

### บทที่ 3

#### วิธีการวิจัย

การศึกษารื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สินค้าแบรนด์เนมชาเนล” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การพรรณนาถึงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ด้วยการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าแบรนด์เนมชาเนลในประเทศไทย และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าแบรนด์เนมชาเนลในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงการบริหารงานประชาสัมพันธ์ และผู้บริโภคร่วมเป้าหมาย เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าแบรนด์เนมชาเนลในประเด็นต่าง ๆ โดยได้ดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. การนำเสนอข้อมูล

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

##### แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้ศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร เช่น แผนงานประชาสัมพันธ์บริษัท, ปฏิทินการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เอกสารเผยแพร่ข่าว (Press Release) ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ ข่าวและบทความต่าง ๆ จากหนังสือนิตยสารและหนังสือพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าชาเนลในประเทศไทย และแยกสรุปประเด็นเป็นหัวข้อ เพื่อนำมาศึกษาและวิเคราะห์เพื่อประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

## **แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ**

ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ให้ข้อมูลที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์บริษัทและพนักงานผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเจาะลึกเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ และรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของตราสินค้าแบรนด์เนมชาเนล โดยในขณะสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเทปสัมภาษณ์ มีผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์เอง พร้อมจดบันทึกรายละเอียดบางส่วนในขณะสัมภาษณ์

ผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

1. กีโยม ซอแซง ตำแหน่ง Managing Director  
บริษัท ชาเนล (ประเทศไทย) จำกัด
2. จิตติมา วรธนะสิน ตำแหน่ง General Manager – Communication  
บริษัท ชาเนล (ประเทศไทย) จำกัด
3. พีบี เซ็น ตำแหน่ง Regional Communication Coordination  
บริษัท ชาเนล (ประเทศไทย) จำกัด

พนักงานระดับปฏิบัติการงานประชาสัมพันธ์

1. ณัฐจลา ไพฑูรย์ ตำแหน่ง Communications Executive

## **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล**

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จะใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยใช้คำถามแบบเปิดกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม โดยมีคำถามหลักในการสัมภาษณ์ดังนี้

## **ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และพนักงานผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ตราสินค้าแบรนด์เนมชาเนล**

1. ปัจจุบันการบริหารงานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อบริษัทอย่างไร เหตุผลในการเลือกใช้การประชาสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์หลักทางการตลาด

2. บริษัทมีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์อย่างไรบ้างและมีขั้นตอนอย่างไร
  - จุดอ่อน จุดแข็งของบริษัทมีอะไรบ้าง
  - ปัจจัยแวดล้อมใดบ้างที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
  - วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์
  - มีการกำหนดโครงการประชาสัมพันธ์ต่างๆอย่างไร
  - มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์อย่างไรบ้าง
  - มีการกำหนดงบประมาณของแต่ละโครงการประชาสัมพันธ์อย่างไร
  - มีวิธีการติดตามและประเมินผลของแต่ละโครงการประชาสัมพันธ์อย่างไร
3. ปัจจัยที่ช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จมีอะไรบ้าง
4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
5. รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์
  - มีการใช้สื่อสารมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์อย่างไร
  - มีวิธีในการสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media Relations) อย่างไร
  - มีการใช้สิ่งพิมพ์พิเศษหรือไม่ อย่างไร
  - มีการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) หรือไม่ มีแนวคิด (Concept) ในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งอย่างไร
    - มีวิธีการใช้ประโยชน์จากสื่อบุคคล (Personal Media) อย่างไร
    - มีการใช้สิ่งของที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยหรือไม่ อย่างไร
    - การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันมีความสำคัญหรือไม่ และมีการใช้สื่อนี้มากน้อยอย่างไร

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลมาศึกษา และประมวลเข้ารวมกับข้อมูลที่ได้จากเอกสาร แล้วสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญเป็น 2 ส่วนหลักคือ

1. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของตราสินค้าแบรนด์เนมชาเนล
2. รูปแบบการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ของตราสินค้าแบรนด์เนมชาเนล

### วิธีการนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลในการวิจัย จะใช้การบรรยายพรรณนาเชิงวิเคราะห์เนื้อหา (Descriptive Analysis) เพื่อบรรยายถึง กลยุทธ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยใช้การวิเคราะห์ตามแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์และสรุปผลที่ค้นพบ โดยแบ่งเนื้อหาเป็นส่วน ๆ ตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้วางไว้