

ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิตยสาร : ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)" เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Descriptive Research) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาถึงพัฒนาการ ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและการดำเนินงานผลิตเนื้อหา รูปแบบของนิตยสารทั้ง 5 ชื่อฉบับ คือ บ้านและสวน แพรว แพรวสุดสัปดาห์ LIFE & DECOR และ TRENDY MAN ว่า มีความเปลี่ยนแปลงอย่างไร นับตั้งแต่มีการตีพิมพ์ฉบับแรกจนถึงปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นแนวทางหนึ่งในการคาดการณ์ถึงทิศทางของนิตยสารไทยในอนาคต

การวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์นี้ อาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และจากการวิเคราะห์นิตยสารทั้ง 5 ชื่อฉบับ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) ทั้งของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ เองและจากที่อื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ และอธิบายปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษา โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษา แบ่งออกเป็น

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมา พัฒนาการ สภาพการดำเนินธุรกิจประเภทต่างๆ อาทิ นิตยสารทั้ง 5 ชื่อฉบับในเครือบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ และกิจการร่วมอื่น ๆ ในสังกัด โดยอาศัยแหล่งข้อมูลจาก

เอกสาร ดังต่อไปนี้

- 1.1 หนังสือรายงานประจำปีของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ (Annual Report)
 - 1.2 นิตยสารทั้ง 5 ชื่อฉบับ คือ บ้านและสวน แพรว แพรวสุดสปีดไลฟ์ LIFE & DECOR และ TRENDY man
 - 1.3 ข่าวที่เกี่ยวข้องกับกิจการของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ (News Clipping)
 - 1.4 แบบรายงานผลการดำเนินงานที่แจ้งต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงรายได้ ผลกำไร และการเพิ่มขึ้นของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ
 - 1.5 เอกสารอื่นๆ เช่น บทสัมภาษณ์บุคคลภายในวงการหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการสื่อมวลชน งานวิจัย และวิทยานิพนธ์
2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยอาศัยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth-Interview) บุคคลสำคัญในการบริหารงานของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงต่างๆ เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา แนวทางของพัฒนาการ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ลักษณะการดำเนินงาน การจัดองค์กรและการบริหาร ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ตลอดจนรายละเอียดของธุรกิจต่างๆ ของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ โดยบุคคลที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-Informant) มีดังนี้ คือ
- 2.1 นายชูเกียรติ อุตกะพันธ์
ประธานและกรรมการผู้จัดการบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ
 - 2.2 นางสุภาวดี โกมารทัต
รองกรรมการผู้จัดการ/บรรณาธิการอำนวยการบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ
และบรรณาธิการบริหารนิตยสาร LIFE & DECOR
 - 2.3 นายโชติวิชช์ สว่างศ์
กรรมการผู้จัดการบริษัท อมรินทร์ ดิจิตอล อิมเมจ จำกัด และที่ปรึกษาฝ่ายภาพและศิลปกรรมบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ
 - 2.4 นายประพันธ์ ประภาสะวัต
บรรณาธิการบริหารนิตยสารบ้านและสวน

- 2.5 นางนวลจันทร์ ศุภนิมิตร
 บรรณาธิการบริหารนิตยสารแพรว
- 2.6 น. ส. มนทิรา จุฑะพุกธิ
 บรรณาธิการบริหารนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์
- 2.7 นายเจนจบ ยิ่งสุมล
 หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสาร TRENDY MAN
- 2.8 นายจตุพล บุญพริต
 บรรณาธิการบริหารแพรวสำนักพิมพ์
- 2.9 น. ส. อริยา ไพฑูรย์
 บรรณาธิการบริหารแพรวเพื่อนเด็กและแพรวเยาวชน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทั่วไป ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมจากหอสมุดแห่งชาติ ทำวาสุกรี ศูนย์ข้อมูลบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ หอสมุดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมไปถึง หอสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านของจำนวนเงินลงทุน แหล่งรายได้ และรวมถึงผลกำไรของบริษัท

