

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "สำนักข่าวญี่ปุ่น จิจิ เพรส และ บทบาทต่อชุมชนคนญี่ปุ่นในประเทศไทย" เป็นการวิจัยแบบผสม คือ จะศึกษาถึงองค์กรในแง่โครงสร้างการบริหาร และการผลิตข่าว รวมไปถึงศึกษาผู้รับสาร โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 บทใหญ่ ๆ คือ บทที่ว่าด้วยเรื่องโครงสร้าง การบริหารงาน รวมถึงกระบวนการผลิตข่าว ตามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้กรองข่าวสาร และ บทที่เกี่ยวกับความคิดเห็น ของผู้รับสาร สมาชิกชาวญี่ปุ่นที่รับข่าวจาก สำนักข่าวที่มีต่อเนื้อหาของข่าว และ เหตุผล ในการเลือกรับข่าว เนื้อหาของการวิจัยมีดังนี้คือ

#### การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview)

ในส่วนที่เกี่ยวกับรูปแบบโครงสร้าง และ กระบวนการผลิต รวมทั้งการทำหน้าที่ผู้กรองข่าวสารนั้น ได้ศึกษาจากผู้บริหารระดับสูง รวมทั้ง ผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับ การคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอผู้รับสาร (กองบรรณาธิการ) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) เพื่อให้ได้คำตอบถึงโครงสร้าง และ บทบาทหน้าที่ ลักษณะการดำเนินงาน การขยายสาขา กระบวนการผลิตข่าวของสำนักข่าวจิจิ เพรสในเมืองไทย โดยบุคคลที่ ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) มีดังต่อไปนี้

1. Mr. Yukio Higashida ประธานบริษัท และ บรรณาธิการบริหารข่าว สำนักข่าวจิจิเปรส ประเทศไทย
2. คุณสกุลรัตน์ ปนุดติกร หัวหน้าข่าวสำนักข่าว จิจิ เพรส ประเทศไทย
3. คุณอังคณา วิเชียรรัตน์ ผู้สื่อข่าว สำนักข่าว จิจิ เพรส ประเทศไทย

ในการสัมภาษณ์ ได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างเจาะลึก เฉพาะจุดที่ต้องการ หรือ จุดความสนใจเฉพาะ เพื่อให้ได้ข้อมูล ที่เกี่ยวกับเรื่องดังต่อไปนี้

- พัฒนาการของสำนักข่าวญี่ปุ่นจิจิ เพรส ทั้งในด้านโครงสร้าง และ บทบาทหน้าที่ การขยายสาขาเข้ามาในเมืองไทย รวมทั้งแนวโน้มในการปรับตัวเองเพื่อให้เข้ากับสังคมยุคข่าวสาร

- กระบวนการผลิตข่าว มีวิธีการดำเนินงานอย่างไร
- ปัญหาที่พบในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการผลิต
- ปัจจัยที่มีต่อเนื้อหาข่าวที่ถูกเลือกเพื่อส่งไปให้ลูกค้า

สำหรับตัวอย่างแนวทางในการตั้งคำถามเพื่อสัมภาษณ์คือ

1. สำนักข่าวจิจิ เพรส เข้ามาตั้งสาขาในประเทศไทยตั้งแต่เมื่อไร และเพราะเหตุผลอะไร
2. นโยบาย และ วัตถุประสงค์ของสำนักข่าวคืออะไร และต้องขึ้นกับบริษัทแม่ที่โตเกียวหรือไม่
3. การทำงานของสำนักข่าวในปัจจุบัน มีความแตกต่างจากอดีตอย่างไร และอะไรคือปัจจัยที่ทำให้เกิดความต่างต่างนั้น
4. รายได้หลักของสำนักข่าวมาจากที่ใด นอกจากการให้บริการข่าวแก่ลูกค้าที่เป็นสื่อแล้ว ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอื่นคือกลุ่มใดบ้าง
5. ขอบเขตการให้บริการข่าวของสำนักข่าวจิจิ เพรส สาขาประเทศไทย ครอบคลุมถึงไหน
6. สำนักข่าวจิจิ เพรสมีการปรับปรุงการให้บริการใหม่ ๆ อะไรบ้าง
7. โครงสร้างการทำงาน กระบวนการผลิตข่าว มีขั้นตอนการทำงานโดยละเอียดอย่างไร
8. ปัจจัยในการคัดเลือกข่าวขึ้นกับเงื่อนไขอะไรบ้าง
9. ลักษณะของหนังสือข่าวเป็นอย่างไร รายละเอียดของเนื้อหาข่าวมีอะไรบ้าง และ เน้นที่ข่าวประเภทใดเป็นหลัก เพราะเหตุใด
10. มีผู้สื่อข่าวทั้งสิ้นประมาณกี่คน และมีการแบ่งสายงานการทำข่าวเป็นที่ประเภท
11. นอกเหนือจากผู้สื่อข่าวประจำแล้ว มี stringers ประจำอยู่ตามแหล่งข่าวใด

