

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการวิจัยเรื่อง “การสนับสนุนเชิงธุรกิจในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13” นี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เน้นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) โดยกำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 (Official Partnership) เท่านั้น ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 12 ราย

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้แหล่งข้อมูล 5 ประเภทด้วยกัน คือแหล่งข้อมูลบุคคล แหล่งข้อมูลเอกสาร และแหล่งข้อมูลภาพยนตร์โฆษณา โดยมีแหล่งข้อมูลเสริมคือแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และแหล่งข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

1) แหล่งข้อมูลบุคคล ด้วยการสัมภาษณ์บุคคลที่ทำหน้าที่ทางการตลาด หรือการโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ หรือบุคคลที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการในแต่ละราย

2) แหล่งข้อมูลจากเอกสาร โดยการศึกษาจากหนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์ บทความ สื่อสิ่งพิมพ์ (นิตยสาร หนังสือพิมพ์) เอกสารเผยแพร่ของคณะกรรมการจัดการแข่งขัน และผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ

3) แหล่งข้อมูลภาพยนตร์โฆษณา โดยการรวบรวมภาพยนตร์โฆษณาของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ที่ได้ออกอากาศจริงตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน 2541 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2541 จากสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ทั้งในช่วงการถ่ายทอดสด และในช่วงรายการปกติของทางสถานี

4) แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (Web Site) ของกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ที่หน่วยงานรัฐต่าง ๆ ทำเผยแพร่ เช่นกรมประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และของคณะกรรมการจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 รวมทั้ง Web Site ของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการทุกราย

5) ข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยจะสุ่มวัน เวลา และทำตัวเหมือนประชาชนทั่วไปเข้าไปสังเกตบรรยากาศการออกบูธหลัก ชุ่มจำหน่ายย่อย การประกอบกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการสังเกตลักษณะการทำกิจกรรมการตลาดของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ แล้วถ่ายรูปเก็บไว้ โดยผู้วิจัยกำหนดเข้าไปสังเกตบูธละไม่ต่ำกว่า 2 รอบ

การรวบรวมข้อมูล

1) แหล่งข้อมูลบุคคล

ผู้วิจัยกำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ กีฬา เอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 และได้ติดต่อขอเข้าสัมภาษณ์ บุคคลที่ทำหน้าที่ทางด้านการตลาด หรือ การโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ หรือบุคคลที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการแข่งขัน กีฬา เอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการในแต่ละราย ซึ่งปรากฏว่าผู้วิจัยได้รับความร่วมมือให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลจำนวน 11 ราย มี 1 รายที่ไม่อนุญาตให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูล ดังนี้

- Samsung คุณอนันต์ จ่างตระกูล ผู้อำนวยการฝ่ายขายและการตลาด และคุณสุนิสาฝ่าย การตลาดบริษัทไทยซัมซุง อิเลคทรอนิกส์ จำกัด
- Pocari Sweat (Otsuka) คุณสุธีร์ พงศ์พบไพบูลย์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการผลิต บริษัท ไทยโอซูกะ ฟามาซิคอล จำกัด
- Carlsberg คุณสุดาวรัตน์ สงวนศัพท์ ประชาสัมพันธ์อาวุโส บริษัทคาร์ลส์เบอร์ก บริวเบอร์รี่ (ประเทศไทย) จำกัด
- Toyota (ปฏิเสธการให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูล)
- Thai Airways International คุณเรจชัย สิงห์ดี สำนักประชาสัมพันธ์ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)
- Samart คุณนวินดา อิมบุบผา ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายโครงการพิเศษ บริษัท สามารถ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- Caltex คุณเกศรินทร์ อภิญญาพงศ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท คาลเท็กซ์ ออย (ประเทศไทย) จำกัด
- Acer คุณอรพิน ธวัชเจริญ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาดบริษัท เอเซอร์ คอมพิวเตอร์ จำกัด
- Fuji Xerox คุณไพโรจน์ เสมเจริญ หัวหน้าแผนกพัฒนาการตลาด ฝ่ายพัฒนาการตลาด บริษัทไทยฟูจิซีร็อกซ์ จำกัด

- Radanasin Bank (Laem Thong Bank) คุณบุญชัย อัสวอญโนทัย ทีมสื่อสารองค์กร ธนาคารรัตนสิน จำกัด (มหาชน)
- Longines & Tissot (SMH Swiss Corporation) คุณกฤษดา มหาดำรงกุล ผู้จัดการผลิตภัณฑ์นาฬิกาที่สสอต บริษัทศรีทองพาณิชย์ จำกัด
- FBT (Master Licensing Agent) คุณมนต์ชัย โชคไพบุลย์กิจ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัทโรงงานฟุตบอลไทย สปอร์ตติ้ง กู๊ด จำกัด

นอกจากนั้นผู้วิจัยได้พยายามติดต่อขอสัมภาษณ์บุคคลที่ทำหน้าที่ทางด้านการตลาดของกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ได้แก่ประธานคณะกรรมการสาขาธุรกิจและสิทธิประโยชน์ และเจ้าหน้าที่ของบริษัท โอเอสแอล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทนายหน้าหาผู้สนับสนุนกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ผลปรากฏว่าผู้วิจัยได้รับเพียงข้อมูลเอกสารเท่านั้น

2) แหล่งข้อมูลเอกสาร โดยการรวบรวมจากห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ และหอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำหรับแหล่งข้อมูลหนังสือพิมพ์จะเน้นฉบับที่นำเสนอเนื้อหาธุรกิจ เช่น กรุงเทพธุรกิจรายวัน ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ คู่แข่งรายสัปดาห์ ผู้จัดการรายสัปดาห์ สยามธุรกิจ เป็นต้น จะเก็บข้อมูลเอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับที่เผยแพร่ช่วง 15 พฤศจิกายน 2541 ถึง 15 มกราคม 2542

3) แหล่งข้อมูลภาพยนตร์โฆษณา ด้วยการบันทึกเทปโทรทัศน์ด้วยตนเอง จากสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ที่ได้ออกอากาศจริง โดยแบ่งเป็น

- บันทึกในช่วงของการรายงานข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง
- บันทึกในช่วงรายการเฉพาะกิจเกี่ยวกับกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13
- บันทึกในช่วงที่มีการถ่ายทอดสดการแข่งขัน และพิธีเปิด-ปิด

4) แหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต (Web Site)

ผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้สนับสนุนการแข่งขันจากหน่วยงานภาครัฐที่นำเสนอข้อมูลของกีฬาเอเชียนเกมส์ จาก 3 หน่วยงานหลัก คือ กรมประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 รวมทั้ง Web Site ของผู้ที่ให้การสนับสนุนกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 อย่างเป็นทางการทุกราย ดังนี้

<http://sports.samsung.com>

<http://otsuka.co.jp> and <http://www.otsuka.co.th>

<http://www.carlsberg.dk> and <http://www.carlsberg.com>

<http://www.toyota.co.th>

<http://www.thaiair.com>
<http://www.samartcorp.com>
<http://www.fbt-sport.com>
<http://www.longines.com>
<http://www.radanasin-bank.com>
<http://fujixerox.co.jp/indexEn.htm>
<http://www.acer.com.tw/asiangames>
<http://www.caltex.com>
 และ <http://www.asiangames.th>

5) แหล่งข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม
 ผู้วิจัยจะเข้าไปสังเกตบรรยากาศการออกร้านและการกิจกรรมทางการตลาดของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการภายในสนามกีฬาหลัก 3 สนามในช่วงที่มีการแข่งขันแล้ว จดบันทึกและถ่ายภาพเก็บไว้ ได้แก่ สนามกีฬาราชวังคลาภิเษสถาน (สนามกีฬาหัวหมาก) สนามกีฬาศูนย์กีฬาเมืองทองธานี และ สนามกีฬามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รังสิต

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จะวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เรียงดังนี้

- 1) เหตุผลและปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ
- 2) ลักษณะกิจกรรมทางการตลาดของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ
- 3) ลักษณะเนื้อหาสารโฆษณาของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ
- 4) ปัญหาและอุปสรรคของการสนับสนุนการแข่งขันกีฬาและแนวทางแก้ไข

การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลจะเป็นแบบพรรณนาความ ผ่านการบรรยาย ตาราง ภาพ ประกอบกันไป โดยแบ่งเป็นบท ๆ ดังนี้

บทที่ 4 ผลการวิจัย

4.1) เหตุผลและปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ

4.2) ลักษณะกิจกรรมทางการตลาดของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ

-ผลิตภัณฑ์

-ราคา

-ช่องทางการจัดจำหน่าย

-การส่งเสริมการตลาด

-การโฆษณา

-การประชาสัมพันธ์

-การใช้พนักงานขาย

-การส่งเสริมการขาย

4.3) ลักษณะเนื้อหาสารโฆษณาของผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ

-ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

-ชิ้นงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์

4.4) ปัญหาและอุปสรรคของการสนับสนุนการแข่งขันกีฬาและแนวทางแก้ไข

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย