

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ : กรณีศึกษา ดิจิตอลทีวี

มีวัตถุประสงค์เพื่อ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักของการสัมภาษณ์เป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ๆ ซึ่งได้แก่ผู้อำนวยการหัวหน้าฝ่ายและเจ้าหน้าที่เจ้าของรายการที่มีส่วนในการทำการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร ของสถานี

1. สถานีโทรทัศน์ TNN 24ขอปิดบังชื่อผู้ให้สัมภาษณ์
2. สถานีโทรทัศน์ ไบรท์ทีวีระวีวรรณ สีนะสาร นักประชาสัมพันธ์
กฤศ ทองภาพพิเศษ นักประชาสัมพันธ์
3. สถานีโทรทัศน์โมโน 29ขอปิดบังชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

โดยการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเก็บข้อมูลจากผู้ปฏิบัติหน้าที่ในสถานีโทรทัศน์ไบรท์ทีวีในตำแหน่งที่มีส่วนทำการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารโดยตรงที่มีหน้าที่กำกับดูแล กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารให้ทางสถานี ในระดับหัวหน้าฝ่ายงานและระดับปฏิบัติการ และเกี่ยวข้องกับงานสื่อสารออนไลน์ด้วย

หมายเหตุ: ทั้งนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงรายชื่อผู้ให้ข้อมูล แต่จะยังคงเก็บข้อมูลที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารสถานี ดังรายละเอียดข้างต้นและบางสถานีไม่มีอนุญาตให้เปิดเผยชื่อและนามสกุลแต่ยินดีให้ ข้อมูล เพื่อศึกษาวิจัย

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ ตำราทางวิชาการ หนังสือ บทความ เอกสาร ข่าว และงานวิจัยต่าง ๆ เอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องประกอบการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. คำถามสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ทั้งนี้คำถามจะครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- ประเด็นที่ 1 การดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ การวางแผนการประชาสัมพันธ์ ของโทรทัศน์ดิจิตอล
- ประเด็นที่ 2 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อออนไลน์ ของโทรทัศน์ดิจิตอล
- ประเด็นที่ 3 แนวโน้มในการใช้เครื่องมือสื่อเพื่อให้สอดคล้องกับผู้บริโภค หรือผู้รับสารในยุคใหม่

2. การจดบันทึก เพื่อให้สามารถบันทึกข้อมูลและประเด็นที่น่าสนใจซึ่งนอกเหนือจากแนวคำถามในแบบสัมภาษณ์ที่เตรียมไว้
3. เทปบันทึกเสียง เพื่อใช้สำหรับการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ควบคู่ไปกับการจดบันทึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ละเอียดครบถ้วนตามวัตถุประสงค์

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแนวคำถามเพื่อการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview Guideline) โดยการนำแนวคำถามดังกล่าวมาปรึกษากับอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านงานประชาสัมพันธ์ ทำการตรวจสอบและแก้ไขตามความเหมาะสมเพื่อความสมบูรณ์ของการสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการศึกษาครั้งนี้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร โดยมีการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โดยการศึกษาและวิเคราะห์ตำราทางวิชาการ หนังสือ บทความ เอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของแต่ละสถานี่ เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการสร้างข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยทำการติดต่อทางโทรศัพท์และการส่งจดหมายเพื่อขอสัมภาษณ์ พร้อมทั้งส่งแนวคำถามสัมภาษณ์ไปยังผู้ให้สัมภาษณ์ หลังจากนั้นจึงโทรศัพท์ติดต่อและประสานงานเพื่อนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยจะมีการส่งคำถามให้กับผู้สัมภาษณ์เพื่อความเข้าใจที่จริงกันในการเก็บข้อมูลทั้งนี้ในระหว่างการสัมภาษณ์จะขออนุญาตทำการบันทึกเทปสัมภาษณ์เพื่อให้สามารถนำมาวิเคราะห์ผลในภายหลังได้อย่างสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ และจากการสัมภาษณ์บุคคลแบบเจาะลึก จากนั้นนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการเขียนพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) พร้อมสรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ และอภิปรายผลในตอนท้าย