



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของภาพยนตร์แอนิเมชันไทย” แบ่งรูปแบบการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเรื่อง ก้านกล้วย และปังปอนด์ ดี แอนิเมชัน
2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวัดการพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชัน

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

แหล่งข้อมูล การศึกษาครั้งนี้มีแหล่งข้อมูล คือ

- แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ ข้อมูลจากบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของภาพยนตร์แอนิเมชันไทย นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ
- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลประเภทบทความ บทสัมภาษณ์จากหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ รวมถึงข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด และบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดูแลรับผิดชอบภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องก้านกล้วย ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปนัดดา ธนสถิตย์
กรรมการอำนวยการ บจก. กันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ (อินเตอร์เนชั่นแนล)

2. คุณสงกรานต์ กลิ่นดี

ผู้จัดการการผลิต บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด

3. คุณจระวย จันทร์ทอง

กรรมการผู้จัดการ บริษัท โปรคอมมิวนิเคชันส์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของบริษัท วิจิตา แอนิเมชัน จำกัด ซึ่งรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง ปังปอนด์ ดี แอนิเมชัน ได้แก่

5. คุณวีรพร รอดพล ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์

6. คุณศิริพร จิวแห่ง เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์
นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตภาพยนตร์และภาพยนตร์แอนิเมชัน ได้แก่
7. รศ. รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม
หัวหน้าภาควิชาภาพยนตร์และภาพนิ่ง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
8. ผศ. โอฟีร วงศ์บ้านคู่
หัวหน้าภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์ แบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน คือ
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล
ตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน และหน้าที่ที่รับผิดชอบ
 - ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์
แอนิเมชัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนดังนี้

- ขั้นตอนแรก ผู้วิจัยรวบรวมเอกสารและข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทำการศึกษาและทำความเข้าใจ
องค์กรในเบื้องต้น รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงนำมาใช้ในการ
ร่างแนวคำถาม (Question Guideline) สำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากผู้ให้
สัมภาษณ์ที่เป็นตัวแทนของบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด และ บริษัท วิจิตา แอนิเมชัน
จำกัด
- ขั้นตอนที่สอง ผู้วิจัยจัดทำแนวคำถาม และส่งแนวคำถามให้กับผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นตัวแทนของ
ทั้งสองบริษัท เพื่อนำไปพิจารณาและเตรียมความพร้อมล่วงหน้าก่อนการเข้าสัมภาษณ์
จริง หลังจากนั้นจึงทำการนัดหมายเวลาสัมภาษณ์
- ขั้นตอนที่สาม เก็บข้อมูลโดยดำเนินการสัมภาษณ์ตามแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไป
วิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยทำการวิเคราะห์
ประกอบกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สำหรับการนำเสนอข้อมูล แบ่งเป็น
ประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดขององค์กร โดยทำการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัยกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดขององค์กร ในด้านต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการชมภาพยนตร์แอนิเมชันของกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นอย่างไร

ประชากรในงานวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไปอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คำนวณตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (อ้างในวิเชียร เกตุสิงห์, 2543) เสร็จสิ้นสำคัญได้แก่ กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่างที่ 95.5% ค่าระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5% ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

แนวทางการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) โดยแบ่งเขตในกรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต ออกเป็น 3 กลุ่มตามเกณฑ์การแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ของกองควบคุมและจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักปลัดกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2544 ได้แก่

1. **เขตชั้นใน** ประกอบด้วย 21 เขตปกครอง คือ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง วัฒนา

2. **เขตชั้นกลาง** ประกอบด้วย 18 เขตปกครอง คือ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ทุ่งครุ บางแค วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง สายไหม

3. **เขตชั้นนอก** ประกอบด้วย 11 เขตปกครอง คือ มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ตลิ่งชัน หนองแขม บางขุนเทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน ทวีวัฒนา

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีสุ่มตามวัตถุประสงค์ โดยพิจารณาความเหมาะสมและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เพื่อกระจายกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาแล้วจึงเลือกเขตที่มีโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ตั้งอยู่ในแต่ละกลุ่มออกมาได้ดังนี้

- 1) กลุ่มเขตชั้นใน จำนวน 1 เขต ได้แก่ ปทุมวัน โรงภาพยนตร์ SF Cinema City MBK
- 2) กลุ่มเขตชั้นกลาง จำนวน 1 เขต ได้แก่ ลาดพร้าว โรงภาพยนตร์ SFX เซ็นทรัลลาดพร้าว
- 3) กลุ่มเขตชั้นนอก จำนวน 1 เขต ได้แก่ มีนบุรี โรงภาพยนตร์ UMG เซ็นทรัลรามอินทรา

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยแต่ละเขตใช้ตัวอย่างเขตละ 135 คน ตามโรงภาพยนตร์ ในเวลาที่แตกต่างกัน และเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมให้มากที่สุดจนครบตามจำนวนที่ต้องการ 405 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- | | |
|------------------|---|
| ส่วนที่ 1 | คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ |
| ส่วนที่ 2 | คำถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย |
| คำถามที่ 1 | ภาพยนตร์แอนิเมชันไทยที่กลุ่มตัวอย่างรับชม |
| คำถามที่ 2 | การเปิดรับของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับภาพยนตร์นิเมชันไทยที่ได้ชม |
| คำถามที่ 3 | ลักษณะการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง |
| คำถามที่ 4 | ปัจจัยด้านภาพยนตร์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยของกลุ่มตัวอย่าง |
| คำถามที่ 5 | ปัจจัยด้านสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทยของกลุ่มตัวอย่าง |
| คำถามที่ 6 | สื่อที่ดึงดูดใจให้ชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย |

เกณฑ์การให้คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	6	คะแนน
มาก	5	คะแนน
ปานกลาง	4	คะแนน
น้อย	3	คะแนน
น้อยที่สุด	2	คะแนน
ไม่มีผลเลย	1	คะแนน

จากเกณฑ์การให้คะแนนดังกล่าว เป็นเกณฑ์การวัดระดับของปัจจัยทางภาพยนตร์ที่มีอิทธิพลให้ผู้บริโภคต้องการชมภาพยนตร์แอนิเมชัน และระดับของปัจจัยด้านสื่อที่มีผลในการตัดสินใจชมภาพยนตร์ แอนิเมชันไทย ซึ่งอยู่ในส่วนของคำถามที่ 4 และ 5 ของแบบสอบถาม

การวัดและการแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ในการกำหนดช่วงของการวัดดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับ}} = \frac{6 - 1}{6} = 0.83$$

ดังนั้น จึงกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยเป็น 6 ช่วงๆละ 0.83 คะแนน เพื่อศึกษาปริมาณความมากน้อยของแต่ละคำตอบจากผลรวมของกลุ่มตัวอย่างซึ่งแจกแจงรายละเอียด ได้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 1.83	แทบจะไม่มีผลเลย
1.84 - 2.66	มีผลน้อยที่สุด
2.67 - 3.50	มีผลน้อย
3.51 - 4.34	มีผลปานกลาง
4.35 - 5.18	มีผลมาก
5.19 - 6.00	มีผลมากที่สุด

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยวิธีการ

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยนำไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 45 คน เพื่อนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อถือได้ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \frac{1 - \sum v_i}{V_t}$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อถือได้

k = จำนวนข้อ

v_i = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลการหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม มีรายละเอียด ดังนี้

ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพยนตร์นิเมชันไทยที่ได้ชม ได้ค่า Alpha = .805

ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของปัจจัยด้านภาพยนตร์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย ได้ค่า Alpha = .845

ค่าความเชื่อถือได้ ในส่วนของปัจจัยด้านสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย ได้ค่า Alpha = .964

จากผลนี้สามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลคือ

การแจกแบบสอบถามให้ผู้กลุ่มเป้าหมายที่ได้ดูภาพยนตร์แอนิเมชันไทยกรอกข้อมูล ใช้เวลาในการสำรวจประมาณ 1 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้บรรยายข้อมูล โดยวิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

การประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) มาใช้เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ และประมวลผลข้อมูล