12. เมื่อมีเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในเมืองไทย เช่นคดีเพชรฆาตอุทธรณ์เบียดทางสำนักข่าวตามข่าวเหมือนหนังสือพิมพ์ไทยหรือไม่
13. ปัญหาที่พบในการผลิตข่าวทุกขั้นตอนมีอะไรบ้าง และมีวิธีการแก้ไขอย่างไร
14. อัตราค่าบริการสมาชิกคิดอย่างไร (รายเดือน หรือ รายปี) และ คิดราคาเท่าไร
15. การส่งข่าวให้แก่สมาชิกใช้วิธีใดบ้าง และมีปัญหาหรือไม่อย่างไร
16. สำนักข่าวจิจิ เพรส มีคู่แข่งทางด้านการตลาดหรือไม่ และ ทางสำนักข่าวมีการปรับตัว อย่างไรในสถานการณ์ปัจจุบันที่การแข่งขันทางธุรกิจการให้บริการข้อมูลข่าวสารมีความรุนแรงมาก
17. นอกจากบทบาทการให้ข้อมูลข่าวสารแล้ว สำนักข่าวจิจิ เพรสมีบทบาททางด้านอื่นหรือไม่
18. ทางสำนักข่าวเคยได้รับความคิดเห็น (feedback) จากสมาชิกกลับมาหรือไม่ และเป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับอะไร
19. คิดว่าสำนักข่าวจิจิ เพรส มีอะไรที่ควรแก้ไขบ้าง

#### การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

เป็นการศึกษาผู้รับสาร ซึ่งในที่นี้หมายถึง สมาชิกชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยที่รับข่าวจากสำนักข่าวจิจิ เพรส เพื่อให้ทราบถึงเหตุผลในการเลือกรับข่าว การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าว โดยใช้วิธีการออกแบบสอบถาม (Questionnaires) ส่งให้ลูกค้าเพื่อตอบกลับมา หลังจากนั้น จึงนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาข้อเท็จจริง ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยมีดังนี้คือ



ประชากร

ชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยที่เป็นสมาชิกรับข่าวจากสำนักข่าวจิจิ เพรส

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่นทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดที่รับข่าวจากสำนักข่าวจิจิ

เปรส 300 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธี Stratified Sampling การเลือกตัวอย่างดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. รวบรวมชื่อลูกค้าทั้งหมดจากรายชื่อสมาชิกที่จดทะเบียนกับสภาหอการค้าญี่ปุ่นที่มีการแบ่งเป็นแต่ละประเภทธุรกิจอย่างชัดเจน และดูว่ารายใดบ้างที่เป็นสมาชิกรับข่าวจิจิ เพรส ซึ่งสามารถเช็คได้ตามรายชื่อทั้งหมด 355 ราย โดยแยกเป็นลูกค้าแต่ละหมวดดังนี้

Trading Company	67 ราย
ผู้ผลิต	141 ราย
ธนาคาร/สถาบันการเงิน/ธุรกิจประกันภัย	48 ราย
สำนักงานตัวแทน	21 ราย
ธุรกิจก่อสร้าง	23 ราย
ธุรกิจขนส่ง	21 ราย
อื่นๆ(โฆษณา/สำนักพิมพ์/สิ่งพิมพ์,บริษัทท่องเที่ยว	34 ราย
(โรงแรม/ภัตตาคาร/บริการ,อสังหาริมทรัพย์/ธุรกิจ	
ค้าปลีก,องค์กรความร่วมมือ,องค์กรรัฐบาล	
รวม	355 ราย

2. สุ่มจากรายชื่อโดยแบ่ง "ประชากร"เป็นกลุ่ม ๆ ตามประเภทธุรกิจข้างต้น แล้วสุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มประเภทธุรกิจด้วยวิธี Proportionate คือสุ่มจากแต่ละประเภทธุรกิจตามสัดส่วนมากน้อยต่างกัน ให้ครบตามจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีคำนวณดังนี้

ลูกค้านในแต่ละหมวด x 300  
จำนวนลูกค้าเต็ม

เช่น กลุ่ม Trading Company มีลูกค้าทั้งหมด 67 ราย เพราะฉะนั้น  $67 \times 300 = 56.6$   
355

สัดส่วนที่เลือกจากกลุ่ม Trading Company	57 ราย
สัดส่วนที่เลือกจากกลุ่มผู้ผลิต	119 ราย
สัดส่วนที่เลือกจากกลุ่มธนาคาร/สถาบันการเงิน/ธุรกิจประกันภัย 41 ราย	
สัดส่วนที่เลือกจากกลุ่มสำนักงานตัวแทน	18 ราย
สัดส่วนที่เลือกจากกลุ่มธุรกิจก่อสร้าง	19 ราย
สัดส่วนที่เลือกจากกลุ่มธุรกิจขนส่ง	18 ราย
สัดส่วนที่เลือกจากกลุ่มอื่นๆ (โฆษณา/สำนักพิมพ์/ สิ่งพิมพ์, บริษัทท่องเที่ยว / โรงแรม/ภัตตาคาร/บริการ, อสังหาริมทรัพย์/ธุรกิจ ค้าปลีก, องค์การความร่วมมือ, องค์การรัฐบาล)	28 ราย
รวม	300 ราย

หลังจากนั้น จึงสุ่มรายชื่อที่ได้มาตามเกณฑ์ที่กำหนด จนครบตามสัดส่วน  
ที่เลือกในแต่ละประเภทธุรกิจ

#### ลักษณะทั่วไปของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) แบบปลายปิด  
(Close Form) และปลายเปิด (Open Form) และแบบประเมินค่า (Rating Scales) แบ่งเป็น  
3 ตอนคือ

- ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าชาวญี่ปุ่น และข้อมูล  
เกี่ยวกับพฤติกรรมมารับข่าวสารขณะอยู่ในเมืองไทย
- ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับข้อมูลข่าวสาร จากสำนักข่าว  
จีจี เพรส

- ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของสมาชิกที่รับข่าวจากสำนักข่าวจิจิ เพรส  
(ดูรายละเอียดในภาคผนวกท้ายบท)

สำหรับงานวิจัย ในส่วนที่เกี่ยวกับการการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของสมาชิกที่รับข่าวจากสำนักข่าวจิจิ เพรส นั้น มีลักษณะคำตอบให้ผู้ตอบเลือกได้เป็น 3 ระดับ คือ มาก น้อย ไม่เลย

อนึ่ง เนื่องจากว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นชาวญี่ปุ่นทั้งหมด ดังนั้นแบบสอบถามที่ใช้จะมีการแปล เป็นภาษาญี่ปุ่นก่อน เพื่อสะดวกต่อกลุ่มตัวอย่างในการให้รายละเอียดที่ถูกต้อง

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของสำนักข่าวญี่ปุ่นจิจิ เพรส รวมทั้งกองบรรณาธิการข่าว เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างองค์กร และ นโยบาย รวมไปถึงการผลิต ข่าว โดยใช้เทปบันทึกการสัมภาษณ์

2. การสำรวจทัศนคติและเหตุผลในการเลือกรับข่าวจากสำนักข่าวจิจิ เพรส โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ในการส่งแบบสอบถามไปให้แก่กลุ่มตัวอย่าง หลังการ Pre-test โดยส่งแบบ สอบถามที่แปลแล้วจำนวน 10 ชุด ไปให้ลูกค้าเพื่อทดสอบดูว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจคำถามหรือไม่ เพื่อแก้ไขข้อผิดพลาด ก่อนการใช้จริง

ผู้วิจัยได้เริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ต้น เดือนกุมภาพันธ์ 2538 จนถึงกลาง เดือนกุมภาพันธ์ 2538 รวมเป็นเวลาครึ่งเดือน ซึ่งได้แจกแบบสอบถามออกไปเป็นจำนวน 300 ชุด ไปให้กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีส่งทางไปรษณีย์ สำหรับลูกค้าในแถบปริมณฑล และต่างจังหวัด สำหรับสมาชิกในเขตกรุงเทพฯ ได้มีจดหมายขอ ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหาร ระดับสูงชาวญี่ปุ่นของ จิจิ เพรส ผ่านเด็กส่งข่าว ส่วนการส่งคืนแบบสอบถามได้กำหนด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งคำตอบเข้ามาทางแฟกซ์ ภายในระยะ





เวลา 2 อาทิตย์ เมื่อครบกำหนดเวลาส่งคืน ปรากฏว่าแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา นั้นยังไม่ครบตามจำนวนที่กำหนด จึงติดตามทางโทรศัพท์ หลังจาก รวบรวมอีกครั้งหนึ่ง เมื่อสิ้นเดือนกุมภาพันธ์ สุกท้ายได้แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจำนวน 225 ชุด คิดเป็นร้อยละ 75

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสำนักข่าว ทั้งในด้าน โครงสร้าง การบริหาร และ การตัดสินใจในการคัดเลือกข่าว การผลิตข่าว และอื่น ๆ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ ข้อมูลที่เป็นเอกสาร และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตข่าว และ วินิจฉัย ตีความ จัดลำดับ และ ประมวลเข้าด้วยกัน โดยนำมาวิเคราะห์ภายใต้กรอบ แนวคิดเรื่อง "สำนักข่าวระหว่างประเทศ" (The International News Agency) ของ Oliver Boyd-Barrett
2. ในส่วนของการสำรวจทัศนคติ และ เหตุผลในการเลือกรับข่าวของกลุ่ม ตัวอย่างได้นำข้อมูลที่ได้มาประมวลและวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการ แจกแจงความถี่ของข้อมูลทุกข้อในแต่ละตอน คำนวณหาค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา และนำเสนอข้อมูล เป็นตาราง และ แผนภูมิกราฟแท่ง

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย