

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์ตัวสารซึ่งในที่นี้คือ อาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverages) ว่าตัวสารดังกล่าวนี้ได้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร (The medium of communication) เพื่อนำไปสู่การสร้างสถานภาพของการแข่งขันในการบริการ ที่เน้นเรื่องคุณค่าในเชิงตรรกะวิทยาแบบต่าง ๆ ตามทฤษฎีการบริโภคของโบดริยาร์ด ได้จริงหรือไม่นั้น ผู้ทำการวิจัยจะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มาเป็นเครื่องมือในการทำวิจัยและทำการวิเคราะห์และเนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับธุรกิจสายการบินหลายสายและกลุ่มคนเป็นจำนวนมาก อีกทั้งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายของการวิจัยผู้ทำวิจัยจึงจะได้จำแนกรายละเอียดของแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล โดยแบ่งแหล่งข้อมูลได้ดังนี้

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล และแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการจัดการนำอาหารและเครื่องดื่มขึ้นมาใช้บริการบนเครื่องบิน โดยแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

กลุ่มแรก จะมีหน้าที่เป็น

- ผู้ที่ทำการวางแผน ดูแล และบริหารงานการจัดอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งเหล้าและ wine จากสถานีต่างๆ
- ควบคุมคุณภาพ ปริมาณ และการจัดเตรียมการส่งอาหารและเครื่องดื่มขึ้นเครื่องบิน
- ควบคุม ดูแลเกี่ยวกับการคิดรายการอาหาร (Menu)ที่จะใช้บริการในชั้นต่างๆ และจัดพิมพ์ Menu เพื่อใช้แจกจ่ายให้ผู้โดยสาร

ซึ่งผู้ที่จะเป็นแหล่งข้อมูลกลุ่มแรก ในการให้ข้อมูลสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่

1.1 คุณ สาธก วรสระริน ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารงานอุปโภคบริโภคบนเครื่องบิน (QY) ของ บริษัทการบินไทย (มหาชน) จำกัด เป็นผู้วางแผน กำหนดนโยบาย การบริหารงานการบริการบนเครื่องบิน เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่มที่จะคอยเฝ้าสังเกตความต้องการของเจ้าของบ้าน (ลูกค้า) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่มให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ต้องวางแผน จัดเมนูอาหาร โดยเลือกสรรวัตถุดิบหรือเลือกใช้ของที่ดีที่สุด หรือมี Brand name ที่รู้จักกันเป็นสากล

1.2 คุณวัชรีย์ แสงโสมทรัพย์ ผู้จัดการกองจัดการและควบคุมเครื่องอุปโภคบริโภคบนเครื่องบิน (QJ) บริษัทการบินไทย (มหาชน) จำกัด เปรียบเสมือนหัวหน้าห้องอาหารที่ดูแลห้องอาหารทั้งหมด (ทุกเที่ยวบิน) คิดเมนูหรือรายการอาหาร กำหนดคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่จะนำไปให้บริการบนเครื่องบินโดยอยู่ภายใต้นโยบายของคุณสาธก

1.3 Mr. Stephan di Gallo Vice President in-flight at AMP(Swissair/Sabena) Representative ของ Swissair ผู้กำหนดทิศทางและนโยบาย การบริหารงานการบริการบนเครื่องบินเช่นเดียวกับคุณสาธก ผู้ทำวิจัยติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์โดยทางครัว Gate Gourmet และเคยเดินทางไปพบที่ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ด้วยตนเองแต่ก็คลาดกันทำให้ต้องทำการสัมภาษณ์กันทางโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศและใช้ e-mail

1.4 Representative ของ United Airlines ปกติจะมีตำแหน่งระดับผู้จัดการกองหรือ Department Manger ขึ้นไป จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนของสายการบินในการวางแผนรายการอาหารที่จะนำขึ้นบริการในเที่ยวบินต่าง ๆ ตามนโยบายของบริษัทของตน โดยจะเดินทางมาตรวจเช็คและประเมินผลกับทางครัวของสายการบินที่ตนเป็นลูกค้าอยู่เป็นระยะ ๆ ผู้ทำวิจัยได้ทำการนัดพบโดยผ่านทางครัว Gate Gourmet Thailand แต่ไม่สามารถหาเวลาตรงกันเพื่อการสัมภาษณ์เป็นการส่วนตัว จึงใช้วิธีฝากเป็นคำถาม(Questionnaires) เอาไว้ให้ตอบกลับมา

กลุ่มที่สอง ได้แก่ ผู้ที่นำเอาแผนงานหรือรายการของอาหารและเครื่องดื่มที่กลุ่มแรกได้ทำการคิด (Design) หรือได้วางแผน (Plan) เอาไว้ มาปฏิบัติหรือผลิตให้ได้ตามที่ได้ตกลงกันไว้ ซึ่งก็จะได้แก่ ครัวของสายการบิน (Flight Kitchen) ต่างๆ นั่นเอง

2.1 คุณ นิคม ระเบียบัน ผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายโภชนาการ (CZ) ซึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแล ครัวของ การบินไทย เปรียบเสมือนพ่อครัวใหญ่ที่จะเป็นผู้ไปจ่ายกับข้าวมาเพื่อปรุงอาหารเลิศรสตามที่ระบุไว้ในรายการอาหาร เป็น Key Informant คนสำคัญเพราะข้อมูลส่วนใหญ่ของงานวิจัยชิ้นนี้จะมา จากครัวของการบินไทย และ ผู้ทำวิจัยสามารถทำ Snow Ball เพื่อให้ได้ข้อมูล

มากขึ้นโดยจากการที่คุณนิคมสามารถแนะนำ Chef ของครัวต่าง ๆ ทั้งครัวไทยและครัวฝรั่ง รวมถึงตัวแทนลูกค้าของสายการบินต่าง ๆ (Airline Representatives) ผู้ที่มีหน้าที่เช่นเดียวกับคุณ วัชรผู้เปรียบเสมือนหัวหน้าห้องอาหารนั่นเอง

2.2 Mr. Odd Engebretsen Division President of Gate Gourmet Asia & Pacific Region ผู้ควบคุมดูแลครัว Gate Gourmet โดยมีลูกค้าเป็นสายการบินชั้นนำของโลกมากกว่า 200 สายการบิน โดยมีเจ้าของคือสายการบิน Swiss Air และหนึ่งในลูกค้าสำคัญก็คือ United Airlines ซึ่งเป็นอีก 2 สายการบินที่ผู้ทำวิจัยเลือกทำการวิจัย ดังนั้น Mr. Odd จึงเป็น Key Informant ที่สำคัญมากอีกท่านหนึ่ง เช่นเดียวกับคุณนิคม ระวิวัฒน์ ที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มที่สาม บุคคลในวงการสายการบิน ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารเครื่องบิน และผู้ที่อยู่ในแวดวงสื่อสารมวลชน ที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่

3.1 คุณ สามารถ เกิดผล อดีตผู้อำนวยการฝ่ายบริหารงานอุปกคบนเครื่องบิน (QY) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายบริหารพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (QV) บริษัทการบินไทย เป็นผู้บังคับบัญชาโดยตรงที่มีความรู้ทางด้านอาหารและเครื่องบินเป็นอย่างดี และยินดีให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ทำวิจัยอย่างเต็มที่เมื่อรู้ว่าผู้ทำวิจัยทำการวิจัยในหัวข้อนี้ พร้อมทั้งได้ให้คำแนะนำและข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์กับงานวิจัย รวมถึงแนะนำ Key Informant ที่สำคัญ ๆ ให้ผู้ทำวิจัยได้รู้จักและฝากฝังบุคคลเหล่านั้นให้ช่วยเหลือผู้ทำวิจัยอีกด้วย ผู้ทำวิจัยสามารถที่จะหาข้อมูลในทางลึกและความคิดเห็น, ประสบการณ์ได้จากบุคคลท่านนี้

3.2 อาจารย์ ประดิษฐ์ คุรุวัฒนา สถาบันอาหารมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่อง Wine เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นผู้บรรยายพิเศษเรื่อง Wine ให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย

3.3 ม.ล. ศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ หรือ คุณหมึกแดง ที่ปรึกษาด้านการบริการบนเครื่องบินของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) กรรมการผู้จัดการบริษัท ถนัดศรี แอนด์ ซัน คอนซัลติ้ง จำกัด ผู้เชี่ยวชาญเรื่องอาหารและเครื่องบินที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ รวมทั้งเจ้าของรายการทางโทรทัศน์และอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับอาหารและเครื่องบิน เป็นผู้บรรยายเรื่องอาหารและเครื่องบินให้กับหน่วยงานฝ่ายฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ผู้ทำวิจัยเป็นครูฝึกอบรม คุณหมึกแดงได้ให้ข้อมูลและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยเป็นอย่างมาก

3.4 คุณสมโภชน์ สุขโรจน์ย์ (Hot & Cold Product Division Manager) พ่อครัวของ ฝ่ายโภชนาการบริษัทการบินไทย (CZ) ผู้ได้รับรางวัลที่หนึ่งของ Meilleur Plat Chaud Viande ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ผู้สร้างสรรรายการอาหารใหม่ ๆ ให้กับสายการบินไทย

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

ผู้วิจัยเป็นผู้ที่สนใจเกี่ยวกับเรื่องอาหารและเครื่องดื่มาตลอดเวลาที่เป็นพนักงานของบริษัทการบินไทยและได้เก็บรวบรวมหนังสือ สมุดภาพ พจนานุกรมเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม แผ่น Laser Disc ที่เกี่ยวกับอาหารเครื่องดื่มของชาติต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก รวมถึงเอกสารและตำราของบริษัท อีกทั้งเอกสารที่ได้รับแจกเมื่อได้มีโอกาสไปเข้า Courses ในวาระต่าง ๆ และผู้ทำวิจัยได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมจากบทความหนังสือ งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ต่าง ๆ ทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องละเอียดลึกซึ้งมากขึ้น

ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยไม่จำเป็นต้องตามไปศึกษาตามสายการบินต่าง ๆ เพราะว่าแต่ละสายการบินจะใช้บริการของครัวสายการบิน (Flight Kitchen) ที่มีชื่อเสียง ซึ่งครัวสายการบินเหล่านี้จะจัดเตรียมอาหารเครื่องดื่มทุกประเภทที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะเลือกครัวของสายการบินไทย (Thai Catering Service) ซึ่งมีลูกค้าเป็นสายการบินชั้นนำของโลกมากกว่า 47 บริษัท และ Gate Gourmet Thailand ครัวชั้นนำอีกแห่งหนึ่งของโลก เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญและเลือกที่จะศึกษาเปรียบเทียบสายการบินที่มีชื่อเสียงในระดับ 1 ใน 10 ของสายการบินชั้นนำของโลก 3 สายการบิน ได้แก่ สายการบินไทย (Thai Airways International Public Company.), สายการบินสวิสแอร์ (Swiss Air), สายการบิน ยูไนเต็ดแอร์ไลน์ (United Airlines) โดยจะศึกษาเจาะจงไปยังอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บริการในชั้นหนึ่ง (First Class) และชั้นธุรกิจ (Business Class ของแต่ละสายการบินเท่านั้น เพื่อให้เห็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างได้อย่างชัดเจนมากขึ้น.

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล จะแบ่งตามประเภทของแหล่งข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้

1. ข้อมูลประเภทบุคคล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth – Interview) โดยที่ผู้วิจัยได้ใช้ความสนิทสนมส่วนตัวขอทำการสัมภาษณ์ด้วยตัวเอง และบันทึกเทปไว้เป็นหลักฐาน โดยทำการแกะเทปวันต่อวันเพื่อกันไม่ให้หลงลืมข้อมูลหรือคำถาม ส่วนวิธีการสัมภาษณ์ เนื่องจากหัวข้อที่ทำการวิจัยเป็นเรื่องของการวิเคราะห์สัญญา และการสื่อความหมายทางสัญญา ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากแก่คนโดยทั่วไปที่จะทำความเข้าใจ ผู้วิจัยจึงได้ส่งบทคัดย่อที่เป็นบทนำและความสำคัญของปัญหา ไปให้กับแหล่งข้อมูลบุคคลเหล่านี้เป็นการล่วงหน้าเพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้นทำให้ง่ายมากขึ้นในการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยจะตั้งคำถามไปก่อนล่วงหน้า และมีการถามเพิ่มเติมจากคำถามที่ตั้งไปถ้าคำตอบที่ได้มายังไม่ชัดเจน และในกรณีที่ผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นชาวต่างประเทศ ผู้วิจัยได้เตรียมสรุปบทนำและความสำคัญของปัญหาเป็นภาษาอังกฤษ และตั้งคำถามเป็นภาษาอังกฤษจะได้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เพื่อความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อมูลที่จะนำมาศึกษา (ตัวอย่างของคำถามที่เป็นภาษาอังกฤษจะอยู่ในส่วนภาคผนวก) ข้ออุปสรรคที่เกิดขึ้นก็คือ เงื่อนไขของเวลาทั้งของผู้ทำวิจัย และ Key Informant ที่อาจจะไม่ตรงกัน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วผู้ทำวิจัยก็แก้ปัญหาด้วยการใช้ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-mail ในการติดต่อสื่อสารซึ่งก็ได้ผลดีและทำให้ได้รับข้อมูลจากที่ต่าง ๆ ได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2. ข้อมูลประเภทเอกสาร

นอกเหนือจากเอกสารที่ผู้ทำวิจัยได้เก็บรวบรวม โดยการจัดแยกประเภทอาหาร และเครื่องดื่มให้แยกจากกัน ด้วยวิธีแบ่งประเภทของอาหารเป็น Course ต่าง ๆ ตามหลักการแยกเป็นหน่วยย่อย ๆ เช่น Entrée /First Course, Main Course ฯลฯ ส่วนเครื่องดื่มก็จะแยกย่อยเป็นพวกที่ไม่มี Alcohol กับพวกที่มี Alcohol ซึ่งพวกที่มี Alcohol ยังแยกย่อยออกเป็นพวกที่เป็นเหล้ากลั่น (Distilled) กับพวกที่เป็นเหล้าหมัก (Fermentation) อีกต่างหากแล้วนั้น ภาพถ่ายก็มีความจำเป็นอย่างมากในการนำเสนอข้อมูล เพราะจะทำให้เกิดความเข้าใจในสัญญาที่ซ่อนเร้นอยู่ในอาหารและเครื่องดื่มที่นำมาบริการบนเครื่องบิน และ เห็นภาพพจน์หรือความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมการบริโภคแบบต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ผู้วิจัยได้ใช้กล้อง Digital เก็บภาพของอาหารเครื่องดื่มในที่ต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบการวิจัย และเพื่อให้ง่ายกับการทำงานร่วมกับเครื่อง Computer และนอกจากนั้นผู้ทำวิจัยยังได้รับภาพถ่ายของอาหารและเครื่องดื่มที่เกี่ยวข้องจากครัวการบินทั้ง 2 อีกด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจกงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ต้องการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ (Content Analysis) ซึ่งในที่นี้ก็คือ อาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บริการบนเครื่องบินของสายการบินของสายการบินชั้นนำของโลก จึงต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องของอาหารและเครื่องดื่ม อีกทั้งบุคคลที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย ผู้ทำวิจัยจึงได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1) การวิเคราะห์ไปที่กลวิธีการเลือกสรรอาหารและเครื่องดื่มรวมทั้งรูปแบบการนำเสนอ (Presentation) ที่จะทำให้เกิดความหมายเชิงคุณค่าทางสัญลักษณ์ และการให้สถานภาพของการแข่งขันในงานบริการ ว่าอาหารและเครื่องดื่มดังกล่าวทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจและประทับใจได้อย่างไร ซึ่งยังแยกได้อีก 2 ประเด็น กล่าวคือ อาหารและเครื่องดื่มดังกล่าวสามารถสร้างสถานภาพได้ด้วยตัวของมันเอง คืออาจจะเป็นสถานภาพที่ติดตัวมา (Ascribed Status) หรือสถานภาพที่ได้มาภายหลัง (Achieved Status) โดยจะจัดทำตารางเปรียบเทียบและวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน ได้แก่

1.1 วิเคราะห์ในส่วนของอาหาร ว่าอาหารที่เลือกสรรมานั้นมีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์หรือไม่อย่างไร และวิธีการนำเสนอ (Presentation) สามารถที่จะสื่อไปถึงการสร้างสถานภาพในการแข่งขัน ด้วยได้อย่างไร โดยการทำการตารางเปรียบเทียบ ซึ่งจะแยกอาหารออกเป็นหมวดหมู่ โดยอาหารที่คัดเลือกมาในแต่ละหมวดหมู่จะเป็นไปตาม แผนการจัดเตรียมรายการอาหาร (Menu Loading Plan) ของแต่ละสายการบิน ที่คิดว่าสามารถให้สถานภาพของการแข่งขันในงานบริการอย่างเด่นชัด ขึ้นมาทำการวิเคราะห์เพื่อให้ง่ายในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจ และเพื่อให้เห็นว่าอาหารที่นำขึ้นมารับบริการบนเครื่องบิน นั้นแสดงสถานภาพของการแข่งขันในงานบริการได้อย่างไร ผู้ทำวิจัยจึงจะให้ทฤษฎีสัญลักษณ์วิทยา (Semiology) และแนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (The Consumption of Sign) มาใช้ในการวิเคราะห์

1.2 วิเคราะห์ในส่วนของเครื่องดื่ม ก็จะแยกเครื่องดื่มออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทที่มี Alcohol เป็นส่วนประกอบ และเครื่องดื่ม Non - Alcohol ต่าง ๆ โดยเป็นไปตามLiquor Loading Plan ของแต่ละสายการบินที่ได้เลือกมาเปรียบเทียบว่ามีคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์ ที่จะทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจและเกิดความรู้สึกว่าตนเองมี Class มีรสนิยมขึ้นมา อันจะเป็นสิ่งทำให้เกิดสถานภาพของการแข่งขันในงานบริการขึ้น โดยจะใช้ทฤษฎีและแนวคิดเช่นเดียวกับในส่วนแรก มาใช้ในการวิเคราะห์

โดยทั้ง 2 ส่วนดังกล่าว ผู้ทำวิจัยได้ทำการเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นถึงสถานการณ์การแข่งขันว่าสร้างขึ้นมาได้อย่างไรในงานบริการ และวัตถุประสงค์การแข่งขันดังกล่าวที่มีเพื่อจะแสดงให้เห็นถึงความเป็นสุดยอดในการบริการจะบรรลุสถานการณ์ได้อย่างไรนั้น ก็โดยการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ จากการ Vote ของนิตยสารที่มีชื่อเสียง และจากองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบินที่ได้จัดอันดับเอาไว้ และรวมถึงวิธีการนำเสนอ (Presentation) ด้วย

2) การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวบุคคล

ดังที่กล่าวในข้างต้นมาแล้วว่า งานวิจัยชิ้นนี้เกี่ยวข้องกับบุคคลเป็นจำนวนมาก และผู้ทำวิจัยเลือกขึ้นมาเป็น Key Informant ก็เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเชี่ยวชาญในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มรวมทั้ง Airline Business เป็นอย่างดี ซึ่งทำให้ผู้ทำวิจัยได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้

การนำเสนอข้อมูล

การนำอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverages) มาเป็นตัวแปรในการศึกษาเรื่องการสร้างสถานการณ์ในงานบริการนั้น จะต้องวิเคราะห์ไปที่ตัวอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกเลือกสรรมาโดยสายการบินต่าง ๆ เหล่านั้นว่า สามารถที่จะทำหน้าที่เป็นสื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการได้เห็นหรือชี้ให้เห็นถึงสัญลักษณ์ที่ซ่อนอยู่ สัญลักษณ์ที่สามารถบ่งชี้ถึงความหรูหรา (Luxury) ความมีชื่อเสียง (Brand name) ความทันสมัย หรือมีความ Classic มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากน้อยเพียงใด ของอาหารและเครื่องดื่มดังกล่าว และสัญลักษณ์ที่มีอยู่ในอาหารและเครื่องดื่มนั้น จะสามารถบ่งบอกถึงวัฒนธรรมการบริโภค (ความเป็นชาตินิยม) ของประเทศเจ้าของสายการบิน หรือประเทศที่เป็นจุดเริ่มต้นการเดินทางและประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางได้อย่างไร ซึ่งการสื่อสารจากที่หนึ่ง(วัฒนธรรมหนึ่ง) ไปสู่อีกที่หนึ่ง(วัฒนธรรมอื่น ๆ) โดยจะมีอาหารและเครื่องดื่มที่ได้เลือกสรรมานั้นเป็นตัวชี้แนะ จะนำไปถึงการสร้างสถานการณ์การแข่งขันกันในการบริการระหว่างสายการบินต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน

เพื่อที่จะชี้ให้เห็นว่า ตัวสื่อ(Medium) ถูกนำมาใช้ในการสร้างสถานการณ์การแข่งขันในงานบริการ ได้อย่างไรนั้น จำเป็นเองที่ผู้วิจัยจะต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องควบคู่กันไปด้วย ซึ่งได้แก่

1. ปัจจัยในเรื่องความแตกต่างกันในเรื่องของเวลา (Differences in Local Time) เป็นที่ทราบกันดีว่าประเทศที่ตั้งอยู่ในทวีปต่าง ๆ บนโลกของเรานี้จะมีเวลาที่แตกต่างกันเป็น

เพราะดวงอาทิตย์ขึ้นไม่พร้อมกัน ดังนั้น เพื่อให้รู้ว่าประเทศใดใช้เวลาอะไรจึงมีการกำหนดเส้นสมมติขึ้นมาเพื่อแบ่งเขตของเวลา โดยแบ่งได้ออกเป็น ± 12 Time Zone โดยมีเส้นแบ่งเวลาที่เรียกว่า International Date Line ซึ่งตั้งอยู่บนเส้นของโซนที่ 12 พอดี และจะอยู่ตรงข้ามกับเส้นที่ "0" หรือเส้นที่เรียกว่า Greenwich Mean Time ซึ่งจะทำให้เวลาของแต่ละประเทศนั้นไม่เท่ากัน เป็นผลให้สายการบินต่าง ๆ ต้องคำนึงถึงมือของอาหารที่จะทำการบริการให้กับผู้โดยสารด้วยว่าเหมาะสมและตรงกับเวลาในขณะนั้นหรือไม่ (Serving right meal at the right time) โดยกำหนดเวลาที่จะบริการอาหารจะขึ้นอยู่กับประเภทของอาหาร และชั่วโมงที่จะรับประทานอาหารหลักตามวัฒนธรรมของชาวตะวันตกที่ใช้กันแพร่หลายทั่วไป ดังนี้คือ

การกำหนดช่วงเวลาของมื้ออาหารหลัก ๆ (Main Meal Hours, Types of Meal)

อาหารเช้า (Breakfast) รวมถึง Continental และ morning coffee	ไม่ควรเกิน 0900 น.
อาหารกึ่งเช้า (Brunch)	ระหว่าง 09.00 น. – 10.00 น.
อาหารกลางวัน(Lunch)	ระหว่าง 11.00 น. – 14.00 น.
มือน้ำชา (Afternoon tea) หรือ (Afternoon buffet)	ระหว่าง 14.00น. – 17.00น.
อาหารเย็น (Dinner)	ระหว่าง 17.00 น. – 19.00 น.
อาหารค่ำ (Supper)	หลัง 20.00 น.
อาหารว่าง(Light meal) Sandwiches	จะนำมาบริการเมื่อมีข้อจำกัดในเรื่องเวลาบิน หรือในกรณีชั่วโมงทำการบินยาวนานและผู้โดยสารเกิดหิวขึ้นมา

2. ปัจจัยในเรื่องของชั่วโมงบิน (Flying Time) เป็นปัจจัยหลักที่มีความสำคัญในการที่ผู้ที่มีหน้าที่ในการจัดหรือวางแผนรายการอาหารจะต้องคำนึงมากที่สุด เพราะการบริการอาหารและเครื่องดื่มในมือใหญ่สำคัญ ๆ เช่น Lunch หรือ Dinner ในชั้น First หรือ Business Class จะต้องกินเวลาในการบริการตามขั้นตอนไม่น้อยกว่า 2 – 3 ชั่วโมงเลยทีเดียว เพราะเหตุที่ว่าลำดับของมื้ออาหารของอาหารแต่ละมื้อมีมากน้อยไม่เท่ากัน โดยสามารถที่จะแยกออกโดยใช้หลักการแยกแยะหน่วยย่อยต่าง ๆ ก็จะทำให้เห็นได้ดังนี้

- อาหารเช้า (Breakfast) จะประกอบด้วย :-

อาหารชุดแรก (First Course) ซึ่งได้แก่ น้ำผลไม้ต่าง ๆ /ผลไม้สด/ Yoghurt/ Conflake/ Muesli/ Croissant/ Rolls/ Jam/ Honey

อาหารจานหลัก (Main Course) ได้แก่ ไข่ที่นำมาประกอบเป็นอาหารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Omelet/ Scrambled Egg รวมทั้งไส้กรอก แฮม ฯลฯ

- อาหารกลางวัน (Lunch) และอาหารเย็น (Dinner) จะมีลำดับมื้ออาหาร ดังนี้คือ
 - ของขบเคี้ยว (Snack) พร้อมเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ
 - กับแกล้ม (Hot Snack or Hot Savoury) รับประทานกับเครื่องดื่มหรือ Cocktail
 - อาหารชุดแรก (First Course) เช่น เนื้อเย็นแบบต่าง ๆ / Caviar เป็นต้น
 - ซूप หรือ สลัด (Soup or Salad)
 - อาหารจานหลัก (Main Course)
 - เนยแข็ง/ผลไม้ (Cheese & Fruits)
 - ขนมหวาน (Dessert) หรือ ไอศกรีม (Ice Cream)

ดังนั้นจะเห็นว่าถ้าจะได้รับการกินให้สมควรภาคภูมิ ครบถ้วนทุกขั้นตอน ก็ต้องเลือกที่จะเดินทางในเที่ยวบินที่มีเส้นทางการบินค่อนข้างยาวเกินกว่า 5 ชั่วโมงขึ้นไป เช่น เที่ยวบินไปประเทศญี่ปุ่น (6 ชม.) เที่ยวบินไปประเทศทางแถบทวีปยุโรป (12 ชม.) หรือเที่ยวบินที่เดินทางข้ามเส้นแบ่งเวลาอย่างไปทวีปอเมริกา (16-18 ชม.) เป็นต้น ส่วนมื้ออาหารอื่น ๆ จะมีลำดับมื้ออาหารมากน้อยแตกต่างกันไปตามความจำกัดในเรื่องของเวลาตามที่กล่าวมา ยกตัวอย่างเช่น ในมื้ออาหารค่ำ (Supper) ถ้าสายการบินต้องการให้ผู้โดยสารได้พักผ่อนโดยเร็วในเที่ยวบินดังกล่าวจะตัดขั้นตอนหรือลำดับของมื้ออาหารบางตอนออกไปก็ได้

3. ปัจจัยความพร้อมของผู้รับบริการในการบริโภคอาหารมื้อต่าง ๆ (Passengers' ability to finish the meal) ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการในมื้ออาหารหลัก ๆ แต่ละมื้อจะต้องใช้เวลาไม่น้อยกว่า 2 - 3 ชั่วโมง (ในชั้นหนึ่ง หรือ ชั้นธุรกิจ) ถ้าชั่วโมงบินสั้นการบริการยังไม่สิ้นสุด ผู้โดยสารยังทานไม่เสร็จอาจจะไปเป็นการเร่งผู้โดยสารได้ หรือว่าเป็นเที่ยวบินที่ออกตอนกลางคืน หรือหลังเที่ยงคืนไปแล้ว ผู้โดยสารต้องการนอนมากกว่าที่จะรับประทานอาหาร ดังนั้นผู้ที่มีหน้าที่ในการวางแผนออกรายการอาหาร (Menu) จะต้องจัดรายการอาหารในช่วงเวลาดังกล่าวให้เหมาะสม

ผู้วิจัยจึงได้ใช้การนำเสนอที่เน้นการเปรียบเทียบ (Maximized Comparisons) เพื่อช่วยให้การอธิบายและตีความหมายในการศึกษาเชิงคุณภาพมีความชัดเจนเที่ยงตรงน่าเชื่อถือมากขึ้น และเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการนำเสนอในเรื่องของสัญญาณที่อาจซ่อนเร้นอยู่ ผู้ทำวิจัยได้แยกอาหารออกไปเป็นหมวดหมู่ตามแผนการจัดเตรียมรายการอาหาร (Menu Loading Plan)

ของแต่ละสายการบิน ในเส้นทางที่ได้กำหนดไว้ตั้งแต่ต้น ซึ่งก็จะมีบางเส้นทางที่สายการบินที่คัดเลือกมาไม่ได้เปิดเส้นทางบิน ทำให้ผู้ทำวิจัยต้องเลือกเที่ยวบินที่ใกล้เคียงว่าเที่ยวบินนั้น ๆ ได้เดินทางออกหรือเข้าไปในทิศทาง หรือมีจุดหมายปลายทางเดียวกัน และการเลือกดังกล่าว อาจทำให้มีอาหารที่นำมาเปรียบเทียบไม่ตรงกัน เป็นเพราะเวลาที่ออกเดินทางเป็นคนละเวลา กัน ซึ่งก็ไม่ทำให้มีผลต่อการเปรียบเทียบแต่อย่างใด กลับทำให้มีข้อแตกต่างกันอย่างหลากหลายมากยิ่งขึ้น

ในส่วนของเครื่องบินซึ่งตามปกติสายการบินต่าง ๆ จะนำเครื่องบินที่ได้คัดเลือกมาแล้วขึ้นมารับบริการในทุก ๆ เที่ยวบินทุก ๆ เส้นทางเหมือนกันหมด ยกเว้นจะมีพิเศษขึ้นมาจากบางสถานี เพื่อให้ผู้โดยสารได้มีโอกาสสัมผัสเครื่องบินที่มีชื่อเสียงของประเทศนั้น ๆ ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องระบุเส้นทางหรือเที่ยวบินแต่อย่างใด จากนั้นก็ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ ซึ่งในที่นี้ก็คืออาหาร และเครื่องบินที่ใช้บริการบนสายการบินชั้นนำของโลก โดยการที่ผู้ทำวิจัยได้สร้างตารางเปรียบเทียบอาหารและเครื่องบินของแต่ละสายการบินขึ้นมา ในบทที่ 4 จะเป็นตารางอาหารและเครื่องบินของสายการบินไทย บทที่ 5 จะเป็นของสายการบินสวิสแอร์ และตารางอาหารและเครื่องบินของสายการบินยูไนเต็ดแอร์ไลน์จะอยู่ในบทที่ 6 ซึ่งจะดึงเอาแต่เฉพาะอาหารและเครื่องบินจากเมนูรายการอาหารที่คิดว่าสามารถแสดงคุณค่าทางสัญญา โดยตารางดังกล่าวก็ได้ใส่คำอธิบายของความหมายเชิงคุณค่าทางสัญญาและสถานภาพของอาหารที่สามารถสร้างสถานภาพการแข่งขันในงานบริการเอาไว้พอสมควร และนอกจากนี้ผู้ทำวิจัยยังได้เพิ่มเติมคำอธิบายวิธีการคัดเลือกและการนำมาบริการให้เกิดคุณค่าทางสัญญาในงานบริการ เอาไว้ในแต่ละบทอีกด้วย ส่วนวิธีการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร (Presentation) พร้อมทั้งสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ จะอยู่ในบทที่ 7 คำอธิบายและรายละเอียดต่าง ๆ เพิ่มเติมของอาหารและเครื่องบินที่นำมาวิเคราะห์ในบทที่ 4 ,5, 6 รวมทั้งประวัติความเป็นมาของสายการบินที่ถูกคัดเลือก รวมถึงครัวสายการบิน และสินค้า Brand name ต่าง ๆ ก็จะได้ใส่ไว้ในภาคผนวกท้ายเล่ม