ในส่วนของนิตยสารทั้ง 5 ชื่อฉบับ จะใช้วิธีการเก็บรวบรวมดังนี้

1.1 ใช้วิธีการเลือกเก็บรวบรวม (SELECTIVE SAMPLING) ตั้งแต่ฉบับแรกที่ยังวางตลาดและทุกฉบับที่มีการเปลี่ยนราคาใหม่หรือฉบับครบรอบปี เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการด้านรูปแบบของวารสาร นิตยสาร ด้วยฉบับดังกล่าวนี้ คณะผู้จัดทำมักนิยมปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงในเรื่องรูปแบบของนิตยสารอย่างชัดเจน จึงเหมาะสมที่จะเลือกนำมาศึกษา โดยใช้การเลือกเก็บดังนี้

-บ้านและสวน เก็บฉบับแรก และทุกฉบับที่เริ่มมีการเปลี่ยนราคาใหม่จาก 8 บาท เป็น 10, 15, 18, 20, 25, 30, 35, 40, 50, 60, 65, 70 และ 80 บาท รวม 14 ฉบับ

-แพรว เก็บฉบับแรก และทุกฉบับที่เริ่มมีการเปลี่ยนราคาใหม่จาก 10 บาท เป็น 12, 15, 20, 25, 30, 35, 45, 50, 60 และ 70 บาท รวม 11 ฉบับ

-แพรวสุดสัปดาห์ เก็บฉบับแรก และทุกฉบับที่เริ่มมีการเปลี่ยนราคาใหม่จาก 10 บาท เป็น 15, 18, 20, 25, 35, 35, 40 และ 50 บาท รวม 7 ฉบับ

-LIFE & DECOR เก็บฉบับแรก ราคา 90 บาท และฉบับครบรอบปีที่ 1, 2, 3, 4 รวม 5 ฉบับ เนื่องจากยังไม่มีกรขึ้นราคาตั้งแต่เริ่มวางจำหน่าย

-TRENDY MAN เก็บฉบับแรก ราคา 60 บาท และฉบับครบรอบปีที่ 1, 2, 3 รวม 4 ฉบับ เนื่องจากยังไม่มีกรขึ้นราคาตั้งแต่เริ่มวางจำหน่าย

นอกจากนี้ ในทุกชื่อฉบับ หากพบว่าฉบับใดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนก็นำมาศึกษา
ร่วมด้วย

1.2 ในส่วนที่จะศึกษาถึงพัฒนาการด้านการนำเสนอเนื้อหา ใช้วิธีการเลือกเก็บรวบรวมเช่นกัน โดยเลือกเก็บฉบับแรกที่วางตลาดและฉบับครบรอบปีเท่านั้น และเพื่อให้การศึกษาดังกล่าวถึงพัฒนาการด้านการนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างละเอียดและครอบคลุม จึงได้แบ่งช่วงในการศึกษาออกเป็น 4 ช่วง ซึ่งในแต่ละช่วงที่ศึกษาจะมีจำนวนฉบับไม่เท่ากัน เนื่องจากอายุการดำเนินงานของนิตยสาร วารสารแต่ละฉบับต่างกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- บ้านและสวน

ช่วงที่ 1 ประกอบด้วยฉบับแรกที่ออกวางตลาด และฉบับครบรอบปีที่ 1, 2, 3, 4 รวม 5 ฉบับ

ช่วงที่ 2 ประกอบด้วยฉบับครบรอบปีที่ 5, 6, 7, 8, 9 รวม 5 ฉบับ

ช่วงที่ 3 ประกอบด้วยฉบับครบรอบปีที่ 10, 11, 12, 13, 14 รวม 5 ฉบับ

ช่วงที่ 4 ประกอบด้วยฉบับครบรอบปีที่ 15, 16, 17, 18 รวม 4 ฉบับ

- แพรว

ช่วงที่ 1 ประกอบด้วยฉบับแรกที่ออกวางตลาด และฉบับครบรอบปีที่ 1, 2, 3 รวม 4 ฉบับ

ช่วงที่ 2 ประกอบด้วยฉบับครบรอบปีที่ 4, 5, 6, 7 รวม 4 ฉบับ

ช่วงที่ 3 ประกอบด้วยฉบับครบรอบปีที่ 8, 9, 10, 11 รวม 4 ฉบับ

ช่วงที่ 4 ประกอบด้วยฉบับครบรอบปีที่ 12, 13, 14, 15, รวม 4 ฉบับ

- แพรวสุดสีปดาคัท

ช่วงที่ 1 ประกอบด้วยฉบับแรกที่ออกวางตลาด และฉบับครบรอบปีที่ 1,2,
รวม 3 ฉบับ

ช่วงที่ 2 ประกอบด้วยฉบับครบรอบปีที่ 3,4,5 รวม 3 ฉบับ

ช่วงที่ 3 ประกอบด้วยฉบับครบรอบปีที่ 6,7,8 รวม 3 ฉบับ

ช่วงที่ 4 ประกอบด้วยฉบับครบรอบปีที่ 9,10,11,12 รวม 4 ฉบับ

เนื่องจาก LIFE & DECOR และ TRENDY man มีอายุการดำเนินงานไม่นานนัก จึงศึกษา
จากฉบับครบรอบปี โดยไม่มีการแบ่งช่วง ดังนี้

- LIFE & DECOR ใช้ฉบับแรกที่ออกวางตลาด และฉบับครบรอบปีที่ 1,2,3,4
รวม 5 ฉบับ

- TRENDY MAN ใช้ฉบับแรกที่ออกวางตลาด และฉบับครบรอบปีที่ 1,2,3,
รวม 4 ฉบับ

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

มี 2 ลักษณะ คือ

- ตารางเก็บข้อมูลในส่วนรูปแบบของวารสาร นิตยสารทุกชื่อฉบับ ประกอบด้วยรายละเอียด
ดังนี้

- ลักษณะโลโก้

- ขนาดของรูปเล่ม

- ราคา

- กระดาษที่ใช้พิมพ์ปก, สีสี, ขาวดำ

- จำนวนหน้าโฆษณาสีสี, โฆษณาขาวดำ, เนื้อหาสีสีและเนื้อหาขาวดำ

- ตารางเก็บข้อมูลในส่วนของการนำเสนอเนื้อหา จะแบ่งตามประเภท(Category)
ของเนื้อหาที่นำเสนอในวารสาร นิตยสารแต่ละชื่อฉบับ ซึ่งจะมีรายละเอียดที่มีความคล้ายคลึงและ

แตกต่างกันไป ประกอบกับในระยะไม่กี่ปีมานี้ ทางวารสาร นิตยสาร แต่ละฉบับได้มีการแบ่งประเภท เนื้อหาของตนอยู่แล้ว (ดูตัวอย่างสารบัญวารสาร นิตยสารทั้ง 5 ฉบับในภาคผนวก) ผู้วิจัยจึงได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเกณฑ์ พร้อมกับศึกษาลักษณะเนื้อหาทั้งหมดประกอบการสัมภาษณ์ บรรณาธิการบริหารของแต่ละฉบับ เพื่อให้ทราบถึงจุดประสงค์หลักที่แท้จริงของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละเรื่องนั้นว่า เป็นประเภทใด แล้วจึงแบ่งประเภทเนื้อหาในการวิเคราะห์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

บ้านและสวน แบ่งเป็น 6 ประเภท คือ

1. บ้านและการตกแต่ง ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับความรู้ คำแนะนำในการตกแต่งบ้านในแบบต่างๆ ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ
2. สถาปัตยกรรมและการก่อสร้าง ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับความรู้ คำแนะนำในด้านสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างในแบบต่างๆ ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ
3. ผลิตภัณฑ์และการตกแต่ง ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ คำแนะนำในเรื่องผลิตภัณฑ์ ของใช้ ของประดับต่างๆ ที่ใช้ในการตกแต่งบ้าน ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ
4. การจัดสวนและไม้ประดับ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับความรู้ คำแนะนำในเรื่องของต้นไม้ ดอกไม้ที่ใช้ปลูกเป็นไม้ประดับภายในบ้าน หรือใช้ในการจัดสวนแบบต่างๆ ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ
5. ศิลปะและการออกแบบ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ คำแนะนำในเรื่องงานศิลปะ ตัวศิลปิน และการออกแบบสร้างสรรค์งานศิลปะประเภทต่างๆ ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ เพื่อใช้ในการตกแต่งบ้านหรือชมนิทรรศการ ฯลฯ
6. ปกิณกะ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเบ็ดเตล็ด เป็นการให้ความรู้ คำแนะนำทั่วไป อาทิ บทบรรณาธิการ ตอบจดหมายผู้อ่าน แนะนำร้านอาหาร การปรุงอาหาร การเลือกเครื่องดื่ม สารคดีท่องเที่ยว เป็นต้น

