

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในหัวข้อ ประสิทธิภาพของโฆษณาในโรงพยาบาลที่มีต่อนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม และใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Depth Interview) กับผู้รับผิดชอบงานโฆษณาในเอเจนซีและผู้รับผิดชอบต่อการตลาดของผลิตภัณฑ์ ร่วมกับการเข้าร่วมสังเกตการฉายโฆษณาในโรงพยาบาลและการรวบรวมข้อมูลเอกสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ระเบียบวิธีในการศึกษาวิจัยดังนี้ คือ

กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการเลือก/สุ่มกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม และใช้วิธีการเลือก/สุ่มกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ดังนี้

1. *กลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา* ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Non Probability Sampling โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้ชมที่เป็นนักศึกษาที่เข้าชมภาพยนตร์ในโรงพยาบาลที่เลือกศึกษาหลังจากภาพยนตร์จบแล้ว โดยสอบถามบริเวณหน้าโรงภาพยนตร์นั้น รวมทั้งหมดจำนวน 650 คน จากโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งจำนวน 50 โรงในเขตกรุงเทพมหานคร

2. *กลุ่มผู้บริหารหรือหัวหน้าฝ่ายมีเดีย (Media)* ของเอเจนซีชั้นนำในเมืองไทย 10 บริษัท โดยเลือกสัมภาษณ์ บริษัทละ 1 คน รวมทั้งหมด 10 คน เน้นบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งบริหารเป็นหลัก ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบ Depth Interview สาเหตุที่เลือกสัมภาษณ์บุคคลกลุ่มนี้ เพราะจัดเป็นผู้ที่

มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆเป็นอย่างดี จนพอที่จะเปรียบเทียบสื่อแต่ละประเภทได้

ทั้งนี้ เอเยนซีชั้นนำที่จะติดต่อเข้าสัมภาษณ์ ได้แก่ บริษัท ลินตาส (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โอทิลวี แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ประภิต แอนด์ เอพีซีบี จำกัด(มหาชน) บริษัท ลีโอ เบอร์เนทท์ จำกัด บริษัท ฟาร์อีสท์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด(มหาชน) บริษัท เจ. วอลเตอร์ ธรอมสัน จำกัด บริษัท สปา แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด บริษัท แมคแคน-แอริคสัน (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เดนทิส ยู้งกี แอนด์ รูบิคแมม แบรนส์ คอมมิวนิเคชันส์ จำกัด บริษัท เดนทิส (ประเทศไทย) จำกัด (ทำเนียบโฆษณารุรกิจ,1999)

3.กลุ่มผู้รับผิดชอบทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ใช้โฆษณาในโรงภาพยนตร์ โดยเลือกบริษัทละ 1 คน ประมาณ 10 คน แล้วจึงสัมภาษณ์แบบ Depth Interview การสัมภาษณ์จะคำนึงถึงตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นหลัก

เครื่องมือในการวิจัยและการทดสอบเครื่องมือ

เครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 2 ชุด ดังนี้

1.แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่ใช้สำรวจทัศนคติและการจดจำของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษาที่เรียนอยู่ในระดับอุดมศึกษา โดยจะสอบถามถึงพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ ทัศนคติที่มีต่อการมีโฆษณาสินค้าในโรงภาพยนตร์ จำนวนขึ้นของโฆษณาสินค้าในโรงภาพยนตร์ที่เหมาะสม การโฆษณาสินค้าในโรงภาพยนตร์เปรียบเทียบกับโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์ การปรับปรุงการโฆษณาสินค้าในโรงภาพยนตร์ ทัศนคติที่มีต่อการฉายโฆษณาในโรงระบบ THX และโรงภาพยนตร์ระบบธรรมดา และการจดจำโฆษณาในโรงภาพยนตร์

แบบสอบถามนี้จะนำมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability and Validity Test) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามก่อน แล้วนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน ที่โรงพยาบาล NK6 THX ห้างสรรพสินค้านิวเวสต์ รัตนาธิเบศร์ โดยไปสอบถามหลังจากที่กลุ่มทดสอบชมภาพยนตร์เสร็จแล้วและกำลังเดินออกจากโรงพยาบาล หลังจากนั้นจะนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดอีกครั้งหนึ่ง

2. *แบบสัมภาษณ์* เป็นแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้สัมภาษณ์ผู้บริหารฝ่ายมีเดีย (Media) ของเอเยนซี และผู้รับผิดชอบทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ใช้โฆษณาในโรงพยาบาล ซึ่งจะสัมภาษณ์ถึงประเด็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้า ผลของระบบเสียงและระบบของโรงพยาบาลที่แตกต่างกันต่อผู้ชม การวางตำแหน่งโฆษณา ความคุ้มค่าของการลงโฆษณาในโรงพยาบาล และการวัดประสิทธิผลของการโฆษณาในโรงพยาบาล เป็นต้น ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์เอง โดยการเช็คประเด็นคำถามให้สามารถตอบคำถามได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. *การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)* โดยใช้แบบสอบถามประเมินประสิทธิผลของสื่อโฆษณาในโรงพยาบาล (Media Evaluation) กับผู้ชมที่เป็นกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ซึ่งจะสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประมาณ 650 ชุด โดยมีผู้วิจัยและคณะผู้ช่วยเก็บข้อมูลจำนวนประมาณ 5 - 10 คน การเก็บข้อมูลจะสอบถามกลุ่มตัวอย่างหน้าโรงพยาบาลที่คัดเลือกมาแล้ว โดยจะสอบถามหลังจากที่ผู้ชมชมภาพยนตร์เรื่องที่ตั้งใจมาชมจบแล้วและกำลังจะเดินออกจากโรงพยาบาล และจะมีการนำแบบสอบถามมาตรวจตราความสมบูรณ์เรียบร้อย ก่อนที่จะนำแบบสอบถามมาประมวลผลอีกครั้ง แบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จะคัดทิ้งไปไม่นำมาประมวลผล

การสำรวจแบบสอบถามในการวิจัยนี้จะมีการขออนุญาตทางโรงพยาบาล หรือทาง
 เครื่องก่อน เพื่อให้ได้รับความร่วมมือจากทางโรงพยาบาล เพราะจำนวนข้อของแบบสอบถามมี
 ค่อนข้างมาก และต้องใช้เวลาในการตอบ เนื่องจากมีคำถามปลายเปิดปนอยู่ด้วย ทั้งนี้ ก่อนที่จะ
 มีการถามคำถามกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะเข้าไปทำการเช็คโฆษณาสินค้าในโรงพยาบาล
 เสียก่อน ว่ามีสินค้าตัวใดบ้างที่มีโฆษณาอยู่ในโรงพยาบาลนี้ โดยจุดไปตามลำดับ ตั้งแต่
 เริ่มเปิดฉายจนถึงฉายภาพยนตร์จริง เพื่อจะได้ทราบว่าโฆษณาชิ้นใดอยู่ในตำแหน่งใด นอกจากนี้
 นี้ยังต้องทราบข้อมูลเรื่องระบบเสียงของชิ้นโฆษณานั้นๆ ก่อน เพราะงานวิจัยนี้วัดประสิทธิผลของ
 เรื่องดังกล่าวด้วย

สำหรับสถานที่ในการเก็บข้อมูล จะสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากโรงพยาบาลในเครื่องต่างๆ ที่
 มีโฆษณาสินค้า โดยจะพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้

-ด้านสถานที่ตั้งของทางโรงพยาบาล โดยแบ่งออกเป็น

- 1) ย่านกลางเมือง - ย่านชานเมือง
- 2) ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า - ตั้งอยู่นอกห้างสรรพสินค้า

-ด้านระบบของโรงพยาบาล คือ

- 1) โรงระบบ THX
- 2) โรงระบบธรรมดา

-ด้านระบบเสียงของโรงพยาบาล คือ

- 1) ระบบ MONO
- 2) ระบบ DOLBY
- 3) ระบบ SRD

4) ระบบ DTS

5) ระบบ SDDS

-ด้านจำนวนชั้นโฆษณา โดยจัดกลุ่มตั้งแต่น้อยไปมากดังนี้

- 1) น้อยที่สุด จำนวนโฆษณาตั้งแต่ 1-4 ชั้น
- 2) น้อย จำนวนโฆษณาตั้งแต่ 5-8 ชั้น
- 3) ปานกลาง จำนวนโฆษณาตั้งแต่ 9-12 ชั้น
- 4) มาก จำนวนโฆษณาตั้งแต่ 13-16 ชั้น
- 5) มากที่สุด จำนวนโฆษณาตั้งแต่ 17-20 ชั้น

-ด้านระบบเสียงของภาพยนตร์โฆษณาสินค้า ได้แก่

- 1) ระบบธรรมดา (MONO)
- 2) ระบบพิเศษ (ระบบ SRD)

โดยโรงภาพยนตร์ที่จะเลือกมาศึกษาและเก็บข้อมูลอยู่ในเครือต่อไปนี้

- 1) เอ็นเค ทีเอชเอ็กซ์
- 2) ไฟว์สตาร์
- 3) พาด้ามัลติเพล็กซ์
- 4) เอเพ็กซ์
- 5) เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์
- 6) เมเจอร์
- 7) สหมงคลฟิล์ม
- 8) ยูเอ็มจี

โรงภาพยนตร์ที่เลือกมาศึกษาจะคัดจากฐานข้อมูล Cinedia Weekky Report ในการจัดโฆษณาของบริษัท คิว แอนด์ เอ็กเพอร์ทิส จำกัด อย่างไรก็ตาม การคัดเลือกโรงอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม เนื่องจำนวนชิ้นโฆษณาที่ฉายอยู่ในโรงภาพยนตร์จะมีการเปลี่ยนแปลงแทบทุกสัปดาห์ ดังนั้นการคัดเลือกโรงภาพยนตร์ที่จะทำวิจัยจึงต้องใช้ข้อมูลที่ Update อยู่ตลอด และต้องศึกษาในช่วงเวลาเดียวกัน

2.การวิจัยแบบ *Depth Interview* กับผู้บริหารฝ่ายมีเดีย (Media) ของเอเยนซี และกับ ผู้รับผิดชอบทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่โฆษณา โดยใช้วิธีการส่งแนวคำถามพร้อมกับจดหมาย ไปขออนุมัติการสัมภาษณ์ แล้วผู้วิจัยจะเข้าไปสัมภาษณ์ด้วยตนเอง พร้อมทั้งใช้เทปอัดการ สัมภาษณ์นั้น เพื่อว่าจะได้เก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วน เพราะการสัมภาษณ์ค่อนข้างใช้เวลานาน ประมาณ 1 ชั่วโมงต่อการสัมภาษณ์ 1 คน

3.การรวบรวมข้อมูลเอกสาร เป็นการเก็บและรวบรวมข้อมูลและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนการวิจัย โดยเอกสารเหล่านี้จะเก็บรวบรวมจากบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการโฆษณา ทางโรงภาพยนตร์ที่ศึกษา และจากห้องสมุดและศูนย์ข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลทางสถิติจะใช้โปรแกรม SPSS โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) เป็นสำคัญ ส่วนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากเอกสารจะนำมาอธิบายและเรียบเรียง หลังจากนั้นจึงจะนำผลการศึกษาที่ได้จากวิธีการ ศึกษาทุกส่วนมาวิเคราะห์ สรุป และอภิปรายผลการศึกษาต่อไป

การนำเสนอข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำมาประมวลผล และนำเสนอเป็นบทตามประเด็นการศึกษา และวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยข้อมูลทั้งหมดจะมีการนำเสนอในเชิงบรรยาย (Descriptive Presentation) และบางส่วนจะนำเสนอในรูปของตารางแสดงผลการศึกษา (Tables) และในรูปของแผนภาพ (Graphics) ตามความเหมาะสม