

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาการสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบที่คัดสรรโดยมีวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แยกประเภทแหล่งข้อมูลเป็น 2 แหล่ง คือ 1. แหล่งข้อมูล คือบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบที่คัดสรร 2. แหล่งข้อมูลบุคคล คืออาจารย์กิตติช ศรีฟ้า ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบการโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ , พนักงานชำระเงินและพนักงานประจำในซูเปอร์มาร์เก็ต และผู้ที่บริโภคขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบ

1. แหล่งข้อมูล บรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบที่คัดสรรที่ใช้ศึกษานั้นจำหน่ายในช่วงปีพ.ศ. 2556 จำนวน 4 ตราสินค้า ได้แก่

- บรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบตราเลข
- บรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบตราเอสโต
- บรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบตราLorenz Naturals Chips
- บรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบตราKettle Chips

2. แหล่งข้อมูลบุคคล คืออาจารย์กิตติช ศรีฟ้า ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบการโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ , พนักงานชำระเงินและพนักงานประจำในซูเปอร์มาร์เก็ต และผู้ที่บริโภคขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบ ดังนี้

- อาจารย์กิตติช ศรีฟ้า

อาจารย์กิตติช ศรีฟ้า อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาการโฆษณา มหาวิทยาลัยสยาม ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบการโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้โทรศัพท์ติดต่อเพื่อนัดขอสัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การใช้ตัวอักษรและการใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ที่ได้ศึกษา อาจารย์กิตติชได้นัดให้เข้ามาสัมภาษณ์ที่มหาวิทยาลัยสยามในวันที่ 1 มิถุนายนเวลา13.00น. โดยในการสัมภาษณ์อาจารย์กิตติชใช้เวลาสัมภาษณ์ทั้งสิ้น 1 ชั่วโมง โดยได้กล่าวถึงถึงการจัดวางตำแหน่งของการออกแบบ การใช้สีในการออกแบบ การใช้ตัวอักษรในการ

ออกแบบ การใช้รูปภาพของบรรจุภัณฑ์ และการสื่อความหมายของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งท่านอาจารย์ได้อธิบายโดยละเอียดชัดเจน และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี (กิตติรัช ศรีฟ้า, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

- บุคลากรฝ่ายที่เกี่ยวข้องของขนมขบเคี้ยวที่ผลิตในประเทศไทย

ในการติดต่อสัมภาษณ์ขนมขบเคี้ยวตราเลย์ เป็นตราสินค้าที่ผลิตขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบ อยู่ในเครือบริษัท เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรดิง จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดของตลาดมันฝรั่งทอดกรอบในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ติดต่อขอสัมภาษณ์ฝ่ายการตลาดและฝ่ายออกแบบบรรจุภัณฑ์ และได้แจ้งความจำนงเพื่อขออนุญาตในการสัมภาษณ์ แต่เนื่องจากเลย์ มีการแข่งขันด้านการตลาดสูงทางฝ่ายการตลาดจึงให้ข้อมูลได้ไม่มากนัก และทางฝ่ายการตลาดขอให้ผู้วิจัยส่งคำถามที่จะสัมภาษณ์มาทางอีเมลของคุณสุชานันท์ (ผู้ช่วย) เพื่อทางฝ่ายการตลาดจะนำคำถามของผู้วิจัยส่งไปที่บริษัทแม่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อให้ตรวจสอบการอนุมัติให้สัมภาษณ์ระยะเวลาในการรอคำตอบ 3 เดือน เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2558 ผู้วิจัยได้ติดต่อกลับไปใหม่ซึ่งทางบริษัทแม่แจ้งมาว่าไม่สามารถให้ข้อมูลได้ ฝ่ายการตลาดจึงขอเลือกตอบตามที่สามารถเปิดเผยข้อมูลได้

ในการติดต่อสัมภาษณ์ขนมขบเคี้ยวตราเทสโต เป็นตราสินค้าที่ผลิตขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบ อยู่ในเครือบริษัทเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 2 ของตลาดมันฝรั่งทอดกรอบในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ติดต่อขอสัมภาษณ์ฝ่ายการตลาดและฝ่ายออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งได้แจ้งความจำนงเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์ โดยฝ่ายการตลาดได้ขอให้ผู้วิจัยส่งคำถามที่จะขอสัมภาษณ์มาทางอีเมลของคุณฝั่งฝัน (ผู้ช่วย) เพื่อมาพิจารณา โดยวันที่ 19 มีนาคม 2558 ได้มีการติดต่อมาจากผู้ช่วยโดยขอตอบคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ทางอีเมลเท่านั้นเพราะเนื่องจากไม่สะดวกในการให้เข้าพบสัมภาษณ์ และขอตอบเท่าที่จะสามารถเปิดเผยได้ ผู้วิจัยจึงขอติดต่อทางโทรศัพท์เมื่อต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

- พนักงานชำระเงินและพนักงานประจำในซูเปอร์มาร์เก็ต

ผู้วิจัยได้เดินทางไปสังเกตขนมขบเคี้ยวที่ขายอยู่ในซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างสรรพสินค้า 5 แห่ง และได้ขอสัมภาษณ์พนักงานชำระเงินและพนักงานประจำในซูเปอร์มาร์เก็ต 10 ท่าน ตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายน 2557 – 16 ธันวาคม 2557 เพื่อสอบถามข้อมูลของขนมขบเคี้ยวที่ผลิตในประเทศและผลิตจากต่างประเทศ ว่าตราสินค้าใดที่ได้รับความนิยมในการบริโภคและผู้ให้สัมภาษณ์จัดจำ ตราสินค้าใดได้มากที่สุด เพื่อผู้วิจัยจะคัดเลือกตราขนมขบเคี้ยวมาทำการวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ โดยในการขอสัมภาษณ์เป็นไปได้ยากเพราะพนักงานอยู่

ในช่วงปฏิบัติหน้าที่จึงให้ข้อมูลได้ไม่มากนัก ผู้วิจัยใช้วิธีการซื้อสินค้าหลายครั้งเพื่อที่จะสอบถามข้อมูลในระหว่างช่วงชำระเงินและขอนัดสัมภาษณ์ช่วงเวลาเลิกงานแต่ไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร

- ผู้ที่บริโภคขนมขบเคี้ยวประเภทมันฝรั่งทอดกรอบที่ได้คัดสรร

ใช้การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการโดยผู้วิจัยเลือกขอสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจงจากผู้บริโภคที่เลือกซื้อขนมขบเคี้ยวที่ผู้วิจัยคัดสรรจากซูเปอร์มาร์เก็ต ตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายน 2557 – 16 ธันวาคม 2557 โดยสัมภาษณ์ จำนวน 30 ท่าน ได้แก่ เพศชายจำนวน 15 ท่าน เพศหญิงจำนวน 15 ท่าน มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ใช้เกณฑ์ในการเลือกสัมภาษณ์คือต้องเป็นผู้ที่กำลังเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวอยู่และมีความชื่นชอบในการบริโภคขนมขบเคี้ยวเพราะมีประสบการณ์ในการรับประทานจะสามารถให้ข้อมูลเป็นจำนวนมากที่เป็นจริงมากที่สุด

- สังเกตพฤติกรรมผู้บริโภคและผู้ที่ไม่ใช่ผู้บริโภคที่มาเดินเลือกซื้อสินค้าและมีความสนใจในตัวบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้คัดสรร

ผู้วิจัยใช้การสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภคจากกลุ่มวัยรุ่น ตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายน 2557 – 16 ธันวาคม 2557 เมื่อมาเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวที่คัดสรรที่ห้างสรรพสินค้าต่างๆ และจดบันทึกประเด็นที่น่าสนใจเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบในการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ต่อไป

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลตามหลักการได้แย่งแสดงเหตุผลของสติเฟน ทูลมิน โดยวิเคราะห์ทั้ง 4 ตราสินค้า และแยกเป็น 4 บท คือ บทที่4 ตราเลย์ , บทที่5 ตราเทสโต , บทที่ 6 ตราLorenz Naturals Chips, และบทที่7 ตราKettle Chips ซึ่งในแต่ละบทจะวิเคราะห์จากการออกแบบของบรรจุภัณฑ์ได้แก่ รูปทรง วัสดุ พื้นผิว ภาพประกอบ สี และตัวอักษร จะใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริโภค และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาได้แย่งแสดงเหตุผลในแต่ละหัวข้อ

การวิเคราะห์การออกแบบบนบรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยวที่คัดสรรแบ่งเป็น 6 หัวข้อได้แก่

1. รูปทรง วิเคราะห์จากรูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร สื่อความหมายอย่างไร

2. วัสดุ วิเคราะห์จากวัสดุของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร สื่อความหมายอย่างไร
3. พื้นผิว วิเคราะห์จากพื้นผิวของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร สื่อความหมายอย่างไร
4. ภาพประกอบ วิเคราะห์จากภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร สื่อความหมายอย่างไร
5. สี วิเคราะห์จากสีของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร สื่อความหมายอย่างไร
6. ตัวอักษร วิเคราะห์จากตัวอักษรของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร สื่อความหมายอย่างไร

ผู้วิจัยจะนำผลสรุปการวิเคราะห์ในแต่ละบทมาสรุปรวมในบทที่ 8 เพื่อที่จะทราบถึงลักษณะของการสื่อความหมายของออกแบบบรรจุภัณฑ์ของทั้ง 4 ตราสินค้าและได้เปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของขนมขบเคี้ยวที่ผลิตในประเทศและผลิตที่ต่างประเทศ

3. การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา โดยใช้หลักการโต้แย้งแสดงเหตุผลของ สตีเฟน ทูลมิน เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจ และทราบถึงลักษณะการสื่อความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขนมขบเคี้ยว ซึ่งประกอบด้วย ตราเลย์ , เทสโต , Lorenz Naturals Chips, Kettle Chips โดยเรียบเรียงและนำเสนอตามรูปแบบการวิจัย ดังนี้

- บทที่ 1 บทนำ ที่มาและความสำคัญ
- บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย
- บทที่ 4 การสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์ตราเลย์
- บทที่ 5 การสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์ตราเทสโต
- บทที่ 6 การสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์ตราLorenz Naturals Chips
- บทที่ 7 การสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์ตราKettle Chips
- บทที่ 8 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