แพรว แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

1. แฟชั่น ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหา ภาพเกี่ยวกับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับต่างๆ ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ

2. บุคคล ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าว บทความ บทวิเคราะห์ รายงาน บทสัมภาษณ์บุคคลในประเด็นต่างๆ ทั้งที่เป็นคนไทยและต่างประเทศ

3. สารความรู้ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการให้สารความรู้ทั่วไป ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ โดยเสนอในรูปแบบของข่าว บทความ บทวิเคราะห์ สารคดีทั่วไป สารคดีท่องเที่ยว เกร็ดความรู้ต่างๆ

4. บันเทิง ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความบันเทิง โดยนำเสนอในรูปแบบของนวนิยาย เรื่องสั้น บทกวี งานศิลปะ ภาพยนตร์ ดนตรี เพลง ละครเวที หนังสือ ฯลฯ ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ

5. ปกิณกะ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเบ็ดเตล็ดทั่วไป อาทิ บทบรรณาธิการ ตอบจดหมาย พยากรณ์ เกมส์ ฯลฯ เรื่องพิเศษตามวาระต่างๆ เช่น บทความเกิดพระเกียรติ พระบรมวงศานุวงศ์

แพร่สดส์ปลาดำ แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

1. แฟชั่น ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหา ภาพเกี่ยวกับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับต่างๆ ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ

2. บุคคล ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ ข่าว บทความ บทวิเคราะห์ รายงาน บทสัมภาษณ์บุคคลในประเด็นต่างๆ ทั้งที่เป็นคนไทยและต่างประเทศ

3. สารความรู้ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการให้สารความรู้ทั่วไป ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ โดยเสนอในรูปแบบของข่าว บทความ บทวิเคราะห์ สารคดีทั่วไป สารคดีท่องเที่ยว เกร็ดความรู้ต่างๆ

4. บันเทิง ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความบันเทิง โดยนำเสนอในรูปแบบของนวนิยาย เรื่องสั้น บทกวี งานศิลปะ ภาพยนตร์ ดนตรี เพลง ละครเวที หนังสือ ฯลฯ ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ

5. ปกิณกะ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเบ็ดเตล็ดทั่วไป อาทิ บทบรรณาธิการ ตอบจดหมาย พยากรณ์ เกมส์ ฯลฯ และเรื่องพิเศษตามวาระต่างๆ

LIFE & DECOR แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

1. แฟชั่น ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหา ภาพเกี่ยวกับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ต่างๆ ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ
2. บุคคล ได้แก่ การนำเสนอเกี่ยวกับข่าว บทสัมภาษณ์ บุคคลในประเด็นต่างๆ ทั้งที่เป็นคนไทยและต่างประเทศ
3. สารระ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทั่วไป ซึ่งนิตยสาร LIFE & DECOR จะไม่มีเนื้อหาที่เน้นหนักทางวิชาการ แต่จะเป็นในเรื่องของสารคดีท่องเที่ยวทั้งในไทยและต่างประเทศ เป็นต้น
4. รสนิยม ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ คำแนะนำ ในเรื่องรสนิยมของที่อยู่อาศัย การกิน-ดื่ม งานศิลปะ เพลง ดนตรี ภาพยนตร์ หนังสือ ฯลฯ
5. ปกิณกะ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเบ็ดเตล็ด เช่น บทบรรณาธิการ เรื่องพิเศษ ตามวาระต่างๆ

TRENDY MAN แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

1. แฟชั่น ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหา ภาพเกี่ยวกับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ต่าง ๆ ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ
2. บุคคล ได้แก่ การนำเสนอเกี่ยวกับข่าว บทความ บทวิเคราะห์ รายงาน บทสัมภาษณ์ บุคคลในประเด็นต่างๆ ทั้งที่เป็นคนไทยและต่างประเทศ
3. สารความรู้ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความรู้ทั่วไป ทั้งที่เป็นของไทยและต่างประเทศ โดยนำเสนอในรูปของข่าว บทความ สารคดีทั่วไป สารคดีท่องเที่ยว เกร็ดความรู้ต่างๆ
4. บันเทิง ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการให้ความบันเทิง โดยนำเสนอในรูปของนวนิยาย เรื่องสั้น บทกวี งานศิลปะ ภาพยนตร์ ดนตรี เพลง ละคร หนังสือ เป็นต้น
5. ปกิณกะ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเบ็ดเตล็ด เช่น บทบรรณาธิการ การ์ตูน เกมส์ ฯลฯ

สำหรับหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะนับเป็นรายเรื่องต่อ 1 หน่วย โดยจะศึกษาถึง จุดประสงค์หลักเพียงประการเดียวของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละเรื่องว่าสามารถจัดเข้าเป็นเนื้อหา ประเภทใดตามที่กำหนดไว้ ทั้งนี้จะไม่พิจารณาถึงความยาว-สั้นของพื้นที่ที่นำเสนอ

สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การหาค่าร้อยละ ประกอบการพรรณนา

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคคล ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เฉพาะประเด็นที่ต้องการ และสนใจศึกษา พร้อมด้วยการจดบันทึก และอาศัยเครื่องบันทึกเสียงในขณะสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูล เกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

- 2.1 แนวทางพัฒนาการของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ มีจุดเริ่มต้นอย่างไร
- 2.2 การดำเนินงาน รวมถึงรายละเอียดของธุรกิจหลักและธุรกิจร่วมอื่นๆ ในสังกัด บริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ
- 2.3 จุดเริ่มต้นและจุดประสงค์ของธุรกิจหลักอันหมายถึง การรับจ้างพิมพ์ การผลิต นิตยสาร หนังสือ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินงานโดยบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ และธุรกิจร่วมอื่นๆ ในเครือ
- 2.4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
- 2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ ทั้งในธุรกิจหลัก และธุรกิจร่วม
- 2.6 โครงสร้างและแผนผังการบริหารงานของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ ทั้งในธุรกิจหลัก และธุรกิจร่วม
- 2.7 แนวโน้มของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ ในอนาคต ทั้งในธุรกิจหลักและธุรกิจร่วม
- 2.8 แนวโน้มของตลาดสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะนิตยสารในอนาคต
- 2.9 โครงการอื่นๆ ที่จะดำเนินการต่อไปในอนาคต

ระยะเวลาในการวิจัย

การเก็บข้อมูลเอกสาร ได้ทำการศึกษาเอกสารตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ.2519 (ช่วงเวลาที่บริษัท อมรินทร์พรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มออกวารสารบ้านและสวน เป็นฉบับแรก [รวมทั้งเอกสารต่างๆ]) จนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2538

ระยะเวลาในการสัมภาษณ์บุคคล ใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 2 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน พ.ศ.2538 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ.2538

การประเมินผลข้อมูลใช้เวลา 2 เดือน หลังจากการเก็บข้อมูลและการสัมภาษณ์เสร็จสิ้น ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2538 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2538

การตรวจสอบข้อมูล

หลังจากทำการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลประเภทเอกสาร

ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลประเภทเอกสาร ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลประเภทเดียวกัน จากแหล่งข้อมูลหลายๆ แหล่ง โดยตรวจสอบในรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อบุคคล สถานที่ ชื่อหนังสือ ผู้เขียน ตัวเลข สถิติอ้างอิง เพื่อเปรียบเทียบหาความถูกต้องสอดคล้องกับของข้อมูล

2. ข้อมูลประเภทบุคคล ใช้ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ 2 วิธี คือ

2.1 ใช้คำถามเดียวกันหลายๆ คน และตรวจสอบดูว่า ข้อมูลที่ให้ตรงกันหรือไม่ ในกรณีที่ข้อมูลขัดแย้งกัน ใช้วิธีตรวจสอบเพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้จากเอกสารอื่นๆ และใช้ดุลยพินิจพิจารณาว่า ข้อมูลของใครน่าเชื่อถือกว่ากัน ซึ่งการใช้คำถามเดียวกันหลายๆ ครั้ง นอกจากจะช่วยตรวจสอบความผิดพลาดของข้อมูลแล้ว ยังช่วยเพิ่มเติมรายละเอียดของเรื่องได้ด้วย

2.2 ถามซ้ำ หรือสัมภาษณ์ซ้ำ คือ การถามคำถามเดิมกับคนเดิมในช่วงเวลาที่ห่างออกไป เป็นการตรวจสอบดูว่าเมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป ข้อมูลที่เคยให้ไว้จะเหมือนเดิมหรือไม่

แล้วนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกัน เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องตรงกันของข้อมูล

