

โครงการจัดทำและอบรมเชิงปฏิบัติการ การทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม
ของศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
(Seminar and Training in Focus Group Research
for Center of Academic Resources, Chulalongkorn University)

หลักการและเหตุผล

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีพันธกิจสำคัญอย่างยิ่ง ในการเป็นศูนย์กลางของทรัพยากรความรู้ระดับสูงในทุกสาขาวิชา พัฒนา สนับสนุน และส่งเสริมการค้นคว้าทางด้านวิชาการของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิตปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก รวมทั้งบุคคลทั่วไป เพื่อให้จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันที่เป็นเสาหลักทางปัญญาของแผ่นดินสมดังปณิธานของมหาวิทยาลัย

ดังนั้น เพื่อให้การบริการของศูนย์วิทยทรัพยากร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การพัฒนาบุคลากร ของศูนย์วิทยทรัพยากรสายวิชาชีพให้มีความรู้ ความสามารถ เพื่อเพิ่มพูนทักษะและความเชี่ยวชาญ จึงเป็นเรื่องจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อให้การบริการและงานสนับสนุนการค้นคว้าสารสนเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เบื้องต้นในการทำวิจัยการตลาดเชิงคุณภาพ (Qualitative marketing research) โดยเฉพาะเทคนิคการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group interview) จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเทคนิคสัมภาษณ์กลุ่มสามารถช่วยให้ผู้ทำวิจัยได้ข้อมูลเบื้องต้น (Preliminary insights) จากผู้ใช้บริการ/ลูกค้าที่มีประโยชน์ภายในระยะเวลาอันจำกัด และไม่สิ้นเปลืองงบประมาณมากเหมือนกับการทำวิจัยรูปแบบอื่น รวมทั้งสามารถช่วยให้ผู้บริหารได้รับทราบข้อมูลที่น่าสนใจ และสามารถนำผลการทำสัมภาษณ์กลุ่มไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงวิธีการหรือกำหนดกลยุทธ์การทำงานเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการมากยิ่งขึ้น

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ศูนย์วิทยทรัพยากร จึงได้นำเสนอ “โครงการจัดทำและอบรมเชิงปฏิบัติการ การทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Seminar and Training in Focus Group Research) โดยมีกิจกรรมแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม สำหรับผู้รับบริการศูนย์วิทยทรัพยากร และ 2) การอบรมเชิงปฏิบัติการการทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม สำหรับบุคลากรระดับวิชาชีพ ศูนย์วิทยทรัพยากร เพื่อที่ศูนย์วิทยทรัพยากร จะได้นำผลการทำสัมภาษณ์กลุ่ม และความรู้ที่ได้รับจากการอบรมและฝึกปฏิบัติการ ไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพของงานให้มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้แก่ อาจารย์ นิสิต บุคลากร นักวิชาการ และบุคคลภายนอก ที่มีต่อศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยการทำสัมภาษณ์กลุ่ม
2. เพื่อฝึกอบรมเทคนิคการทำสัมภาษณ์กลุ่ม และการฝึกปฏิบัติการการทำสัมภาษณ์กลุ่ม แก่ บุคลากรระดับวิชาชีพของศูนย์วิทยทรัพยากร

ผู้เข้าร่วมโครงการ

1. กิจกรรม “การทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม สำหรับผู้บริการศูนย์วิทยทรัพยากร”
ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีดังนี้
 - 1.1. ผู้บริการกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่ 1 จำนวน 8 คน ประกอบด้วย
 - อาจารย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 2 คน
 - นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 6 คน
(แบ่งเป็น ระดับชั้น ตรี โท เอก ระดับละ 2 คน)หมายเหตุ : มีผู้สังเกตการณ์ (Observer) เข้าร่วมได้จำนวน 2 คน
 - 1.2. ผู้บริการกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่ 2 จำนวน 8 คน ประกอบด้วย
 - นักวิจัย และบุคลากร ของจุฬาฯ จำนวน 5 คน
 - บุคคลภายนอก จำนวน 3 คนหมายเหตุ : มีผู้สังเกตการณ์ (Observer) เข้าร่วมได้จำนวน 2 คน
2. กิจกรรม “การอบรมเชิงปฏิบัติการ การทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม สำหรับบุคลากรระดับวิชาชีพศูนย์วิทยทรัพยากร” ประกอบด้วย บุคลากรระดับวิชาชีพของศูนย์วิทยทรัพยากร จำนวน 54 คน

ผู้รับผิดชอบในการดำเนินโครงการ

คณะกรรมการดำเนินการประกันคุณภาพ ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ที่ปรึกษาและวิทยากร

รองศาสตราจารย์ ดร. กุณฑลีนันท์

ภาควิชาการตลาด

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วัน เวลา และสถานที่ในการดำเนินโครงการ

วัน เวลา	กิจกรรม/สถานที่	ผู้เข้าร่วมกิจกรรม
7 ก.พ. 2556 9.30-11.00 น.	Focus group กลุ่มที่ 1 ณ โถงชั้น 1 ศูนย์วิทยทรัพยากร (ฝั่งวารสาร ด้านโรงเรียนสาธิตจุฬาฯ)	นิสิต อาจารย์จุฬาฯ จำนวน 8 คน
7 ก.พ. 2556 13.30-15.00 น.	Focus group กลุ่มที่ 2 ณ โถงชั้น 1 ศูนย์วิทยทรัพยากร (ฝั่งวารสาร ด้านโรงเรียนสาธิตจุฬาฯ)	บุคลากรจุฬาฯ บุคคลภายนอก จำนวน 8 คน
14 มี.ค. 2556 9.00-12.00 น.	อบรมการทำ Focus Group ณ ห้องประชุมชั้น 7 ศูนย์วิทยทรัพยากร	บุคลากรระดับวิชาชีพ จำนวน 54 คน
14 มี.ค. 2556 13.00-16.00 น.	ฝึกปฏิบัติการ Focus Group ณ ห้องประชุมชั้น 7 ศูนย์วิทยทรัพยากร	บุคลากรระดับวิชาชีพ จำนวน 54 คน

เนื้อหาและรายละเอียดของการอบรม

กิจกรรม “การอบรมเชิงปฏิบัติการ การทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม สำหรับบุคลากรระดับวิชาชีพ ศูนย์วิทยทรัพยากร” จัดให้กับบุคลากรวิชาชีพ ของศูนย์วิทยทรัพยากร จำนวน 54 คน หลักสูตรนี้ ดำเนินการอบรมทั้งสิ้น 6 จำนวนชั่วโมง มีเนื้อหาและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัยแบบ สัมภาษณ์กลุ่ม ดังนี้

1. ความหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)
2. ความหมายของ Focus group
3. ประโยชน์และข้อจำกัดของ Focus group
4. วิธีการ/ขั้นตอนการทำ Focus group
5. ข้อควรระวังในการทำ Focus group
6. การเขียนรายงาน Focus group

การประเมินผลกิจกรรม

วัดผลจากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ศูนย์วิทยทรัพยากร ได้รับทราบความต้องการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการ ทั้งอาจารย์ นิสิต บุคลากร นักวิชาการ และบุคคลภายนอก ที่มีต่อศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผ่านวิธีการทำการทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อให้สามารถได้ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการศูนย์วิทยทรัพยากรต่อไป
2. บุคลากรระดับวิชาชีพของศูนย์วิทยทรัพยากร เกิดความรู้และเข้าใจในวิธีการการทำวิจัยแบบ สัมภาษณ์กลุ่ม สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาผู้รับบริการ อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพงานได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

กำหนดการ

“การอบรมเชิงปฏิบัติการ การทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม สำหรับบุคลากรระดับวิชาชีพ ศูนย์วิทยทรัพยากร”

วันที่ 14 มีนาคม 2556 เวลา 8.30 -16.00 น. ณ ห้องประชุมชั้น 7 ศูนย์วิทยทรัพยากร



- | | |
|------------------|--|
| 8.15 – 8.45 น. | ลงทะเบียน |
| 8.45 – 9.00 น. | กล่าวเปิดการอบรม
โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิมพ์วิภา ไพรมสมิทธิ
รักษาการแทนผู้อำนวยการศูนย์วิทยทรัพยากร |
| 9.00 – 12.00 น. | การบรรยาย เรื่อง การทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม
โดย รองศาสตราจารย์ ดร. กุณฑลีย์ รื่นรมย์
อาจารย์จากภาควิชาการตลาด
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 9.00 – 12.00 น. | พักรับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน |
| 13.00 – 15.30 น. | ฝึกปฏิบัติการเรื่อง เทคนิคการทำวิจัยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม
โดย รองศาสตราจารย์ ดร. กุณฑลีย์ รื่นรมย์
อาจารย์จากภาควิชาการตลาด
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 15.30 – 16.00 น. | ซักถามและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ |



หมายเหตุ

1. พักรับประทานอาหารว่าง รอบเช้า เวลา 10.00 – 10.15 น.
รอบบ่ายเวลา 15.00 – 15.15 น.
2. เนื้อหาการอบรม ได้แก่ 1) ความหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพ 2) ความหมายของ Focus group
3) ประโยชน์และข้อจำกัดของ Focus group 4) วิธีการขั้นตอนการทำ Focus group 5) ข้อควรระวังในการทำ Focus group และ 6) การเขียนรายงาน Focus group