

บทที่ 3

ระเบียบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาการสื่อสารทางการตลาด สินค้าประเภทเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์บน Facebook” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษารูปแบบการโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์บน Facebook รูปแบบการประชาสัมพันธ์ สินค้าประเภทเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์บน facebook วิเคราะห์ ปัจจัยการนำเสนอการกำหนดรูปแบบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สินค้าประเภทเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์บน facebook โดยผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษา 2 วิธีการ ได้แก่

1. การสังเกตการณ์ (Observation)
2. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยมีการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อเป็นการทำงานวิจัยครั้งนี้ ตามตารางแสดงกรอบระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตารางที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ปัญหานำวิจัย	แนวคิดและทฤษฎี	ระเบียบวิธีวิจัย	
		กลุ่มเป้าหมาย	วิธีการวิจัย
เพื่อศึกษาวิเคราะห์ สื่อสารทางการตลาด สินค้าประเภทเครื่องดื่ แอลกอฮอล์ บน www.facebook.com ใน ประเทศไทย	- แนวคิดการตลาด 3.0 (Marketing 3.0) - แนวคิดเครื่องมือการ ติดต่อสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication-IMC)	- สินค้าประเภทเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่ใช้ ผ่าน Facebookpage ในการสื่อสาร ทางการตลาดผ่าน Facebook	- การสังเกตการณ์ - การวิเคราะห์เนื้อหา
เพื่อศึกษาวิเคราะห์การ สร้างชุมชนออนไลน์ ของ สินค้าประเภท เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้ www.facebook.com ใน การสื่อสารทาง การตลาดในประเทศ ไทย	- แนวคิดเครื่องมือการ ติดต่อสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication-IMC) - แนวคิดชุมชนเสมือน(Virtual Community)	- สินค้าประเภทเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่ใช้ ผ่าน Facebookpage ในการสื่อสาร ทางการตลาดผ่าน Facebook	- การสังเกตการณ์ - การวิเคราะห์เนื้อหา

โดยงานวิจัยชิ้นนี้ จะประกอบไปด้วย 3 ประเด็นที่จะทำการศึกษาวิจัย คือ ประเด็นที่หนึ่ง คือ สีนค้ำประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการสื่อสารทางการตลาด อย่างไร บน www.facebook.com

ระเบียบการวิจัย คือ การสังเกตการณ์ (Observation) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ประเด็นที่สอง คือ สีนค้ำประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สร้างชุมชนโดยใช้ www.facebook.com ในการสื่อสารทางการตลาด อย่างไร

ระเบียบการวิจัย คือ การสังเกตการณ์ (Observation) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สีนค้ำประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com

3.2 วิธีการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

การสังเกตการณ์ (Observation)

เป็นการการสังเกตการณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคำตอบในปัญหาวิจัยในหัวข้อ การสื่อสารทางการตลาดและ การสร้างชุมชน บน www.facebook.com ของสินค้ำประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน www.facebook.com เป็นอย่างไร

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อหาคำตอบในปัญหาวิจัยในหัวข้อ การสื่อสารทางการตลาด และการสร้างชุมชน บน www.facebook.com ของสินค้ำประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน www.facebook.com เป็นอย่างไร มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการศึกษา การสื่อสารทางการตลาด สีนค้ำประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน www.facebook.com โดยนำแนวคิดเครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication-IMC) มาเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษา ใช้แนวคิด การประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Public Relations : e-PR) และใช้แนวคิดการตลาด 3.0 (Marketing 3.0) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. ผู้วิจัยทำการศึกษา การสร้างชุมชนของสินค้ำประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้ www.facebook.com ในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำแนวคิด แนวคิดการตลาด 3.0 (Marketing 3.0) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและ ใช้ แนวคิดชุมชนเสมือน (Virtual Community) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสื่อสารทางการตลาด สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์บน Facebook.com ดังนี้

แนวคิดเครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication-IMC) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการสื่อสารทางการตลาด สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์บน Facebook.com ในการวิเคราะห์ การสื่อสารทางการตลาด และการสร้างชุมชนในการสื่อสารทางการตลาด สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์บน Facebook.com

3.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเข้าสังเกตการณ์ การวิเคราะห์เนื้อหา และการเก็บรวบรวมข้อมูล ของผู้ประกอบการเครื่องสำอางค์บน Facebook ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ในด้านการสื่อสารทางการตลาด สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ และการสร้างชุมชนในการสื่อสารทางการตลาด สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์บน www.facebook.com

3.3.3 การนำเสนอผลการวิจัย

การนำเสนอข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ประกอบกับแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้เพื่อชี้แจงให้เห็นประเด็น โดยผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 บทได้ดังนี้