



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง "แนวคิดภาพลักษณ์ในงานประชาสัมพันธ์ขององค์การผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่" ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

แหล่งข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้แหล่งข้อมูลในการศึกษา 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งคือแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ผู้บริหาร หรือ ตัวแทนฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กร 3 คนของ บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัทโทเทิล แอคเซส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีดังนี้

- ผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 ท่าน คือ

(1) คุณวิไล เคียงประดู่ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการส่วนงานประชาสัมพันธ์

(2) คุณอภินันต์ สรวีสูตร Senior Public Relations office

- ผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์ของ บริษัท โทเทิล แอคเซส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 ท่านคือ

(1) คุณธิติมา บราวเนล Head of Social Affairs Department

(2) คุณจารุณี แตมสำราญ Manager of Social Affairs Department

- ผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 ท่านคือ

(1) คุณเสาวนีย์ ลิ้มมานนท์ Deputy Director, Head of Corporate Communications & Community Affairs

(2) คุณศิษฏี คริสโตเฟอร์ ภูเบิน Key Manager, Corporate Public Relations

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ต่างๆ ประกอบด้วย วารสาร เอกสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว รายงานประจำปี ศึกษาค้นคว้างานวิจัย Documentary Research ข่าวต่างๆ ขององค์การผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS DTAC และ True Move ที่ได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน หนังสือ บทความ งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ของ บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัทโทเทิล แอคเซส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบ่งเป็น 2 วิธี ตามแหล่งข้อมูลที่แบ่งไว้ 2 ประเภท ได้แก่

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยทำการเก็บข้อมูลโดยตรงด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดประกอบด้วย หนังสือตำราเรียน วารสาร เอกสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว รายงานประจำปี ศึกษาค้นคว้างานวิจัย Documentary Research ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ เอกสารของ บริษัท บทความ ข่าวสารต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบกับข้อมูลประเภทบุคคล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือนักประชาสัมพันธ์ของบริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัทโทเทิล แอคเซส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถึงการสร้างภาพลักษณ์องค์กร การประยุกต์ใช้และความประสบความสำเร็จในการใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร

2. การจดบันทึก เพื่อให้สามารถบันทึกประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมนอกจากแนวคำถามที่เตรียมไว้ และบันทึกเพิ่มเติมเพื่อเตือนความจำ

3. เทปบันทึกเสียง สำหรับรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด ให้ได้ความที่ละเอียด เพื่อการนำมาถอดความควบคู่กับการจดบันทึก

แนวคำถามที่ใช้ในการวิจัย

1. สถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจในปัจจุบัน
2. ความเป็นมา แนวคิดการสร้างภาพลักษณ์มีมาตั้งแต่เมื่อไร
3. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) ในปัจจุบันมีภาพรวมเป็นอย่างไร
4. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ องค์กร(Corporate Image)
5. จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของการสร้างภาพลักษณ์
6. การดำเนินการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพลักษณ์
7. เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์
8. กิจกรรม และโครงการในการสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)
9. ภาพลักษณ์องค์กรที่คาดหวัง
10. กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ด้วยกัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบถึงผลการศึกษา กับแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ของบริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัทโทเทิล แอคเซส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาความเป็นมา และภาพรวมขององค์กร พัฒนาการขององค์กร
2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลแบบเจาะลึก ผู้บริหาร หรือนักประชาสัมพันธ์ของบริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัทโทเทิล แอคเซส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาถึงการสร้างภาพลักษณ์ การใช้แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในงานประชาสัมพันธ์

หลังจากนั้นจึงนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการเขียนพรรณวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) พร้อมยกตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นที่ต้องการศึกษาในเรื่อง “แนวคิดภาพลักษณ์ในงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่”