2.3 ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับทั้งจากการสัมภาษณ์และเอกสาร บทความ รายงานต่าง ๆ ฯลฯ จะใช้การสังเกตจากสภาพความเป็นจริง คู่แข่งขัน รายงานผลการดำเนินงานจริง มาเปรียบเทียบ เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิเคราะห์จุดเริ่มต้นและพัฒนาการของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ในธุรกิจหลัก ได้แก่ การรับจ้างพิมพ์ นิตยสาร 5 ฉบับ หนังสือเล่มในนามสำนักพิมพ์ ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ เป็นผู้ดำเนินงาน การวิเคราะห์ในส่วนนี้ ผู้วิจัยอาศัยข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสาร ประกอบกับข้อมูลในการสัมภาษณ์บุคคล เพื่อทราบถึงภาพโดยรวมของบริษัท ตั้งแต่ยุคเริ่มการก่อตั้งจนถึงปัจจุบันว่า ได้ผ่านอุปสรรคและแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานบริหารอย่างไรบ้าง
2. วิเคราะห์พัฒนาการของธุรกิจร่วมในสังกัดของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ ที่เกิดเพิ่มขึ้นมาในแง่ของลักษณะธุรกิจว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลัก คือ การรับจ้างพิมพ์ และการผลิตนิตยสารหรือไม่ อย่างไร
3. วิเคราะห์ถึงลักษณะการขยายตัวของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ และพิจารณาเงินทุนประกอบการ ส่วนแบ่งในตลาด และธุรกิจที่ขยายตัวออกมา เปรียบเทียบกับช่วงระยะเวลา เพื่อให้เห็นว่าช่วงเวลาใดที่มีการขยายตัวสูง และมีความสัมพันธ์กับเงินทุนและส่วนแบ่งของตลาดหรือไม่ อย่างไร โดยอาศัยข้อมูลเอกสารต่างๆ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลภายในบริษัท
4. วิเคราะห์ถึงปัจจัยในด้านต่างๆ ที่เอื้ออำนวยต่อการขยายธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีว่ามีส่วนสำคัญหรือไม่ เพียงใด และเนื่องจาก การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาถึงองค์กรที่ทำหน้าที่บริหารกิจการ จึงมุ่งให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริหารด้วย โดยพิจารณาในแง่ของมุมมอง และวิสัยทัศน์ (Vision) รวมถึงการจัดองค์กร ตลอดจนความพร้อมและศักยภาพของบริษัทในการขยายตัวโดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลเป็นหลักสำคัญ

5. วิเคราะห์ถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่ผ่านมาและแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิตยสารไทยในอนาคต การวิเคราะห์ในส่วนนี้ ผู้วิจัยจะอาศัยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเนื้อหา รูปแบบของนิตยสารทั้ง 5 ชื่อฉบับในเครือ บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ ตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับข้อมูลในการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ตลอดจนบทความ รายงาน บทความวิเคราะห์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และการรับจ้างพิมพ์

การนำเสนอข้อมูล

ผลของการวิจัย จะถูกนำเสนอเป็น 2 ส่วน คือ

1. ในส่วนที่เกี่ยวกับกำเนิดและพัฒนาการของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จะเสนอถึงพัฒนาการด้านรูปแบบ การนำเสนอเนื้อหา การดำเนินงานและการขยายตัวของธุรกิจนิตยสารทั้ง 5 ชื่อฉบับ ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน และการรับจ้างพิมพ์ ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัท และธุรกิจอื่นๆ ตลอดจนการใช้ทุนที่ได้จากการระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. ในส่วนของแนวโน้มอุตสาหกรรมนิตยสารของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ จะเสนอถึงการคาดการณ์ในอนาคตของการผลิตนิตยสาร หนังสือเล่มต่างๆ และการรับจ้างพิมพ์ จากการวิเคราะห์และจากมุมมองของคณะผู้บริหาร ตลอดจนการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้เพื่อให้ได้ภาพแนวโน้มของความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ และอธิบายถึงปัจจัยที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้น อันจะสามารถนำมาเป็นข้อมูลส่วนหนึ่ง สำหรับใช้วางแผนการพัฒนาบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) และอาจจะใช้เป็นแนวทางหนึ่ง ในการคาดการณ์ถึงอนาคตของอุตสาหกรรมนิตยสารต่อไปได้