บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง กระบวนการสร้างสรรค์กลยุทธ์การนำเสนอเพื่อการเปิดตัวสินค้าใหม่ ของบริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ จำกัด พ.ศ. 2535 - 2536 นี้ได้ใช้วิธีการวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งเน้นการมองปรากฏการณ์ให้เห็นภาพรวม โดยการมองจากหลายแง่มุม โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีที่มีความหลากหลายมากกว่าการยึดแนวิดอันใดอันหนึ่งเพียงแนวคิดเดียว(สุภางค์ จันทวานิช, 2533) และการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การสังเกตุแบบ เข้าร่วมปฏิบัติโดยอยู่ในฐานะของผู้ประสานงาน (Participant - As - Observer) ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลประกอบไปด้วย ข้อมูลประเภทเอกสารและข้อมูลประเภทบุคคลที่ได้จาการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่จะนำมาวิเคราะห์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะได้จากผู้ที่ทำหน้าที่ผู้บริหารงานลูกค้า เพราะเป็นผู้ทำรายงานและเก็บรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ในการติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้ากับบริษัท ซึ่งประกอบไปด้วย

1.1 เอกสารเกี่ยวกับรูปแบบและแนวทางการจัดงาน ซึ่งเป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอรูปแบบและแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการใช้สื่อต่างๆ ซึ่งในเอกสารนั้นจะประกอบไปด้วย กลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์กลยุทธ์ที่จะทำให้บรรลุ

ถึงเป้าหมาย แนวทาง แนวความคิด โปรแกรมงาน และ ภาพวาดแบบเวที (Perspective)

1.2 เอกสารรายงานการประชุม (Call report) ซึ่งเป็นเอกสารบันทึกการโต้ตอบระหว่างลูกค้าและบริษัทซี เอ็ม ออกาไนเซอร์

2. วิดีโอเทปบันทึกบรรยากาศงาน

วิดีโอเทปบันทึกบรรยากาศงาน เป็นวิดีโอเทปที่บริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์เป็นผู้ว่าจ้างให้บริษัทถ่ายทำวิดีโอเป็นผู้ถ่ายทำ และตัดต่อบรรยากาศตั้งแต่ เริ่มงานไปจนเสร็จสิ้นเป็นเทปยูเมติค 1 ม้วนและ วีเอชเอส 1 ม้วนจะจัดส่งให้กับลูกค้า และจะมีสำรองไว้ที่บริษัทเป็นเทปวีเอชเอส 1 ม้วน

ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกเทปบันทึกบรรยากาศงานเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา 3 เรื่องโดยอยู่ในช่วงระยะเวลาระหว่างเดือน มกราคม 2535 - มิถุนายน 2536และมีหลักเกณฑ์ว่าจะต้องเป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อแนะนำสินค้าใหม่ โดยมีผู้เข้าร่วมงาน 800 - 1000 คนขึ้นไปและมีงบประมาณในการจัดงานมากกว่า 1 ล้านบาท ซึ่งเทปบันทึกบรรยากาศงานที่ผู้วิจัยได้นำมาวิจัยในครั้งนี้ เป็นสินค้าประเภทรถยนต์ซึ่งได้กลายเป็นปัจจัยที่ 5 ของคนในกรุงเทพ ฯไปแล้วและเป็นรถยนต์ที่นำเข้ามาใหม่ล่าสุดโดยที่ยังไม่เคยวางตลาดมาก่อนในเมืองไทย และสินค้าอีกประเภทคือสินค้าด้านการสื่อสาร เป็นจานรับสัญญาณดาวเทียมซึ่งเป็นสินค้าประเภทเทคโนโลยี และสินค้าประเภทสุดท้ายคือ บุหรี่ ซึ่งเป็นสินค้าที่คนในสังคมให้การต่อต้าน

ผู้วิจัยเห็นว่ามีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกันคือต้องการเปิดตัวสินค้าใหม่ แต่มีกลุ่มเป้าหมายที่ไม่เหมือนกัน อีกทั้งมีความแตกต่างกันในประเภทของสินค้า และเป็นงานที่จัดขึ้นค่อนข้างยิ่งใหญ่กว่างานอื่น ๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน และใช้สื่อหลายประเภทด้วยกันซึ่งจะทำให้เห็นถึงกระบวนการสร้างสรรค์กลยุทธ์การนำเสนอได้อย่าง

ชัดเจน

เทปบันทึกบรรยากาศงานที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา ได้แก่

- การจัดงานแนะนำรถยนต์ SAAB ของบริษัท Auto technic จำกัด
- การจัดงานแนะนำจานดาวเทียม Agilis ของ C. S. international Electronics Co., ltd.
- การจัดงานแนะนำบุหรี่ Wave ของ International products co.,ltd.

3. บทความ หนังสือ วารสารและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

บทความ หนังสือ วารสาร และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการวิจัย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ผู้ทำหน้าที่เกี่ยวข้องในการกำหนดรูปแบบ และวิธีการต่าง ๆ ในการจัดงานเพื่อแนะนำสินค้าใหม่ของ บริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ อันได้แก่

นางสาวสมสนิท เอนกผลิน ดำรงตำแหน่ง Project Manager บริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ เป็นผู้ควบคุมงานแนะนำรถยนต์ SAAB, และบุหรี่ Wave

นายสาธิต ชัยมะโน อดีตอาจารย์ภาควิชาศิลปการละคร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ นักเขียนบทละคร ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง Project Manager บริษัทซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ เป็นผู้ดำเนินงานและควบคุมงานแนะนำจานดาวเทียมเอจิลิส

นางสาวอังคณา อิทธิชัยเจริญ ตำแหน่ง Account Supervisor บริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ เป็นผู้ประสานงานการจัดงานเปิดตัวบุหรี่ Wave, และรถยนต์ SAAB

นายพิเชษฐ ตุรงค์คินานนท์ ตำแหน่ง Designer บริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ เป็นผู้ออกแบบเวทีและการตกแต่งบรรยากาศงาน

นางสาวนุสรา มหุวรรณ ตำแหน่ง Production Coorperate บริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ เป็นผู้ประสานงานเกี่ยวกับงานด้านการผลิตในส่วนของภาคการแสดง และเป็นผู้จัดทำเสียงประกอบ (Sound Effect) เพลงประกอบบรรยากาศงาน และเสียงพิเศษต่าง ๆ เช่น Voice Over (เสียงพูดที่ได้ยินแต่เสียงแต่ไม่เห็นตัวคนพูด โดยมีวัตถุประสงค์เชิญแขกผู้มีเกียรติเข้าร่วมงาน, เป็นการเริ่มเปิดงาน, หรือเชิญท่านผู้มีเกียรติขึ้นบนเวที), Fanfare (เป็นเพลงยิ่งใหญ่เพื่อการประกาศรับรางวัล หรือเชิญท่านผู้มีเกียรติขึ้นบนเวที)

ซึ่งข้อมูลจากบุคคลเหล่านี้จะได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

<u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u>

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ ได้จำแนกออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ข้อมูลที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์กระบวนการสร้างสรรค์และกลยุทธ์ของการนำเสนอโดยมีกรอบในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

<u>1. การวิเคราะห์ลักษณะของการนำเสนอ</u>

เป็นการวิเคราะห์ด้านเอกสาร คือ เอกสารเพื่อการนำเสนอ (Proposal) เอกสารรายงานการประชุม (Call Report) ลักษณะวิธีการผลิตและการนำเสนอเพื่อหาข้อสรุป โดยมีประเด็นที่จะวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

- วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ
- แนวคิดในการจัดทำ
- รูปแบบและโครงสร้างของการนำเสนอ
- เนื้อหาของการนำเสนอ

2. การวิเคราะห์จากเทปบันทึกบรรยากาศงาน

เป็นการวิเคราะห์จากการดูเทปบันทึกบรรยากาศงาน เพื่อหาลักษณะของการดำเนินการเพื่อการนำเสนอ โดยดูจากเนื้อหาและกลยุทธ์ในการนำเสนอ

การนำเสนอข้อมูล

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอตามลำดับวิธีการดังนี้

1. ข้อมูลที่เกี่ยวกับกระบวนการนำเสนอ จัดในรูปแบบของการบรรยายและพรรณาเนื้อหา โดยอธิบายลักษณะเด่นและภาพรวมของแต่ละส่วน และหยิบยกเอาเนื้อหาบางส่วนมาเป็นตัวอย่างประกอบการอธิบาย

2. ข้อมูลที่เกี่ยวกับการสร้างสรรค์กลยุทธ์การใช้สื่อต่าง ๆ ในการนำเสนอจะจัดในรูปแบบของการบรรยาย และพรรณาเนื้อหา

การที่ผู้วิจัยเลือกระเบียบวิธีวิจัยเช่นนี้ เพราะเป็นวิธีที่เหมาะสมกับผู้วิจัยเองในฐานะที่ผู้วิจัยเคยทำงานอยู่ในบริษัทแห่งนี้มาก่อน จึงสามารถนำเอกสารรายงานการประชุม หรือเอกสารต่าง ๆ พร้อมเทปบันทึกบรรยากาศงานนำมาศึกษาวิจัยได้ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นความลับของบริษัทและเป็นข้อมูลทางการตลาดของลูกค้า และเนื่องจากผู้วิจัยเป็นส่วนหนึ่งในคณะทำงานด้วย จึงทราบถึงขั้นตอนของการจัดทำเอกสารและการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี ส่วนข้อดีของการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเช่นนี้คือสามารถทราบถึงขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการสร้างสรรค์กลยุทธ์การนำเสนอเพื่อการเปิดตัวสินค้าใหม่ได้เป็นอย่างดี