**บทที่ 3**

**ระเบียบวิธีวิจัย**

เนื่องจากในการศึกษาวิจัยเรื่อง “เครื่องมือการสื่อสารการตลาดต้นแบบสำหรับสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอล กลุ่มเด็กเยาวชน และครอบครัว เพื่อการแข่งขันในประชาคมอาเซียน” ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีการกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย 3 ประเภท คือ การวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ (Document Research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และ การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ ของระเบียบวิธีที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

**3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 2 เครื่องมือสำคัญ คือ

* + 1. **การวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ (Document Research)**

เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอล กลุ่มเด็ก เยาวชน และ

ครอบครัว เพื่อใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการศึกษา และเพื่อใช้เสริมข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และ การจัดสนทนากลุม (Focus Group Interview) อันจะช่วยในการศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และเครื่องมือสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลช่องสำหรับเด็กและเยาวชน และ วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และเครื่องมือสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลช่องสำหรับเด็กและเยาวชน กับสถานีโทรทัศน์ดิจิตอลประเภท ข่าวสาร และวาไรตี้ ได้ เนื่องจากการวิจัยเอกสารงานเขียนเป็นรูปแบบของการสืบค้นที่เป็นระบบ ที่อาศัยการสืบสาวราวเรื่องจากเอกสารงานเขียนเพื่อนำไปสู่คำตอบของวัตถุประสงค์ โดยปราศจากอิทธิพลของนักวิจัย โดยเอกสารที่ใช้ศึกษานั้น ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นข้อมูลเชิงวิชาการ อันประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฏี วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่สอง เป็นข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอล กลุ่มเด็ก เยาวชน และครอบครัว อันประกอบไปด้วย วารสาร นิตยสาร บทวิจารณ์ และข้อมูลต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

* + 1. **การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview)**

โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกในงานศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ได้เลือกการสัมภาษณ์แบบ

เลือกหรือกำหนดตัวผู้ถูกสัมภาษณ์ (One-to-one) ไว้ โดยได้เลือกบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอล กลุ่มเด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งประเด็นที่ต้องการศึกษาแบ่งมาจากวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อให้ง่ายต่อการศึกษา ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และเครื่องมือสื่อสารการตลาดของ สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอล กลุ่มเด็กและเยาวชน โดยผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ผู้ประกอบการ ทีวีดิจิตอล กลุ่มเด็กและเยาวชน ประกอบด้วย
2. ฝ่ายสื่อสารการตลาดของ ช่อง 13 3 Family
3. ฝ่ายสื่อสารการตลาดของ ช่อง 14 MCOT Family
4. หน่วยงานด้านการโฆษณาและวางแผนสื่อสาร ประกอบด้วย
5. ฝ่ายวางแผนสื่อและวางแผนเชิงกลยุทธ์ บริษัทเอเยนซีโฆษณา

**3.1.3 การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)**

ในงานศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดได้เลือก กลุ่มเป้าหมายในการ

สนทนากลุ่ม เพื่อวัดการรับรู้ และความสนใจในเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่สื่อสารออกไป เพื่อให้ได้ทรรศนะคติที่แตกต่างกัน ของกลุ่มผู้ปกครอง เด็ก และ เยาวชน ทั้งในกรุงเทพและเขตปริมณฑล และต่างจังหวัดที่สามารถรับชมโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลได้ โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม จำนวนกลุ่มละ 8 คน ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 ผู้ปกครองของนักเรียนระดับประถมและมัธยมศึกษา ที่อาศัยอยู่ใน

พื้นที่ต่างจังหวัดที่สามารถรับชมโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลจำนวน 8 คน ประกอบด้วย

1. นางจันที วันคำ จังหวัดกาญจนบุรี
2. นางสาว สุวัลย์ลี จั่นนงเยาว์ จังหวัดกาญจนบุรี
3. นางสาวสมหญิง เงินบำรุง จังหวัดพะเยา
4. นางสาวยุพิน ฮุยเกี๊ยะ จังหวัดพิษณุโลก
5. นางรุ้งนภา เที่ยงโยธา จังหวัดบุรีรัมย์
6. นางอรวรรณ แพงไธสง จังหวัดบุรีรัมย์
7. นางวิภาภรณ์ เพียรดี จังหวัดนครปฐม
8. นางอรณิชชา เตชะอุ่น จังหวัดลำปาง

กลุ่มที่ 2 ผู้ปกครองของนักเรียนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ที่อาศัย

อยู่ในพื้นที่เขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 8 คน ประกอบด้วย

1. นางสาวอรชร กาแก้ว กรุงเทพมหานคร
2. นาย ณัฐพงษ์ สำราญพะยอมสุข กรุงเทพมหานคร
3. นางกิตติญา คชสำโรง จังหวัดสมุทรปราการ
4. นางสาวจันทิรา สันทัศนะโชค กรุงเทพมหานคร
5. นาง พสุมนต์ นวลละออง กรุงเทพมหานคร
6. นางสาวปฐมพร สุริยะ จังหวัดสมุทรปราการ
7. นางคำพล สบายใจ จังหวัดสมุทรปราการ
8. นางจารุวรรณสิงหนุวัฒนะ จังหวัดนนทบุรี

กลุ่มที่ 3 เด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่สามารถรับชม

โทรทัศน์ในระบบดิจิตอล จำนวน 8 คน ประกอบด้วย

1. เด็กชายชิษณุพงษ์ สว่างกิจ อายุ 6 ปี กรุงเทพมหานคร
2. เด็กชายธนา ถูระวัน อายุ 7 ปี จังหวัดนนทบุรี
3. เด็กหญิงสายชล อิศรางกูร ณ อยุธยา อายุ 7 ปี จังหวัดนนทบุรี
4. เด็กหญิงศิวาทิพย์ แตงเรือง อายุ 7 ปี กรุงเทพมหานคร
5. เด็กชายปิยวัฒน์ สำราญพะยอมสุข อายุ 8 ปี กรุงเทพมหานคร
6. เด็กหญิงวรัชญา ทองจุล อายุ 11 ปี จังหวัดสมุทรปราการ
7. เด็กชายอินทัช เตชะเกิดกมล อายุ 11 ปี กรุงเทพมหานคร
8. เด็กหญิงธิดา เมืองนนท์ อายุ 12 ปี กรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่ 4 เด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่สามารถรับชม

โทรทัศน์ในระบบดิจิตอลจำนวน 8 คน ประกอบด้วย

1. เด็กชายสุพจน์ สุคันธปรีชา อายุ 14 ปี จังหวัดนนทบุรี
2. นายอชิตพล สาเขตร์ อายุ 16 ปี กรุงเทพมหานคร
3. นายธนพัฒน์ ฮุยเกี๊ยะ อายุ 17 จังหวัดสมุทรปราการ
4. นางสาวอารยา ริโยธา อายุ 18 ปี จังหวัดนนทบุรี
5. นางสาวจันทกานต์ ยอดคำ อายุ 18 ปี กรุงเทพมหานคร
6. นางสาวอภิสรา ชั้วทอง อายุ 18 ปี กรุงเทพมหานคร
7. นายอนุธัช พัฒนภักดี อายุ 18 ปี กรุงเทพมหานคร
8. นายสิริชัย เขจรรักษ์ อายุ 20 กรุงเทพมหานคร

โดยทำการจัดสนทนากลุ่มจำนวน 1 รอบ เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 คือ

เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และเครื่องมือสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลช่องสำหรับเด็กและเยาวชน โดยประเด็นหลักที่ผู้วิจัยต้องการได้จากการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย

1. รูปแบบของรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัวที่ชื่นชอบ
2. พฤติกรรมการรับชมรายการของโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล
3. ช่องทางการรับชมรายการของโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล
4. พฤติกรรมการใช้ชีวิต

เป็นต้น

เพื่อนำเอาผลการศึกษามาวิเคราะห์เปรียบเทียบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และเครื่องมือสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลช่องสำหรับเด็กและเยาวชน กับสถานีโทรทัศน์ดิจิตอลประเภท ข่าวสาร และวาไรตี้ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ตามลำดับ

* 1. **จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์**

เนื่องจากงานวิจัยนี้ต้องมีการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งใน

การที่จะปกป้องกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูล โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก และเยาวชน ดังนั้น นักวิจัยจึงดำเนินการเกี่ยวกับจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ดังต่อไปนี้

