ 2

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

- นโยบายการประชาสัมพันธ์ขององค์กรเป็นอย่างไร ในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบัน และประมาณ 2 ปีข้างหน้า
- กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ขององค์กรเป็นอย่างไร ในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบัน และประมาณ 2 ปีข้างหน้า
- องค์กรใช้หลักเกณฑ์หรือปัจจัยใดในการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ขององค์กร
- องค์กรมีกลยุทธ์การเลือกใช้สื่อและกิจกรรมอย่างไร
- องค์กรมีกลยุทธ์ในการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารอย่างไร
- จุดอ่อนและจุดแข็งของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ขององค์กร มีอะไรบ้าง
- องค์กรมีการประเมินผลกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร
- องค์กรมีปัญหาและอุปสรรคในการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์หรือไม่ ถ้ามี มีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไร

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

- เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรเป็นอย่างไร
- กลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร คือ กลุ่มใด
- องค์กรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างไร
- องค์กรมีการจัดสรรงบประมาณสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างไร
- องค์กรมีการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร
- องค์กรมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือไม่ ถ้ามี มีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไร

กลวิธีการประชาสัมพันธ์

- กลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรเป็นอย่างไร ในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบัน และประมาณ 2 ปีข้างหน้า และอยู่ในรูปแบบใด (เชิงรุก เชิงรับ ปกติ)
- องค์กรใช้หลักเกณฑ์หรือปัจจัยใดในการกำหนดกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กร

- องค์กรมีกลวิธีในการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองอย่างไร
- องค์กรมีกลวิธีการจัดวางวันและเวลาในการใช้สื่ออย่างไร และใช้แต่ละสื่อยาวนานแค่ไหน
- องค์กรมีกลวิธีการเลือกใช้และนำเสนอเนื้อหาในสื่อแต่ละประเภทอย่างไร
- จุดอ่อนและจุดแข็งของกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรมีอะไรบ้าง
- ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเลือกใช้กลวิธีการประชาสัมพันธ์
- องค์กรมีการประเมินผลการเลือกใช้กลวิธีการประชาสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร
- องค์กรมีปัญหาและอุปสรรคในกำหนดกลวิธีการประชาสัมพันธ์หรือไม่ ถ้ามี มีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไร

การศึกษาวิจัยจากแบบสอบถาม มีเครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ทั้งนี้แบบสอบถามมีความชัดเจน เข้าใจง่าย โดยผู้วิจัยได้ใช้ กลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ได้จากการศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นคำถาม โดยประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์มีดังนี้

- ข้อมูลลักษณะทางประชากร
- ความถี่ในการใช้บริการ
- ประเภทของบริการที่ใช้บริการ
- เหตุผลในการใช้บริการ
- การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์
- การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน
- การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อเฉพาะกิจ
- การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อใหม่
- การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อกิจกรรม
- การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อบุคคล

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมาทำการถอดคำสนทนาจากเครื่องบันทึกเสียงที่บันทึกไว้ พร้อมทั้งนำข้อมูลจากเอกสารต่างๆ และผลการวิจัยจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ร่วมกัน โดยใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่กำหนดไว้มาประกอบเพื่อช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาตีความในลักษณะของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

7. การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอรายงานผลการวิจัยจากการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดในรูปแบบการพรรณนาให้มีเหตุผลต่อเนื่อง โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของ ประวัติความเป็นมาและภาพรวมการดำเนินงาน กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ กลวิธีการประชาสัมพันธ์ ผลตอบรับการประชาสัมพันธ์ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้จะมีการนำเสนอภาพเพื่อให้การวิจัยมีความชัดเจนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น