

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

เนื่องจากเป้าหมายหลักของการวิจัยต้องการจะศึกษาว่า การสื่อความหมายในการจัดแสดงสินค้าของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลมีกระบวนการอย่างไร และถูกถ่ายทอดผ่านสื่ออื่นๆในลักษณะอย่างไร ดังนั้นระเบียบวิธี (METHODOLOGY) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (QUALITATIVE) โดยมีตัวผู้วิจัยเองเป็นเครื่องมือสำคัญที่สุดในกระบวนการวิจัย เพราะ " การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการใช้คนสัมผัสกับคนโดยตรง " (สฤงค์ จันทวานิช 2523 : 138)

การวิจัยครั้งนี้แหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยใช้แบ่งเป็น 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งข้อมูลจากเอกสาร (DOCUMENTARY RESEARCH)

- 1.1 ผลงานภาพถ่ายการจัดแสดงสินค้า ได้จากการเก็บรวบรวมของฝ่ายศิลป์และศิลปะ
- 1.2 ผลงานภาพโฆษณาในสื่ออื่นๆ เช่น แผ่นโบรชัวร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ
- 1.3 เอกสารอื่น ๆ เป็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดแสดงสินค้า ซึ่งประกอบด้วย
 - ก. เอกสารในบริษัท ได้แก่ แผนการจัดแสดงสินค้า แผนของฝ่ายจัดซื้อและรายการส่งเสริมการขายประจำปี 2536
 - ข. เอกสารตำรา รายงานการวิจัย ข้อเขียน และบทความที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย เช่น แนวคิดเกี่ยวกับการแสดงสินค้า บทความเรื่องการจัดแสดงสินค้าในห้างสรรพสินค้าในประเทศไทยและต่างประเทศ เป็นต้น

2. การศึกษาภาคสนาม (FIELD RESEARCH) โดยอาศัยวิธีการสัมภาษณ์ (INTERVIEW) และการสังเกต (OBSERVATION) ดังนี้

- 2.1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (DEPTH INTERVIEW) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงในระดับลึกและเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (NON-STRUCTURED INTERVIEW) โดยผู้วิจัยกำหนดหัวข้อที่จะทำการศึกษาไว้อย่างกว้าง ๆ เป็นการล่องหน้า (INTERVIEW GUIDELINE) ในลักษณะคำถามแบบเปิด (OPEN-ENDED)

สำหรับบุคคลที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

ฝ่ายส่งเสริมการขายและโฆษณา ในฐานะที่เป็นผู้รับผิดชอบการจัดโปรแกรม
การส่งเสริมการขายประจำปี ได้แก่

ประวัติ

คุณวิภา ดาวมณี ดำรงตำแหน่งเป็น ผู้ช่วย ผู้อำนวยการ
ฝ่ายส่งเสริมการขายและโฆษณา
คุณประวิทย์ จรรยาสิทธิกุล ดำรงตำแหน่งผู้ช่วย ผู้จัดการแผนกส่งเสริมการขาย

ฝ่ายศิลป์และดีสเพลย์ ประกอบด้วย หัวหน้าแผนกดีสเพลย์ ซึ่งรับผิดชอบและมีบทบาทสำคัญในการออกแบบการจัดแสดงสินค้า ทั้งภายในห้างฯ (INTERIOR DISPLAY) และภายนอกห้างฯ (WINDOW DISPLAY) ได้แก่

คุณกษริน รัตนวิเชียร จบการศึกษาด้านศิลปะการละครจาก
อักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เริ่มเข้ามาทำงานในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล
สีลม ทางด้านการออกแบบกระเป๋า แล้ว
ได้ลาออกไปศึกษาต่อด้านการออกแบบจาก
จากประเทศอังกฤษ หลังจากนั้นจึงกลับเข้า
มาทำงานในแผนกดีสเพลย์ สนง. ชิดลม เป็น
เวลาเกือบ 2 ปี ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็น
หัวหน้าแผนกดีสเพลย์

คุณจินดา จิตราพรพันธ์ ทำงานกับห้างฯ เซ็นทรัลมาเป็นเวลากว่า
20 ปี เริ่มตั้งแต่ พนักงานขายสินค้า
หัวหน้าแผนก ผู้จัดการชั้น จนถึงปัจจุบัน
ดำรงตำแหน่งผู้ช่วย ผู้จัดการแผนกจัดซื้อศิลป์
และดีสเพลย์ มีหน้าที่ในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์
ให้แก่ฝ่ายศิลป์และดีสเพลย์

คุณวิชัย ทองดี

จบการศึกษาระดับ ปวส. ด้านออกแบบจาก
โรงเรียนเพาะช่าง ทำงานเป็นเจ้าหน้าที่
ที่คิสเพลย์มาเป็นเวลา 2 ปี

2.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (PARTICIPANT OBSERVATION) ในระหว่างที่
กำลังทำการศึกษา ผู้วิจัยทำงานอยู่ใน บริษัท สรรพสินค้าชิดลม จำกัด มาก่อน จึงมีโอกา
เข้าไปคลุกคลีอยู่ในฝ่ายส่งเสริมการขายและฝ่ายศิลป์และคิสเพลย์ และได้รู้เห็นการทำ
งานจริง เพื่อนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสังเกตมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากผู้วิจัยเคยทำงานอยู่ในฝ่ายวิจัยและพัฒนาของบริษัทสรรพสินค้า เช่นทรัล
ชิดลม จำกัด มาก่อน จึงรู้จักกับเจ้าหน้าที่ในองค์กรเป็นอย่างดี ขณะเดียวกันผู้วิจัยก็ได้รับ
ความร่วมมือเป็นอย่างดีจากบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะจากประธานกรรมการ
บริหารกลุ่มค้าปลีก คือ คุณสุทธิชาติ จิราธิวัฒน์ และ ผู้อำนวยการฝ่ายสาธารณะกิจ คือ
ดร. ประทีป นครชัย ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนผู้วิจัยในการศึกษาเรื่องดังกล่าว เพื่อเป็นประโยชน์
ต่อสาธารณชนและผู้สนใจศึกษา จึงทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าไปคลุกคลีอยู่ในฝ่ายส่งเสริม
การขายและแผนกคิสเพลย์ได้ง่ายขึ้นและได้รู้เห็นการทำงานจริง สำหรับการเก็บรวบรวม
ข้อมูลจากเอกสาร เครื่องมือที่ใช้ คือ การทำบันทึก (NOTE TAKING) และใช้การเปรียบเทียบ
การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายกับสื่ออื่นๆ ของห้างเซ็นทรัลในช่วงเวลาเดียวกัน

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (FIELD WORK) ใช้การสังเกตแบบ
มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยการอัดเครื่องบันทึกเทปไว้ทุกครั้งเพื่อให้ได้
ข้อมูลที่ละเอียด และถูกต้องที่สุด พร้อมกับการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยการ
สัมภาษณ์ซ้ำ (REPEATED INTERVIEW) ในประเด็นเดียวกันด้วยคำถามต่างๆ กับบุคคล
เดียวกันและระหว่างคนอื่น เพื่อตรวจสอบความมั่นใจ ประเด็นสำคัญ ที่สัมภาษณ์มีดังต่อไปนี้

1. กระบวนการในการจัดแสดงสินค้า
2. การเลือกตัวสื่อ (MEDIUM) เพื่อสื่อความหมายผ่านสื่อมวลชนในการจัดแสดง
สินค้า
3. การวางแผนการส่งเสริมการขายผ่านสื่ออื่นๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงกระบวนการสื่อความหมายในการจัดแสดงสินค้าของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล และการถ่ายทอดผ่านสื่ออื่นๆ ของการจัดแสดงสินค้า ผู้ศึกษาได้นำเอาภาพถ่ายผลงานการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายมาเป็นหลักในการศึกษา พร้อมทั้งเปรียบเทียบกับผลงานการโฆษณาผ่านสื่ออื่นๆ เช่น โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของสื่อต่างๆ และการสื่อความหมายที่ห้างฯ ต้องการจะสื่อถึงผู้บริโภค โดยอาศัยแนวคิดการจัดแสดงสินค้า แนวคิดสัญญาของ SAUSSURE มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

การนำเสนอข้อมูล

เนื่องจากผู้ศึกษาจะทำการศึกษา เรื่องกระบวนการสื่อความหมายในการจัดแสดงสินค้าของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ซึ่งจะทำให้ทราบถึงกระบวนการและการสื่อความหมายในการจัดแสดงสินค้าของห้างเซ็นทรัล รวมทั้งการจัดแสดงสินค้าได้ถูกนำไปผ่านสื่ออื่นๆ หรือไม่ อย่างไร ผู้วิจัยจึงแบ่งการนำเสนอข้อมูลเป็นลำดับขั้น ดังนี้

1. กระบวนการสื่อความหมายในการจัดแสดงสินค้าของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล โดยจะเริ่มศึกษาจาก

- แผนการจัดซื้อ (MERCHANDISING PLAN) ของห้างเซ็นทรัลในปี 2536
- แผนการจัดแสดงสินค้า (DISPLAYS PLANNING) ในปี 2536
- ของฝ่ายส่งเสริมการขายและโฆษณา
- กระบวนการสื่อความหมายในการจัดแสดงสินค้าของห้างเซ็นทรัล

2. ลักษณะของการจัดแสดงสินค้าและการถ่ายทอดผ่านสื่ออื่นๆ ในการจัดแสดงสินค้าของห้างเซ็นทรัล

3. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