* + 1. ยื่นแบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
    2. จัดทำเอกสารเพื่อชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย โดยมีเอกสารแสดงความยินยอมอาสาสมัครสำหรับกลุ่มตัวอย่างทุกคน ทั้งอาสาสมัครผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ปกครอง อาสาสมัครผู้ให้ข้อมูลที่เยาวชน และอาสาสมัครผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้เยาว์ (ต่ำกว่า 18 ปี)
    3. ก่อนดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้อธิบายรายละเอียดของโครงการวิจัยและให้ผู้ให้ข้อมูลที่ผู้ให้ข้อมูลลงนามให้ความยินยอมผู้ให้ข้อมูลที่เข้าร่วมการวิจัย โดยอาสาสมัครทุกคนได้มีการลงลายมือชื่อเป็นลายเซ็นและเขียนตัวบรรจงในเอกสารแสดงความยินยอม โดยที่ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้เยาว์ (ต่ำกว่า 18 ปี) นั้น มีผู้ปกครองลงนามกำกับยินยอมอีกครั้ง
    4. ผู้วิจัยจะปกปิดไม่ให้สามารถบ่งชี้ตัวบุคคลผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ทั้งที่ที่เป็นผู้เยาว์ และผู้ที่ไม่สามมารถเปิดเผยตัวได้ โดยการกำหนดรหัสที่ใช้ในการรายงานผลการวิจัยแทนชื่อกลุ่มเป้าหมายที่จะให้ในการนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์เชิงลึก

* ฝ่ายสื่อสารการตลาดของ ช่อง 13 3 Family ใช้รหัส ผู้ให้ข้อมูล ช่อง 13
* ฝ่ายสื่อสารการตลาดของ ช่อง 14 MCOT Family ใช้รหัส ผู้ให้ข้อมูล ช่อง 14
* ฝ่ายวางแผนสื่อและวางแผนเชิงกลยุทธ์ บริษัทเอเยนซีโฆษณา ใช้รหัส ผู้ให้ข้อมูลเอเยนซี

1. กลุ่มเป้าหมายในการสนทนากลุ่ม

* กลุ่มที่ 1 ใช้รหัส คุณแม่01 และตามด้วยหมายเลขของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้ คุณแม่01-01, คุณแม่01-02, คุณแม่01-03, คุณแม่01-04, คุณแม่01-05, คุณแม่01-06, คุณแม่01-07 และ คุณแม่01-08 ตามลำดับ
* กลุ่มที่ 2 ใช้รหัส คุณแม่02 และตามด้วยหมายเลขของผู้ให้ข้อมูล เช่น คุณแม่02-01, คุณแม่02-02, คุณแม่02-03, คุณแม่02-04, คุณแม่02-05, คุณแม่02-06, คุณแม่02-07 และ คุณแม่02-08 ตามลำดับ
* กลุ่มที่ 3 ใช้รหัส ชื่อผลไม้ ดังนี้ ส้มโอ, แตงโม, ชมพู่, มังคุด, ละมุด, ลำไย, มะนาว และ มะม่วง ตามลำดับ
* กลุ่มที่ 4 ใช้รหัส ชื่อดอกไม้ ดังนี้ พิกุล, ลั่นทม, ดอกแก้ว, จำปี, พยอม, แก้วมุกดา, ดอกปีป และดอกบัว ตามลำดับ
  + 1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ภายหลังจากรวบรวมแล้ว ไม่ว่าจะเป็นแบบสอบถามและผลการศึกษา ที่ผู้วิจัยลงข้อมูลในแบบบันทึกข้อมูล หรือ CRF (Case Report Form) แล้วจะทำลายภาพ และเสียงที่บันทึกภายหลังจากผลการวิจัยได้รายงานผลการวิจัย และนำเสนอภายหลังการตีพิมพ์เผยแพร่ ผลการวิจัย 1 ปี
  1. **การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย**

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ นอกจากที่ผู้วิจัยใช้

การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล(Methodological triangulation) ดังที่ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัย 3 ประเภท คือ การวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ (Document Research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และ การจัดสนทนากลุม (Focus Group Interview)

และเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้

กำหนดในการขอคำปรึกษาและตรวจสอบโดยที่ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ และนักวิชาชีพ ด้านการวิจัยการสื่อสารเพื่อให้คำแนะนำ จำนวน 1 ท่าน คือ รศ.ดร.สุกัญญา บูรณะเดชาชัย สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

จากนั้นผู้วิจัยจะได้ดัดแปลงแก้ไขข้อความที่ไม่เหมาะสม เพิ่มเติมข้อความที่ครอบคลุม

ประเด็นที่ต้องการศึกษา และจัดหมวดหมู่ของตัวบทให้อยู่ในประเด็นเดียวกัน นอกจากนั้นความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญต่อกระบวนการเก็บข้อมูลเป็นอย่างยิ่ง และมีแนวทางในการปฏิบัติเพื่อเสริมความน่าเชื่อถือของข้อมูล ดังนี้

* + 1. ควบคุมสถานการณ์การวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยการสร้างสัมพันธภาพและความจริงใจ ความไว้วางใจที่ดีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความร่วมมือตลอดระยะเวลาการทำวิจัย
    2. ก่อนทำการศึกษาทุกครั้ง ผู้วิจัยจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อให้เกิดความชัดเจนของตนเอง สามารถให้ข้อมูลได้ตามความเป็นจริงโดยปราศจากอิทธิพลของนักวิจัย
  1. **การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย**

โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ต่าง ๆ ไว้ ดังต่อไปนี้

* + 1. ผู้วิจัยเริ่มต้นทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวกับที่เกี่ยวข้องกับสถานีโทรทัศน์

ระบบดิจิตอลทั้งหมด โดยเน้นให้ความสำคัญกับช่องสำหรับเด็กและเยาวชน เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษา และพิจารณาปัญหานำการวิจัย

* + 1. ทำการศึกษาเอกสาร เพื่อทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย แนวคิด และทฤษฎี

ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอล รวมถึงเด็กและเยาวชน รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโถค เพื่อทบทวนประเด็นปัญหานำการวิจัยตาม แนวคิดทฤษฎี

* + 1. ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มเป้าหมาย

ของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลช่องสำหรับเด็กและเยาวชนเพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลช่องสำหรับเด็กและเยาวชน ทั้ง 2 ช่อง

* + 1. เริ่มประสานงานทำความรู้จักกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 2 ส่วนคือ

ผู้ประกอบการทีวีดิจิตอล กลุ่มเด็กและเยาวชน หน่วยงานด้านการโฆษณาและวางแผนสื่อสาร เพื่อเตรียมการเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview)

* + 1. ทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview)

กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ส่งสาร คือบุคคลหลักที่จะให้ข้อมูล (Key Information) เพื่อเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และเครื่องมือสื่อสารการตลาดของ สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลช่องสำหรับเด็กและเยาวชน โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งมีการบันทึกเทปประกอบการสัมภาษณ์ด้วย โดยประกอบด้วย

1. ฝ่ายสื่อสารการตลาดของ ช่อง 13 3 Family
2. ฝ่ายสื่อสารการตลาดของ ช่อง 14 MCOT Family
3. ฝ่ายวางแผนสื่อ และวางแผนเชิงกลยุทธ์ บริษัทเอเยนซีโฆษณา
   * 1. ผู้วิจัยเริ่มทำการวิเคราะห์ข้อมูลรอบที่ 1 หลังการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

(In-Depth Interview) โดยจัดแยกระเบียบคำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการ

* + 1. ทำการเก็บข้อมูลด้วยการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)

เพื่อวัดการรับรู้การเครื่องมือสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลช่องสำหรับเด็ก

และเยาวชน และพฤติกรรมการชมรายการ ตามกลุ่มตัวอย่างในการสนทนากลุ่ม 4 กลุ่ม จำนวนกลุ่มละ 8 คน รวมทั้งสิ้น 32 คน โดยมีการบันทึกเทปประกอบการสัมภาษณ์ด้วย

* + 1. ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลรอบที่ 2 หลังการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus

Group Interview) โดยจัดแยกระเบียบคำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการ

* + 1. ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลรอบที่ 3 โดยการนำผลการสัมภาษณ์แบบ

เจาะลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) มาสรุปตามวัตุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และเครื่องมือสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลช่องสำหรับเด็กและเยาวชน กับสถานีโทรทัศน์ดิจิตอลประเภท ข่าวสาร และวาไรตี้ ประกอบกับ การวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ (Document Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ต้องการ

13.3.10 นำผลการศึกษามาวางแบบแผน เพื่อเสนอแนวทางการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมสำหรับสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลช่องสำหรับเด็กและเยาวชน เพื่อการแข่งขันในประชาคมอาเซียน ตามตามวัตุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 3

* 1. **การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูลการวิจัย**
     1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารทั้งหมดนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้

จากการศึกษามาจัดรวบรวมและแบ่งหมวดหมู่แยกประเภทของข้อมูลจากขอบเขตของงานวิจัย โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในบทที่ 2 เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

* + 1. การนำเสนอข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ

พรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ประกอบกับการบรรยายขั้นตอน หรือวิธีการต่าง ๆ โดยการนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป