บทที่ 3
วิธีการดำเนินการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การออกแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลการออกแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์เพื่อการสงเสริมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟคั่วบดและศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลการตลาดร้านกาแฟคั่วบด เพื่อผลิตสื่อโฆษณาสื่อสารกับลูกค้าที่มีความสนใจต่อสินค้าและกิจกรรมการส่งเสริมการ โดยมีแบบแผนการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
2. แผนการดำเนินงาน
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิเคราะห์ข้อมูล

1. ขอบเขตการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การออกแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อโฆษณาทางจดหมายอิเลคทรอนิกส์ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อที่สามารถนำไปสู่การเปิดรับข่าวสารและข้อมูลทางกิจกรรม บริการและสินค้าในธุรกิจร้านกาแฟได้โดยตรง ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดวิธีการศึกษาเพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นโดยแบ่งออกเป็นขอบเขตด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 2 ประเด็น ได้แก่ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาด ข้อมูลทางกิจกรรม ข้อมูลสินค้า ประเด็นที่สองคือการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านข้อมูล ที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ โดยนำวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟคั่วบด โดยแบ่งเนื้อหาที่ทำการศึกษาออกเป็น 2 รูปแบบ คือ เนื้อหาในด้านปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการเปิดรับสื่อ และเนื้อหาในด้านปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้บริการไม่รับสื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.2 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง หรือสุ่มแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างตามจุดมุ่งหมายของงานค้นคว้าอิสระที่ต้องการเฉพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตและปัจจัยที่อิทธิพลในการไม่ยอมรับในการเปิดรับสื่อ เพื่อที่สามารถผลิตสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งกลุ่มเป้าหมาย ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มวัยทำงานซึ่งมีอายุเฉลี่ย 15-35 ปี โดยเข้ามาใช้บริการในร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างมาจำนวน 50 ราย

เหตุผลที่เลือกกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวในการทดสอบ

จากข้อมูลการวิจัยพบว่า จำนวนผู้บริโภคกาแฟโดยแบ่งจำแนกตามอาชีพ พบว่า อันดับ 1) กลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีมากถึง ร้อยละ 77.00 อันดับ 2) รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 6.00 อันดับ 3) พนักงานราชการ ร้อยละ 5.30 อันดับ 4) พนักงานเอกชน ร้อยละ 4.70 อันดับ 5) ผู้ประกอบการส่วนตัว ร้อยละ 2.70 ดังนั้น การสอบถามข้อมูลไปยังกลุ่มบุคคลเหล่านี้ทำให้ข้อมูลตรงกับความเป็นจริงในการพัฒนาและสร้างความเชื่อถือได้มากที่สุด (เกียรติศักดิ์ วรรณศรี, 2550)

1.3 ขอบเขตด้านการออกแบบ

ขอบเขตด้านการออกแบบ การออกแบบสื่อโฆษณาอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ชิ้นนี้ เป็นการผลิตสื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตผ่านทางจดหมายอิเลคทรอนิกส์ที่ประกอบกันทั้งภาพ และเสียงและข้อมูลข่าวสาร รวมไปถึงระบบอินเตอร์เรคทีฟที่เป็นสื่อกลางเพื่อนำพาไปสู่จุดประสงค์ โดยขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.3.1 การออกแบบโครงร่างหน้าสื่อโฆษณาและระบบนำทาง

1. ออกแบบแผนผังการสื่อสารภายใน
2. ออกแบบระบบนำทาง
3. ออกแบบรูปแบบภาษาของใช้งาน
4. ออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบเพื่อความน่าสนใจ และสะดุดตา
5. ออกแบบระบบการใช้งาน
6. ออกแบบโครงร่างหน้าตา
7. ออกแบบหน้าจอ แสดงข้อมูลภาพและส่วนประยุกต์ในการใช้งาน

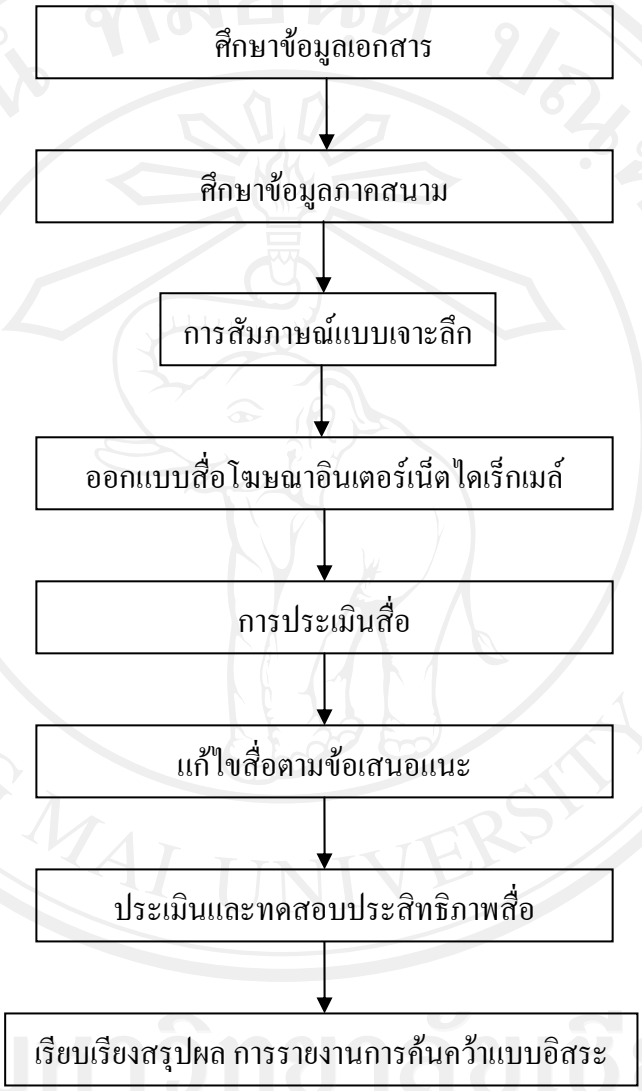
1.3.2 ดำเนินการเชื่อมโยงระบบนำทางในแต่ละหน้าเว็บเพจเข้าด้วยกัน

1.3.3 ดำเนินการ Upload สื่อ ขึ้นเว็บไซต์เพื่อทดสอบระบบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. แผนการดำเนินงาน

กระบวนการวางแผนการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีหลายขั้นตอน เพื่อให้เกิดความชัดเจนถึงขั้นตอนการดำเนินงาน สามารถอธิบายออกมาเป็นภาพให้เข้าใจง่ายขึ้น แบ่งเป็น 7 ขั้นตอนดังนี้



แผนภูมิ 3.1 แสดงขั้นตอนแผนการดำเนินงานค้นคว้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในการศึกษานั้นผู้ศึกษาได้มีแผนการดำเนินงานโดยเริ่มจาก ขั้นตอนที่ 1 จนกระทั่งสรุปผล ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) เป็นเอกสารที่เป็นความรู้เชิงทฤษฎีของการออกแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ 2) เอกสารที่ใช้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับสื่อโฆษณาอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาภาคสนาม เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และให้เกิดความแม่นยำแบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม ออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) สัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากการสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย 2) วิเคราะห์ทางสถิติด้วยตาราง Matrix โดยใช้หลักการออกแบบสื่อโฆษณาอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ ทั้งนี้เพื่อนำผลวิเคราะห์ และผลจากการสัมภาษณ์ที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดประสิทธิผลอย่างเหมาะสมที่สุด

ขั้นตอนที่ 3 นำข้อมูลที่ได้มาทำการออกแบบสื่อโฆษณาทางจดหมายอิเลคทรอนิกส์

ขั้นตอนที่ 4 นำสื่อที่ผลิตไปทำการประเมินสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโฆษณาทางจดหมายอิเลคทรอนิกส์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการตลาดธุรกิจร้านกาแฟคั่วบด โดยการใช้แบบประเมินสื่อเป็นตัววัดผล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับการออกแบบสื่อโฆษณา ที่เหมะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 5 แก้ไขสื่อตามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย ผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 6 เผยแพร่สื่อกับกลุ่มเป้าหมายประเมินประสิทธิภาพสื่อ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผล และสรุปผล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขสื่อต่อไป

ขั้นตอนที่ 7 เรียบเรียงผลการศึกษาผลการศึกษาค้นคว้าเขียนเป็นรายงานการค้นคว้าแบบอิสระ

2.1 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ ร้านกาแฟคั่วบด ชื่อร้าน มอร์ คอฟี่ บริเวณหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เหตุผลที่เลือกร้าน มอร์ คอฟี่ เพราะว่ามีจำนวนนักศึกษาเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก และร้านมอร์ คอฟี่มีขนาดต้นทุนในการดำเนินกิจการที่ไม่เกิน 50,000 ถึง 100,000 บาท ซึ่งเป็นร้านกาแฟขนาดย่อมตามที่ผู้ศึกษาตั้งขอบเขตขนาดร้านในการศึกษาไว้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาวิธีการออกแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ เพื่อการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาทางจดหมายอิเลคทรอนิกส์ในครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บข้อมูลแบ่ง 2 ชุด คือ

1. แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายเป็นการสอบถามถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับและปฏิเสธต่อสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพื่อการออกแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ที่สามารถสื่อสารได้มีประสิทธิภาพอย่างเหมาะสมและเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนที่สุด

2. แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นและประเมินของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับประสิทธิภาพและการออกแบบสื่อโฆษณาอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ ได้ตรงตามวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด โดยใช้เกณฑ์การประเมินสื่อตามระดับความพึงพอใจ และระดับคุณภาพของสื่อโฆษณาทางจดหมายอิเลคทรอนิกส์ โดยใช้เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเสนอแนะ

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง 1 มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง 2 มีความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง 3 มีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง 4 มีความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง 5 มีความพึงพอใจมากที่สุด

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่อโฆษณาอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้เครื่องมือดังนี้

1. ข้อมูลภาคเอกสาร งานวิจัย และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

2. แบบสอบถามที่มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาใช้ประเมินการสร้างสื่อโฆษณา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟคั่วบดของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการด้านการออกแบบหน้าสื่อโฆษณาอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเปิดรับโฆษณาผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์

3. ข้อมูลและวิธีการออกแบบสื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์

4. เครื่องคอมพิวเตอร์ Personal Computer

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. วัสดุและอุปกรณ์สำหรับงานออกแบบ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการออกแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ โดยสื่อสารการตลาดผ่านทางจดหมายอิเลคทรอนิกส์ เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟคั่วบดขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างประมาณ 50 ราย เพื่อนำผลจากการสำรวจมาวิเคราะห์เพื่อผลิตสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการตลาด ในธุรกิจร้านกาแฟคั่วบดอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการออกแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ เพื่อสร้างสื่อโฆษณาทางจดหมายอิเลคทรอนิกส์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟคั่วบด และสร้างสื่อโฆษณาที่มีความเหมาะที่สุด

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทราบถึงความต้องการในการออกแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ เว็บไซต์และเนื้อหาข้อมูลในการส่งเสริมการตลาดร้านกาแฟคั่วบด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประเมินผล จากตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ จากแบบประเมินที่ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อออกแบบสื่อโฆษณาอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ได้อย่างที่มีประสิทธิภาพ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประเมินสื่อ จากแบบประเมินที่ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อสื่อจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวน 20 ราย

5. วิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนการวิจัยก่อนการออกแบบจะทำการสรุปข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้รับสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ จะทำการสรุปข้อมูลในส่วนของประเด็นในด้าน พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคในร้านกาแฟคั่วบด ลักษณะความพึงพอใจในด้านการแบบสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์

และในขั้นตอนการทดสอบสื่อโฆษณาอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ จะทำการสรุปข้อมูลที่เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อภาพรวมของระบบการทำงานของสื่ออินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ และความพึงพอใจต่อระบบการทำงานในแต่ละส่วน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การประเมินผลการวิเคราะห์และผลิตสื่อ

ในการนำเสนอผลงานการออกแบบสื่อโฆษณาอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์ แก่กลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินคุณภาพของผลงานโดยผ่านการสำรวจความคิดเห็น การนำเสนอผลงานและการนำมาประเมินผลการศึกษา ซึ่งมีวิธีการประเมินผลของการออกแบบ ดังนี้

1. การประเมินผลขั้นต้นด้วยการนำเสนอผลงานเป็นงานผลิตสื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดร้านกาแฟขนาดย่อม ที่จะใช้ทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย ต่อผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ และวิเคราะห์หาข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

2. การประเมินขั้นสุดท้าย คือ การนำเสนอผลงานสื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตไดเร็กเมล์นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อวิเคราะห์ และสรุปผล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved