

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

3.1 วิธีการศึกษา

3.1.1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากองค์ประกอบของรายการสื่อข้อมูลธุรกิจ ได้แก่ รายการ TV Direct และ Quantum Television โดยเก็บข้อมูลสินค้าที่นำเสนอผ่านรายการโฆษณาช่อง 3 5 7 และ 9 ในปี 2552 และการเก็บข้อมูลจาก Focus Group ของกลุ่มผู้ชมรายการสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจที่มีอายุระหว่าง 19-40 ปี และ 40-65 ปีที่เคยได้รับชมการนำเสนอสินค้าของรายการประเภทสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ

รายการประเภทสื่อข้อมูลธุรกิจที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ศึกษาคือ รายการ TV Direct และ Quantum Television โดยใช้ตัวอย่างรายการโฆษณาสื่อข้อมูลธุรกิจจำนวน 20 รายการ โดยวิเคราะห์แบ่งตามประเภทของสินค้า 4 ประเภท ได้แก่ เครื่องออกกำลังกาย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง

ทั้งนี้สื่อข้อมูลธุรกิจที่มีการโฆษณาสินค้าและผลิตภัณฑ์ตามประเภทต่างๆตามที่ได้เกริ่นข้างต้น จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบที่อยู่ในรายการได้แก่โดยศึกษาองค์ประกอบของรายการสื่อข้อมูลธุรกิจดังนี้

1. ผู้นำเสนอรายการสินค้ารายการโฆษณาสื่อข้อมูลธุรกิจ แบ่งออกเป็น ผู้ดำเนินรายการ เจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือ ผู้คิดค้นสินค้า และ ผู้เชี่ยวชาญผู้ให้ข้อมูล ผู้นำเสนอสินค้าจะทำหน้าที่เปรียบเสมือนตัวแทนของผู้กำหนดค่านิยมของสังคม ถ่ายทอดค่านิยมอุดมคติที่เป็นมาตรฐานให้แก่ผู้บริโภครับรู้ โดยอยู่ในสถานะทางสังคมที่ได้รับการยอมรับ เช่น ผู้ดำเนินรายการมักเป็นดาราที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน หรือมีชื่อเสียงอย่างมากในอดีต เจ้าของผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ผู้ให้ความรู้ ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ รวมไปถึงนักวิจัย และนักวิทยาศาสตร์ที่ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ แนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ผู้นำเสนอรายการ Pictorial Theory, Mythology, Epistemology

2. เทคนิคในการนำเสนอสินค้าในรายการกลวิธีในการแทรกแซงและปลุกฝังค่านิยมที่เป็นอุดมคติอย่างเป็นธรรมชาติผ่านการสาธิตสินค้าที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับแนวคิดการควบคุมและกำกับร่างกายของผู้บริโภค มีลักษณะการอธิบายและนำเสนอสินค้าอย่างไร เช่น การเปรียบเทียบภาพก่อนและหลังใช้สินค้า การสาธิตการใช้ผลิตภัณฑ์ และการฉายภาพสามมิติร่างกายในส่วนต่างๆ แนวคิดที่เกี่ยวข้องได้แก่ กระบวนการรับรู้ของมนุษย์ Epistemology และต้นทุนทางสัญลักษณ์ Semiology Capital ,ร่างกาย ,ระเบียบวินัยและการลงโทษ

3. คุณสมบัติของสินค้าในรายการ คุณสมบัติของสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติและลักษณะของร่างกายที่พึงแสดงออกที่เป็นมาตรฐานและถูกคาดหวังจากสังคมที่สัมพันธ์กับเรื่องภาพแทนที่เป็นอุดมคติ แนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ได้แก่ ภาพแทน สัญลักษณ์ และมายาคติ

4. ผลจากการใช้สินค้าในรายการเทคนิคการนำเสนอผลของการใช้สินค้าและบริการผ่านภาพแทน “ก่อนใช้” และ “หลังใช้” ของผู้บริโภคเทียม แนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ผลจากการใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทฤษฎีภาพ, ร่างกายและวินัย

5. สิทธิพิเศษในการซื้อสินค้าประเภทต่างๆ สะท้อนถึงสิทธิพิเศษในการเข้าถึงทรัพยากรอื่นๆที่สำคัญในสังคมแนวคิดแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ได้แก่ ภาพแทน สัญลักษณ์ มายาคติ

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคจะเก็บข้อมูลโดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มประชากร อายุระหว่าง 26 – 35 ปี ทั้งเพศชายหญิง
 - กลุ่มประชากร อายุระหว่าง 36 – 45 ปี ทั้งเพศชายและหญิง
- โดยเก็บข้อมูลในมิติต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ และ อาชีพ
2. ประสบการณ์ในการรับชมสื่อประเภทรายการสื่อโฆษณาข้อมูลธุรกิจ ได้แก่ การมีประสบการณ์การดูรายการโฆษณาสื่อข้อมูลธุรกิจ ความถี่ในการดูรายการโฆษณาสื่อข้อมูลธุรกิจ ระยะเวลาในการดูรายการโฆษณาสื่อข้อมูลธุรกิจต่อครั้ง
3. ปฏิกริยาต่อการรับรู้มายาคติที่แฝงในรายการโฆษณาสื่อข้อมูลธุรกิจ
 - ความตระหนักรู้ของผู้ชมรายการว่าทราบถึงมายาคติใน

รายการหรือไม่

- มีประสบการณ์การซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จากรายการโฆษณาสื่อข้อมูลธุรกิจหรือไม่
- ครอบครัว หรือ คนรอบข้างมีประสบการณ์การซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จากรายการโฆษณาสื่อข้อมูลธุรกิจหรือไม่
- ผู้ชมมีประสบการณ์ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ที่ถูกโฆษณาในรายการสื่อข้อมูลธุรกิจหรือไม่
- ในขณะที่ชมรายการผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมหรือรู้สึกสนุกกับการสาธิตสินค้าในรายการหรือไม่
- หลังจากดูรายการ โฆษณาแล้วผู้ชมรู้สึกต้องการพัฒนาตัวเองหรือไม่ ในด้านใดบ้าง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ สิ่งพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากองค์ประกอบของรายการสื่อข้อมูลธุรกิจในการโฆษณาโทรทัศน์ผ่านรายการประเภท Infomercial จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis)

3.3 สถานที่ดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

การศึกษาองค์ประกอบของรายการสื่อข้อมูลธุรกิจในรายการ TV Direct และ Quantum Television จะเก็บข้อมูลจากรายการที่ได้ออกในช่อง 3 5 7 9 และ 11 เท่านั้น ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ไม่นับรวมการโฆษณาผ่านรายการเคเบิลอื่นๆ

3.4 ระยะเวลาการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ คาดว่าจะใช้เวลาทั้งสิ้น 4 เดือน ดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินงาน	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น	→			
การศึกษาทฤษฎีเพิ่มเติม	→			
วิเคราะห์ผลข้อมูล	→			
สรุปผล	→			
จัดทำและนำเสนอรายงาน	→			