

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "จริยธรรมของนักวิชาชีพต่อการวางสินค้าในรายการโทรทัศน์ประเภทละคร sitcom" ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงจริยธรรมของนักวิชาชีพต่อการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ประเภท sitcom และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ผลักดันให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตตัดสินใจทำการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ประเภท sitcom ซึ่งมีวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เป็นนักวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ประเภท sitcom ที่ออกอากาศระหว่าง พ.ศ. 2553 ประกอบด้วยบุคคล 3 ฝ่าย ได้แก่

1. บริษัทเจ้าของสินค้าที่ทำการวางสินค้าในละคร sitcom
2. บริษัทตัวแทนสื่อโฆษณาที่ดูแลสินค้าที่ทำการวางสินค้าในละคร sitcom
3. บริษัทผู้ผลิตละคร sitcom ที่มีการวางสินค้า

โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงมีข้อดีคือ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลต้องเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการศึกษามาก การเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงมุ่งเน้นเลือกเฉพาะเจาะจงเฉพาะผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่มากและลึกตรงประเด็นที่ต้องการศึกษา (ทวีศักดิ์ นพเกษร, 2551) โดยขั้นตอนในการเลือกกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์มีดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกละคร sitcom ที่ออกอากาศระหว่าง พ.ศ. 2553 เนื่องจากมีความเป็นปัจจุบัน กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์สามารถจดจำข้อมูลต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยการเลือกละครเป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 3 เรื่อง จากทั้งหมด 19 เรื่อง ซึ่งละครทั้ง 3 เรื่องเป็นละครที่ผลิตจากบริษัทผู้ผลิตละคร 3 บริษัท (รายชื่อละครทั้งหมดตามตารางที่ 3-1)

ขั้นตอนที่ 2 เลือกตราสินค้าที่มีการวางสินค้าในละคร sitcom 3 เรื่องดังกล่าวแบบเฉพาะเจาะจงเช่นเดียวกันจำนวน 3 ตรา จากทั้งหมด 46 ตรา

ขั้นตอนที่ 3 เลือกผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการวางสินค้าในละคร sitcom ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ต้องการข้อมูลเชิงลึก จึงเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์การวาง

สินค้าในละครโทรทัศน์มาอย่างน้อย 2 ปี ซึ่งตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องในการทำการวางสินค้าประกอบไปด้วย 1. กลุ่มนักวิชาชีพจากบริษัทผู้ผลิตละคร (รหัสในการรายงานผลการวิจัยแทนด้วย A) ได้แก่ ผู้กำกับ โปรดิวเซอร์ นักเขียนบท เจ้าหน้าที่ประสานงานขายและประสานงานการผลิต 2. กลุ่มนักวิชาชีพจากบริษัทตัวแทนโฆษณา (รหัสในการรายงานผลการวิจัยแทนด้วย B) ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและประสานงานลูกค้า เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนสื่อและซื้อสื่อ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการวางสินค้า และ 3. กลุ่มนักวิชาชีพจากบริษัทเจ้าของสินค้า (รหัสในการรายงานผลการวิจัยแทนด้วย C) ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด เจ้าหน้าที่ฝ่ายสื่อสารตราสินค้า ซึ่งข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ถูกเก็บเป็นความลับเพื่อความสะดวกใจของผู้ให้สัมภาษณ์ในการให้ข้อมูลเชิงลึก

จากนั้นแล้วจึงสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักวิชาชีพดังกล่าว โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์นักวิชาชีพทั้ง 3 กลุ่ม จนเกิดการซ้ำของข้อมูลจนเพียงพอจึงหยุดทำการสัมภาษณ์ รวมทั้งสิ้นผู้ให้สัมภาษณ์มีจำนวน 16 คน ตามตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์

ละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศปี 2553	ตำแหน่งงานของนักวิชาชีพที่ให้สัมภาษณ์	รหัส
ก่อนบ่ายคลายเครียด เสง เสง เสง เป็นต้น เทวดาสารุ	ละครเรื่องที่ 1	
ผู้กองเจ้าเสน่ห์ มหาชนชาวแฟลต แฟคทอรีที่รัก	- นักเขียนบท	- A1
วงศ์คำเหลาเคอะซึ้ง ระเบิดเถิดเทิง ตลกหยดจาก	- Activation Manager	- B1
เนื้อคู่อย่ารู้ว่าใคร หมูเจ็ดเศียรสะระตี เฮฮาหน้าซอย	- Activation Manager	- B2
คู่รักปริศนาเกลียว คีทวันจูใจ บางรักซอยเก้า บ้านนี้มีรัก	- Senior Marketing Executives	- C1
นัดกับนัด รักล้น ๆ แก้วคนสี่คู่	ละครเรื่องที่ 2	
	- ผู้กำกับ	- A2
	- นักเขียนบท	- A3
	- Media Planner	- B3
	- Media Buyer	- B4
	- Strategic Marketing Supervisor	- C2
	- Marketing Executives	- C3
	ละครเรื่องที่ 3	
	- โปรดิวเซอร์	- A4

ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

ละคริทคอมที่ออกอากาศปี 2553	ตำแหน่งงานของนักวิชาชีพที่ให้สัมภาษณ์	รหัส
	- Account Executives	- A5
	- Co-Production	- A6
	- Senior Buying Manager	- B5
	- Branding Executives	- C4
	- Branding Executives	- C5

