

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงระหว่างผู้ชมกับผู้ดำเนินรายการการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกหน่วยการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอขายสินค้าตรงในช่วงเวลาหลังเที่ยงคืน โดยใช้การวิเคราะห์จากตัวเนื้อหาประกอบกับการสัมภาษณ์

3.1 แหล่งข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

ได้แก่ เทปบันทึกรายการ จำนวน 4 รายการ ช่วงเวลาหลังเที่ยงคืน โดยเป็นรายการที่ดำเนินงานมาเป็นเวลา 8 ปี เนื่องจากสามารถพิจารณารายการที่มีการดำเนินงานในทิศทางที่แน่นอน ประกอบกับมีผู้ชมรายการประจำ ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเทปรายการ ไคเร็คทูยู, รายการ Innovations ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5, รายการ Response TV ทางสถานีโทรทัศน์ TITV และรายการ Quantum Television ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 นี้ ลงในรูปแบบดิจิทัล โดยทำการบันทึกตั้งแต่วันที่ 18 มกราคม – 7 มิถุนายน 2550 รวมจำนวนวันที่ออกอากาศทั้งสิ้น 10 เทปรายการ ช่วงเวลาหลังเที่ยงคืน ในระยะเวลา (30 นาที) ดังนี้

- ก. เครื่องบริหารหน้าท้อง (AB King Pro)
- ข. ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม (Velform Hair Grow)
- ค. เครื่องกำจัดหนูและแมลงสาบ (Pest Free)
- ง. เครื่องสั่นสะเทือน (Welness รุ่น LF 05A – 26)
- จ. ผ้ากระชับหน้าท้อง (Wrap Yourself into Shape)
- ฉ. น้ำยาขัดเคลือบสีรถ (Wizard)
- ช. สารเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องยนต์ X – 1 R
- ซ. เครื่องบริหารแบบทวิสท์ (Twist & Shape)
- ฅ. เครื่องคั้นน้ำเพื่อสุขภาพ (Nutri Drink Maker)
- ญ. หม้อตุ๋นดินเผาสีม่วง

โดยมีการหมุนเวียนออกอากาศทั้ง 4 สถานี 4 รายการ

- (1.1) รายการไดเรคทูลู
 - ทางสถานีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.หรือ Modernine TV ออกอากาศทุกวันตั้งนี้
 วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 03.00 - 03.30 น. และเวลา 04.00 - 04.30 น.
 วันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 03.00 - 03.30 น. และเวลา 04.00 - 04.30 น.
- (1.2) รายการ Innovations
 - ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ออกอากาศทุกวันตั้งนี้
 วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 03.00 - 04.50 น.
 วันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 03.00 - 04.50 น.
- (1.3) รายการ Response TV
 - ทางสถานีโทรทัศน์ TITV ออกอากาศทุกวัน
 เวลา 02.05 - 02.35 น. และเวลา 04.05 - 04.30 น.
- (1.4) รายการ Quantum Television
 - ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ออกอากาศทุกวันตั้งนี้
 วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 01.55 - 02.10 น. และ เวลา 04.35 - 05.00 น.
 วันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 01.40 - 02.05 น. และ เวลา 04.50 - 05.15 น.

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่

2.1 ผู้บริหารของบริษัทและผู้ผลิตในรายการ ซึ่งไม่ใช่บุคคลที่ออกอากาศทางทีวี แต่ดำเนินรายการร่วมกัน เพื่อเก็บข้อมูลให้ได้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น โดยมีทั้งสิ้น 6 ท่าน ดังต่อไปนี้

- 1) คุณทรงพล ชัญมาตรกิจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีวีไดเรค จำกัด
- 2) คุณอัจฉรา เทวฤทธิ์ รองผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ทีวีไดเรค จำกัด
- 3) คุณกุลธิดา เรืองวิทยานนท์ (ดูแลการผลิต) รายการ ไดเรคทูลู
- 4) คุณสุพิมนต์ ช้างพันธ์ (Co-Producer) รายการ Response TV
- 5) คุณนัฐสิริกา ไตรรัตน์วุฒิ รองผู้จัดการกลุ่มงานขายและการตลาดทางโทรทัศน์
- 6) คุณจรรยาวัชร อินทรประเสริฐ ฝ่ายการตลาด และผู้ช่วยเลขาประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีวีไดเรค จำกัด

2.2 ผู้ชมรายการประจำหรือแฟนรายการ คือ บุคคลที่ติดตามชมรายการเป็นประจำ โดยมีการติดตามชมรายการมาเป็นระยะเวลาเกินกว่า 1 ปีขึ้นไป ที่ซื้อสินค้าแล้ว จำนวน 25 คน ของบริษัท ทีวีไดเรค จำกัด จากสินค้าหนึ่งใน 10 สินค้าที่ทำการวิจัยนี้

1) นางกัลยรัตน์ ไกรทองสุข	ซื้อเครื่องสั่นสะเทือน
2) นางสุดา เต็มไทยมงคล	ซื้อเครื่องบริหารหน้าท้อง
3) นางคำนึ่ง แยมพิกุล	ซื้อเครื่องสั่นสะเทือน
4) นายสนิท จังมงคลกาล	ซื้อเครื่องบริหารหน้าท้อง
5) นางชนาภา กิ่งเทพ	ซื้อเครื่องบริหารหน้าท้อง
6) นายศรัณย์ เวชสุภาพร	ซื้อเครื่องสั่นสะเทือน
7) นางกฤษณา พงศ์บางลี่	ซื้อเครื่องบริหารหน้าท้อง
8) นายองอาจ สิงห์ลำพอง	ซื้อเครื่องบริหารหน้าท้อง
9) นางสาวพรฤดี เต็มไทยมงคล	ซื้อเครื่องบริหารหน้าท้อง
10) นายพงษ์เทพ เต็มไทยมงคล	ซื้อเครื่องบริหารหน้าท้อง
11) นางประภาภรณ์ สุพรรณสอง	ซื้อเครื่องบริหารหน้าท้อง
12) นายประเสริฐ รมรัตน์	ซื้อเครื่องบริหารทวิสต์
13) นางสาวฉมมน โสบุญ	ซื้อผ้ากระชับหน้าท้อง
14) นางกรวรรณ ควรแสง	ซื้อผ้ากระชับหน้าท้อง
15) นางกนกนันท์ นิมนวลงาม	ซื้อผ้ากระชับหน้าท้อง
16) นางกนกพรรณ โรฬาโรวรรณ	ซื้อผ้ากระชับหน้าท้อง
17) นางกฤษณา หวังเจริญ	ซื้อผ้ากระชับหน้าท้อง
18) นางจิตติมา คำแพงศรี	ซื้อผ้ากระชับหน้าท้อง
19) นางชมชนก สรงละออ	ซื้อผ้ากระชับหน้าท้อง
20) นายจตุรงค์ ไชติดำรง	ซื้อผ้ากระชับหน้าท้อง
21) นายสุทิน พานิช	ซื้อน้ำยาเคลือบสีรถ
22) นางกาญจนา เทียนทอง	ซื้อน้ำยาเคลือบสีรถ
23) นายกฤษณะ โฉบายะ	ซื้อน้ำยาเคลือบสีรถ
24) นายนเรศ เร็กประสมวงศ์	ซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม
25) นายคงสิน พรมรัตน์	ซื้อหม้อดินสีม่วง

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลประเภทวีดิทัศน์

1.1 ผู้วิจัยได้ลงบันทึกรายการผ่านทางสถานีโทรทัศน์ขณะรายการออกอากาศจริง คือ เก็บข้อมูลเทปรายการจากโทรทัศน์ ได้แก่ รายการ Innovations และรายการ Response TV ซึ่งมีเทปรายการให้บันทึกทุกวัน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า บางวันเทปรายการมีรายการถ่ายทอดสดฟุตบอลยูฟ่าแชมเปียนส์ลีกติดต่อกับทางบริษัท ทีวีไดเรค จำกัด โดยตรงด้วย

1.2 เทปรายการจากบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด คือ ติดต่อกับเทปบันทึกรายการต่างๆ ที่ไม่สามารถบันทึกได้ทางโทรทัศน์ เช่น รายการไดเรคทูยู และรายการ Quantum Television

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ในที่นี้คือ คุณทรงพล ชัญมาตรกิจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และคุณจรรยาภักษ์ อินทรประเสริฐ ฝ่ายการตลาด ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลประเภทบุคคลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In - Depth Interview) กับผู้เป็นเจ้าของบริษัท ทีวีไดเรค จำกัด หรือผู้ผลิตรายการ โดยเป็นการสัมภาษณ์ต่อหน้าในแบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2550 และเนื่องจากผู้วิจัยเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด บริษัท ธเนศพัฒนา จำกัด ซึ่งได้เคยนำสินค้าไปเสนอให้แก่บริษัท ทีวีไดเรค จำกัด ที่ผลิตรายการแนะนำสินค้าโดยตรงจึงสามารถนำเบอร์ติดต่อที่มีอยู่ในเอกสารของผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตรายการของบริษัท ทีวีไดเรค จำกัด มาทำการติดต่อสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ได้ และมีการติดต่อเกี่ยวกับสินค้าจากทางบริษัท ทีวีไดเรค จำกัด อย่างต่อเนื่อง ในการให้ข้อมูล รายละเอียดของสินค้าจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด

2.2 บุคคลที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับแหล่งข้อมูลหลัก ในที่นี้คือ

- คุณอัจฉรา เทวฤทธิ์ รองผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ทีวีไดเรค จำกัด สัมภาษณ์วันที่ 12 พฤศจิกายน 2550

- คุณกุลธิดา เรืองวิทยานนท์ (ดูแลการผลิต) รายการ ไดเรคทูยู สัมภาษณ์วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2551

- คุณสุพินมต์ ช้างพันธ์ (Co-Producer) รายการ Response TV สัมภาษณ์วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2551

- คุณนัฐสิฎา ไตรรัตน์วุฒิ รองผู้จัดการกลุ่มงานขายและการตลาดทางโทรทัศน์ สัมภาษณ์วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2551

ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลประเภทบุคคลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – Depth Interview) โดยติดต่อผ่านทางผู้ให้ข้อมูลหลักขอทำการสัมภาษณ์ที่งานร่วมด้วย โดยเป็นการสัมภาษณ์ต่อหน้าในแบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2551

2.3 ผู้ชมรายการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์ทั่วไป ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามจำนวน 50 ชุด สำหรับบุคคลทั่วไปที่ได้ชมรายการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์ทั้งซื้อและไม่ซื้อสินค้า เพื่อให้ทราบถึง ประเภทสินค้าโดยทั่วไปที่ผู้ชมรายการซื้อและไม่ซื้อ โดยไม่เจาะจงว่าเป็น 10 สินค้าที่ทำวิจัยของบริษัท ทีวีไดเรค จำกัด ตั้งแต่วันที่ 30 กรกฎาคม 2550

2.4 ผู้ชมรายการประจำหรือแฟนรายการ ผู้วิจัยได้ขอรายละเอียดจากทางบริษัท ทีวีไดเรค จำกัด มาเป็นกลุ่มจำนวน 25 คน เป็นบุคคลที่ซื้อสินค้าแล้ว ที่สามารถทำการศึกษาและติดต่อทางโทรศัพท์กลับไปเพื่อขอทำการสัมภาษณ์ ตั้งแต่วันที่ 5 สิงหาคม 2550

สำหรับการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มานั้น สำหรับเทปบันทึกรายการที่ได้ถอดเทปออกมานั้น จะทำการตรวจสอบกับผู้ผลิตรายการ ซึ่งอาจเป็นที่งานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตในแต่ละรายการนั้น และการตรวจสอบข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลประเภทบุคคล จะทำการตรวจสอบแบบ cross check โดยการตรวจสอบผู้ให้ข้อมูลหลักจะตรวจสอบกับบุคคลทั่วไป และแฟนรายการ

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์สาเหตุในการผลิตรายการนำเสนอขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์ของผู้ผลิตรายการ โดยการสัมภาษณ์จากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล และวิเคราะห์ถึงผู้ชมรายการว่ามีความสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงระหว่างผู้ชมกับผู้ดำเนินรายการได้หรือไม่ ได้แง่ใด และได้อย่างไร ในระหว่างนำเสนอการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์ ตลอดจนวิเคราะห์เนื้อหาเทปบันทึกรายการว่าผู้ดำเนินรายการมีลักษณะและ/หรือความน่าเชื่อถืออย่างไร รวมถึงกลยุทธ์การโน้มน้าวในระหว่างนำเสนอการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์ของผู้ดำเนินรายการ

3.4 การนำเสนอข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงระหว่างผู้ชมกับผู้ดำเนินรายการการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งหลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ จะนำมาเสนอในแต่ละบทดังนี้

บทที่ 4

นำเสนอเหตุผลเบื้องต้นในการนำเสนอจากฝ่ายผู้ผลิตรายการและวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ดำเนินรายการและกลยุทธ์การโน้มน้าวที่ใช้จากตัวรายการ

บทที่ 5

นำเสนอการวิเคราะห์รูปแบบรายการและวิธีการนำเสนอของรายการขายสินค้าตรงผ่านสื่อโทรทัศน์

บทที่ 6

นำเสนอปัจจัยที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงระหว่างผู้ชมกับผู้ดำเนินรายการ

บทที่ 7

ผู้วิจัยจะทำการสรุปและอภิปรายผล และข้อเสนอแนะที่จะสามารถนำไปเป็นแนวทางการศึกษาวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้องในอนาคต พร้อมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์บางประการที่ค้นพบขณะทำการวิจัย