

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย เป็นการศึกษาวิจัยเพื่อค้นหาตัวบ่งชี้ที่จะใช้บ่งบอกหรือสามารถสรุปอ้างอิงถึงผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่าง ๆ การสร้างตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีหน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ องค์กรลักษณะต่าง ๆ ที่มีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มุ่งศึกษาการนำการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติในสถานการณ์ต่างๆภายใต้ขอบเขตของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยมีผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในระดับผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ดังนั้นจำเป็นต้องค้นหารายละเอียดข้อมูลในการปฏิบัติงานในลักษณะต่างๆ ภายใต้ขอบเขตการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และวิเคราะห์ อรรถาธิบายเกี่ยวกับการปฏิบัติงานดังกล่าวอย่างละเอียด การศึกษาครั้งนี้จึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อค้นหาโครงสร้างการทำงาน ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติ และสร้างเป็นตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อันนำไปสู่การปฏิบัติที่ดีที่สุด นอกจากนี้ได้ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติแบบการทดสอบที่ไม่ใช้ค่าพารามิเตอร์ (Nonparametric Test) เพื่อสรุปการให้ความสำคัญกับงานที่นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติในแต่ละลักษณะกิจการ ระเบียบวิธีวิจัยวิจัยที่ใช้ในการศึกษาวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหลัก 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และองค์กรที่ศึกษา และแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยที่มีความรู้ ประสบการณ์ และความชำนาญในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรต่าง ๆ ที่นำการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ส่วนแรกเป็นตำราวิชาการ หนังสือ วารสาร บทความ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งเอกสารแนะนำบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้จากการค้นคว้าในห้องสมุดต่าง ๆ เพื่อการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ อันเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัยได้กระจ่างชัดมากขึ้น

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารในส่วนที่สอง คือ หนังสือรายงานประจำปี เอกสารภายในองค์กรเกี่ยวกับการจัดแบ่งโครงสร้างงานประชาสัมพันธ์และกำลังพล แผนงารดำเนินการประชาสัมพันธ์ วารสารภายในองค์กร รวมทั้งตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่าง ๆ

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

แหล่งข้อมูลสำคัญอีกประเภทหนึ่งที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลใน 2 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จากบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานในบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 ท่าน ในขั้นตอนจัดเตรียมเค้าโครงร่างการวิจัย เพื่อรวบรวมเป็นแนวความคิดเกี่ยวกับขอบเขตการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย และงานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติ การคัดเลือกแหล่งข้อมูลที่เป็นผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์นี้มีเหตุผลที่ว่า บริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์เป็นผู้ให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ จึงถือเป็นแหล่งข้อมูลที่จะให้ภาพการดำเนินงานที่แท้จริงได้

รายชื่อผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่ให้สัมภาษณ์ เพื่อการทบทวนแนวความคิดเรื่องขอบเขตการปฏิบัติงานและงานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติ รวม 4 ท่าน มีรายนามดังต่อไปนี้

1. รศ.ดร.เสรี วงษ์มณฑา

ประธานกรรมการ

บริษัท เบตเตอร์ อิมแพค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด

นักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาด มีผลงานด้านวิชาการจำนวนมากที่เผยแพร่สู่สาธารณชน รวมทั้งมีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงมาโดยตลอด-

2. นิดา เจริญพาณิชย์

ผู้จัดการบริหารงานลูกค้า

บริษัท โอกลีวี พับลิค รีเลชันส์ เวิลด์ไวด์ จำกัด

ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ที่มีเครือข่ายทั่วโลก มีประสบการณ์ในการบริหารและวางแผนงานประชาสัมพันธ์ให้แก่บริษัทชั้นนำในกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีสูง

3. เปรมศิริ นิमितมงคล

กรรมการผู้จัดการ

บริษัท สยามพีอาร์ คอนซัลแทนส์ จำกัด

ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในองค์กรชั้นนำเป็นเวลานาน และปัจจุบันเป็นผู้บริหารงานบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์

4. เพ็ญศรี เฝ้าเหลืองทอง

กรรมการผู้จัดการ

บริษัท สตาทิจิก ลิงค์ จำกัด

ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ในบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ที่มีเครือข่ายทั่วโลก รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรชั้นนำในหลายกลุ่มสินค้า ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค อุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น และปัจจุบันเป็นผู้บริหารงานบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ของตนเอง

2.2 ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์จากองค์กรต่าง ๆ เป็นแหล่งข้อมูลบุคคล สำหรับการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อค้นหารายละเอียดการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร และกำหนดโครงสร้างตัวบ่งชี้ผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณาเลือกผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ระดับบริหารที่เป็นพนักงานขององค์กรนั้น หรือผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารให้เป็นผู้ให้ข้อมูล หรือเป็นผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ระดับบริหารที่อยู่ในบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ที่องค์กรนั้นใช้บริการ หรือเป็นผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่เป็นที่ปรึกษาขององค์กรนั้น

จากขอบเขตการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ที่ได้รวบรวมจากการทบทวนเอกสาร ตำรา และการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ 21 ลักษณะกิจการ โดยพิจารณาเลือกองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละลักษณะกิจการ จำนวนองค์กรแต่ละลักษณะกำหนดตามความเหมาะสมกับจำนวนองค์กรรวมในแต่ละลักษณะกิจการ ซึ่งมีจำนวนแตกต่างกันในแต่ละลักษณะ สำหรับรายชื่อองค์กรต่าง ๆ ได้รวบรวมมาจากการจัดลำดับ 1,000 บริษัท ของนิตยสาร เดอะ เนชั่น บิสซิเนส รีวิว (The Nation Business Review, 1998) และการวิจัยหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและรัฐวิสาหกิจโดย พรทิพย์ วรภิกษโกคาทร (2538) การจัดลำดับ 1,000 องค์กรชั้นนำในเอเชีย ของนิตยสารเอเชียวีค (Asiaweek 24(46): 141) และการจัดลำดับสถาบันการเงินชั้นนำในเอเชีย ของนิตยสารเอเชียวีค (Asiaweek 24(36): 111) ได้พิจารณาคัดเลือกองค์กรเพื่อเก็บข้อมูลโดยพิจารณาจากองค์กรที่อยู่ในระดับต้น ๆ ของการจัดอันดับของหน่วยงานต่าง ๆ ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว และสำหรับบางลักษณะกิจการที่ไม่ได้มีการจัดอันดับ ทำการพิจารณาคัดเลือกโดยการให้สื่อมวลชน ได้แก่ หัวหน้าข่าวเศรษฐกิจ การศึกษา และการเมืองหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หัวหน้าข่าวการเมือง บันเทิง หนังสือพิมพ์มติชน กล่าวถึงองค์กรที่มีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จ สรุปได้รวม 80 องค์กร ประกอบด้วยองค์กรต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

รายชื่อองค์กรที่ทำการศึกษา

1. กิจการด้านพลังงาน

รวม 5 องค์กร ได้แก่

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

บริษัท ยูโนแคลไทยแลนด์ จำกัด

2. กิจการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม

รวม 4 องค์กร ได้แก่

การสื่อสารแห่งประเทศไทย

องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

3. กิจการด้านการขนส่ง

รวม 3 องค์กร ได้แก่

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย

การทำเรือแห่งประเทศไทย

4. กิจการด้านการสาธารณสุข

รวม 4 องค์กร ได้แก่

กระทรวงสาธารณสุข

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

โรงพยาบาลรามาริบัติ

โรงพยาบาลธนบุรี

5. กิจการด้านอุตสาหกรรม

รวม 7 องค์กร ได้แก่

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
 บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
 บริษัท อุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย จำกัด (มหาชน)
 บริษัท ผาแดงอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)
 บริษัท ไบเออร์ไทย จำกัด
 บริษัท แอ็ดวานซ์อะโกร จำกัด (มหาชน)

6. กิจการด้านการเงิน

รวม 6 องค์กร ได้แก่

กระทรวงการคลัง
 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
 ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน)

7. กิจการด้านสินค้าอุปโภคบริโภค

รวม 4 องค์กร ได้แก่

กระทรวงพาณิชย์
 บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
 บริษัท ยูนิลีเวอร์ไทย โฮลดิ้ง จำกัด
 บริษัท คอลเกต ปาล์มโอลีฟ (ประเทศไทย) จำกัด

8. กิจการด้านสื่อมวลชน

รวม 3 องค์กร ได้แก่

กรมประชาสัมพันธ์
 องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย
 บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (สถานีโทรทัศน์ช่อง 3)

9. กิจการด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม

รวม 4 องค์กร ได้แก่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โรงแรมโอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ

โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา

โรงแรมแชงกรีลา

10. กิจกรรมด้านความบันเทิง

รวม 3 องค์กร ได้แก่

บริษัท อาร์เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด

บริษัท โซนี่มิวสิค ไทยแลนด์ จำกัด

บริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

11. กิจกรรมด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

รวม 6 องค์กร ได้แก่

การไฟฟ้านครหลวง

การประปานครหลวง

องค์การรถไฟฟ้ามหานคร

การทางพิเศษแห่งประเทศไทย

องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ

บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

12. กิจกรรมด้านการเมือง

รวม 3 องค์กร ได้แก่

สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

พรรคประชาธิปัตย์

พรรคไทยรักไทย

13. กิจกรรมด้านการทหาร

รวม 3 องค์กร ได้แก่

กองทัพบก

กองทัพอากาศ

กองทัพเรือ

14. กิจการด้านการศึกษา
รวม 3 องค์กร ได้แก่
กระทรวงศึกษาธิการ
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
15. กิจการด้านกีฬา
รวม 3 องค์กร ได้แก่
การกีฬาแห่งประเทศไทย
บริษัท โรงงานฟุตบอลลิไทยสปอร์ตติ้งกู๊ดส์ จำกัด
สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย
16. กิจการด้านศิลปวัฒนธรรม
รวม 3 องค์กร ได้แก่
สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
สมาคมฝรั่งเศสกรุงเทพฯ
สถาบันศิลปวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา (มายา)
17. กิจการด้านสาธารณประโยชน์
รวม 3 องค์กร ได้แก่
สภาอากาศไทย
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน
18. กิจการด้านการเกษตร
รวม 3 องค์กร ได้แก่
กรมส่งเสริมการเกษตร
บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน)
19. กิจการด้านการก่อสร้าง
รวม 3 องค์กร ได้แก่
การเคหะแห่งชาติ

บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)

