

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์บทบาทของสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

#### รูปแบบของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำการวิเคราะห์ถึง บทบาทของสถาบันที่ทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลการโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์ ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค ของสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์ ตามความคิดเห็นของคณะกรรมการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมดูแลการโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลแบบผสมผสานกัน ในระหว่างข้อมูลประเภทเอกสารและข้อมูลประเภทบุคคล เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลหลาย ๆ ด้าน ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเที่ยงตรงที่สุด

#### แหล่งข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร แหล่งข้อมูลประเภทนี้จะถือเป็นแหล่งข้อมูลสนับสนุนซึ่งจะช่วยให้การศึกษาค้นคว้าเป็นไปในแนวทางที่ถูกต้องและทำให้ข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1.1 เอกสาร วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ อาทิเช่น บทความ บทวิจารณ์ รายงานประจำปี 1996 สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย

1.2 เอกสารของทางราชการ เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ระเบียบ คำสั่ง ประกาศ แนวการโฆษณา คำแนะนำในการยื่นขอโฆษณา คู่มือการควบคุมการโฆษณา ผลการดำเนินงาน จาก กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข จากฝ่ายประสานงานการปราบปราม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี จาก ฝ่ายตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ กรมประชาสัมพันธ์

1.3 ตัวอย่างชิ้นงานโฆษณาเครื่องตีผสมคาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม ทันสมัย ถูกต้องและหลากหลายมุมมองจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมดูแลการโฆษณาเครื่องตีผสมคาเฟอีน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกบุคคลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

2.1 ภก.ราณี สุมานันท์ อดีตผู้อำนวยการกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

2.2 ภก.พิทยา ปาณะโกษะ หัวหน้าฝ่ายกำหนดมาตรฐานการโฆษณา กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

2.3 นายนิโรธ เจริญประกอบ หัวหน้าฝ่ายประสานงานการปราบปราม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สังกัดสำนักงานนายกรัฐมนตรี

2.4 นางทิพย์เยาว์ จุลโกลบอล หัวหน้าฝ่ายตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ กรมประชาสัมพันธ์

2.5 นายประเสริฐ มัสซารี อดีตอุปนายกฝ่ายประสานงานภาครัฐบาล สมาคมการโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย

2.6 นายชลอ นาคอ่อน ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7

2.7 นายธนวัฒน์ ปุกหุด ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัท สปา แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

2.8 นายมนตรี สุขเสริมสังชัย และ นางสาวกรรณิกา ไพศาลนันท์ บริษัท เซนจูรี แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

2.9 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์ ยงยุทธ ขจรธรรม สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล และสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข

2.10 ดร.เสาวคนธ์ รัตนวิจิตรศิลป์ หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.11 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒนา วงษ์กระพันธ์ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งตามแหล่งข้อมูลเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้คือ

#### 1. ข้อมูลประเภทเอกสาร ประกอบด้วย

1.1 เอกสาร วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และบทวิจารณ์ นำมาแบ่งตามเนื้อหาว่าเป็นการวิจารณ์ภาพยนตร์โฆษณาหรือวิจารณ์การทำงานของสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน เพื่อใช้อ้างอิงกับข้อมูลประเภทบุคคล

1.2 เอกสารของทางราชการ เช่น กฎ ระเบียบ คำสั่ง ประกาศ คู่มือ การควบคุมการโฆษณา แนวการโฆษณา และคำแนะนำในการยื่นคำขอโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน จาก กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ กรมประชาสัมพันธ์

1.3 ตัวอย่างข้อความ ภาพร่าง/สตอรี่บอร์ด ที่ใช้ประกอบการพิจารณา ขออนุญาตโฆษณา

## 2. ข้อมูลประเภทบุคคล

2.1 สร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแนวคำถามจะมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละกลุ่มบุคคล จากแต่ละสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์

2.2 ติดต่อแจ้งความประสงค์และขออนุญาตนัดหมายล่วงหน้าเพื่อสัมภาษณ์ เจาะลึกแบบไม่เป็นทางการด้วยคำถามที่เตรียมไว้ล่วงหน้า โดยการจดบันทึกข้อมูลและการใช้เทปบันทึกเสียงเก็บรายละเอียดข้อมูล แล้วนำมาถอดเทปบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะอาศัยแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ซึ่งได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 เป็นกรอบในการศึกษาวิจัยดังนี้

1. วิเคราะห์บทบาทในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทางวิทยุ-โทรทัศน์ของสถาบันที่เกี่ยวข้องโดยทำการวิเคราะห์จากเอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนคณะกรรมการและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

2. วิเคราะห์หลักเกณฑ์การทำงาน และกระบวนการในการควบคุมโฆษณาที่ใช้เป็นแนวทางในการควบคุมการโฆษณาของสถาบันที่เกี่ยวข้องจากเอกสารและข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ของ ผู้แทน และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์

3. ศึกษาปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางในการแก้ไข โดยพิจารณาจากเอกสารและตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์

### การนำเสนอข้อมูล

เนื่องจากข้อมูลส่วนใหญ่ได้จากเอกสารและการสัมภาษณ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ประกาศที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์ ประกอบการวิเคราะห์บทบาทของสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ตลอดจนปัญหาอุปสรรคที่ควรได้รับการแก้ไขนั้นมืออย่างไรบ้าง ซึ่งสามารถได้ผลสรุปรวมที่เป็นคำตอบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้