

การวิเคราะห์เอกสารการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสานในการศึกษาสื่อโฆษณาดิจิทัล

The Documentary Analysis of Mixed Method Used in Digital Advertising Research

พราว อรุณรังสีเวช¹

ดร.รศชงพร โกมลเสวิน²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาบทความวิจัยเกี่ยวกับประโยชน์และการใช้สื่อดิจิทัลในการโฆษณา บทความวิจัยที่นำมาศึกษาแต่ละบทความแสดงการเก็บข้อมูล 2 วิธี คือ การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ภายใต้หัวข้อการใช้สื่อดิจิทัลในการโฆษณา เช่น การโฆษณาในเว็บไซต์ การโฆษณาด้วยข้อความของโทรศัพท์มือถือ และการประชาสัมพันธ์หรือการตลาดบนเว็บไซต์ การศึกษากระบวนการของงานวิจัยตามหัวข้อนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับงานวิจัยที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับสื่อโฆษณาดิจิทัล ด้วยวิธีวิจัยเชิงผสมผสานในอนาคต การวิจัยเชิงผสมผสานของเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจะช่วยในการออกแบบเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลที่เหมาะสมกับการหาคำตอบของงานวิจัยด้านสื่อโฆษณาดิจิทัล ทั้งนี้เนื่องจากโฆษณาดิจิทัลเป็นสื่อที่ใช้กับคนหมู่มาก และจำเป็นต้องเข้าใจความคิดเห็นและการตัดสินใจของผู้รับสาร การวิจัยเชิงผสมผสานจึงควรถูกนำมาศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่ชัดเจนและเชื่อถือได้

คำสำคัญ: โฆษณาดิจิทัล วิจัยเชิงผสมผสาน การออกแบบการวิจัย โฆษณาออนไลน์ เว็บไซต์

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการสร้างสรรคัลักษณ์เคลื่อนไหวและสื่อผสม กลุ่มสาขาวิชานิตศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² รองศาสตราจารย์ คณะนิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อาจารย์ที่ปรึกษา

The Documentary Analysis of Mixed Method Used in Digital Advertising Research

Proud Arunrangsiwed ¹

Dr. Rosechongporn Komolsevin ²

Abstract

This study had been based on the methods used of the existing research papers about digital advertising. These papers were selected by this concerned topic and the strategy of mixed method. For this documentary analysis, the digital advertising refers to online advertising, website marketing and short message service (SMS) advertising. Digital advertising is the medium that has been developed continually even by design or by technique. As we could not stop the growing of the technology, we need to find the right direction to grow the design of digital advertising along with it. Mixed method is a suitable tool used for the study about digital advertising because it provides the researcher various types of tool to collect the data and to analyze. To study the methods inside the mixed-methods research will help understand the development of mixed methods over the decade and also benefit future research in terms of methods chose to be used.

Keywords: digital advertising, mixed methods, research design, online advertising, website

¹ Lecturer, Animation and Multimedia Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

² Associate Professor, Faculty of Communication Arts, Bangkok University, Thailand, Advisor