

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีหลักคือการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกลยุทธ์การโฆษณา ซึ่งในการสัมภาษณ์เพื่อทำการวิจัยครั้งนี้เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยมีการเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้าก่อนเก็บข้อมูล เมื่อผู้วิจัยออกไปสัมภาษณ์ก็จะถามคำถามตามที่ได้กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์ นอกจากนี้ยังใช้การวิจัยเอกสาร โดยอาศัยข้อมูลที่ได้รวบรวมจากเอกสารต่างๆ รวมทั้งการวิเคราะห์รายละเอียดของเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นวิธีหนึ่งของการศึกษาและวิเคราะห์เรื่องเกี่ยวกับการสื่อสารติดต่อที่มีลักษณะเป็นระบบ และเป็นสิ่งที่เรานับจดได้เช่น การโฆษณา สิ่งหรือวัสดุการพิมพ์ เป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยครั้งนี้ด้วย

แหล่งข้อมูล

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้จะใช้ข้อมูลจาก 2 แหล่งใหญ่ด้วยกัน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลจากบุคคล คือข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ดังนี้

1.1 ผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนการโฆษณา โดยได้ข้อมูลจากบุคคลต่างๆดังต่อไปนี้

- คุณอังกูร ศรีกัลยานบุตร
ผู้จัดการส่วนส่งเสริมการตลาด บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด
- คุณดวงเดือน พิทยศิริ
ผู้จัดการส่วนสารนิเทศศูนย์ประชาสัมพันธ์ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด
- คุณสุเทพ จันทร์ศรีชวาลา
กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยประสิทธิประกันภัย จำกัด
- คุณสมศักดิ์ ประคุณหังสิต
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ไทยสมุทรพาณิชย์ประกันภัย จำกัด
- คุณสิริศักดิ์ ตังมะโนมานะ
ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไปฝ่ายการตลาด บริษัท พรูเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์
ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

1.2 ผู้สร้างสรรค้งานโฆษณาของบริษัทประกันชีวิต

- คุณเฉลิม วัชรถานนท์

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีวีที แอดเวอร์ไทซิง จำกัด

- คุณสรพร พรสิริ

Account Executive บริษัท TWBA Next & Tripet จำกัด

- คุณพิทักษ์ อินทรทุด

Group Account Director บริษัท Euro RSCG Partnership จำกัด

- คุณเต็มชัย มั่นมาก

Managing Director บริษัท วรวิีร์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด

2. แหล่งข้อมูลเอกสาร คือข้อมูลที่ได้จากเอกสารต่างๆ ดังนี้

2.1 ชิ้นงานโฆษณาของบริษัทประกันชีวิตต่างๆ โดยแยกโฆษณาเป็น 4 ประเภทได้ดังนี้

2.3.1 ภาพยนตร์โฆษณา มีทั้งหมด 8 เรื่อง ได้แก่

- เด็กจรด
- เข้าเมือง
- ผู้ให้
- โลโก้ใหม่
- สังคมของฉัน
- ผู้ผลิต
- Life
- โชคชะตา

2.3.2 โฆษณาทางวิทยุ มีทั้งหมด 4 ชิ้นได้แก่

- สังคมของฉัน
- ผู้ผลิต
- Stages of Life
- โชคชะตา

2.3.3 โฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ มี 9 ชิ้นได้แก่

- ยิ้ม
- ดาวเทียม

- โลกใต้น้ำ
- สังคมของฉันทัน
- ผู้ผลิต
- อุ่นใจ
- วางใจ
- มั่นใจ
- โชคชะตา

2.3.4 โปสเตอร์ มีเพียง 1 ชิ้นเท่านั้นคือ

- โชคชะตา

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อโฆษณา

2.3 บทสัมภาษณ์และข่าวของบริษัทประกันชีวิตที่ปรากฏทางหนังสือพิมพ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ตามลักษณะของแหล่งข้อมูลคือ

1. ข้อมูลจากบุคคล จะเก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยจะมีการกำหนดแนวทางในการสัมภาษณ์ไว้ก่อน

2. ข้อมูลจากเอกสาร ทำการรวบรวมจากเอกสารต่างๆ เช่น ข่าวหรือบทความในหนังสือพิมพ์ , ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อโฆษณา ชิ้นงานโฆษณา แผนงานการโฆษณาหรือเอกสารต่างๆ ของบริษัทและจากหนังสือต่างๆ ในห้องสมุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

แยกตามลักษณะของการเก็บข้อมูลได้ดังนี้

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจะแยกเป็น

1.1 ผู้บริหารของบริษัทประกันชีวิต ใช้ในการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของแต่ละบริษัท , วัตถุประสงค์ของการโฆษณา และสามารถทราบได้ถึงสภาพตลาดโดยรวม , กลุ่มเป้าหมายของบริษัท

1.2 ผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาของบริษัทประกันชีวิต เพื่อวิเคราะห์ด้านแนวความคิดที่ใช้ในการสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณาของแต่ละบริษัทเป็นอย่างไร

2. จากชิ้นงานโฆษณา ใช้เป็นส่วนประกอบร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ในการวิเคราะห์เนื้อหาในงานโฆษณา

3. ข้อมูลจากการรวบรวมเอกสาร เพื่อวิเคราะห์เรื่องสภาพตลาดโดยรวม รวมถึงข้อมูลทางด้านสื่อโฆษณาที่รวบรวมได้จากบริษัท คู่แข่ง จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาว่าแต่ละบริษัทนั้นมีการใช้กลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณาอย่างไร ในการลงโฆษณาในปี 2539