

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง "การให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ" ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ สำนักงานประชาสัมพันธ์ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ ซึ่งเป็นการ โดยเลือกหน่วยการวิเคราะห์รายการวิทยุที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับรถยนต์ โดยใช้การวิเคราะห์จากตัวเนื้อหาประกอบกับการสัมภาษณ์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

ได้แก่ เทปบันทึกรายการ จำนวน 9 รายการ โดยเป็นรายการที่ดำเนินงานมาเป็นเวลามากกว่า 3 ปีขึ้นไป เนื่องจากสามารถพิจารณารายการที่มีการดำเนินงานในทิศทางที่แน่นอน ประกอบกับมีผู้ฟังรายการประจำ โดยมีระยะเวลาในการบันทึกคือ เดือนสิงหาคม- ธันวาคม 2549 ซึ่งแบ่งการบันทึกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

1.1 เก็บข้อมูลเทปรายการจากเว็บไซต์ คือ การดาวน์โหลดเทปรายการจากเว็บไซต์ ได้แก่ รายการคาร์ออนไลน์ ผ่านทาง www.caronline.net ซึ่งมีเทปรายการให้ดาวน์โหลดทุกสัปดาห์

1.2 เก็บข้อมูลจากการบันทึกผ่านอินเทอร์เน็ต คือ รายการที่มีเทปรายการให้ฟังย้อนหลังได้แต่ไม่สามารถดาวน์โหลดเพื่อเก็บข้อมูลได้เลย ทำให้ผู้วิจัยทำการบันทึกรายการขณะเปิดฟังผ่านทางเว็บไซต์ของรายการ ได้แก่ รายการออโต้ เซอร์วิส ผ่านทาง www.nationradioonline.com และ รายการรายงานยานยนต์ ผ่านทาง www.radio.mcot.net

1.3 ขอเทปรายการจากรายการต่าง ๆ คือ ติดต่อขอเทปบันทึกรายการต่าง ๆ ที่ไม่มีการฟังผ่านทางเว็บไซต์

โดยในการบันทึกเทปนั้น แต่ละรายการจะถูกจำแนกออกตามระยะเวลาในการออกอากาศในแต่ละวัน ซึ่งจะแบ่งออกเป็นจำนวนชั่วโมงที่ออกอากาศ 1 ชั่วโมงและ 2 ชั่วโมงตามลำดับ โดยการบันทึกข้อมูลนั้น จะทำการบันทึกข้อมูลของเดือนสิงหาคม - ธันวาคม 2549 โดยจะเลือกทำการศึกษาเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 31 ชั่วโมง ดังนี้

ลำดับ	รายการ	คลื่น	วัน ออกอากาศ	เวลา ออกอากาศ	จำนวน ชั่วโมง	จำนวน เทป รายการ	ชั่วโมง รวม
รายการที่ออกอากาศ 1 ชั่วโมง							
1	ขอโต้ เซอวิสต์	90.5	จันทร์ - ศุกร์	13.00 - 14.00 น.	1	3	3
2	ขอโต้ ออนแอร์	102.0	จันทร์ - ศุกร์	21.00 - 22.00 น.	1	3	3
3	รายงานยาน ยนต์	100.5	จันทร์ - ศุกร์	22.00 - 23.00 น.	1	3	3
4	ออน เดอะ โรด	102.0	ศุกร์ - อาทิตย์	22.00 - 23.00 น.	1	3	3
5	คาร์ ออน ไลน์	89.5	จันทร์ - ศุกร์	23.00 - 24.00 น.	1	3	3
รายการที่ออกอากาศ 2 ชั่วโมง							
6	มอเตอร์ เซอวิสต์	90.5	เสาร์	9.00 - 11.00 น.	2	2	4
7	คลินิกรถยนต์	98.0	เสาร์	13.00 - 15.00 น.	2	2	4
8	คู่แข่ง มอเตอร์ ริง	97.0	จันทร์ - ศุกร์	20.30 - 22.30 น.	2	2	4
9	คุยเรื่องรถ	101.0	อาทิตย์	21.00 - 23.00 น.	2	2	4

**รวม
ทั้งสิ้น** 31

ตารางที่ 1 ตารางการเลือกจำนวนชั่วโมงที่จะทำการศึกษาในแต่ละรายการ รวม 9 รายการ

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ผู้วิจัยได้แต่งตั้งคณะกรรมการทำการตรวจสอบและตัดสินข้อมูลในเรื่องการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่ปรึกษาในรายการรถยนต์ การจัดประเภทของปัญหาและการโต้ตอบกับลักษณะของแต่ละปัญหา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยผู้วิจัยได้เลือกคณะกรรมการที่มีประสบการณ์ด้านช่างซ่อมรถยนต์และเป็นผู้ให้คำปรึกษาในรายการวิทยุ 3 คน คือ

2.1 นายบุญมา นาวาทอง

มักถูกเรียกกันในนาม “ช่างเล็ก” เนื่องจากชื่อเล่นว่า “เล็ก” และประกอบอาชีพเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ ชื่ออู่บุญมา นาวาทอง มาเป็นเวลากว่า 30 ปี มีความชื่นชอบการประกวดและแข่งขันทางด้านรถยนต์ ทำให้มีถ้วยรางวัลจากการประกวดและแข่งขันรายการต่าง ๆ มากกว่า 100 ใบ และมีชื่อเสียงจากการร่วมรายการแฟนพันธุ์แท้ และได้รับตำแหน่งแชมป์ “แฟนพันธุ์แท้รถมือสอง” ในปี 2548 มีประสบการณ์ในการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ทั้งในสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสารต่าง ๆ มาเป็นระยะเวลาานานกว่า 40 ปี ปัจจุบันทำหน้าที่เป็นวิทยากรรับเชิญในรายการรายงานยนต์ คลื่น 90.5MHz เวลา 22.00 – 23.00 น. เป็นประจำทุกวันศุกร์ ซึ่งดำเนินรายการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2540

เนื่องจากการทำหน้าที่เป็นสื่อมวลชนสายยานยนต์คนหนึ่ง ทำให้ผู้วิจัยสามารถติดต่อเพื่อขอนัดสัมภาษณ์ได้อย่างสะดวก และได้ทำการสัมภาษณ์ในวันอังคารที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2550 เวลา 16.00 น. ทางโทรศัพท์ โดยผู้วิจัยขอบันทึกเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์ด้วย ซึ่งก็ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

2.2 นายธนวรรณ์ ใฝ่ใจพลอย

เป็นที่รู้จักกันในนามแฝง คือ “นายประโยชน์” แต่ชื่อจริงเดิม คือ ประโยชน์ เป็นวิทยากรรับเชิญในรายการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ คือ ออโต้ เซอร์วิส ทางคลื่น 90.5MHz เป็นประจำทุกวันจันทร์อังคาร และศุกร์ และรายการออโต้ 48 คลื่น 98.75MHz และเขียนคอลัมน์เกี่ยวกับรถยนต์ในกรุงเทพธุรกิจ Biz Week (เดิมเขียนในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ) โดยมีประสบการณ์การเขียนมาเป็นเวลามากกว่า 10 ปี จบการศึกษาระดับปวส. สาขาช่างยนต์ และสะสมความรู้ความชำนาญจากการเป็นช่างซ่อมรถยนต์ทั้งในประเทศไทย สิงคโปร์ บาร์เรน ซาอุดีอาระเบีย และการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ของตัวเอง รวมระยะเวลาการทำงานด้านการเป็นช่างซ่อมรถยนต์มากกว่า 40 ปี ทำให้มีความรู้ด้านเทคนิคเชิงช่างเป็นอย่างดี ประกอบกับน้ำเสียงและการพูดที่นิ่ง จริงจัง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ

โดยในการติดต่อขอสัมภาษณ์นั้น เนื่องจากในปัจจุบัน นายประโยชน์ไม่ได้เป็นสื่อมวลชน แต่เคยได้ติดต่อขอเยี่ยมชมจากทางบริษัท โตโยต้า เพื่อทำการทดสอบ ทำให้ผู้วิจัยมีข้อมูลของนายประโยชน์ จึงได้โทรศัพท์ไปขอสัมภาษณ์ทำการสัมภาษณ์ในวันอังคารที่ 24 เมษายน 2550 เวลา 10.30 – 11.30 น. โดยผู้วิจัยขอบันทึกเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์ด้วย และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

2.3 นายประสงค์ สัมโมทย์

วิทยากรรับเชิญในรายการคาร์ ออน ไลน์ กลับให้ได้ ไปให้ถึง คลื่น 89.5 MHz โดยเป็นที่รู้จักกันในนาม “ปู่ประสงค์” เพราะอายุมากถึง 72 ปี และมีประสบการณ์ในด้านการเป็นช่างซ่อมรถยนต์ตั้งแต่ก่อนปี 2500 จากเป็นเด็กฝึกงาน ผู้ช่วยช่างและช่างซ่อมรถยนต์ จากนั้นนำประสบการณ์มาเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ของตัวเอง แถวจังหวัดนนทบุรี ตั้งแต่ปี 2517 รวมระยะเวลาการเป็นช่างซ่อมรถยนต์มา 33 ปี เริ่มเข้าสู่การเป็นวิทยากรรับเชิญในรายการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์จากการเปิดรับฟังรายการคาร์ ออน ไลน์ และต้องการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องจากประสบการณ์ของตนเอง จึงได้รับการชักชวนจากคุณธนศรี เสนีย์วงศ์ ณ อยุธยา เจ้าของรายการให้มาเป็นวิทยากรรับเชิญในด้านเทคนิคเชิงช่างทั่วไปเป็นประจำทุกวันอังคารตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545 รวมระยะเวลาถึงปัจจุบันประมาณ 5 ปี

โดยในการติดต่อขอสัมภาษณ์ปู่ประสงค์นั้น เนื่องจากผู้วิจัยรู้จักกับคุณเปรมศักดิ์ เพียรพาณิชย์ วิทยากรรับเชิญในรายการคาร์ ออน ไลน์อยู่ก่อนแล้ว จึงได้ขอเบอร์ติดต่อของปู่ประสงค์เพื่อขอทำการสัมภาษณ์ ซึ่งคุณเปรมศักดิ์ได้ให้เบอร์ติดต่อด้วยความยินดีและให้คำแนะนำว่าสามารถติดต่อสัมภาษณ์กับปู่ประสงค์ได้เลย จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้ติดต่อกับปู่ประสงค์เพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์เบื้องต้นในวันเสาร์ที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2550 และขอนัดสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ในวันอาทิตย์ที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2550 เวลา 9.30 – 10.30 น. ซึ่งในการให้สัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยได้บันทึกเสียงไว้และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ติดต่อขอสัมภาษณ์ปู่ประสงค์อีกครั้ง ในวันอังคารที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2550 เวลา 11.30 น. เพื่อขอสัมภาษณ์เพิ่มเติมและได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

1.1 เก็บข้อมูลเทปรายการจากเว็บไซต์ คือ การดาวน์โหลดเทปรายการจากเว็บไซต์ ได้แก่ รายการคาร์ออนไลน์ ผ่านทาง www.caronline.net ซึ่งมีเทปรายการให้ดาวน์โหลดทุกสัปดาห์

1.2 เก็บข้อมูลจากการบันทึกผ่านอินเทอร์เน็ต คือ รายการที่มีเทปรายการให้ฟังย้อนหลังได้ แต่ไม่สามารถดาวน์โหลดเพื่อเก็บข้อมูลได้เลย ทำให้ผู้วิจัยทำการบันทึกรายการขณะเปิดฟังผ่านทางเว็บไซต์ของรายการ ได้แก่ รายการขอโต้ เซอวิวิส ผ่านทาง www.nationradioonline.com และ รายการรายงานยานยนต์ ผ่านทาง www.radio.mcot.net

1.3 ขอเทปรายการจากรายการต่าง ๆ คือ ติดต่อขอเทปบันทึกรายการต่าง ๆ ที่ไม่มีกรฟังผ่านทางเว็บไซต์

จากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารทั้งหมด ผู้วิจัยใช้วิธีการถอดเทปและจัดพิมพ์เป็นเอกสาร

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

เนื่องจากผู้วิจัยทำงานในหน้าที่พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ทำให้มีข้อได้เปรียบในการติดต่อและเก็บรวบรวมข้อมูล ที่สามารถหาข้อมูลในการติดต่อได้อย่างสะดวก ตลอดจนการรู้จักกับสื่อมวลชนที่สามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลได้เป็นอย่างดี โดยผู้วิจัยได้ใช้เทปบันทึกการสัมภาษณ์แล้วถอดความเพื่อประกอบการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลหลักที่ได้จากการถอดเทปของการดำเนินรายการทั้ง 9 รายการ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ 2 ข้อ ข้อที่ 1 คือ เพื่อทราบถึงลักษณะการสื่อสารของการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ โดยการให้บรรล่วัตถุประสงค์ดังกล่าวนั้น ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสันนิษฐานข้อที่ 1 คือ การให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุจะมีรูปแบบการสื่อสารแบบการส่งถ่ายข้อมูลที่เป็นการให้คำปรึกษา (Consultation) และการสนทนา (Conversation) รวมกันอยู่ และวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อทราบถึงอัตตะการสื่อสาร (Meta-Communication) ในรายการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ โดยการให้บรรล่วัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสันนิษฐานข้อที่ 2 คือ ในเนื้อหาของการสื่อสารในรายการจะมีอัตตะการสื่อสาร (Meta-Communication) เรื่องความสัมพันธ์ที่สมมาตร (Symmetric) และอสมมาตร (Asymmetric) อยู่ โดยข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปของแต่ละรายการ จะถูกนำมาวิเคราะห์ตามตารางที่จะนำกรอบแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นมาเป็นกรอบ

นอกจากนั้น เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้แต่งตั้งคณะกรรมการจำนวน 3 คน ที่มีประสบการณ์ในด้านช่างยนต์และการเป็นวิทยากรให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ ทำการตรวจสอบและตัดสินข้อมูลในเรื่องการจัดลำดับความสำคัญ

ของปัญหาที่ปรึกษาในรายการรถยนต์ การจัดประเภทของปัญหาและการได้ตอบกับลักษณะของแต่ละปัญหาดังนี้

1. การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา

จากการตรวจสอบและตัดสินใจข้อมูลในประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในรายการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ นั้น ปัญหาที่มีความสำคัญมากสามารถแบ่งได้ดังนี้

1.1 เครื่องยนต์

เนื่องจากเครื่องยนต์เป็นส่วนประกอบที่เปรียบเสมือนหัวใจของรถยนต์ จึงมีความสำคัญมาก หากมีปัญหาที่เกิดขัดข้องเกี่ยวกับเครื่องยนต์ จะสามารถส่งผลเสียและอันตรายต่อผู้ขับขี่ได้ ดังนั้น ปัญหาที่เกิดขึ้นกับเครื่องยนต์จึงจะได้รับความสำคัญมากในการให้คำปรึกษาในรายการวิทยุ

1.2 ระบบเบรค

เป็นระบบที่เกี่ยวกับการช่วยรักษาความปลอดภัยของผู้ใช้รถใช้ถนน เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายและอันตรายถึงชีวิตได้ ทำให้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบเบรค นั้น ควรจะได้รับคำแนะนำและข้อมูลที่ชัดเจน เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาคต่อไป

1.3 การดูแลรักษารถในชีวิตประจำวัน

เป็นข้อมูลที่มีความจำเป็นต่อผู้ใช้รถยนต์ ซึ่งแม้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น แต่คณะกรรมการมีความเห็นว่า หากผู้ใช้รถยนต์ไม่รู้ในข้อมูลพื้นฐานในการดูแลรักษารถในชีวิตประจำวันแล้ว จะสามารถส่งผลให้เกิดอันตรายได้ ซึ่งการดูแลรักษารถในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การดูระดับน้ำและเติมน้ำในหม้อน้ำ การหมั่นตรวจเช็คคลมยาง การตรวจสอบน้ำกลั่น แบตเตอรี่ ระบบไฟ แตร เป็นต้น โดยเป็นการตรวจสอบได้ด้วยตัวเองอย่างง่าย ๆ

1.4 ปัญหาที่เกิดตามอายุการใช้งานของรถยนต์นั้น ๆ

ชิ้นส่วนต่าง ๆ ของรถยนต์มีอายุการใช้งานที่มากน้อยต่างกัน ซึ่งการใช้งานที่เกิดกำหนดย่อมทำให้เกิดผลเสียได้ ดังนั้น หากมีประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่ใช้งานเป็นเวลานานและเกิดกำหนดเวลาแล้ว ถือว่าเป็นปัญหาสำคัญที่ควรได้รับการแก้ไขและแนะนำแนวทางอย่างรวดเร็วที่สุด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้รถใช้ถนนได้ เช่น สายพานไทม์มิ่ง น้ำมันเครื่อง น้ำมันเกียร์ ยาง หัวเทียน เป็นต้น

2. การจัดกลุ่มประเภทของปัญหา

ความหลากหลายของปัญหาเรื่องรถยนต์ที่ขอคำปรึกษากับทางรายการนั้น สามารถจัดกลุ่มได้ออกเป็นลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ปัญหาที่ตอบได้ยาก โดยสามารถแบ่งย่อยได้อีก 2 ลักษณะ คือ

2.2.1 ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลในวงกว้าง คือ คำถามที่เกี่ยวข้องกับชิ้นส่วนของรถยนต์ที่มีรายละเอียดเยอะ ได้แก่

- คำถามเกี่ยวกับเครื่องยนต์ เนื่องจากเครื่องยนต์เป็นอุปกรณ์ที่มีส่วนประกอบมากมายหลายพันชิ้น ในการระบุจุดที่เกิดปัญหาหรือการสาเหตุของปัญหานั้น ผู้ขอคำปรึกษาจะต้องสามารถระบุจุดที่เกิดปัญหาได้อย่างชัดเจน พอที่วิทยากรจะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงสาเหตุให้ได้มากและตรงจุดที่สุด

- คำถามเรื่องเสียง เนื่องจากการสื่อสารในสื่อวิทยุ นั้น ไม่สามารถเห็นภาพได้ และการอธิบายปัญหาที่เกิดจากเสียงนั้น บุคคลแต่บุคคลย่อมจะตีความหรือเรียกเสียงที่เกิดขึ้นต่างกันไป ดังนั้น การทำให้เกิดความเข้าใจเรื่องลักษณะของเสียงที่ตรงกันนั้น ทำให้เกิดความชัดเจนได้ยาก และการจุดที่เสียงเกิดขึ้นนั้น สามารถเกิดได้จากสาเหตุต่าง ๆ มากมาย ที่เกิดจากอุปกรณ์ของรถยนต์ที่ประกอบกันเป็นหมื่นชิ้น ดังนั้น ความเกี่ยวข้องของชิ้นส่วนต่าง ๆ และรายละเอียด ทำให้การให้คำปรึกษาเรื่องเสียงทำได้ยากเช่นกัน

2.2.2 คำถามที่ไม่สามารถตัดสินใจได้อย่างชัดเจน ได้แก่

- คำถามการเปรียบเทียบรถยนต์สองยี่ห้อโดยจากความเห็นของคณะกรรมการนั้น ระบุว่ารถยนต์ในระดับเดียวกันนั้น แม้จะต่างยี่ห้อกัน แต่ความทันสมัยและเทคโนโลยีต่าง ๆ มักจะไม่ต่างกัน ในการตัดสินใจเลือกรถยนต์ยี่ห้อใดนั้น อาจทำให้วิทยากรถูกเข้าใจผิดว่าสนับสนุนหรือลำเอียงขึ้นชอบรถยนต์ยี่ห้อนี้ ขณะเดียวกัน การไม่ตัดสินใจเลือกรถยนต์ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง ก็จะทำให้รถยนต์ยี่ห้อไหน ถูกมองว่าไม่ได้คุณภาพมาตรฐานและเป็นรถยนต์ที่ไม่ดี แต่การเลือกซื้อรถยนต์รุ่นใดนั้น ถือเป็นความชอบส่วนบุคคล และผู้ฟังส่วนมากที่ถามคำถามเช่นนี้ มักจะหาข้อมูลและมีตัวเลือกในใจอยู่แล้ว เพียงแต่ต้องการคนช่วยสนับสนุนความคิดของตนเท่านั้น ดังนั้น การตอบคำถามในลักษณะนี้จะไม่สามารถให้คำตอบได้อย่างชัดเจนได้

2.2 คำถามที่ตอบได้ง่าย ได้แก่ คำถามที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ที่ไม่มีความเกี่ยวพันหรือไม่มีรายละเอียดมากนัก และผู้ฟังสามารถให้ข้อมูลได้อย่างพอเพียง โดยคำถามเกี่ยวกับเรื่องรถยนต์ต่าง ๆ สามารถแบ่งได้เป็นหมวดหมู่ดังนี้

- ระบบเกียร์และคลัทช์
- ระบบส่งกำลัง เพลากลาง เพืองท้าย
- ระบบไฟฟ้าในรถยนต์
- ระบบเบรค
- ระบบแอร์

- ของเหลวในรถยนต์ (น้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันหล่อลื่น น้ำมันเครื่อง น้ำมันเกียร์ ระบบน้ำหล่อเย็น หม้อน้ำ ฯลฯ)

2.3 คำถามที่ผู้ฟังไม่ควรถาม

2.3.1 คำถามที่ผู้ฟังสามารถหาข้อมูลได้ด้วยตัวเอง โดยการถามคำถามลักษณะนี้ เป็นการขอข้อมูลในรายละเอียด (Specification) ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ที่เจ้าของรถใช้อยู่และไม่ใช่ปัญหาที่เกิดขึ้นกับรถยนต์ แต่เป็นการขอข้อมูลที่มีระบุอยู่ในคู่มือของรถยนต์ทุกคัน ซึ่งสามารถศึกษาได้ด้วยตนเองและจะได้ทราบรายละเอียดที่ลึกและถูกต้องมากกว่า ประกอบกับการให้คำปรึกษาผ่านทางสื่อวิทยุที่มีเวลาจำกัด ทำให้การถามคำถามลักษณะนี้จะเป็นการเสียเวลาได้ โดยลักษณะคำถามมีดังนี้

- รายละเอียดของตัวรถ (ขนาดตัวถังรถยนต์ แรงม้า แรงบิด อัตราการสิ้นเปลืองน้ำมัน ฯลฯ)
- การเติมน้ำมันเชื้อเพลิง
- การเติมน้ำมัน เป็นต้น

2.3.2 คำถามแฝงการขายสินค้า เป็นลักษณะการถามคำถามที่ได้ประโยชน์แก่ตัวเอง โดยผู้ฟังที่ติดต่อมาในรายการมักจะเป็นพนักงานขายรถยนต์ ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ เช่น น้ำมันหล่อลื่น เป็นต้น โดยใช้การถามคำถามขอคำแนะนำจากวิทยากรว่าผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้น ๆ ดีหรือไม่ อย่างไร มีการพูดถึงจุดดีของสินค้าด้วยความแปลกใจ เพื่อให้วิทยากรแสดงความเห็นกลับ เป็นการตอกย้ำและแสดงให้เห็นว่าสินค้านั้นมีคุณภาพและดี ซึ่งคำถามในลักษณะดังกล่าวนี้ ทำให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้ฟังคนอื่นได้ จึงเป็นคำถามที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมแต่อย่างใด

3. การโต้ตอบกับปัญหาแต่ละประเภท

จากการจัดประเภทลักษณะของปัญหาต่าง ๆ นั้น การโต้ตอบ (Response) กับปัญหาที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อการโต้ตอบที่ต่างกันด้วย ดังนี้

3.1 ปัญหาที่ตอบได้ยาก

3.1.1 ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลและรายละเอียดในวงกว้าง

คือ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเครื่องยนต์ ที่มีชิ้นส่วนอุปกรณ์ต่าง ๆ มากมาย และปัญหาเรื่องเสียง ที่ไม่สามารถระบุตำแหน่งหรือเสียงที่เข้าใจได้ตรงกันอย่างชัดเจน ซึ่งการให้คำปรึกษาในลักษณะนี้จะสามารถทำได้ ดังนี้

1) การถามซัก ถามไล่ทีละจุด

วิทยากรจะต้องรับบทบาทอย่างหนักในการถามซักจุดที่เกิดปัญหา โดยการไล่ถามทีละจุดไปเรื่อย ๆ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความสามารถและประสบการณ์ของวิทยากรแต่ละท่านด้วยว่าจะสามารถคาดคะเนจุดที่เกิดปัญหาดังกล่าวได้ดีเพียงใด ซึ่งหากผู้ฟังสามารถให้ข้อมูลหรือรายละเอียดที่ชัดเจนได้นั้น วิทยากรก็จะสามารถให้ข้อมูลในประเด็นดังกล่าวหรือคำแนะนำได้อย่างตรงจุด

2) ถามเจาะลึกข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของรถยนต์

ในกรณีที่ผู้ฟังไม่สามารถให้รายละเอียดและจุดเกิดปัญหาได้อย่างแน่ชัด วิทยากรจะใช้วิธีการถามข้อมูลเบื้องต้นทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้รถยนต์และรถยนต์คันดังกล่าว เช่น อายุการใช้งาน ลักษณะการใช้งาน เป็นต้น เพื่อนำมาวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่ผู้ฟังได้ขอคำปรึกษา

3.1.2 คำถามที่ไม่สามารถตัดสินใจได้อย่างชัดเจน คือ คำถามการเปรียบเทียบรถยนต์สองรุ่นหรือสองยี่ห้อ ซึ่งการระบุคำตอบเลือกรถยนต์รุ่นใดนั้น อาจทำให้วิทยากรถูกมองว่าเข้าข้างค่ายรถยนต์ค่ายนั้น ๆ และผู้ฟังส่วนใหญ่ที่ต้องการเลือกซื้อรถยนต์และติดต่อมาในรายการนั้น มักจะมีการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบมาก่อนแล้ว และที่สำคัญคือ มีตัวเลือกในใจอยู่แล้ว เพียงแต่ต้องการหาผู้สนับสนุน ความคิดของตนเองเท่านั้น นอกจากนั้น การเลือกซื้อรถยนต์ควรคำนึงถึงการใช้งานและความชอบของผู้ใช้เป็นสำคัญ ซึ่งการให้คำปรึกษากับคำถามลักษณะนี้จะสามารถทำได้ ดังนี้

1) ให้คำตอบอย่างเป็นกลาง เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีปัจจุบันนั้น มีความคล้ายคลึงกันในระดับเดียวกัน (ที่อยู่ในระดับเดียวกัน) เพียงแต่อาจมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันเท่านั้น เช่น เครื่องยนต์ระบบวาล์วแปรผัน โดยรถยนต์โตโยต้าเรียกว่า ระบบ VVT-i แต่รถยนต์ฮอนด้าเรียกว่า ระบบ V-TEC เป็นต้น ดังนั้น ลักษณะการโต้ตอบกับคำถามเปรียบเทียบรถยนต์นั้น จึงควรให้คำตอบอย่างเป็นกลางว่ารถยนต์ทั้งสองยี่ห้อไม่มีความต่างกันมากนัก และควรคำนึงถึงการใช้งานหรือความชื่นชอบส่วนบุคคลเป็นหลักสำคัญดีกว่า

2) แนะนำให้ทดลองขับที่ศูนย์บริการ เนื่องจากวิทยากรในรายการนั้น ไม่ได้มีความเชี่ยวชาญและข้อมูลที่ละเอียดของรถยนต์ทุกยี่ห้อจึงไม่สามารถให้ข้อมูลที่ลงรายละเอียดได้ ประกอบกับการคำนึงถึงลักษณะการใช้งานของแต่ละบุคคล ดังนั้น การเลือกซื้อรถยนต์โดยการหาประสบการณ์ตรงด้วยตัวเอง จะทำให้ผู้ซื้อได้รู้สึกถึงการใช้งานจริงตลอดจนข้อมูลที่ชัดเจนจากศูนย์บริการ และอาจรวมถึงการประทับใจในการบริการ ซึ่งนับเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในการเลือกซื้อรถยนต์อีกด้วย

3.2 คำถามที่ตอบได้ง่าย

คือ คำถามที่เกี่ยวข้องกับ ระบบเกียร์และคลัทช์ ระบบส่งกำลัง เพลากลาง เฟืองท้าย ระบบไฟฟ้าในรถยนต์ ระบบเบรก ระบบแอร์ และของเหลวในรถยนต์ เป็นต้น เนื่องจากระบบและชิ้นส่วนต่าง ๆ เหล่านี้ มีความเกี่ยวข้องกันเฉพาะจุดที่อยู่ในขอบเขตที่จำกัด ทำให้วิทยากรสามารถตีกรอบของสาเหตุของปัญหาได้เล็กน้อย ดังนั้น โดยส่วนใหญ่แล้ว การให้ข้อมูลจากผู้ฟังและการถามซักประวัติการใช้งานของรถยนต์ก็สามารถทำให้วิทยากรให้คำแนะนำกับผู้ฟังได้

3.3 คำถามที่ผู้ฟังไม่ควรถาม

เนื่องจากการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในสื่อวิทยุ นั้น มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาเป็นสำคัญ ทำให้มีการจัดกลุ่มคำถามที่ไม่ควรถามในรายการวิทยุ ดังนี้

3.3.1 คำถามที่ผู้ฟังสามารถหาข้อมูลได้ด้วยตัวเอง

คือ การที่ผู้ฟังถามคำถามในรายละเอียดต่าง ๆ ของรถของตน ซึ่งตนเองสามารถหาข้อมูลได้จากคู่มือที่ติดมากับรถยนต์ อย่างไรก็ตาม การถามคำถามในลักษณะนี้ ยังต้องคำนึงถึงผู้ฟังเป็นสำคัญที่จะทำให้การโต้ตอบกับคำถามดังกล่าวแตกต่างกันไป ดังนี้

1) ผู้ฟังที่ไม่มีความรู้พื้นฐานเรื่องรถยนต์

นับเป็นสิ่งจำเป็นที่การให้ความรู้พื้นฐานแก่ผู้ใช้รถใช้เพียงอย่างเดียว หรือเรียกว่า “ขับเป็นอย่างเดียว” เนื่องจากการไม่มีความรู้ในการใช้และดูแลรักษารถ อาจก่อให้เกิดอันตรายได้ ดังนั้น การแนะนำให้ค้นคว้าด้วยตัวเองกับผู้ฟังกลุ่มนี้ จะไม่ได้ผลนัก จึงจำเป็นต้องให้คำอธิบายโดยการอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย ทั้งการใช้คำศัพท์ธรรมดา ไม่ใช่ศัพท์เฉพาะหรือศัพท์เทคนิค การยกตัวอย่างเปรียบเทียบให้ผู้ฟังเห็นภาพและเข้าใจได้ง่ายที่สุด การอธิบายอย่างเป็นลำดับขั้นตอน เป็นต้น โดยการพิจารณาว่าผู้ฟังคนไหนมีความรู้หรือไม่นั้น สามารถพิจารณาได้ ดังนี้

- การใช้คำพูดหรือคำศัพท์ในการสื่อสาร คือ ผู้ที่ไม่มีความรู้ด้านรถยนต์ มักจะเรียกชิ้นส่วนต่าง ๆ ได้ไม่ถูกต้องหรืออธิบายได้ไม่ชัดเจนนัก
- ไม่มีการเรียบเรียงคำถาม คือ การถามแบบตะกุกตะกัก อึกอัก ไม่มั่นใจว่าจะเรียกชิ้นส่วนหรืออธิบายอาการปัญหาถูกหรือไม่
- มีการถามซักถามอย่างต่อเนื่อง เพื่อความเข้าใจของตนเอง

นอกจากนั้น ลักษณะของรถยนต์ที่ใช้ ก็สามารถนำมาพิจารณาประกอบได้ด้วย เช่น ใช้รถกระบะมา 15 ปีแล้ว กับผู้ใช้รถยนต์ BMW ซึ่งวิทยากรอาจจะคาดคะเนว่าระดับความรู้อาจจะต่างกัน ทำให้มีผลต่อการโต้ตอบกับผู้ฟังด้วยเช่นกัน โดยผู้ใช้รถกระบะนั้น อาจจะเป็นชาวบ้านทั่วไป ต้องเลือกใช้คำที่ฟังง่ายมากกว่าผู้ใช้รถยนต์ BMW ซึ่งอาจจะมีการศึกษาพอสมควรสามารถอธิบายให้ลึกได้มากกว่า เป็นต้น

ดังนั้น การได้ตอบการคำถามลักษณะนี้ วิทยากรควรจะให้ข้อมูลที่ตี ละเอียด และอธิบาย อย่างใจเย็น จนกว่าผู้ฟังจะเข้าใจ ถามผู้ฟังว่า เข้าใจหรือไม่ และอธิบายจนกระทั่งผู้ฟังไม่มีคำถาม ต่อแล้ว แต่หากมีความจำกัดเรื่องเวลา วิทยากรก็สามารถตัดบทได้ แต่ควรให้คำปรึกษาต่อหลัง ไม้หรือให้ติดต่อมาในรายการวันหลังก็ได้

2) ผู้ฟังที่มีความรู้เรื่องรถยนต์อยู่บ้าง

การได้ตอบกับคำถามที่ผู้ฟังสามารถหาข้อมูลได้ด้วยตนเอง โดยที่ผู้ถามมีความรู้เรื่อง รถยนต์อยู่บ้างนั้น ทำให้วิทยากรต้องตั้งรับและพิจารณาว่า เหตุใดจึงต้องการถามคำถามใน ลักษณะดังกล่าวในรายการ ซึ่งคำตอบส่วนใหญ่มักเป็นความต้องการของผู้ฟังที่ต้องการ ออกจากศาสตร์ผ่านทางรายการ จึงเป็นการถามคำถามทั่ว ๆ ไป หรือเป็นคำถามที่ตนเองก็พอรู้ ข้อมูลอยู่บ้าง ซึ่งวิทยากรจะพิจารณาผู้ฟังลักษณะนี้ ดังนี้

- ใช้คำพูดเรียกชิ้นส่วนหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับรถยนต์ได้อย่างถูกต้อง
- มีการเรียบเรียงคำถามมาอย่างดี เหมือนเตรียมและจดบันทึกไว้ก่อนแล้ว
- มีการเจรจาโต้ตอบกับวิทยากรในประเด็นดังกล่าว ทั้งการแสดงความเข้าใจ ยกตัวอย่างเสริม หรือออกความเห็นร่วม เป็นต้น

เนื่องจากการถามคำถามลักษณะนี้ โดยผู้ฟังส่วนใหญ่ที่มีความรู้มาก่อนแล้ว อาจทำให้ เสียเวลาผู้ฟังคนอื่น ๆ ที่มีปัญหาเรื่องรถยนต์จริง ๆ ทำให้วิทยากรมีการโต้ตอบโดยการพูดอธิบาย ให้ข้อมูลในระดับหนึ่ง และแนะนำให้ไปศึกษาด้วยตนเองจากหนังสือหรือคู่มือต่าง ๆ จากนั้น หาก มีการสนทนาต่อที่ยืดเยื้อ ก็สามารถตัดบทเพื่อจบการสนทนาลงได้ อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี วิทยากรก็มองเห็นว่า การให้ข้อมูลเหล่านั้น อาจจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟังท่านอื่น ก็สามารถให้ ข้อมูลในรายละเอียดได้

3.3.2 คำถามแฝงการขายสินค้า

การถามคำถามในลักษณะนี้ วิทยากรจะต้องใช้ความสามารถส่วนตัวที่จะประเมินหรือ ตัดสินว่าผู้ฟังติดต่อมาเพื่อการขายสินค้าหรือโฆษณาผลิตภัณฑ์ของตนหรือไม่ ซึ่งผู้ฟังมักจะบอก เล่าถึงคุณสมบัติ ข้อดีของสินค้านั้น ๆ และขอความคิดเห็นกับทางรายการ เช่น พนักงานขาย รถยนต์ยี่ห้อต่าง ๆ ที่บอกโปรโมชันของตนเอง หรือพนักงานขายผลิตภัณฑ์น้ำมันสังเคราะห์ บอก ถึงคุณสมบัติของสินค้าตนว่าช่วยในการประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง เครื่องยนต์ทำงานได้ดีและให้การ เผาไหม้ที่สมบูรณ์ เป็นต้น

คำถามที่แฝงการขายหรือโฆษณาสินค้าของตนเองนั้น วิทยากรมองว่าเป็นการเสียเวลา ผู้ฟังคนอื่นที่มีปัญหาจริง ๆ และเป็นการกระทำที่เห็นแก่ตัว ดังนั้น ในการโต้ตอบจะเป็นการเลี่ยง

ตอบโดยการตอบแบบกลาง ๆ ว่าสิ่งที่ผู้ฟังสงสัยเป็นเรื่องปกติ เช่น ในกรณีที่มีการกล่าวอ้างถึงโปรมอเตอร์ที่มีมากมาย วิทยากรจะมองในลักษณะของการตลาด การขายซึ่งเป็นการกระทำของรถยนต์ทุกยี่ห้อ หรือน้ำมันสังเคราะห์ที่มีคุณสมบัติพิเศษต่าง ๆ นั้น แท้จริงแล้วอุปกรณ์หรือชิ้นส่วนทุกชิ้นในรถยนต์ ได้รับการออกแบบจากวิศวกรมาแล้ว ให้ได้มาตรฐาน ดังนั้น การเติมอะไรเข้าไปก็อาจไม่ได้ช่วยอะไร เป็นต้น จากนั้น วิทยากรจะตัดบทเพื่อจบการสนทนาลง

อย่างไรก็ตาม จะไม่มีการพูดต่อผู้ฟังตรง ๆ ว่า คุณเป็นพนักงานขายหรือเปล่า เนื่องจากเป็นการคาดเดาของวิทยากรเอง แต่อาจจะมีการพูดถึงความเป็นไปได้ว่าผู้ฟังที่ติดต่อมามีความต้องการที่จะแฝงการขายสินค้าไปด้วย ทำให้ผู้ฟังคนอื่นที่เปิดรับฟังอยู่ได้ทราบและไม่หลงเชื่อเช่นกัน

การนำเสนอข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ผู้วิจัยจะนำมาศึกษาวิเคราะห์และนำเสนอโดยจัดกลุ่มตามประเภทของรายการที่มีลักษณะเป็นการให้คำปรึกษาเป็นหลัก การปะปนการสนทนา และการเน้นการสนทนามากกว่าการให้คำปรึกษา โดยแบ่งเป็นบท ดังนี้

บทที่ 4 วิเคราะห์รายการที่ให้คำปรึกษาเป็นหลัก

บทที่ 5 วิเคราะห์รายการที่ให้คำปรึกษาและพูดคุย

บทที่ 6 วิเคราะห์รายการที่เน้นการพูดคุยมากกว่าการให้คำปรึกษา

บทที่ 7

ผู้วิจัยทำการสรุปและวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากบทที่ 4 – 6 ตามแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวมาข้างต้น ตลอดจนข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

สรุป

ระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษาการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ นั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ถ้าผู้วิจัยไม่ได้ทำงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนสายยานยนต์ จะมีความยากลำบากในการหาและเก็บข้อมูลเป็นอย่างยิ่ง เพราะข้อมูลทั้งจากการขอเทปบันทึกรายการ จะต้องใช้ความสนิทสนมคุ้นเคยกับผู้ที่เกี่ยวข้องก่อน จึงจะได้รับความร่วมมือ โดยผู้วิจัยเอง เนื่องจากทำงานอยู่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนสายยานยนต์ จึงเอื้อประโยชน์ในการติดต่อขอข้อมูลในระดับหนึ่ง ทำให้ข้อมูลที่ได้ข้อมูลที่ได้อยู่ในระดับดีตามที่ต้องการ อย่างไรก็ตาม แม้ผู้วิจัยจะรู้จักกับผู้ที่เกี่ยวข้องเหล่านั้น แต่ในบางครั้งยังพบอุปสรรคในการให้ข้อมูล ที่เกิดจากความล่าช้า

ในการเตรียมข้อมูลให้ ตลอดจนความเกรงใจในการติดตามขอข้อมูลมากเกินไป อาจส่งผลเสียในเรื่องความสัมพันธ์ของการทำงานของผู้วิจัยเอง ดังนั้น จึงไม่ขอแนะนำให้ศึกษาวิจัยเรื่องนี้ หากไม่มีความเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนสายยานยนต์ เพราะจะมีอุปสรรคในการติดต่อเพื่อศึกษาวิจัย และอาจทำให้ได้ข้อมูลไม่เพียงพอ และจะเป็นผลเสียต่องานวิจัยที่ออกมา

อย่างไรก็ตาม วิธีการที่ใช้ในศึกษานี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าได้ผลในค่อนข้างดี เพราะเนื่องจากผู้วิจัยทำงานเกี่ยวข้องและรู้จักผู้จัดรายการทั้งเจ้าของรายการ ผู้ดำเนินรายการและวิทยากรอยู่บ้าง ทำให้ทราบถึงลักษณะนิสัยของบุคคลต่าง ๆ เหล่านั้น ที่สามารถนำมาประกอบกับการตีความหมายของอัตตะการสื่อสารในรายการ