20. กิจการด้านสิ่งแวดล้อม

รวม 3 องค์กร ได้แก่

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทย

สมาคมสร้างสรรค์ไทย

21. กิจการด้านบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์

รวม 4 องค์กร ได้แก่

บริษัท เพรสโก้ แชนดิวิค (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท อินทิเกรเต็ด คอมมูนิเคชั่น จำกัด

บริษัท บางกอก พับลิครีเลชันส์ จำกัด

บริษัท เบตเตอร์ อิมแพค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ขององค์กรต่าง ๆ ที่กล่าวข้างต้นเกือบทั้งหมดเป็นผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น ปฏิบัติงานในองค์กรมาเป็นเวลานานและมีประสบการณ์สูงในการบริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีจำนวนเล็กน้อยที่เป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ให้ข้อมูลแทนในกรณีที่ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่สะดวกในการให้ข้อมูล ได้มอบหมายให้ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับรองลงมา ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสามารถในระดับที่ให้ข้อมูลแทนตนเองได้และมีการมอบอำนาจให้เป็นผู้ที่ให้ข้อมูลขององค์กรแทนตนเองได้ ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้มีรายชื่อแยกตามลักษณะกิจการดังต่อไปนี้

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก

1. กิจการด้านพลังงาน รวม 5 ท่าน ได้แก่

- ดร.สงเกียรติ ทานสัมฤทธิ์

ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

- คุณอำนาจ โชติช่วง

ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

- คุณหทัยรัตน์ อติชาติ
ผู้จัดการชุมชนสัมพันธ์ บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด
 - คุณสุวรรณา หลังน้ำสังข์
ผู้อำนวยการสำนักงานกรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
 - คุณวิมลวรรณ อุดมพร
ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์และชุมชนสัมพันธ์
บริษัท ยูโนแคลไทยแลนด์ จำกัด
2. กิจกรรมด้านการสื่อสารโทรคมนาคม รวม 4 ท่าน ได้แก่
- คุณอานุสรา จิตต์มิตรภาพ
ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ การสื่อสารแห่งประเทศไทย
 - คุณสีบสาย ทรงสุรเวทย์
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย
 - คุณวิไล เคียงประดู่
ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์
บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
 - คุณปาริชาติ สายธนู
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์
บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
3. กิจกรรมด้านการขนส่ง รวม 3 ท่าน ได้แก่
- คุณธีระสิน แสงรังษี
ผู้จัดการกองปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
 - คุณมนฤดี เกตุพันธุ์
ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย

- คุณวณี ประชานุรักษ์
ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ การท่าเรือแห่งประเทศไทย
4. กิจกรรมด้านการสาธารณสุข รวม 4 ท่าน ได้แก่
- ทพ.ญ.นัยนา แพร์ศรีสกุล
ผู้อำนวยการสำนักงานสาธารณสุขและประชาสัมพันธ์ กระทรวงสาธารณสุข
 - คุณนิภาภรณ์ จัยวัฒน์
รักษาการแทนผู้อำนวยการกองเผยแพร่
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
 - คุณเอื้ออารี หมั่นอินกุล
หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ โรงพยาบาลรามาริบัติ
 - คุณสมฤทัย วิมลวัฒนา
ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ โรงพยาบาลธนบุรี
5. กิจกรรมด้านอุตสาหกรรม รวม 7 ท่าน ได้แก่
- คุณเกศมณี หมั่นทำการ
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
 - คุณมัทนา เหลืองนาคทองดี
ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
 - คุณณรงค์ชัย ศิริรัตน์มานะวงศ์
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสังคม
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด
 - คุณพัชนียา สุขเจริญ
ผู้ช่วยรองผู้จัดการใหญ่สำนักประชาสัมพันธ์
บริษัท อุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย จำกัด (มหาชน)
 - คุณนิรดา สุทธิวารี
ผู้จัดการส่วนประชาสัมพันธ์ บริษัท ผาแดงอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)

- คุณณัฐ โล่ห์สุวรรณ
ผู้จัดการฝ่ายงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ บริษัท ไบเออร์ไทย จำกัด
- คุณวนิดา วงศ์พิเศษสวัสดิ์
ผู้จัดการแผนกประชาสัมพันธ์ บริษัท แอ็ดวานซ์อะโกร จำกัด (มหาชน)

6. กิจกรรมด้านการเงิน รวม 6 ท่าน ได้แก่

- คุณนรวัฒน์ โชติกุล
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ กระทรวงการคลัง
- คุณธาริณี ทวีเจริญ
ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการประชาสัมพันธ์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- คุณดารานีย์ ต้นชัยสวัสดิ์
ผู้อำนวยการสำนักบริหาร ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- คุณปัญญา พรหมณีย์
รองผู้จัดการฝ่ายงานบริหารสื่อสารและประชาสัมพันธ์
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- คุณอัญชลีพรรณ อมรวิวัฒน์
ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- คุณดวงใจ อมาตยกุล
ผู้อำนวยการฝ่ายนิเทศสัมพันธ์ ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน)

7. กิจกรรมด้านสินค้าอุปโภคบริโภค รวม 4 ท่าน ได้แก่

- คุณวิวัฒน์ กาญจนวัฒนา
รักษาการในตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ 8 ว. สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี
กระทรวงพาณิชย์
- คุณรังษฤกษ์ดี สักขิตานนท์
ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและส่งเสริมการขาย บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

- คุณธีรวัฒน์ เขยจรรยา
ผู้จัดการฝ่ายกิจกรรมชุมชน บริษัท ยูนิลีเวอร์ไทย โฮลดิ้ง จำกัด
 - คุณศิริวรรณ นพรัตน์
ที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์
บริษัท คอลเกต ปาล์มโอลีฟ (ประเทศไทย) จำกัด
8. กิจกรรมด้านสื่อมวลชน รวม 3 ท่าน ได้แก่
- คุณไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์
หัวหน้าศูนย์ประสานงานประชาสัมพันธ์จังหวัด กรมประชาสัมพันธ์
 - คุณวิรัตน์ นาคราช
หัวหน้าส่วนประชาสัมพันธ์ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย
 - คุณบริสุทธิ์ บุรณะสัมฤทธิ์
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์
บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (สถานีโทรทัศน์ช่อง 3)
9. กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม รวม 4 ท่าน ได้แก่
- คุณสาธิต นิลวงศ์
ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - ดร.ปาริชาติ (ซุมสาย) สุขสงเคราะห์
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ โรงแรมโอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ
 - คุณบุญล้อม ล้ออุไร
ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา
 - คุณวิภา ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์
โรงแรมแซงกรีลา ได้รับมอบหมายจากคุณรัชนา พิมลสินธุ์
ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

10. กิจกรรมด้านความบันเทิง รวม 3 ท่าน ได้แก่

- คุณสถาพร พานิชรักษาพงศ์
ผู้อำนวยการสายการตลาดและส่งเสริมการขาย
บริษัท อาร์เอส โปรโมชั่น 1992 จำกัด
- คุณสมชาย วิรุฬห์วิริยะ
ประชาสัมพันธ์ บริษัท โซนี่มิวสิค ไทยแลนด์ จำกัด
- คุณปวีณ วาสนาอาชาสกุล
ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

11. กิจกรรมด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ รวม 6 ท่าน ได้แก่

- ม.ร.ว.จียากร เสสะเวช
ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ การไฟฟ้านครหลวง
- ร.ท.หญิง ชัชชฎา ญาณอุบล
ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ การประปานครหลวง
- คุณยุพดี ศรีนาค
ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ องค์การรถไฟฟ้ามหานคร
- คุณอำนาจ ต้านศัตรู
ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ การทางพิเศษแห่งประเทศไทย
- คุณวิโรจน์ นีละโยธิน
หัวหน้ากองประชาสัมพันธ์ องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ
- คุณสุรพงษ์ เลาหะอัญญา
ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายนโยบายและวางแผน
บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

12. กิจกรรมด้านการเมือง รวม 3 ท่าน ได้แก่

- คุณเอนก เพิ่มวงศ์เสนีย์
ผู้อำนวยการส่วนวิเคราะห์ข่าวและวิเทศสัมพันธ์
สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
- คุณสาทิพย์ วงศ์หนองเตย
โฆษกพรรคประชาธิปัตย์
- คุณสุรนนท์ เวชชาชีวะ
รองโฆษกพรรคไทยรักไทย

13. กิจกรรมด้านการทหาร รวม 3 ท่าน ได้แก่

- พ.อ.พลภัทร วรณภักตร์
ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพบก
- พลอากาศตรี ประภาส เขียมฉวี
เลขานุการกองทัพอากาศ
- พลเรือตรี สติรพันธุ์ เกยานนท์
เลขานุการกองทัพเรือ

14. กิจกรรมด้านการศึกษา รวม 3 ท่าน ได้แก่

- คุณสมยศ สิงห์คำ
ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ
- คุณรุจิรัตน์ บรรจง
หัวหน้างานประชาสัมพันธ์กองกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล
- คุณชัยวัฒน์ ศีตะจิตต์
ประธานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

15. กิจกรรมด้านกีฬา รวม 3 ท่าน ได้แก่

- คุณวณิ ภู่อวัญเมือง
หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ การกีฬาแห่งประเทศไทย
- คุณมนต์ชัย โชคไพบูลย์กิจ
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท โรงงานฟุตบอลล์ไทยสปอร์ตติ้งกู๊ดส์ จำกัด
- คุณวรวิทย์ สัมปชัญญสถิตย์
สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย

16. กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม รวม 3 ท่าน ได้แก่

- คุณสมยศ สิงห์คำ
ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรม
สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
- คุณจักรกฤษณ์ ชุมสาย ณ อยุธยา
ฝ่ายประสานงานวัฒนธรรม สมาคมฝรั่งเศสกรุงเทพฯ
- คุณสันติ จิตระจินดา
ผู้อำนวยการทางศิลปะ สถาบันศิลปวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา (มาया)

17. กิจกรรมด้านสาธารณประโยชน์ รวม 3 ท่าน ได้แก่

- คุณภทธรช พันธ์มະบำรุง
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ สภาอากาศไทย
- คุณกุลยา ธิยะใจ
หัวหน้าฝ่ายวารสารและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
- คุณอุไร หอมทวี
หัวหน้ากองวิจัยและประเมินผล สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน

18. กิจกรรมด้านการเกษตร รวม 3 ท่าน ได้แก่

- คุณอนันต์ ชุมสิน
ผู้อำนวยการกองเกษตรสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการเกษตร
- คุณสุธนา หงษ์ทอง
ผู้บริหารในสำนักประชาสัมพันธ์กิจการพิเศษและสังคม
บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
- คุณอภัยชนม์ วัชรสินธุ์
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ด้านประสานกิจการสัมพันธ์
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด (มหาชน)

19. กิจกรรมด้านการก่อสร้าง รวม 3 ท่าน ได้แก่

- คุณสุทัศน์ อินทุราม
รองผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ การเคหะแห่งชาติ
- คุณประสงค์ รักสินเจริญศักดิ์
ผู้จัดการฝ่ายบริหาร บริษัท แลนด์เอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)
- คุณเพชรรัตน์ รุ่งเรือง
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ได้รับมอบหมายจากคุณกัญญกร เดชอุดม
ผู้ช่วยรองประธานบริหารฝ่ายบริการองค์กร สวชนประชาสัมพันธ์
บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)

20. กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม รวม 3 ท่าน ได้แก่

- คุณสากล ชูชะกุล
หัวหน้าฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- คุณชั้นเอก ทังสุบุตร
ผู้จัดการทั่วไป มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทย
- คุณมัทนา ถนอมพันธุ์
เลขาธิการ สมาคมสร้างสรรค์ไทย

21. กิจกรรมด้านบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ รวม 4 ท่าน ได้แก่

- รศ. ดร. เสรี วงษ์มณฑา
ประธานกรรมการ บริษัท เบตเตอร์ อิมแพค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด
- คุณปองปรัชญ์ สุโรจนะเมธากุล
ผู้อำนวยการ บริษัท เพรสโก้ แชนด์วิก (ประเทศไทย) จำกัด
- คุณวราภรณ์ กุลสวัสดิ์ภักดี
กรรมการผู้จัดการ บริษัท อินทิเกรเต็ด คอมมูนิเคชั่น จำกัด
- Mr. Hasan I. Basar
กรรมการผู้จัดการ บริษัท บางกอก พับลิครีเลชั่นส์ จำกัด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : การกำหนดขอบเขตการปฏิบัติและงานของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ทำการเก็บข้อมูลจากการทบทวนเอกสารและการสัมภาษณ์บุคคล เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดเรื่องขอบเขตการปฏิบัติและงานของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารแนะนำบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ และสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ในบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ โดยใช้การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลด้วยวิธีการแบบแนะนำบุคคลต่อไป (Snow Ball Technique) เมื่อกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักแล้ว ได้มีการติดต่อแจ้งวัตถุประสงค์ขอบเขตการวิจัย และขอความร่วมมือในการให้ข้อมูล พร้อมนัดหมายวันเวลา และสถานที่สำหรับการสัมภาษณ์ เมื่อถึงกำหนดวันนัดหมายผู้วิจัยได้เดินทางไปสัมภาษณ์ ณ สถานที่นัดหมาย ซึ่งเป็นสถานที่ทำงานของผู้ให้ข้อมูลหลัก ใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 45 นาทีถึง 1 ชั่วโมงโดยมีขอบเขตคำถาม ดังนี้

1. คำถามเกี่ยวกับรายละเอียดงานที่ให้บริการแก่ลูกค้า
2. คำถามเกี่ยวกับรายละเอียดลูกค้า และการจัดกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ

เมื่อได้ข้อมูลแล้วได้สรุปเป็นขอบเขตการปฏิบัติงาน และงานของผู้ปฏิบัติงาน
ประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการวิจัย

ส่วนที่ 2 : การศึกษาโครงสร้างงาน และสร้างตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลขององค์กรต่าง ๆ ภายใต้ขอบเขตการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เป็นการเก็บข้อมูลจากบุคคลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษาโครงสร้างการทำงานประชาสัมพันธ์ และสร้างตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ หลังจากที่ได้พิจารณาคัดเลือกองค์กรที่ต้องการเก็บข้อมูลแล้ว จึงสัมภาษณ์ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งเป็น "การสัมภาษณ์ที่ใช้คำถามปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็น และตอบคำถามตามความคิดของตนเอง ทั้งนี้มีความคิดพื้นฐานที่ว่าบุคคลคือผู้สังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นกับตนเองได้ดีที่สุด" (Broom และ Dozier, 1990: 145) ซึ่งเป็นเทคนิควิธีที่จะช่วยให้สามารถได้ข้อมูลรายละเอียดของโครงสร้างงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรในแต่ละลักษณะกิจการ และสามารถสร้างตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จากข้อมูลเชิงความคิดเห็นจากความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญของผู้ให้สัมภาษณ์ ระหว่างการสัมภาษณ์จะทำการบันทึกเทปเพื่อความครบถ้วนของข้อมูล

ขั้นตอนการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ขั้นตอนติดต่อขอสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในแต่ละองค์กร เริ่มต้นด้วยการโทรศัพท์ติดต่อไปยังหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของแต่ละองค์กรเพื่อแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับ เนื้อหาวัตถุประสงค์ และขอบเขตการวิจัย หลังจากนั้นได้ขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ในฐานะผู้ให้ข้อมูลหลักขององค์กรนั้น เมื่อได้รับการอนุญาตแล้ว ได้มีการระบุถึงชื่อและตำแหน่งบุคคลผู้ให้สัมภาษณ์ พร้อมทั้งสอบถามชื่อผู้ประสานงานรับเรื่องขององค์กร ในขั้นตอนนี้มีการติดต่อประสานงานหลายครั้งจึงจะสามารถได้ชื่อและตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูลหลักที่จะเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ลำดับต่อมาผู้วิจัยได้มีหนังสือจากคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่องขอความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลประกอบการวิจัย พร้อมแนวทางคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ จัดส่งให้แก่ผู้ประสานงานในแต่ละองค์กรเพื่อชี้แจงรายละเอียดให้แก่ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยจัดส่งทางโทรสารหรือจดหมายลงทะเบียนในกรณีนี้ที่ผู้ประสานงานต้องการต้นฉบับจดหมาย ต่อจากนั้นได้มีการนัดหมาย

วัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ที่แน่นอนอีกครั้ง ในขั้นตอนการนัดหมายมีการติดต่อหลายครั้งเพื่อกำหนดวันที่เหมาะสม และมีหลายองค์กรที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แจ้งเลื่อนวันนัดล่วงหน้าเนื่องจากมีภารกิจด่วนและได้กำหนดวันนัดหมายใหม่อีกครั้ง และมีบางองค์กรที่ถึงวันนัดหมายแล้วมีความจำเป็นต้องเลื่อนการสัมภาษณ์ออกไปเนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์มีภารกิจด่วนในวันนั้น เมื่อถึงวันนัดหมายผู้วิจัยได้เดินทางไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำนักงานของแต่ละท่าน บางองค์กรเมื่อถึงเวลานัดหมายยังไม่สามารถทำการสัมภาษณ์ได้ เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์มีภารกิจอื่นเข้ามาแทรกหรือปฏิบัติการอื่นยังไม่เสร็จ ผู้วิจัยจำเป็นต้องรอเพื่อให้เสร็จภารกิจจึงสัมภาษณ์ได้ นอกจากนี้ในระหว่างการสัมภาษณ์มีบางองค์กรที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้รับเชิญจากผู้บริหารระดับสูงให้เข้าประชุมหรือปรึกษางานเร่งด่วนจำเป็นต้องหยุดพักการสัมภาษณ์ชั่วคราว ผู้วิจัยต้องรอให้ผู้ให้สัมภาษณ์ประชุมเสร็จจึงจะสามารถสัมภาษณ์ต่อไปได้ซึ่งบางกรณีใช้เวลารอานานถึง 1 ชั่วโมง

การสัมภาษณ์ในสถานที่ทำงานของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละองค์กร ช่วยให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสสังเกตและสำรวจบรรยากาศในสถานที่ทำงานจริง ซึ่งเป็นข้อมูลที่สามารถใช้ประกอบการวิเคราะห์เพิ่มเติมจากข้อมูลการสัมภาษณ์ได้เป็นอย่างดี ในกรณีที่ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรไม่สามารถให้สัมภาษณ์ อันเนื่องมาจากติดภารกิจสำคัญหรือเดินทางไปต่างประเทศในช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูล คือช่วงเวลาระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2542 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2543 ได้มีการมอบหมายให้ผู้บริหารระดับรองลงมาในสำนักงานประชาสัมพันธ์เป็นผู้ให้ข้อมูลแทน และในกรณีที่องค์กรที่ได้รับการคัดเลือกในลำดับแรกปฏิเสธที่จะให้ข้อมูล ได้ดำเนินการคัดเลือกองค์กรในลักษณะกิจการเดียวกันที่อยู่ในอันดับรองลงมาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ตามกำหนดจำนวนองค์กรที่เก็บข้อมูลอย่างน้อย 3 องค์กรในแต่ละลักษณะกิจการ

การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักใช้เวลาสัมภาษณ์อยู่ในระหว่างเวลา 1 ชั่วโมง ถึง 3 ชั่วโมง แตกต่างกันในแต่ละองค์กร ทั้งนี้เป็นไปตามบรรยากาศ ประเด็นเรื่องสัมภาษณ์ และข้อมูล que ผู้ให้สัมภาษณ์บอกเล่าให้ฟัง ระหว่างการสัมภาษณ์ได้ทำการบันทึกเทปตลอดเวลา โดยได้มีการขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนการสัมภาษณ์ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านให้ทำการบันทึกเทปการสัมภาษณ์ได้ เทปบันทึกเสียงการสัมภาษณ์จะนำมาใช้ในกาวิเคราะห์ข้อมูลโดยละเอียดในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

2. ข้อมูลที่สังเกตได้ซึ่งแสดงถึงความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรนี้มีอะไรบ้าง
3. ปัจจัยเกื้อหนุนความสำเร็จในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรนี้มีอะไรบ้าง
4. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรนี้มีอะไรบ้าง

ส่วนที่ 3 : การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการสรุปการให้ความสำคัญต่องานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติในแต่ละองค์กร

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคคลเพื่อวิเคราะห์ทางสถิติ เกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่องานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติ สำหรับองค์กรในแต่ละลักษณะกิจการ โดยใช้แบบวัดความสำคัญของงานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติ และขอให้ผู้ให้ข้อมูลหลักให้คะแนนความสำคัญกับงานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติ ในลักษณะการให้ค่าคะแนน (Rating Scale) วิธีการให้คะแนนทำโดย ให้คะแนนระหว่าง 0 ถึง 10 ตามความสำคัญ แก่งานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติรวม 50 งาน ตามระดับความสำคัญของงานที่มีต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรของตนเอง

คำถามที่ใช้คือ

“ท่านคิดว่างานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติดังต่อไปนี้ มีความสำคัญกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรท่านมากน้อยเพียงใด”

ระดับคะแนนใช้มาตรวัดค่าช่วงเท่ากัน 11 ค่า คือ

<u>ไม่มีความสำคัญเลย</u>											<u>มีความสำคัญมาก</u>
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

การตรวจสอบข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีการตรวจสอบข้อมูลเพื่อยืนยันความถูกต้อง ในหลาย ๆ ส่วน ดังต่อไปนี้

ในส่วนของข้อกำหนดขอบเขตการปฏิบัติงาน และงานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ ปฏิบัติ ตรวจสอบโดยพิจารณาเปรียบเทียบความสอดคล้องของข้อมูลจากบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ กับข้อมูลจากเอกสารแนะนำองค์กร และเอกสารด้านการปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ขององค์กร

ในส่วนของการสัมภาษณ์องค์กรต่าง ๆ ซึ่งเป็นข้อมูลจากบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละ องค์กร ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบข้อมูลประเภทเดียวกันกับผู้ให้ข้อมูลหลักในองค์กรอื่น ๆ ที่มีลักษณะ กิจการเดียวกัน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้คัดเลือกองค์กรเพื่อเก็บข้อมูลอย่างน้อย 3 องค์กรในแต่ละ ลักษณะกิจการใน 21 ลักษณะกิจการที่มีการใช้งานประชาสัมพันธุ์ตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตการ ปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ นอกจากนี้ยังได้ตรวจสอบยืนยันข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล หลักกับเอกสารภายในขององค์กร อันได้แก่ โครงสร้างผังการบริหารองค์กร แผนงานประชา สัมพันธ์ เอกสารสรุปงานประชาสัมพันธุ์ เอกสารแนะนำกิจการ หนังสือรายงานประจำปี และ ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธุ์ของแต่ละองค์กร

ในส่วนของแบบวัดความสำคัญของงานประชาสัมพันธุ์ที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธุ์ ปฏิบัติ ได้มีการตรวจสอบด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธุ์ และนักวิชาการด้านการ ประชาสัมพันธุ์ตรวจสอบสำนวนภาษาและเนื้อหา หลังจากนั้นได้ทำการทดสอบล่วงหน้า (Pre-test) โดยให้บุคคลที่เป็นตัวแทนผู้ให้ข้อมูลหลักได้ทำแบบวัดดังกล่าวก่อนการเก็บข้อมูลจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากข้อมูลเอกสาร ข้อมูลบุคคล และข้อมูลจากแบบวัดความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติ จะนำมารวบรวมเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรแต่ละลักษณะกิจการ เพื่ออธิบายลักษณะงาน ภาระหน้าที่จำเป็นที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติเพื่อความสำเร็จขององค์กร พร้อมทั้งวิเคราะห์ทิศทางและแนวโน้มการปฏิบัติงาน
2. จุดเน้นและการให้ความสำคัญต่องานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติในองค์กรแต่ละลักษณะกิจการ
3. การให้ความสำคัญกับงานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติขององค์กร ในแต่ละลักษณะกิจการ
4. การให้ความหมาย และการตีความคุณค่าความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์
5. ข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละงานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติ
6. ตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการบรรยายรายละเอียดข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก หาความสอดคล้องของข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการตีความเชิงคุณภาพ และการค้นหาความสอดคล้องของเนื้อหาหลักที่ตรงกัน (Common Theme) เพื่อบรรยายอย่างลุ่มลึกให้เห็นถึงโครงสร้างการปฏิบัติงานของแต่ละองค์กร สรุปเป็นโครงสร้างลักษณะการปฏิบัติงานของการประชาสัมพันธ์ งานสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติในแต่ละลักษณะกิจการ วิเคราะห์ความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และตัวบ่งชี้ที่แสดงถึงความสำเร็จรวมทั้งข้อมูลที่แสดงถึงตัวบ่งชี้ความสำเร็จ การวิเคราะห์เพื่อสร้างแนวคิดด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร เป็นการวิเคราะห์สร้างแนวความคิดจากข้อมูลที่ปรากฏ ในแบบ "การรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์และจัด

กลุ่มข้อมูลตามลักษณะความคล้ายคลึงกันซึ่งใช้กลยุทธ์พื้นฐานในการจัดกลุ่ม" (Bailey, 1994: 31) และเป็นวิธีวิเคราะห์จัดกลุ่มที่ Bailey (1994) อธิบายสรุปว่าเป็นการจัดกลุ่มระดับตัวบ่งชี้ (Indicators Level Classification) ซึ่งเป็นการจัดกลุ่มข้อมูลเชิงประจักษ์ ต่อจากนั้นสร้างเป็นแนวคิดซึ่งอยู่ระดับกลางระหว่างแนวคิดรวบยอด (Concept) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ และตั้งชื่อเรียกแนวคิดระดับกลางนี้ใหม่ เป็นการผสานแนวคิดรวบยอดกับข้อมูลเชิงประจักษ์เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ Bailey (1994) ได้กล่าว่วิธีนี้เป็นการจัดกลุ่มที่นิยมใช้ในการศึกษาวิจัยแบบชาติพรรณวรรณา (Ethnographic Classification) ซึ่ง "วิธีการจัดกลุ่มแบบนี้เริ่มต้นจากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการสังเกต ข้อมูลเหล่านี้ใช้เป็นพื้นฐานสำหรับเชื่อมโยงกับนิยามหรือแนวคิดรวบยอด (Concept) ต่าง ๆ สิ่งที่ได้จากการเชื่อมโยงแนวคิดรวบยอดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถือเป็นการจัดกลุ่มแบบระดับตัวบ่งชี้ (Indicators Level Classification)" (Bailey, 1994: 79)

สำหรับการวิเคราะห์งานที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธปฏิบัติ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากข้อมูลของผู้บริหารงานประชาสัมพันธให้สัมภาษณ์ สรุปเป็นงานที่มีความสำคัญในแต่ละลักษณะกิจการ ต่อจากนั้นวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติแบบการทดสอบที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ (Nonparametric Test) เพื่อวิเคราะห์ว่าผู้บริหารงานประชาสัมพันธในองค์กรลักษณะกิจการเดียวกันให้ความสำคัญกับงานที่นำไปสู่ความสำเร็จไม่แตกต่างกัน เหตุผลที่ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติแบบที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ เนื่องจากการรวบรวมข้อมูลเป็นการเก็บข้อมูลจากองค์กรในแต่ละลักษณะกิจการภายใต้ขอบเขตการปฏิบัติงานประชาสัมพันธซึ่งมีจำนวนน้อย และไม่ทราบการแจกแจงของประชากร ทั้งนี้เพราะ "การทดสอบสมมติฐานที่ไม่ใช้พารามิเตอร์เป็นการทดสอบ ไม่จำเป็นต้องทราบการแจกแจงของประชากร และยังสามารถใช้ทดสอบสมมติฐานเมื่อตัวอย่างมีขนาดเล็กอีกด้วย" (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542: 215) วิธีการวิเคราะห์ทางสถิติทดสอบที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ ใช้วิธีของฟรیدแมน (Friedman Test) ซึ่ง "เป็นการทดสอบความแตกต่างของลักษณะใดลักษณะหนึ่งเพียงลักษณะเดียวของทั้ง k ประชากร โดยที่ k ประชากรไม่ได้มีการแจกแจงแบบปกติและขนาดตัวอย่างมีขนาดเล็ก โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อิสระต่อกัน" (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542: 249-5) นอกจากนี้พิจารณาความสำคัญของงานที่ผู้บริหารงานประชาสัมพันธให้ความสำคัญจากแบวัดความสำคัญของงานซึ่งมีค่าระดับคะแนนตั้งแต่ 0 ถึง 10 คะแนน โดยที่กำหนดให้ 0 หมายถึง ไม่สำคัญเลย และ 10 หมายถึงมีความสำคัญมาก และตีความหมายค่าคะแนนโดยแบ่งเป็นช่วงคะแนน 7 ช่วง ซึ่งประยุกต์จากการแบ่งช่วงและตีความหมายค่าคะแนนความยากของ

ข้อคำถามของสูนีย์ เหมะประสิทธิ์ (2536: 382) ค่าช่วงคะแนนความสำคัญของงานที่ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ให้คะแนนความสำคัญ สามารถตีความหมายเป็นช่วงคะแนน 7 ช่วงดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
8.01 – 10.00	สำคัญมาก
6.01 – 8.00	สำคัญ
5.01 – 6.00	ค่อนข้างสำคัญ
5.0	กำลัง
4.00 – 4.99	ค่อนข้างไม่สำคัญ
2.00 – 3.99	ไม่สำคัญ
0.00 – 1.99	ไม่สำคัญเลย

การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งสร้างตัวบ่งชี้ที่แสดงถึงคุณค่าภายนอกในหลาย ๆ ด้านของงานประชาสัมพันธ์ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามลักษณะกิจการขององค์กร 21 ลักษณะ ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จะนำเสนอข้อมูลเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ และสร้างตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ อันเป็นสิ่งที่จะทำให้ประเมินการปฏิบัติงานเพื่อตัดสินว่าเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่ดี (Best Practice in Public Relations)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และมีการประยุกต์การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเพื่อสนับสนุนข้อสรุป ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลจึงมีการนำเสนอทั้งในแบบการบรรยายอย่างลุ่มลึกในด้านการพัฒนาสร้างตัวบ่งชี้ผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ควบคู่กับการนำเสนอข้อมูลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลแยกเป็นบทต่าง ๆ คือ บทที่ 4 นำเสนอข้อมูลที่แสดงถึงลักษณะการปฏิบัติงาน ภาระหน้าที่และงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญที่จำเป็นต้องปฏิบัติเพื่อสนับสนุนความสำเร็จขององค์กร แบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ทิศทางและแนวโน้มการปฏิบัติงานในอนาคต พร้อมทั้งกรณีตัวอย่างการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จ โดยนำเสนอแยกตามลักษณะกิจการทั้ง 21 ลักษณะ ต่อจากนั้นในบทที่ 5 นำเสนอผลการ

วิเคราะห์ทางสถิติเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับงานต่าง ๆ ที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปฏิบัติ เพื่อสรุปยืนยันว่าผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ในกลุ่มองค์กรลักษณะกิจการเดียวกัน ให้ความสำคัญของงานด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จที่ต้องปฏิบัติไม่แตกต่างกัน ในลำดับต่อมาคือบทที่ 6 นำเสนอแนวความคิดของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการให้ความหมายในความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และข้อมูลแสดงถึงความสำเร็จของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และในบทที่ 7 เป็นการวิเคราะห์สร้างตัวบ่งชี้เพื่อเป็นแนวคิดสำหรับใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ สุดท้ายในบทที่ 8 เป็นการสรุปแนวคิดเกี่ยวกับตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในลำดับต่อไป