

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อให้เข้าใจถึงกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โดยมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยดังนี้ การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์ (Depth Interview) ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นแนวทางในการแสวงหาข้อมูลที่เป็นความรู้ โดยผู้วิจัยจะวิเคราะห์ถึงวิธีการ และกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชน เพื่อการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" และจะวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการดังกล่าว ซึ่งมีแหล่งข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ข้อมูลประเภทเอกสาร

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ได้แก่ (โครงการเทศกาล "สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1" โครงการ "มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โครงการเทศกาล "ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" พ.ศ. 2545 โครงการ "มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย" พ.ศ. 2546)

2. แหล่งข้อมูลที่เป็นสื่อ ได้แก่ วีดิทัศน์ (สปอตโทรทัศน์) เทปบันทึกเสียง (สปอตวิทยุ) ที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ได้แก่ (โครงการเทศกาล "สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1" โครงการ "มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โครงการเทศกาล "ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" พ.ศ. 2545 โครงการ "มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย" พ.ศ. 2546)

3. ข่าว และบทความจากหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ที่ทำการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (โครงการเทศกาล “สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1” โครงการ “มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โครงการเทศกาล “ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” พ.ศ. 2545 โครงการ “มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย” พ.ศ. 2546)

1.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

1. ผู้ดำเนินกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (โครงการเทศกาล “สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1” โครงการ “มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โครงการเทศกาล “ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” พ.ศ. 2545 โครงการ “มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย” พ.ศ. 2546)

2. สื่อมวลชนที่มีส่วนในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (โครงการเทศกาล “สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1” โครงการ “มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โครงการเทศกาล “ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” พ.ศ. 2545 โครงการ “มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย” พ.ศ. 2546)

2. กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

2.1 การศึกษาถึงกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (โครงการเทศกาล “สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1” โครงการ “มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โครงการเทศกาล “ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” พ.ศ. 2545 โครงการ “มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย” พ.ศ. 2546)

2.2 การศึกษากระบวนการใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (โครงการเทศกาล “สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1” โครงการ “มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โครงการเทศกาล “ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” พ.ศ. 2545 โครงการ “มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย” พ.ศ. 2546)

ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" พ.ศ. 2545 โครงการ "มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย" พ.ศ. 2546)

กลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) เป็นผู้ที่มียุทธศาสตร์เหมือนเป็นผู้ดำเนินการในการกำหนดกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชน เพื่อการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" (โครงการเทศกาล "สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1" โครงการ "มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โครงการเทศกาล "ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" พ.ศ. 2545 โครงการ "มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย" พ.ศ. 2546)

รวมทั้งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับเรื่องและผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ที่สัมภาษณ์และกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้คือ

ผู้บริหาร

1. คุณอนุชา โมกขะเวส	ตำแหน่ง	รองปลัดกระทรวงมหาดไทย
2. คุณสุขุมพร ลิ้มไทย	ตำแหน่ง	รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน
3. คุณศิริกุล กสิวิวัฒน์	ตำแหน่ง	ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ กรมการพัฒนาชุมชน
4. คุณเสริมพงศ์ รัตนะ	ตำแหน่ง	ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ กรมการพัฒนาชุมชน

ผู้ปฏิบัติการ

1. คุณชัชยา ขำสะอาด	ตำแหน่ง	หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์กรมการ พัฒนา ชุมชน
---------------------	---------	--

2. คุณคุณกรจิญา ทศสุวรรณ ตำแหน่ง หัวหน้าแผนกวางแผนและส่งเสริม
 รายการ องค์การสื่อสารมวลชนแห่ง
 ประเทศไทย

3. คุณรวงทอง ยศธำรงค์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนประเมินผลกระทบ
 ประชาสัมพันธ์

2.2 การศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับ
 ผลิตรหัสภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

กลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ซึ่งกลุ่มดังกล่าวมีบทบาทในการนำเสนอ
 ชาวเกี่ยวกับโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" (โครงการเทศกาล "สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1"
 โครงการ "มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โครงการเทศกาล "ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน
 หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" พ.ศ. 2545 โครงการ "มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย" พ.ศ. 2546) ผ่าน
 ช่องทางการสื่อสารมวลชน และทำให้ผลิตรหัสภายใต้โครงการเป็นที่สนใจของประชาชนและ
 สังคม โดยผู้วิจัยจะใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยได้
 แบ่งกลุ่มนักสื่อสารมวลชนเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มระดับผู้บริหาร ปลายกลุ่มผู้สื่อข่าว ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง
 ที่คัดเลือกและทำการสัมภาษณ์ มีดังนี้

สื่อโทรทัศน์

ผู้บริหาร / ผู้สื่อข่าว

- | | |
|------------------------|--|
| 1. คุณวันเพ็ญ นราแก้ว | บรรณาธิการข่าว/ผู้สื่อข่าวไทยทีวีสี ช่อง 3 |
| 2. คุณชิตพันธ์ วงศ์ไทย | บรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจTGNท.ท.บ. 5 |
| 3. คุณพรณมล พรณภักดิ์ | ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ TGNท.ท.บ. 5 |
| 4. ธาดา เศรษฐบุตร | บรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์
กองทัพบก ช่อง 7 |

- | | |
|----------------------------|--|
| 5. คุณศรารุช | หัวหน้ากองบรรณาธิการข่าว
โมเดิร์น 9 ทวี |
| 6. คุณศรศักดิ์ ประสพทรัพย์ | ผู้อำนวยการฝ่ายรายการโทรทัศน์สถานีวิทยุ
โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 |
| 7. คุณรัชดา ตรงดี | บรรณาธิการข่าว / ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์
ช่อง 11 |
| 8. คุณเบญจวรรณ ยันตพร | บรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจTV |

สื่อวิทยุกระจายเสียง

ผู้บริหาร / ผู้สื่อข่าว

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. คุณสุริยงค์ หุณฑุสสาร | ผู้อำนวยการส่วนกระจายเสียงในประเทศ
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย |
| 2. คุณสุภา เลี้ยวกายะสุวรรณ | บรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจ สถานีวิทยุ
สำนักข่าวไทย |
| 3. คุณกำภู ภูริภูวดล | ฝ่ายรายการโทรทัศน์และวิทยุ อ.ส.ม.ท. |
| 4. คุณศรารุณี หวังสมุทร | รักษาการบรรณาธิการบริหารฝ่ายปฏิบัติ
การข่าว อ.ส.ม.ท. |

สื่อหนังสือพิมพ์

ผู้บริหาร / คอลัมนิสต์ / ผู้สื่อข่าว

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

- | | |
|----------------------------|-------------------|
| 1. คุณอมรรัตน์ จรุงบุญสมิท | คอลัมน์ (หญิงอ้อ) |
|----------------------------|-------------------|

หนังสือพิมพ์มติชน

- | | |
|------------------------|-------------|
| 1. คุณภาวิณี เจริญยิ่ง | หัวหน้าข่าว |
| 2. คุณวรินทร์ ดีโน | ผู้สื่อข่าว |

หนังสือพิมพ์แนวหน้า

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| 1. คุณคนเณศ จิรัชฐิติพงศ์ | บรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจ |
| 2. คุณวีระ | ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ |

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

- | | |
|---------------------|------------------|
| 1. คุณอรุณ ลอตระกุล | บรรณาธิการบริหาร |
|---------------------|------------------|

หนังสือพิมพ์ข่าวสด

- | | |
|----------------------------|-------------|
| 1. คุณสุรพงศ์ สุวรรณรินทร์ | หัวหน้าข่าว |
|----------------------------|-------------|

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| 1. คุณสมหมาย ยาน้อย | บรรณาธิการเศรษฐกิจ |
| 2. คุณณัฐวุฒิ คำสวัสดิ์ | ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ |

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง

- | | |
|---------------------------|----------------|
| 1. คุณววิทย์ ไพศาลสุขะกุล | บรรณาธิการข่าว |
|---------------------------|----------------|

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยต้องการให้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีครบถ้วนสมบูรณ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้เครื่องมือช่วยในการวิจัยอันประกอบด้วย

1. ตัวผู้วิจัย ซึ่งเป็นผู้รวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง
2. เทปบันทึกเสียง
3. สมุดจดบันทึก
4. แบบสัมภาษณ์ ก็มีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้าและใช้คำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถตอบคำถาม หรือเล่าเรื่องได้อย่างเต็มที่ตามประเด็นที่ผู้วิจัยตั้งไว้ และยืดหยุ่นประเด็นคำถามตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่เพื่อสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" (โครงการเทศบาล "สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1" โครงการ "มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โครงการเทศบาล "ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" พ.ศ. 2545 โครงการ "มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย" พ.ศ. 2546) แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา
2. ติดต่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้วิจัยติดต่อแนะนำตนเอง แจ้งถึงข้อมูลแก่ผู้ให้ข้อมูลทุกท่านทราบถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเผยแพร่เพื่อสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ขอนัดวันและเวลาเพื่อที่จะทำการสัมภาษณ์
3. เข้าพบผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

4. นำข้อมูลที่ได้รับจากการรวบรวมมาวิเคราะห์และนำเสนอเป็นรูปเล่ม

5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลตามที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจำแนกตามประเภทของข้อมูลดังนี้

5.1) การเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

1. เก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเผยแพร่เพื่อสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" (โครงการเทศกาล "สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1" โครงการ "มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โครงการเทศกาล "ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" พ.ศ. 2545 โครงการ "มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย" พ.ศ. 2546) แผนกลยุทธ์การใช้สื่อ แผนประชาสัมพันธ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเอกสารที่เป็นหนังสือ บทความ งานวิจัยทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้อง จากห้องสมุดมหาวิทยาลัย เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ห้องสมุดกระทรวงพาณิชย์ ห้องสมุดกระทรวงมหาดไทย ฯลฯ และข้อมูลบางส่วนเก็บรวบรวมจากองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้อง สำนักงานรัฐมนตรี กรมการพัฒนาชุมชน กรมประชาสัมพันธ์ และองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย รวมทั้ง Web Site ที่เกี่ยวข้อง ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยการคัดลอกและถ่ายเอกสาร

2. เก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นสื่อ ได้แก่ วิดีทัศน์ (สปอตโทรทัศน์) เทปบันทึกเสียง (สปอตวิทยุ) ที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" (โครงการเทศกาล "สุราแซ่ไทย ครั้งที่ 1" โครงการ "มหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โครงการเทศกาล "ของขวัญปีใหม่สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" พ.ศ. 2545 โครงการ "มหกรรมสุดยอด OTOP ไทย" พ.ศ. 2546) โดยขอความอนุเคราะห์จากกรมการพัฒนาชุมชน กรมประชาสัมพันธ์ (สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ช่อง 11) และองค์การสื่อสารมวลชน (สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สำนักข่าวไทย) เพื่อทำการอัดสำเนา

3. เก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นข่าว บทความที่ลงในหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ

4. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มบุคคล ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยการจดบันทึกและบันทึกลงในเทปบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์

โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก (Individual In-Depth Interview) ซึ่งกลุ่มบุคคลที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้นได้แก่ กลุ่มผู้ดำเนินการกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่เพื่อสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" กลุ่มผู้ผลิตสื่อ ในการประชาสัมพันธ์ กลุ่มนักสื่อสารมวลชน

ประเด็นในการเก็บข้อมูล

ทั้งนี้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกจะอยู่ภายใต้กรอบของประเด็นที่ต้องการศึกษาเพื่อตอบปัญหานำวิจัย ดังนี้

ก. ประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และกระบวนการใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

แนวประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

กลุ่มผู้ดำเนินการในกำหนดกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

- ข้อมูลส่วนตัวของผู้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูล
- นโยบายในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- กลยุทธ์และกระบวนการสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- กลยุทธ์การคัดเลือกและจัดทำสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- กระบวนการดำเนินงาน ขั้นตอนการดำเนินงาน กระบวนการตัดสินใจเลือกสื่อมวลชนในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

- ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น
- ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นภายหลังการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ข. ประเด็นเกี่ยวกับบทบาทสื่อมวลชนในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้ “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

แนวประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

กลุ่มนักการสื่อสารมวลชน

- ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์
- ผู้ให้สัมภาษณ์มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” อย่างไร
- มุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
- มุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
- มุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการกำหนดคุณค่าของความเป็นข่าวและการกำหนดวาระในเรื่องการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ผ่านการสื่อสารมวลชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละประเภทเพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด โดยเรียบเรียงนำเสนอในลักษณะพรรณนา (Descriptive Method) รวมถึงข้อเท็จจริงที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก กลุ่มผู้ดำเนินการในการกำหนดกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ผู้ผลิตสื่อและกลุ่มนักสื่อสารมวลชน โดยแบ่งการนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในบทที่ 4 และบทที่ 5

ในบทที่ 4 ผู้วิจัยได้ศึกษากลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กระบวนการใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และ

บทบาทสื่อมวลชนในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่จัดทำโดย กรมการพัฒนาชุมชน กรมประชาสัมพันธ์ องค์การสื่อสารมวลชน เช่น การกำหนดนโยบาย การวางแผนการใช้สื่อมวลชน กลยุทธ์และกระบวนการในการใช้การสื่อสารมวลชนในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” รวมถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นภายหลังเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ จากข้อมูลเอกสารในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และจากการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มผู้ดำเนินการกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ดังกล่าวและผู้วิจัยได้ศึกษากระบวนการใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และบทบาทสื่อมวลชนในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้ โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ความคิดเห็นของสื่อมวลชน โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนักสื่อสารมวลชน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทและความคิดเห็นของสื่อมวลชนในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ในบทที่ 5 เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการวิเคราะห์บทบาทในรูปแบบของการดำเนินงาน และแนวทางปฏิบัติในการดำเนินงาน กระบวนการในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่จัดทำโดยคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ (กรมพัฒนาชุมชน กรมประชาสัมพันธ์ องค์การสื่อสารมวลชน) และบทบาท การนำเสนอข่าวรวมถึงความคิดเห็นของสื่อมวลชนในการสร้างการยอมรับดังกล่าว

การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการเขียนพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยแบ่งเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และในช่วงท้ายจะมีการสรุปผลของการศึกษา พร้อมทั้งข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ในการนำไปศึกษาต่อไป ในการนำเสนอผลการวิจัยอยู่ในบทที่ 4 บทที่ 5 ดังต่อไปนี้

ในบทที่ 4 เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในประเด็น ขั้นตอนการดำเนินงาน แนวทางการปฏิบัติการวางแผนกลยุทธ์และกระบวนการใช้การสื่อสารมวลชนที่จัดทำขึ้นโดย กรมพัฒนาชุมชน เช่น การเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ซึ่งเป็นผลมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ได้จากแผนกลยุทธ์การใช้การ

สื่อสารมวลชน แผนการดำเนินงานกระบวนการใช้การสื่อสารมวลชน เพื่อการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" และในประเด็นบทบาทสื่อสารมวลชนในการเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงบทบาทในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับโครงการดังกล่าวของสื่อสารมวลชน ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์กลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา จากหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กรมประชาสัมพันธ์ องค์การสื่อสารมวลชน และ กลุ่มนักสื่อสารมวลชน

โดยทำการสัมภาษณ์เจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลบุคคลที่ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" และกลุ่มนักสื่อสารมวลชน นอกจากนี้เพื่อให้เห็นถึงกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ที่ชัดเจนขึ้น และนำผลการวิจัยมาอธิบาย

บทที่ 5 เป็นขั้นสุดท้ายของการวิเคราะห์เป็นการสรุปผลการวิจัยโดยใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ รวมถึงข้อเสนอแนะที่เป็นผลจากการวิจัย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"