บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง "การศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาโทรทัศน์เรื่องน้ำมันไร้สารตะกั่วชุดมนุษย์ตะกั่ว" มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงนโยบายและกลยุทธ์ผู้ส่งสาร ด้วยการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสารโฆษณาว่าบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ผู้ส่งสารกำหนดไว้หรือไม่ และด้วยการสอบถามความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อการรับรู้และความเข้าใจในโฆษณาชุดนี้ ซึ่งในรายละเอียดทั้งหมดผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมวลชนมาใช้เป็นกรอบและแนวทางในการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิจัย 3 วิธี ได้แก่ การสนทนากลุ่ม (Focused Group Interview) เป็นวิธีได้มาซึ่งข้อมูลที่เกิดจากพฤติกรรมและความเข้าใจของผู้รับสาร รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับสาร เพราะการสนทนากลุ่มมีลักษณะที่เหมือนการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของสมาชิกภายในกลุ่มที่ไม่ถูกจำกัดเสรีภาพทางด้านความคิด วิธีที่สองคือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) กับบุคคลที่มีส่วนในการกำหนดแนวคิดและกลยุทธ์ในการผลิตสื่อชุดนี้ว่ามีวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ในการทำงานโฆษณาชุดนี้อย่างอย่างไร และสุดท้ายคือการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากสื่อโฆษณานั้นอย่างละเอียดทั้งจากเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ โดยการดำเนินการวิจัยประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังนี้

<u>แหล่งข้อมูล</u>

ในการวิจัยครั้งนี้มีแหล่งข้อมูลที่จะใช้ศึกษา ดังต่อไปนี้

1. <u>แหล่งข้อมูลประเภทภาพยนตร์โฆษณา</u> ได้แก่

ภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์ “พีทีที ซูเปอร์ 97” สูตรทดแทนสารตะกั่ว จำนวน 4 เรื่อง คือ

- ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “Watch Out” ความยาว 15 วินาที ซึ่งออกมาในช่วงเปิดตัวสินค้า เป็นโฆษณาเพื่อเรียกความสนใจให้ผู้ชมติดตามชมเนื้อหาในตอนต่อไป

- ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “Get Out” ความยาว 60 วินาที ออกมาแนะนำน้ำมันไร้สารตะกั่วสูตรใหม่ของ ปตท. เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ชมหันมาใช้ พีทีที ซูปเอร์ 97 แทนน้ำมันซูเปอร์เดิม

- ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “หลงกล” ความยาว 15 วินาที เป็นโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย คือเมื่อผู้บริโภคเติมน้ำมัน พีทีที ซูเปอร์ 97 ครบ 250 บาท รับฟรีเป๊ปซี่คูลแฮนด์ทันที 1 ขวด และ

- ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “Forever Gone” ความยาว 45 วินาที ออกอากาศภายหลังจากที่ผู้บริโภคเริ่มรับรู้ในผลิตภัณฑ์ไร้สารตะกั่ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกาศให้ผู้บริโภครับรู้ว่าเวลาของสารตะกั่วในเมืองไทยได้หมดลงแล้ว โดยมี พีทีที ซูเปอร์ 97 ของ ปตท. เป็นผู้บุกเบิกรายแรก

2. <u>แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล</u> มีด้วยกัน 3 กลุ่มได้แก่

- คุณพุทธชาด มุกดาประกร ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้จัดการส่วนประชาสัมพันธ์ ปตท. น้ำมัน คือ บุคคลที่มีหน้าที่ในการดูแลการจัดทำโฆษณาของผลิตภัณฑ์ พีทีที ซูเปอร์ 97

- คุณศิริ อำนวยพุทธเมธ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์และทีมงาน บริษัท ลีโอเบอร์เนทท์ จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบในการผลิตโฆษณาชิ้นนี้ให้ ปตท. โดยจะนำสิ่งเหล่านี้ไปสร้างสรรค์งานโฆษณาให้เป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้

- กลุ่มตัวแทนผู้รับสารที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวนทั้งสิ้น 40 คน ประกอบด้วยเพศชายและเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรีถึงปริญญาโท อายุระหว่าง 24 - 45 ปี โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 8 คน ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นจะมีผู้เข้าสนทนากลุ่มที่มีอายุคละเคล้ากันไป

3. <u>แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร</u> ได้แก่

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ หรือสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับน้ำมันไร้สารตะกั่ว รวมถึงข้อมูลด้านโฆษณาของผลิตภัณฑ์ พีทีที ซูเปอร์ 97 ปตท.

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทภาพยนตร์โฆษณา

การเก็บรวบรวมโฆษณาทั้ง 4 ชิ้น ที่ได้ออกเผยแพร่ในช่วงปี 2538-2539 นั้น ได้จากการบันทึกเป็นเทปภาพ (Video tape record) จากส่วนโสตทัศนูปกรณ์ ของ ปตท.

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทบุคคล

2.1 ในส่วนของผู้ส่งสารได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกและค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากบทสัมภาษณ์ในสื่อสิ่งพิมพ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายและแนวคิดในการจัดทำโฆษณาผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ โดยจะสอบถามถึงวัตถุประสงค์และแนวคิดของผู้สร้างสารอย่างละเอียดว่ามีวัตถุประสงค์และกลยุทธ์อย่างไรในการนำเสนอโฆษณาเรื่องนี้

2.2 การสนทนากลุ่มผู้วิจัยจะเป็นผู้นำการสนทนาด้วยตนเอง โดยจะใช้ระยะเวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมงในการชมและการพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยก่อนที่จะชมโฆษณาจะได้แจ้งวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบและยังเป็นการสร้างบรรยากาศเพื่อความคุ้นเคยและเป็นกันเองต่อผู้รับสาร

นอกจากนี้ ในการศึกษาถึงเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารในสื่อโฆษณาชุดมนุษย์ตะกั่วนี้ได้จัดทำขึ้นภายหลังจากที่โฆษณาออกอากาศไปแล้วถึง 2 ปี ดังนั้น เพื่อสอบถามถึงการจดจำของผู้รับสาร ผู้วิจัยจึงได้ทำการสอบถามกับกลุ่มผู้รับสารก่อนที่จะเปิดโฆษณาเรื่องนี้ให้ชมว่าผู้รับสารสามารถจดจำเรื่องของมนุษย์ตะกั่วที่เคยนำเสนอทางโทรทัศน์หรือไม่ เมื่อได้คำตอบแล้วจึงเปิดวีดีโอชุด "พีทีที ซูเปอร์ 97" สูตรทดแทนสารตะกั่ว ให้ชมทีละ 1 เรื่อง แล้วสอบถามการรับรู้และความเข้าใจว่าผู้รับสารมีเข้าใจงานโฆษณาเรื่องนี้อย่างไร โดยทำเช่นนี้จนครบทั้ง 4 เรื่อง พร้อมๆ กับอัดเทปบทสนทนาระหว่างการสนทนากลุ่มไว้ เพื่อนำมาวิเคราะห์อย่างละเอียดอีกครั้ง

ทั้งนี้ในการตั้งแนวคำถามของทั้งผู้สงสารและผู้รับสาร ผู้วิจัยจะนำวัตถุประสงค์ในการวิจัยแต่ละข้อไปจำแนกเป็นประเด็นหลักๆ เพื่อใช้ในการถามอย่างละเอียด ทั้งนี้จะต้องให้สอดคล้อง

และครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาด้วย ทั้งนี้ผู้วิจัยเองได้ศึกษาภาพยนตร์ "พีทีที ซูเปอร์ 97" ทั้ง 4 เรื่องนี้ ด้วยการใช้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญของการโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์อย่างละเอียด ก่อนที่จะนำไปให้กลุ่มตัวอย่างชม เพื่อจะได้สามารถปรับเปลี่ยนแนวคำถามให้สอดคล้องกับสถานการณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสาร

จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ หรือสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับน้ำมันไร้สารตะกั่ว รวมถึงข้อมูลด้านโฆษณาของผลิตภัณฑ์ พีทีที ซูเปอร์ 97 ของ ปตท. เพื่อใช้ประกอบในการวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทภาพยนตร์โฆษณา

ผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลที่ได้จากชมภาพยนตร์โฆษณาของทั้ง 4 เรื่อง มาร่วมในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสารโฆษณาที่สื่อออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เกณฑ์เรื่องวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ตามที่ผู้ส่งสารได้กำหนดไว้ประกอบกับการวิเคราะห์ในเรื่ององค์ประกอบในการสร้างงานโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ทั้งหมดมาใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้

2. การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการไปสัมภาษณ์และค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากบทสัมภาษณ์ในเรื่องการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาชุดมนุษย์ตะกั่วของ ปตท. กับคุณพุทธชาด มุกดาประกร และทีมงานสร้างสรรค์ บริษัท ลีโอ เบอร์เนทท์ จำกัด แบบเจาะลึกถึงเรื่องการกำหนดนโยบาย แนวคิด และกลยุทธ์ในการจัดทำโฆษณานี้นั้น ได้นำคำตอบที่ได้มาวิเคราะห์ถึงเรื่องการกำหนดวัตถุประสงค์แนวนโยบายและกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดทำโฆษณาชุดนี้ โดยที่ข้อมูลทั้งหมดจะอาศัยแนวคิดเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อให้การวิจัยเป็นไปอย่างมีระบบและมีหลักการโดยไม่เกิดการซ้ำซ้อนกัน

ส่วนข้อมูลที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปบทสนทนาของทั้ง 5 กลุ่ม เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงการรับรู้และความเข้าใจ ของผู้รับสารที่มีต่อโฆษณาชิ้นนี้ว่าเป็นอย่างไร โดยผลที่ได้รับนั้นบรรลุตามวัตถประสงค์หรือไม่ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการการบันทึกเสียงของผู้รับสารทั้งหมดมาถอดบทสนทนาและจดลงเป็นบันทึกอย่างละเอียด เพื่อนำความคิดเห็นมาวิเคราะห์อย่างละเอียด

3. <u>การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทเอกสาร</u>

ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลจากหนังสือ บทความ เอกสาร วิทยานิพนธ์ รวมถึงสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ไร้สารตะกั่ว รวมถึงบทความเกี่ยวกับโฆษณาผลิตภัณฑ์ไร้สารตะกั่วของ พีทีที ซูเปอร์ 97 สูตรทดแทนสารตะกั่ว มาใช้เป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากวิธีการอื่นอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ผลที่ได้ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด

<u>การนำเสนอข้อมูล</u>

การวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analysis Description) คือ จะเป็นลักษณะของการพรรณนาเชิงอธิบายคำตอบจากการแสดงความคิดเห็นของผู้รับสารภายหลังจากที่รับชมโฆษณาว่ามีการรับรู้และเข้าใจในโฆษณาเรื่องนี้อย่างไร รวมถึงการวิเคราะห์ถึงบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าเพิ่มเติมของผู้ส่งสารว่ามีวัตถุประสงค์และกลยุทธ์อย่างไรในการทำงานโฆษณาชิ้นนี้ โดยจะนำไปประกอบกับการวิเคราะห์เนื้อหาและการนำเสนอของภาพยนตร์ เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างละเอียดอีกครั้ง

ทั้งนี้ ในการนำเสนอข้อมูลทั้งหมดมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทราบถึงแนวคิดและประสิทธิผลของการใช้กลยุทธ์ในการโฆษณาครั้งนี้ว่า สามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับสารได้มากน้อยเพียงไร โดยจะแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็นประเด็นหลักๆ ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ในการวิจัย