

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "การใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย" ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสามารถอธิบายการใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารที่ยกมาศึกษา พร้อมทั้งทราบถึงปัจจัยที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารดังกล่าว ซึ่งมีวิธีการในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1.1 สัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารควบคุม ดูแล ฝ่ายงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย ได้แก่

- คุณจุลกร สิงห์โกวินท์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารเอเซีย
- คุณทวีศักดิ์ คุรุจิตธรรม ผู้อำนวยการอาวุโส สำนักบริหารธนาคารนครธน
- คุณสุเจตน์ เสกสรรค์ กรรมการผู้อำนวยการธนาคารสหธนาคาร

1.2 สัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารในระดับหัวหน้างาน ซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และมีบทบาทในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์โดยตรงของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย ได้แก่

- คุณดวงใจ รัตนมังคละ ผู้อำนวยการสำนักนิเทศสัมพันธ์

ธนาคารเอเซีย

- คุณภัทราวดี วัชรตวงศ์ หัวหน้าฝ่ายการประชาสัมพันธ์

ธนาคารนครธน

- คุณบุษรัตน์ สีहनนท์ ผู้อำนวยการสำนักกรรมการผู้จัดการ

ธนาคารสหธนาคาร

- 1.3 สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ

ธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย ได้แก่

- คุณวศินี เคารพพวงศ์ หัวหน้าหน่วยประชาสัมพันธ์ สำนักนิเทศสัมพันธ์ ธนาคารเอเซีย
- คุณปาริชาติ เสรีบุตร หัวหน้าหน่วยประชาสัมพันธ์ ฝ่ายการประชาสัมพันธ์ ธนาคารนครธน
- คุณทับทิม สิงหเสนี รองผู้อำนวยการสำนักกรรมการผู้จัดการ

ธนาคารสหธนาคาร

## 2. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่

2.1 วารสารการเงินธนาคาร ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับองค์กรที่ประกอบธุรกิจประเภทธุรกิจการเงิน

2.2 หนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ ทั้งฉบับภาษาไทยและอังกฤษ

2.3 แผ่นพับเผยแพร่บริการของธนาคารที่แจกให้ลูกค้าและผู้สนใจ ณ จุดขายของธนาคาร

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล จะดำเนินการตามประเภทของข้อมูลดังนี้

### 1. ข้อมูลประเภทบุคคล

โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) เพื่อให้ได้คำตอบเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย และปัจจัยที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารดังกล่าว โดยผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลเพื่อทำการบันทึกเทปตลอดการสัมภาษณ์เก็บไว้ด้วย และนำมาทำการถอดเทปในภายหลัง ซึ่งช่วยให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วน เกือบทั้งหมด

## 2. ข้อมูลประเภทเอกสาร

- วารสารการเงินธนาคาร ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจประเภทธุรกิจการเงินโดยเฉพาะ จะมีการจัดอันดับธนาคารแห่งปี (Bank of the year) ด้วยการรวบรวมข้อมูลสำคัญ การดำเนินธุรกิจธนาคารในทุกด้านของในปีนั้น ๆ ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากวารสารการเงินธนาคารเป็นเวลา 1 ปี โดยใช้ข้อมูลจากวารสารการเงินธนาคารฉบับเดือนกันยายน 2536 และฉบับเดือนกันยายน 2537 ซึ่งมีข้อมูลของทุกธนาคารอยู่ในวารสารฉบับดังกล่าว

- หนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์ และรายปักษ์ ทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยจะเลือกรวบรวมข้อมูลการเผยแพร่ข่าวสารของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย ในปี 2536 และปี 2537

- แผ่นพับเผยแพร่บริการของธนาคารที่แจกให้ลูกค้าและผู้สนใจ ณ จุดขายของธนาคาร รวบรวมโดยขอความร่วมมือจากฝ่ายงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารเอเซีย ธนาคารนครธน และธนาคารสหธนาคาร

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง "การใช้สื่อมวลชน เพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย" ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาการวิเคราะห์ ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. วิเคราะห์ถึงองค์กรและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย ได้แก่ ธนาคารเอเซีย ธนาคารนครธน และธนาคารสหธนาคาร
2. วิเคราะห์ถึงการใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารทั้ง 3 ธนาคาร ว่าใช้สื่อมวลชนประเภทใดบ้าง
3. วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ธนาคารทั้ง 3 ธนาคาร

### การนำเสนอข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยเรื่อง "การใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาความ (Descriptive method) โดยจะนำเสนอข้อมูลในลักษณะ ดังนี้

1. นำเสนอข้อมูลด้านองค์กรและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของธนาคารขนาดเล็กในประเทศไทย ได้แก่ ธนาคารเอเซีย ธนาคารนครธนและธนาคารสหธนาคารว่ามีลักษณะอย่างไร
2. นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารทั้ง 3 ธนาคารว่าเป็นอย่างไร
3. นำเสนอถึงปัจจัยที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนเพื่องานประชาสัมพันธ์ของธนาคารทั้ง 3 ธนาคารว่ามีปัจจัยอะไรบ้าง อย่างไร