หมายเหตุ: A = บริษัทผู้ผลิตละคร B = บริษัทตัวแทนโฆษณา C = บริษัทเจ้าของสินค้า

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) โดยตั้งแนวคำถาม (Guideline Questions) ซึ่งแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจะใช้ในการสัมภาษณ์ที่มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เข้มงวดพอประมาณ และข้อคำถามในการสัมภาษณ์มีโครงสร้างแบบหลวม (มานพ คณะโต, 2550) การตั้งหัวข้อที่เป็นคำถามกว้าง ๆ จะเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถให้ข้อมูลได้อย่างเต็มที่และ ผู้วิจัยสามารถยืดหยุ่นในการสัมภาษณ์ประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจเพิ่มเติมได้ โดยผู้วิจัยทำการ ทบทวนงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องจริยธรรมและการวางสินค้าแล้ว จากนั้นจึงได้พัฒนา ข้อคำถามขึ้นมาแล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหา แล้วจึงนำมา ปรับแก้จนเรียบร้อยก่อนนำไปใช้จริง

โดยคำถามที่ใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

1. แนะนำชื่อ นามสกุล ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการทำงาน
2. เหตุผลที่บริษัทผู้ให้สัมภาษณ์เลือกใช้วิธีการวางสินค้าในละคริทคอม
3. อธิบายกระบวนการผลิตการวางสินค้าในละคริทคอม จากมุมมองตำแหน่งของ ผู้ให้สัมภาษณ์
4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนในเรื่องของนโยบาย รูปแบบ และวิธีการการวางสินค้า ในละครโทรทัศน์ประเภทชิทคอม
5. ความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อรูปแบบ และวิธีการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ ประเภท ชิทคอม

6. ทศนคติเชิงจริยธรรมในประเด็นของรูปแบบและวิธีการการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ประเภทชีวิตคอม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการวางสินค้า ระหว่างวันที่ 8 มีนาคม - 4 พฤษภาคม 2554 โดยผู้วิจัยได้ติดต่อกับนักวิชาชีพที่ได้ทำการคัดเลือกแล้วว่า รับผิดชอบในตราสินค้านี้แล้ว และมีประสบการณ์ในการทำงานด้านการวางสินค้ามาไม่น้อยกว่า 2 ปี เพื่อขอสัมภาษณ์และนัดหมายวัน เวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์ จากนั้นเมื่อถึงกำหนดนัดหมาย ผู้วิจัยจึงเดินทางไปสัมภาษณ์นักวิชาชีพที่สถานที่นัดหมาย ในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยทำการขออนุญาตบันทึกเสียง ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย พร้อมทั้งอธิบายว่าข้อมูลในการสัมภาษณ์จะถูกเก็บเป็นความลับและนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น โดยจะไม่มีกระบวนการชื่อ นามสกุล และชื่อบริษัทของผู้ให้สัมภาษณ์ จากนั้นผู้วิจัยได้นำเทปสัมภาษณ์มาถอดเป็นข้อความบทสัมภาษณ์ จากนั้นผู้วิจัยจึงส่งกลับไปให้นักวิชาชีพที่ให้สัมภาษณ์ตรวจสอบยืนยันความถูกต้องกลับผู้วิจัย เพื่อให้ผู้วิจัยจะได้ทำการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้ถอดบทสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นจริยธรรมในการวางสินค้าในละครชีวิตคอม และปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจวางสินค้าในละครชีวิตคอม ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ภายใต้วัตถุประสงค์และแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework): เพื่อใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การทบทวนเอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิจัย
2. การอ่านอักษรข้อความที่บันทึก (Text Reading) และจัดระบบข้อมูล (Data Organizing): ถอดเทปสัมภาษณ์ ทบทวน ตรวจสอบข้อมูลที่ได้อ่านและทำการสรุปข้อมูลเบื้องต้นโดยจำแนกให้เป็นหมวดหมู่ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
3. การจัดแสดงข้อมูล (Data Display) และลดขนาดข้อมูล (Data Reduction): เป็นการสร้างข้อสรุปชั่วคราวของข้อมูล โดยผู้วิจัยแสดงข้อมูล คำสัมภาษณ์บางส่วนมาแสดงเป็นหลักฐานประกอบในหมวดหรือกลุ่มข้อมูลที่จัดตั้งไว้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4. การสร้างบทสรุปของข้อมูล (Conclusion Drawing) ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

5. การสอบทานความจริง/ ความแม่นยำของข้อมูล (Verification): เพื่อยืนยันความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้วิธีการตรวจสอบดังนี้

5.1 ตรวจสอบความถูกต้องในข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยการจัดส่งข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปบทสัมภาษณ์ให้กับนักวิชาชีพที่ให้สัมภาษณ์ทุกท่านได้ตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้อง

5.2 ตรวจสอบความสอดคล้องในด้านเนื้อหาและความสัมพันธ์ของกระบวนการผลิตการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ประเภท sitcom จากบทสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม

5.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กับบทละครบางตอนที่แสดงถึงวิธีการวางสินค้าในละคร sitcom ดังกล่าว

6. อธิบายความหมายของข้อค้นพบ (Interpretation) โดยการวิเคราะห์การวิจัยทั้งหมด และสร้างบทสรุป จากนั้นทำการตรวจสอบยืนยันผลที่ได้จากการวิจัยกับแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่นำมาเป็นกรอบในการวิจัยนี้ว่ามีความแตกต่างหรือคล้ายคลึงกัน พร้อมทั้งเสนอข้อเสนอนะและแนวทางการศึกษาวิจัยในอนาคตเพื่อใช้ประยุกต์ต่อไป โดยการเขียนเชิงพรรณนา (Descriptive Writing)