บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนกับการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนต่างชาติ" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นการแสวงหาความรู้โดยอาศัยแนวคิดปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) ที่เน้นการสัมผัสกับข้อมูลโดยตรงเพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึก โดยมีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่างๆ ต่อไปนี้

1. การกำหนดแหล่งข้อมูล
2. การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอข้อมูล

การกำหนดแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล และแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล** ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับการวิจัยไว้ 2 กลุ่ม ในแต่ละกลุ่ม ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนรวมทั้งสิ้นจำนวน 10 คน ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) สำหรับการวิจัยครั้งนี้

กลุ่มที่ 2 คือ นักลงทุนต่างชาติที่ได้ลงทุนในประเทศไทยจำนวน 10 คนโดยมีเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้

1. เป็นผู้บริหารระดับสูงซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

2. เป็นนักลงทุนต่างชาติซึ่งเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้บริหารกิจการซึ่งได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

2. **แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร** ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารเพื่อใช้ศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ดังนี้

1. แผนปฏิบัติการโครงการเผยแพร่ภาพลักษณ์เศรษฐกิจไทย พ.ศ. 2540

2. แผนการรณรงค์ "โครงการเชื่อมั่นเมืองไทย" พ.ศ. 2541 -2543

3. รายงานประจำปีของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2539-2542

4. วารสารส่งเสริมการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2539 - เดือนมีนาคม 2543

5. จดหมายข่าวฉบับภาษาอังกฤษ และข่าวประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2539 - เดือนมีนาคม 2543

การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางการสัมภาษณ์โดยมีประเด็นคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบบสัมภาษณ์ดังกล่าวสร้างจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีซึ่งเกี่ยวข้องกับการวิจัย มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) แบบเจาะลึก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตอบได้อย่างละเอียด และตรงตามความเป็นจริง

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมี 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 ใช้สัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยเป็นคำถามที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในการชักจูงนักลงทุนต่างชาติให้ลงทุนในประเทศไทย ซึ่งมีประเด็นคำถามดังนี้คือ

1. กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

2. กลยุทธ์และกลวิธีการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

3. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในการชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศช่วงก่อนเกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย

4. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในการชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศช่วงเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศไทย

5. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในการชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศช่วงเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว

ฉบับที่ 2 ใช้สัมภาษณ์นักลงทุนต่างชาติ เป็นแบบสัมภาษณ์ภาษาอังกฤษซึ่งมีแนวคำถามที่เกี่ยวกับผลของการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนประเทศไทยของนักลงทุนต่างชาติ โดยมีประเด็นคำถามดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติก่อนการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

2. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนก่อนการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

3. วิธีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนระหว่างการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

4. ผลของการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนต่างชาติ

5. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนภายหลังการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยเชิงคุณภาพก่อนนำไปใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแนวคำถาม ความครอบคลุมของประเด็นที่ต้องการศึกษา ทั้งในส่วนของการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และการศึกษาผลของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนต่างชาติ เมื่อพบว่ามีคำถามใดไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยก็ได้ตัดคำถามนั้นออก นอกจากนั้นยังได้เพิ่มเติมคำถามบางคำถามขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้แบบสัมภาษณ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและสามารถใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้นแล้ว ผู้วิจัยยังได้ตรวจสอบการสื่อความหมายของคำถามโดยพิจารณาด้านการใช้ภาษาของแต่ละคำถามด้วยว่ามีความชัดเจน กระชับ และสื่อความหมายได้ถูกต้องหรือไม่ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจคำถามได้ทันที โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบบสัมภาษณ์ฉบับที่ 2 ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ฉบับภาษาอังกฤษสำหรับใช้สัมภาษณ์นักลงทุนต่างชาติ ผู้วิจัยได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของการเรียบเรียงประโยคและการใช้คำศัพท์ และได้นำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง เพื่อให้ได้แบบสัมภาษณ์ที่มีการใช้ภาษาอย่างถูกต้อง สื่อความหมายได้ชัดเจน และมีประสิทธิภาพสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดังนี้

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่มที่ได้กำหนดไว้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) *ขั้นแนะนำตัว* ผู้วิจัยได้แนะนำตัวอย่างเปิดเผย (Overt Role) และได้แจ้งให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงจุดประสงค์ของการสัมภาษณ์และวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ก่อนดำเนินการสัมภาษณ์

2) *ขั้นสัมภาษณ์* ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งได้จัดเตรียมไว้ล่วงหน้าแล้ว พร้อมทั้งมีการบันทึกเสียงลงเทปบันทึกเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์ทุกครั้ง

3) *ขั้นเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์* หลังจากเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ถอดเทปบันทึกเสียง และบันทึกข้อมูลสนาม (Field note) ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน

2. การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในด้านของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งเป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ และนำมาศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เพื่อให้มีความชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยข้อมูลจากมุมมองของคนใน (emic) หลังจากที่ได้ตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับว่าเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง มีคุณภาพสามารถตอบปัญหาของการวิจัย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแล้ว จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. จัดแฟ้มข้อมูล (files) ตามประเด็นของวัตถุประสงค์ของการวิจัยและปัญหานำการวิจัยที่กำหนดไว้

2. จำแนกประเภทข้อมูล (Typology Analysis) โดยจำแนกข้อมูลเป็นประเภทให้ข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันมารวมเป็นหมวดหมู่ เพื่อจัดระเบียบหรือโครงสร้างของข้อมูล (reconstruct) ให้บ่งชี้ลักษณะ กระบวนการ และความเป็นเหตุเป็นผลของเหตุการณ์ที่ชัดเจน

3. สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) จากข้อมูล โดยการประมวลความคิดขึ้นจากข้อมูลที่ได้รับ เป็นข้อสรุปซึ่งมีลักษณะเชิงนามธรรม

การนำเสนอข้อมูล

เมื่อได้วิเคราะห์แล้ว ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ตามประเด็นของวัตถุประสงค์ของการวิจัย และปัญหานำการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้คือ

ตอนที่ 1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในการชักจูงนักลงทุนต่างชาติให้ลงทุนในประเทศไทย ซึ่งมีประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศ
2. กลยุทธ์การให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน
3. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศ ในช่วงก่อนเกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ช่วงภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ และช่วงเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว

ตอนที่ 2 ผลของการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในประเทศของนักลงทุนต่างชาติ โดยมีการอ้างอิงคำพูดของนักลงทุนต่างชาติซึ่งได้แปลเป็นภาษาไทยแล้ว จากที่ได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นภาษาอังกฤษ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย