

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การจัดตั้งโครงการเว็บไซต์สื่อทางเลือกเพื่อการโฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้าไลฟ์สไตล์นี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) เพื่อทำการศึกษาดังกล่าวในส่วนต่างๆ ที่มีผลต่อการจัดทำโครงการดังกล่าว ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีวิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบลึก (In-dept Interview) โดยอาศัยประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญจากบุคคลผู้เกี่ยวข้องกับวงการโฆษณาออนไลน์ ผู้จัดทำเว็บไซต์ และสื่อมวลชน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องแขนงต่างๆ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ เพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ในการจัดทำโครงการ และสถานการณ์สื่อโฆษณาออนไลน์ในปัจจุบัน เป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบกับการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ดังมีรายละเอียดของการดำเนินงานวิจัยดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลประเภทเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทั้งจากเอกสาร บทความ ในนิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมไปถึงแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยและวางแผนโครงการ

3.1.2 ข้อมูลประเภทบุคคล (Key Informants)

ผู้จัดทำโครงการฯ มุ่งศึกษาไปยังบุคลากร 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้จัดทำเว็บไซต์โฆษณา, ผู้เกี่ยวข้องในวงการโฆษณา และผู้จัดทำเว็บไซต์

3.1.2.1 กลุ่มผู้จัดทำเว็บไซต์โฆษณา คือศึกษานักบุคคลที่มีหน้าที่กำหนดอัตราค่าโฆษณาจากเว็บไซต์ที่มีการขายพื้นที่โฆษณา

3.1.2.2 กลุ่มผู้เกี่ยวข้องในวงการโฆษณา แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. นักโฆษณา คือ ศึกษาจากผู้วางแผนการโฆษณาให้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทโฆษณาที่มีการซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์
2. สื่อมวลชน คือ สื่อมวลชนที่วิเคราะห์ทิศทางวงการโฆษณาในปัจจุบัน เช่น บรรณาธิการ นิตยสาร Positioning

3.1.2.3 กลุ่มผู้จัดทำเว็บไซต์ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้จัดทำระบบของเว็บไซต์ คือ ศึกษาจากผู้ที่ทำหน้าที่วางระบบให้กับเว็บไซต์
2. กราฟฟิคดีไซน์เนอร์ คือ ศึกษาจากผู้มีหน้าที่ออกแบบกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง ให้กับเว็บไซต์ต่างๆ
3. โปรแกรมเมอร์ คือ ศึกษาจากผู้มีหน้าที่เขียนโปรแกรมให้กับเว็บไซต์ต่างๆ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้รายละเอียดที่ครบถ้วน จึงมีเครื่องมือในการวิจัยดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ผู้จัดทำเว็บไซต์ที่มีการจัดทำโฆษณาออนไลน์
2. แบบสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในวงการโฆษณา
3. แบบสัมภาษณ์ผู้จัดทำเว็บไซต์ กราฟฟิคดีไซน์เนอร์ และโปรแกรมเมอร์ ถึงความเป็นไปได้ในการทำอิเล็กทรอนิกส์ โบรชัวร์

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้ทั้งข้อมูลประเภทเอกสาร และข้อมูลประเภทบุคคล ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลประเภทเอกสาร

เนื่องจากเรื่องราวของสื่อโฆษณา มีเอกสารบันทึกไว้เป็นหลักฐานอย่างชัดเจน และในกรณีของสื่อสมัยใหม่ ที่ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้วิจัยจึงรวบรวมข้อมูลทั้ง

ทางตรงและทางอ้อม จากหนังสือ นิตยสาร เว็บไซต์ หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่เคยถูกบันทึกหรือได้รับการตีพิมพ์ ดังรายละเอียดที่กล่าวไปข้างต้น

3.3.2 ข้อมูลประเภทบุคคล

ผู้วิจัยทำการซักถามเฉพาะเจาะจงสื่อโฆษณาออนไลน์ และความเป็นไปได้ในการจัดทำเว็บไซต์โฆษณาออนไลน์ ดังนี้

3.3.2.1 ทิศทางของสื่อโฆษณาออนไลน์ในปัจจุบันและอนาคต

1. สถานการณ์ของสื่อโฆษณาในปัจจุบัน
2. ทิศทางของสื่อโฆษณาออนไลน์ในปัจจุบันและอนาคต และความสนใจของผลิตภัณฑ์สินค้าไลฟ์สไตล์ต่อสื่อออนไลน์

3. การสร้างความโดดเด่นให้กับสื่อโฆษณาออนไลน์
4. ลักษณะของสื่อออนไลน์ที่อยู่ในความพิจารณาของบริษัทโฆษณา
5. การกำหนดอัตราค่าโฆษณาของสื่อโฆษณาออนไลน์

3.3.2.2 กลยุทธ์การจัดทำเว็บไซต์โฆษณา

1. กระบวนการขั้นตอน การจัดเก็บข้อมูลและความเป็นไปได้ในการจัดทำเว็บไซต์โฆษณา
2. การดีไซน์เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับเว็บไซต์

3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความถูกต้องของคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะนำรูปแบบของคำถามให้คณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา เป็นการทดสอบความถูกต้องและความเป็นไปได้ของคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เพื่อจะได้คำถามที่สามารถสื่อความหมายได้อย่างตรงประเด็นระหว่างผู้วิจัย และผู้ถูกสัมภาษณ์

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาจากความคิดเห็น ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของผู้ถูกสัมภาษณ์ ที่ได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้จัดทำเว็บไซต์โฆษณา ผู้เกี่ยวข้องในวงการโฆษณา และผู้จัดทำเว็บไซต์ ดังนั้นในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้จัดทำโครงการ จะใช้การอุปนัย (Induction) อันเกิดจากการเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่กำหนดไว้ มาสังเคราะห์หาผลในการศึกษาวิจัย และสรุปข้อมูล เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสนับสนุน ถึงความเป็นไปได้ในการจัดทำโครงการต่อไป

3.6 การนำเสนอผลการวิจัย

ผู้ศึกษาได้นำผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะบูรณาการ มานำเสนอในรูปแบบการจัดตั้งโครงการเว็บไซต์สื่อทางเลือกเพื่อการโฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้าไลฟ์สไตล์ โดยวิเคราะห์ผ่านความเป็นไปได้ในด้านการตลาด และการเงินเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง