

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการค้นคว้า หาข้อมูล มีขั้นตอน และวิธีการต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การวางแผนสื่อโฆษณาของบริษัทโฆษณา
2. เพื่อศึกษาถึงอำนาจต่อรองระหว่าง บริษัทโฆษณากับเจ้าของสื่อว่า มีการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง
3. เพื่อศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายของเจ้าของสื่อว่า มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดบ้าง
4. เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มในอนาคตว่า ตำแหน่งของชิ้นงานโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์จะเปลี่ยนแปลงหรือไม่

ประเภทของการวิจัย

การวิจัยนี้จะเป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) ซึ่งเป็นการวิจัยที่นิยมกันมากในปัจจุบัน การวิจัยนี้จะเป็นการค้นหาข้อเท็จจริงมาบรรยายสถานการณ์หรือภาวะการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อบรรยายและตีความหมายว่า “เป็นอะไรในปัจจุบัน” (What is)

วิธีการดำเนินการวิจัย

โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเลือกการถามแบบเจาะลึก (Depth Interview) ซึ่งจะใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และ การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) เนื่องจากระหว่างที่สัมภาษณ์อาจจะมีประเด็นหรือหัวข้ออื่น ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อให้การวิจัยได้ประสิทธิผลมากที่สุด จึงควรใช้ทั้ง 2 วิธีดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 4 ตัวอย่างได้แก่

1. บริษัท เอสซี แมทซ์บ็อกซ์ จำกัด
2. บริษัท มายแซด จำกัด (บริษัทในเครือ โอทิลวี แอนด์ เมเธอร์)
3. บริษัท เดนทิส (ประเทศไทย) จำกัด
4. บริษัท คอร์ แอนด์ ฟิค จำกัด (บริษัทในเครือ สหวิริยา โอเอ)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างจะเป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากกลยุทธ์การวางแผนสื่อโฆษณาถือเป็น ความลับสุดยอดของบริษัทโฆษณา ดังนั้นการที่จะเข้าไปสัมภาษณ์จะต้องอาศัยความสัมพันธ์ส่วนบุคคล จึงจะทำให้ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเปิดเผยข้อมูล การวิจัยนี้จึงจำเป็นต้องเลือกวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างวิธีนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่จะถามเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง ผลกระทบ และแนวโน้มของสื่อหนังสือพิมพ์ในอนาคต

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1. เก็บรวบรวมชิ้นงานโฆษณาที่ตำแหน่งแปลกไปจากเดิม
2. สร้างแบบสอบถาม
3. โทรศัพท์นัดสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง
4. สัมภาษณ์
5. นำบทสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ เพื่อหาข้อสรุป

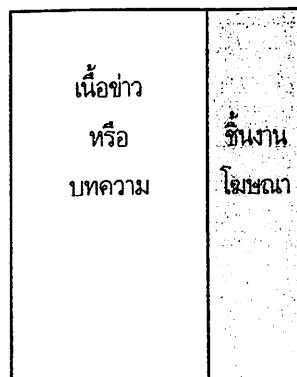
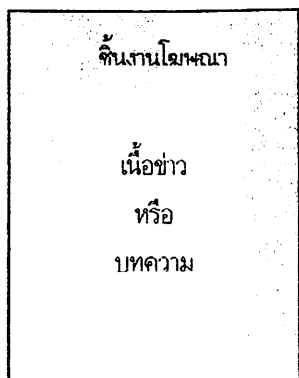
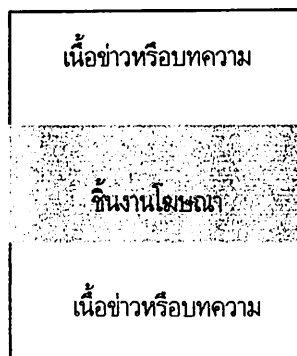
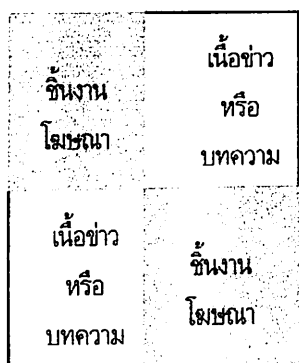
ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นไปที่การค้นคว้าเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ โดยได้กำหนดตำแหน่งโฆษณาของหนังสือพิมพ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงดังนี้

1. ตำแหน่งไข่ดาว ซึ่งงานโฆษณาจะปรากฏตรงกลางหนังสือพิมพ์ แล้วล้อมรอบไปด้วยข่าว หรือบทความอื่น ๆ ดังรูปภาพ



2. ตำแหน่งอื่น ๆ เนื่องจากตำแหน่งซึ่งงานโฆษณายังไม่มีชื่อเรียกที่เฉพาะเจาะจงลงไป การเลือกซึ่งงานโฆษณา จึงเลือกจากความผิดตำแหน่งของซึ่งงานโฆษณา ดังรูป



ชิ้นงาน โฆษณา	เนื้อข่าว หรือ บทความ
------------------	-----------------------------

ชิ้นงาน โฆษณา	เนื้อข่าว หรือ บทความ	ชิ้นงาน โฆษณา
------------------	-----------------------------	------------------

เนื้อข่าว หรือ บทความ	ชิ้นงาน โฆษณา	เนื้อข่าว หรือ บทความ
-----------------------------	------------------	-----------------------------

ชิ้นงานโฆษณา
เนื้อข่าวหรือบทความ
ชิ้นงานโฆษณา
เนื้อข่าวหรือบทความ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบว่ ในสภาวะเศรษฐกิจถดถอยนี้ บริษัทโฆษณามีการปรับกลยุทธ์ในการวางแผนสื่ออย่างไรบ้าง
2. ทำให้ทราบว่ อำนาจต่อรองของเจ้าของสื่อ และบริษัทโฆษณา เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด
3. ทำให้ทราบว่ นโยบายด้านการวางตำแหน่งชิ้นงานของเจ้าของสื่อ เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด
4. ทำให้ทราบถึง แนวโน้มในอนาคตของนโยบายการวางตำแหน่งสื่อ กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในขณะนี้ จะเป็นมาตรฐานสำหรับการวางแผนในอนาคตหรือไม่