

บทที่ 8

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังกับการปฏิบัติจริงในการประชาสัมพันธ์ บริษัทเงินทุนที่เป็นสมาชิกสมาคมบริษัทเงินทุนครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาถึงความเข้าใจในลักษณะงานประชาสัมพันธ์และเปรียบเทียบความคาดหวังกับการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ที่แท้จริงว่ามีผลต่างกันหรือไม่อย่างไร นักประชาสัมพันธ์สามารถทำงานหรือปฏิบัติหน้าที่ได้ตามเป้าหมายที่คาดหวังมากน้อยเพียงใด และสาเหตุที่ทำให้การปฏิบัติงานจริงไม่บรรลุเป้าหมายตามที่คาดหวังไว้ทุกประการเพราะเหตุใด คำตอบที่จะได้มาเป็นบทสรุปการวิจัยครั้งนี้จะได้อาจจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นเครื่องมือ

ประชากรที่ศึกษา

กลุ่มประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้คือผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุนที่เป็นสมาชิกของสมาคมบริษัทเงินทุนในปี 2538 ซึ่งมีจำนวน 19 บริษัท ดังนั้นจำนวนประชากรที่ศึกษาจะเป็นจำนวนทั้งสิ้น 19 ท่าน โดยจะศึกษาแยกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ศึกษาถึงความคาดหวังในงานประชาสัมพันธ์
2. ศึกษาถึงการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 19 บริษัท ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นและทำจดหมายนัดสัมภาษณ์ผู้บริหารทั้งหมด 19 ท่าน แต่ได้ไปสัมภาษณ์ตามแผนที่วางไว้เพียง 7 บริษัท เพราะอีก 12 บริษัทที่เหลือ ปรากฏว่ายังไม่มีการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้วิจัยสามารถแยกกลุ่มประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. บริษัทเงินทุนที่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ภายในบริษัททำหน้าที่ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ทุกแขนง บริษัทเงินทุนที่ตรงกับลักษณะเช่นนี้ ได้แก่

- 1.1 บริษัทเงินทุน ยูไนเต็ด จำกัด (มหาชน)
- 1.2 บริษัทเงินทุน จี.ซี.เอ็น. จำกัด (มหาชน)
- 1.3 บริษัทเงินทุน เอกชนกิจ จำกัด (มหาชน)
- 1.4 บริษัทเงินทุน ธนมาศ จำกัด (มหาชน)

1.5 บริษัทเงินทุน เฟิสท์ ซิตี อินเวสमेंท์ จำกัด (มหาชน),

2. บริษัทเงินทุนที่ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ภายในบริษัท แต่จ้าง Agency หรือบริษัทภายนอกมารับทำประชาสัมพันธ์ โดยเจ้าหน้าที่ภายในบริษัทฯ เป็นเพียงผู้ประสานงานและให้ Agency ทำประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ได้แก่

2.1 บริษัทเงินทุน ไทยธำรง จำกัด

2.2 บริษัทเงินทุน ชาติไพบุณย์ จำกัด

3. บริษัทเงินทุนที่ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ภายในบริษัทและไม่มีการจ้าง Agency ทำประชาสัมพันธ์แต่อย่างใดนั่นคือ ทางบริษัทยังไม่มีการค้าเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ บางบริษัทแทบไม่มีงานประชาสัมพันธ์เลย ได้แก่

3.1 บริษัทเงินทุน ทรัพย์ทวีทรัสต์ จำกัด

3.2 บริษัทเงินทุน ทรัพย์ธำรง จำกัด

เนื่องจากบริษัทฯ เป็นองค์กรไม่ใหญ่โตมีบุคลากรประมาณ 60 คน งานที่เป็นลักษณะการสื่อสารภายในหรือภายนอกจะอยู่ในฝ่ายงานด้านธุรการ

3.3 บริษัทเงินทุน ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)

บริษัทมีหน่วยงานที่เรียกว่าฝ่ายอำนวยการกลางดูแลรับผิดชอบระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ เกี่ยวกับสารสนเทศ แต่ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ใด ๆ หากจะเกี่ยวข้องกับสิ่งพิมพ์ก็จะให้ฝ่ายอำนวยการกลางรับผิดชอบ

3.4 บริษัทเงินทุน ธนสินธุ์ จำกัด

ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ใด ๆ งานด้านกิจกรรมต่าง ๆ ที่คล้ายงานประชาสัมพันธ์จะเป็นฝ่ายบุคคลดูแลและรับผิดชอบ

3.5 บริษัทเงินทุน ซีรชัทรัสต์ จำกัด

ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ใด ๆ หากมีอะไรที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารจะให้เลขานุการ
ของผู้บริหารดูแล

3.6 บริษัทเงินทุน บางกอกเงินทุน จำกัด

ไม่มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ดำเนินงานแต่จะมีบุคลากรด้าน Information เท่านั้น

3.7 บริษัทเงินทุน บางกอกเอเชียน จำกัด

3.8 บริษัทเงินทุน มหาทุน จำกัด

รายชื่อบริษัทเงินทุนที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ

1. บริษัทเงินทุน ยูไนเต็ด จำกัด (มหาชน)
2. บริษัทเงินทุน จี.ซี.เอ็น. จำกัด (มหาชน)
3. บริษัทเงินทุน เอกชนกิจ จำกัด (มหาชน)
4. บริษัทเงินทุน ธนมาศ จำกัด (มหาชน)
5. บริษัทเงินทุน เฟิสท์ ซิตี้ อินเวสเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
6. บริษัทเงินทุน ไทยธำรง จำกัด
7. บริษัทเงินทุน ชาติไทยบุลย์ จำกัด

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลใน
ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เตรียมหัวข้อและประเด็นคำถามที่ครอบคลุมตามตัวแปรในปัญหานำวิจัย โดยศึกษาถึง
ความคาดหวังในงานประชาสัมพันธ์และการปฏิบัติงานจริงในงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์
ว่า ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์มีความคาดหวังต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างไร และในการ
ปฏิบัติงานจริงทำได้มากน้อยแค่ไหน ปัจจัยที่ทำให้การปฏิบัติงานจริงไม่ตรงไปตามคาดหวังคืออะไร

กรอบคำถามซึ่งเป็นประเด็นในการสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

1. ประวัติการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัท
2. ลักษณะโครงสร้างของหน่วยงานประชาสัมพันธ์
3. นโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์
4. การกำหนดงบประมาณการประชาสัมพันธ์

5. การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
6. กระบวนการดำเนินงานและการตัดสินใจ
7. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์
8. ความคาดหวังต่องานประชาสัมพันธ์
9. อุปสรรคปัญหาหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
10. ภาระหน้าที่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุน
11. คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุน

แหล่งข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล คือ ผู้ที่ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุน

เครื่องมือที่ใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (depth interview) ซึ่งผู้วิจัยจะนำสมุดจดบันทึก เครื่องเทปบันทึกเสียงไปใช้ในการสัมภาษณ์ด้วย และจะเป็นการสัมภาษณ์แบบมีการเตรียมคำถามประเด็นสำคัญ ๆ ไว้ล่วงหน้า

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้หลักการแบบอุปมาน คือ การวินิจฉัยข้อมูลโดยใช้ตนเองเป็นศูนย์กลางและมีแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการพิจารณา ส่วนผลจากการวิเคราะห์ ปรากฏการณ์นั้น ๆ จะถูกนำเสนอในลักษณะเชิงบรรยาย

ในการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังกับการปฏิบัติงานจริงในงานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุน ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาในการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ประเด็นหลักคือ

1. ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ มีความคาดหวังต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างไร
2. งานประชาสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานจริงทำได้มากน้อยแค่ไหน
3. ปัจจัยที่ทำให้การปฏิบัติงานจริงไม่ตรงหรือเป็นไปตามที่ผู้บริหารคาดหวังคืออะไร