

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยงานวิจัยนี้ได้ใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีในเรื่องของการโฆษณา และธุรกิจโฆษณา ซึ่งได้ดำเนินงานตามขั้นตอนของการศึกษารวมทั้งวิธีการเก็บข้อมูลที่เชื่อถือได้ โดยแยกเป็นขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยได้ ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาเรื่องการดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากเจ้าของธุรกิจและผู้บริหารของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่และแบบบันทึกข้อมูลจากเอกสาร ของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ มาเรียบเรียงเนื้อหาและสรุปผลถึงรูปแบบโครงสร้างการทำงานของธุรกิจโฆษณา การดำเนินงานของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ และปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาการดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มประชากร โดยการเลือกแบบเจาะจง จากบริษัทธุรกิจโฆษณา ที่ให้บริการสร้างสรรค์สื่อโฆษณา ผลิตสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาด และให้เช่าพื้นที่โฆษณา

โดยการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ หรือผู้บริหาร ของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งธุรกิจโฆษณาจะต้องตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเปิดให้บริการมากกว่า 7 ปีขึ้นไป โดยนับตั้งแต่การจดทะเบียนบริษัทก่อนปี พ.ศ.2549 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เนื่องจากบริษัทที่เปิดให้บริการมากกว่า 7 ปี จะมีความมั่นคงและมีโครงสร้างการบริหารงานที่เป็นรูปร่างมากกว่าบริษัทที่เปิดใหม่ และมีผู้โฆษณาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและเป็นที่รู้จัก มีวิธีการเลือกแบบเจาะจงจากกลุ่มธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 แห่ง และจำแนกตามความเชี่ยวชาญในการให้บริการออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. ธุรกิจโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสิ่งพิมพ์และสื่อกลางแจ้ง

- 1.1 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ศรีสมเพชร ธุรกิจ
- 1.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุชาติโฆษณา
- 1.3 บริษัท เชียงใหม่คซสารโฆษณา จำกัด
- 1.4 บริษัท รวมปายแอนดี้ไซน์ จำกัด
- 1.5 บริษัท วิชชาลัย มีเดีย จำกัด
- 1.6 บริษัท นอร์ทเทิร์นอาร์ต จำกัด
- 1.7 บริษัท อิมแพคมีเดีย แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

2. ธุรกิจโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อวิทยุ

- 2.1 บริษัท ดนตรีลีลัน จำกัด

3. ธุรกิจโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อกิจกรรม

- 3.1 ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮส กู๊ด ไอเดีย
- 3.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด รักดี ศรีเอชั่น

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประเภทเครื่องมือ

1. แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์จากเจ้าของธุรกิจ และผู้บริหาร ของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบ สัมภาษณ์ (interview) โดยแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อดังนี้

- 1.1 ประวัติและข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.2 รูปแบบและโครงสร้างของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.3 ขั้นตอนในการดำเนินงานของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.4 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณา

2. แบบบันทึกข้อมูลเอกสาร เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร แผ่นพับ และเว็บไซต์ของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

การสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยต่างๆ
2. ลงพื้นที่สำรวจเนื้อหา ข้อมูล กำหนดขอบเขตและแนวทางการเก็บข้อมูล
3. สร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกเอกสาร และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา
4. นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ นำไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน

3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบโดยการหาค่าIOCจากแบบสอบสัมภาษณ์ และขอคำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

การหาค่าและตรวจสอบดูความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ความชัดเจน ความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และความสอดคล้องด้วยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence : IOC) โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา คือ

เห็นว่าสอดคล้อง ให้คะแนน + 1

ไม่แน่ใจ ให้คะแนน 0

เห็นว่าเป็นไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมสอดคล้องของแบบทดสอบโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง(IOC) คำนวณค่าตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

นำข้อมูลที่รวบรวมจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence) ของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง แล้วเลือกค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยถึงเจ้าของหรือผู้บริหารงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
2. ส่งหนังสือขอสัมภาษณ์จากบัณฑิตวิทยาลัยถึงเจ้าของหรือผู้บริหารงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่
3. การเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์
 - 3.1 ผู้วิจัยส่งแบบสัมภาษณ์และติดต่อเจ้าของหรือผู้บริหารงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมดเพื่อขอขออนุญาตและนัดหมายเพื่อทำการสัมภาษณ์
 - 3.2 ผู้วิจัยสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร ธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการจดบันทึกหรือบันทึกเสียง
4. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และเอกสารจากเจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร ของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ มาเรียบเรียงเนื้อหาและสรุปผลถึงรูปแบบโครงสร้างการทำงานของธุรกิจโฆษณา การดำเนินงานของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ และปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาการดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยการเรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร ของธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่ มาจัดหมวดหมู่และทำการสรุปแบบอุปนัย และวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบบันทึกเอกสาร และนำข้อมูลทั้งหมดมาสรุปผลตามวัตถุประสงค์ แล้วทำการอภิปรายผล