

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษาและขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องการวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพในการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณา และเชิงปริมาณโดยทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยการศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง วิธีการศึกษา เครื่องมือและสถิติที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้ 1. การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณา 2. วิธีเชิงสำรวจ

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหาและประชากร

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา การวิเคราะห์สื่อโฆษณาตุ๊กตาบลายซ์ทางอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค ในด้านการสร้างการรับรู้ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ต่อสินค้า โดยทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 วิธีคือ

วิธีที่ 1 การวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาตุ๊กตาบลายซ์จำนวน 5 ชุด ได้แก่ 1. My little candy 2. Milkyway sugar 3. Bow wow trad 4. Heart of montmartre 5. Le jardin de maman โดยการวิเคราะห์แบ่งเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์สัญลักษณ์ที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ตัวภาพยนตร์โฆษณา

วิธีที่ 2 การสำรวจประชากรกลุ่มตัวอย่างโดยแบบสอบถาม โดยกลุ่มเป้าหมายอายุ 15-45 ปี กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกเว็บไซต์บลายซ์ไทยแลนด์ จำนวน 50 คน โดยผลจากการศึกษาได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้ประกอบ การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาของตุ๊กตาบลายซ์

ส่วนที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านต่างๆ ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อตุ๊กตาบลายซ์

3.2 ขนาดตัวอย่าง วิธีการวิเคราะห์ และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดตัวอย่างในการศึกษาเป็น 2 วิธีคือ

วิธีที่ 1 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ ภาพยนตร์โฆษณาตุ๊กตาบลายซ์ เป็นการวิเคราะห์สัญญาณที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตามแนวคิดของ Roland Barths ในเรื่องสัญญาณศาสตร์

วิธีที่ 2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างที่ความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (การสุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย: ออนไลน์. อ้างอิง Taro Yamane, 1973: 125) จากจำนวนประชากรชายหญิงในเว็บบลายซ์ไทยแลนด์ ที่มีอายุ 15-45 ปี ทั้งสิ้น 50 คน

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad n = \frac{9589}{1 + (9589)(0.25)^2}$$

$$n = 40$$

n = ขนาดตัวอย่าง
N = จำนวนประชากรทั้งหมดที่ศึกษา
e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง จากสมาชิกเว็บไซต์เฉพาะของตุ๊กตาบลายซ์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามทำการคัดเลือกแบบเจาะจง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่รับชมสื่อภาพยนตร์โฆษณาตุ๊กตาบลายซ์

3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลส่วนนี้ผู้ศึกษาจะทำการดำเนินการและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สื่อภาพยนตร์โฆษณาตุ๊กตาบลายซ์ ทางอินเทอร์เน็ตโดยทำการคัดเลือกชุดสื่อโฆษณาที่ได้มีการรับรู้อย่างกว้างขวางกับผู้ชม โดยจะมีชุดโฆษณาจำนวน 5 ชุดเพื่อที่จะทำการวิเคราะห์และค้นหาการรับรู้ที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ ตามการรับรู้ของผู้บริโภคหรือผู้ชมที่มีอายุ 15-45 ปี ที่เป็นสมาชิกเว็บไซต์บลายซ์ไทยแลนด์ จำนวน 50 คน

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่เอกสารทางวิชาการที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว รวมถึงผลการวิจัย บทความ นิตยสาร วารสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าแบบอิสระ และข้อมูลจากระบบออนไลน์ ซึ่งแหล่งข้อมูลต่างๆ สามารถค้นคว้าได้จากห้องสมุดท้องถิ่น ห้องสมุดมหาวิทยาลัยต่างๆ

3.4 การรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาตุ๊กตาบลายซ์

3.5 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ในครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติเบื้องต้น ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สื่อโฆษณาตุ๊กตาบลายซ์ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อโฆษณาตุ๊กตาบลายซ์

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาสื่อโฆษณาตุ๊กตาบลายซ์ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค นำมาสรุปในรูปแบบของตารางและสถิติเชิงพรรณนา

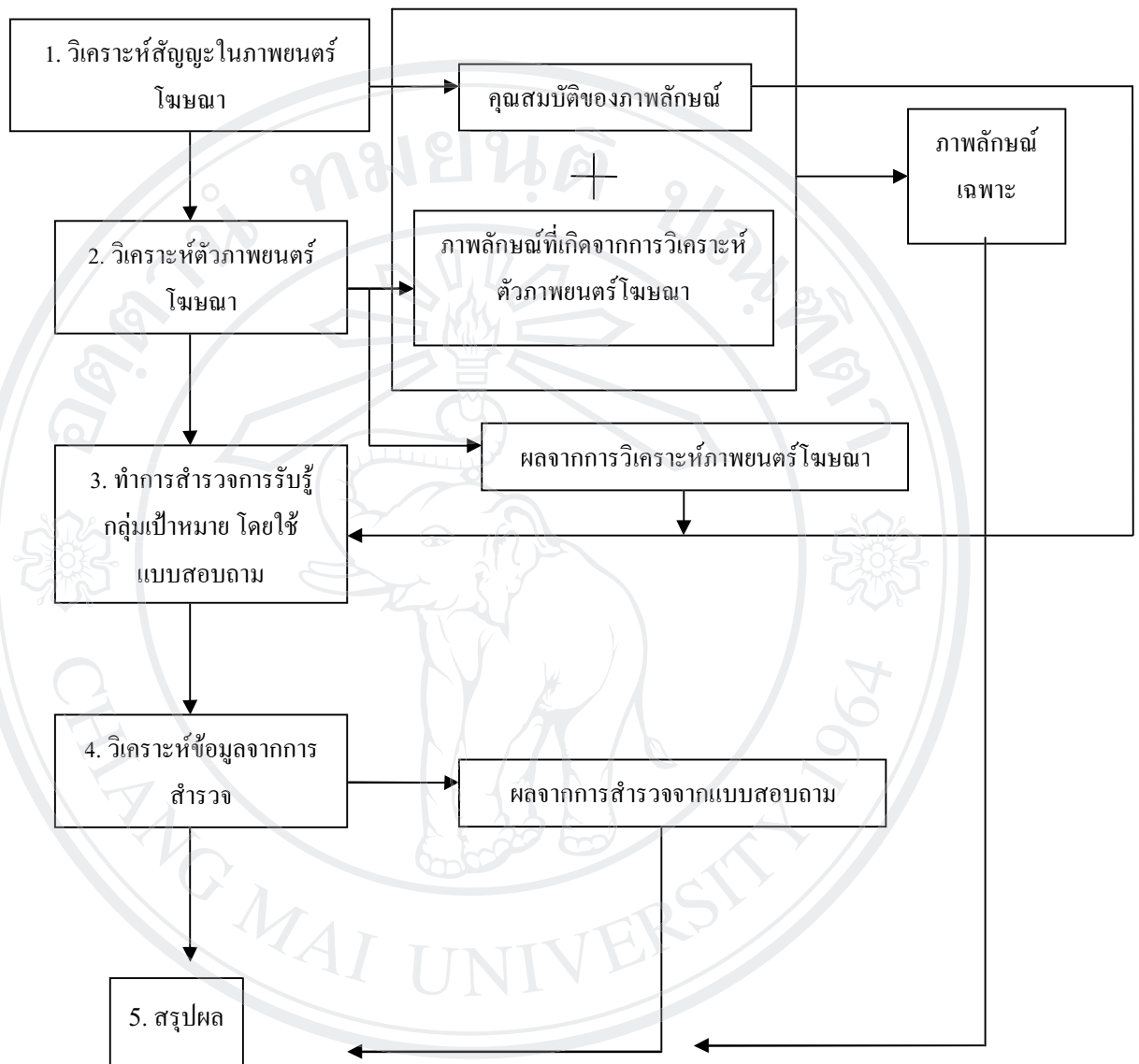
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 สื่อโฆษณาตุ๊กตาบลายซ์ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค

สื่อโฆษณาตุ๊กตาบลายซ์ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ใบปลิว แผ่นพับ แผ่นโฆษณา ป้ายโฆษณา การบอกกล่าวจากผู้คน นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และ Internet รวมไปถึงการรับชมสื่อโฆษณา ช่วงเวลาที่รับชมสื่อโฆษณา และความชอบต่อภาพยนตร์โฆษณาตุ๊กตาบลายซ์

ขั้นตอนการดำเนินการ	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น	----->															
ขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหา					----->											
ขั้นตอนออกแบบสอบถาม									----->							
วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล									----->							
จัดทำและนำเสนอรายงาน													----->			
แก้ไขรูปเล่มส่งบัณฑิตวิทยาลัย													----->			



ภาพ 3.1 แผนผังการศึกษา เรื่องการวิเคราะห์สื่อโฆษณาตุ๊กตาบลาธที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค