

บทที่ 3

ระเบียบวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง นโยบายและการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ประเทศ ของกระทรวงการต่างประเทศ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) เป็นข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) โดยนำข้อมูลที่ได้อ้างอิงมาวิเคราะห์ เพื่อนำไปสู่การอธิบายสิ่งที่ต้องการจะศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ระดับสูงกระทรวงการต่างประเทศ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย, วางแผน และดำเนินการในการประชาสัมพันธ์ประเทศ โดยมุ่งไปที่ กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ ได้แก่

- 1.1. อธิบดีกรมสารนิเทศ
- 1.2. ผู้อำนวยการกองประมวลและวิเคราะห์ข่าว
- 1.3. ผู้อำนวยการกองการหนังสือพิมพ์
- 1.4. ผู้อำนวยการกองเผยแพร่
- 1.5. ผู้อำนวยการกองวิทยุกระจายเสียง
- 1.6. ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผน สำนักปลัดกระทรวง
- 1.7. ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูล กระทรวงการต่างประเทศ

2. ชนชั้นนำจากหลายสาขาอาชีพในเขต กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดกลุ่มประชากรที่จะใช้ศึกษา ดังต่อไปนี้

- 2.1. กลุ่มนักธุรกิจ, นักบริหาร (เน้นธุรกิจข้ามชาติ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศ)
- 2.2. กลุ่มข้าราชการ (เน้นศึกษาอาจารย์และนักวิชาการ)
- 2.3. กลุ่มสื่อมวลชน

กลุ่มตัวอย่าง และวิธีสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากเรื่องที่จะทำการวิจัยนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องอาศัยความรู้และความสนใจ รวมถึงความเกี่ยวข้องของ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวิจัยจริง ๆ จึงได้กำหนดกลุ่มประชากรที่จะศึกษาในกลุ่มที่สองที่เป็นประชาชนทั่วไปจากสาขา อาชีพ ต่าง ๆ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ เลือกสุ่มเฉพาะเจาะจงโดยกำหนดคุณสมบัติ ต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ ได้รับการยอมรับในแวดวง ที่จะสามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะเรียกว่า “ชนชั้นนำ” (Elites) โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มนักธุรกิจ,นักบริหาร (เจาะจงระดับผู้จัดการขึ้นไป) โดยคัดเลือกจากบริษัทที่ทำธุรกิจกับต่างประเทศ, บรรษัทข้ามชาติ (Multinational Corperation) และบริษัทต่างชาติที่เข้ามาร่วมลงทุน (Joint Venture) ในประเทศไทย โดยอาศัยข้อมูลจากกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 15 คนจาก 15 บริษัทที่ดำเนินธุรกิจประเภทต่างๆ หลากหลายประเภท ได้แก่
 - ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ บริษัท Jones Lang Wooton จำกัด , บริษัท Christiani & Nielsen (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
 - ธุรกิจด้านการเงิน การธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ , ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
 - ธุรกิจรถยนต์ ได้แก่ บริษัท โตโยต้า (ประเทศไทย)
 - ธุรกิจโฆษณา ได้แก่ บริษัท Ogilvy & Mathers จำกัด
 - ธุรกิจด้านโทรคมนาคม ได้แก่ บริษัท อินเทอร์เน็ตชั่นแนล เอ็นจีเนียริ่ง (IEC) จำกัด (มหาชน)
 - ธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัท เอ็น ซี ทัวร์ จำกัด
 - ธุรกิจโรงแรม ได้แก่ โรงแรมฮอติเคย์ อินน์ คราวน์ พลาซ่า
 - ธุรกิจวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ได้แก่ บริษัท ที พี ไอ จำกัด
 - ธุรกิจสิ่งพิมพ์และสื่อต่าง ๆ ได้แก่ บริษัท ผู้จัดการ จำกัด (มหาชน)
2. กลุ่มข้าราชการ เน้นศึกษาอาจารย์และนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยต่างๆของ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีความรู้ ความสนใจทางด้านนี้โดยเฉพาะ และได้รับการยอมรับในแวดวงวิชาการ จากมหาวิทยาลัยและสถาบันต่าง ๆ ได้แก่

- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- มหาวิทยาลัยมหิดล
- สถาบันบัณฑิตธุรกิจศึนทร

อาทิเช่น ศ.ดร.เจียน ชีระวิทย์ รศ.ประทุมพร วัชรเสถียร ศ.ดร.กระมล ทองธรรมชาติ ศ.วิฑิต มันทากรณ์ เป็นต้น รวมไปถึงอาจารย์และนักวิชาการท่านอื่น ๆ จากคณะรัฐศาสตร์ ภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คณะนิเทศศาสตร์ รวมไปถึงคณะอื่น ๆ จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ จำนวนทั้งสิ้น 15 คน

3. กลุ่มสื่อมวลชน เลือกตัวบุคคลแบบเฉพาะเจาะจง ทั้งสื่อมวลชนไทยและต่างประเทศ โดยเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสนใจ และทำงานในสายงานต่างประเทศโดยเฉพาะ จำนวนทั้งสิ้น 10 คน จากสื่อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- สำนักข่าว เกียวโด
- สำนักข่าวรอยเตอร์
- สำนักข่าว เอ พี
- หนังสือพิมพ์ The Nation
- หนังสือพิมพ์ Bangkok Post
- หนังสือพิมพ์ โยมิอูริ
- นิตยสาร Manager
- หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ
- วิทยุผู้จัดการ
- องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนที่วิจัย นโยบายและการดำเนินงานของกระทรวงการต่างประเทศด้านการประชาสัมพันธ์ประเทศ เครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัยจะใช้ วิธี วิจัยข้อมูลและเอกสาร (Documentary Research)

และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) สำหรับเจ้าหน้าที่ระดับสูงของกระทรวงการต่างประเทศ โดยจะมีแบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าหน้าที่กระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่หนึ่ง เป็นข้อมูลทั่วไป และตอนที่สอง เป็นส่วนที่เกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ประเทศ

2. ในส่วนที่สำรวจความคิดเห็นของ ชนชั้นนำ ทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนักธุรกิจ นักบริหาร , กลุ่มอาจารย์ นักวิชาการ และกลุ่มสื่อมวลชน จะใช้แบบสัมภาษณ์อีกชุดหนึ่ง โดยแบบสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่หนึ่ง เป็นข้อมูลทั่วไป ตอนที่สองเป็นความรู้ความสนใจด้านการต่างประเทศและการประชาสัมพันธ์ และตอนสุดท้าย เป็นความคิดเห็นต่อกระทรวงการต่างประเทศด้านการประชาสัมพันธ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของข้อมูลและเอกสารเกี่ยวกับนโยบายของกระทรวงการต่างประเทศในการประชาสัมพันธ์ประเทศจะใช้วิธีออกหนังสือจากทางมหาวิทยาลัย เพื่อขอข้อมูลและเอกสารที่เป็นนโยบาย รวมทั้งเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการวิเคราะห์ ส่วนการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กระทรวงการต่างประเทศ และการสัมภาษณ์ กลุ่มนักธุรกิจ นักบริหาร , อาจารย์ นักวิชาการ และสื่อมวลชน จะใช้วิธีนัดสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แล้วจึงนำข้อมูล ที่ได้จากทั้ง 2 ทาง มารวบรวมและวิเคราะห์อีกที

การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอ

การวิจัยนี้เป็น "การวิจัยเชิงคุณภาพ" (Qualitative Research) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีวิเคราะห์จากเอกสารต่าง ๆ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะบรรยาย ส่วนข้อมูลที่เป็นตัวเลขก็จะนำเสนอในรูปตาราง