

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาเรื่อง “นิตยสาร แนวท่องเที่ยว: ศึกษาองค์กร เนื้อหา และผู้รับสาร” ตามส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การสังเกตการณ์ (Observation)
2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview)
3. การวิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา
4. การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis)

วิธีการเก็บข้อมูล

1. การสังเกตการณ์ (Observation) เพื่อศึกษาถึงองค์กรผู้ผลิตนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ โดยวิธีสังเกตการณ์ภายในองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการจัดการภายในองค์กร บรรยากาศในการทำงาน ระบบและขั้นตอนการทำงาน ตลอดจน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการทำงาน

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) เพื่อศึกษาถึงองค์กรผู้ผลิตนิตยสารทั้ง 3 เล่ม โดยวิธีการสัมภาษณ์บุคลากรภายในองค์กรทั้ง 3 โดยคัดเลือกบุคลากรที่ทำการสัมภาษณ์จากฝ่ายงานต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง และความคิดเห็น จากบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้บริหารงาน และผู้ปฏิบัติงาน ดังนี้

อนุสาร อสท.

ผู้บริหารงาน

1. คุณวนิดา สติตานนท์

ผู้อำนวยการฝ่ายสำนักผู้ว่าราชการ

อายุงาน 33 ปี

2. คุณดวงดาว สุวรรณรังษี
บรรณาธิการบริหาร
อายุงาน 19 ปี
3. คุณรำไพพรรณ แก้วสุริยะ
หัวหน้างานการตลาดวารสาร
อายุงาน 26 ปี

ผู้ปฏิบัติงาน

1. คุณอภิรักษ์ บัวหนักดี
หัวหน้างานวารสารภาษาไทย
อายุงาน 10 ปี
2. คุณวินิจ รังผึ้ง
กองบรรณาธิการ
อายุงาน 9 ปี
3. คุณปิยะวรรณ ภัคดีภูวดล
ฝ่ายศิลปกรรม
อายุงาน 6 ปี

นิตยสารเพื่อนเดินทาง

ผู้บริหาร

1. กรองกาญจน์ พงศธร
บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา และบรรณาธิการบริหาร
อายุงาน 12 ปี
2. สิริวรรณ ศรีบูรณศรี
ผู้อำนวยการกองบรรณาธิการ
อายุงาน 7 ปี

ผู้ปฏิบัติงาน

1. คุณยุพิน ศรีบุษราคัม
กองบรรณาธิการ
อายุงาน 7 ปี
2. คุณชัยณรงค์ นิมคำ
ฝ่ายโฆษณา
อายุงาน 6 ปี
3. คุณสุภาวดี งามกุล
ฝ่ายศิลปกรรม
อายุงาน 10 ปี

นิตยสารแค้มป์บึงทองเที่ยว

ผู้บริหาร

1. คุณสุรศักดิ์ ตันตะโยธิน
บรรณาธิการบริหาร
อายุงาน 13 ปี
2. คุณสมศักดิ์ ลำพงศ์พันธุ์
ฝ่ายหาข้อมูล
อายุงาน 8 ปี
3. คุณทรงชัย อังกาทิพย์
ฝ่ายหาข้อมูล
อายุงาน 5 ปี

ผู้ปฏิบัติงาน

1. คุณพัชรินทร์ อินธิวงศ์
ฝ่ายโฆษณาและการตลาด
อายุงาน 5 ปี
2. คุณพรพรรณ ตริวัฒนา
บรรณาธิการศิลป์
อายุงาน 4 ปี
3. คุณดวงฤทัย โรจนศักดิ์ดา
ฝ่ายศิลป์
อายุงาน 9 เดือน

สำหรับแนวคำถามที่ผู้ศึกษาจะใช้เพื่อการเก็บข้อมูลได้แก่ แนวคำถามดังต่อไปนี้

- ที่มาของการผลิตนิตยสารแนวท่องเที่ยว
- วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร นโยบาย การบริหารงานบุคลากร แผนการตลาด และพัฒนาการในการขยายตัว ของนิตยสารแนวท่องเที่ยว
- ทุนประกอบการตั้งแต่เริ่มแรก จนถึงปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
- นโยบายของรัฐมีส่วนส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัว หรือไม่ ถ้ามีเป็นไปในลักษณะใด
- แนวโน้มของสังคมเรื่องของการท่องเที่ยว เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และมีอิทธิพลต่อการพัฒนานิตยสารหรือไม่ อย่างไร
- สื่ออื่น ๆ ทั้งวิทยุ และโทรทัศน์ มีส่วนส่งเสริมมากน้อยแค่ไหน และเป็นไปในลักษณะใด
- เทคโนโลยีการผลิตเข้ามามีบทบาทในการขยายตัวของนิตยสารแนวท่องเที่ยวอย่างไร

- ผลที่เกิดจากการประกาศให้เป็นปีการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีผลอย่างไรบ้างต่อการขยายตัวของนิตยสารแนวท่องเที่ยว
- เทศกาล และงานประเพณีต่าง ๆ รวมไปถึง พระราชพิธีต่าง ๆ มีผลต่อการขยายตัวของนิตยสารท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ข้อมูลทางการตลาด เช่น คู่แข่งขัน ,ผู้สนับสนุน, ภาวะอุตสาหกรรม, การจัดจำหน่าย , ส่วนแบ่งตลาด รวมถึงกลยุทธ์การตลาดเป็นอย่างไร
- ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา นิตยสารแนวท่องเที่ยว
- ปัญหา และอุปสรรคภายในองค์กร รวมทั้งแนวทางแก้ไขตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน
- ปัญหา และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร รวมทั้งแนวทางแก้ไข
- แนวโน้มของนิตยสารแนวท่องเที่ยวในอนาคต
- มีความคิดเห็นอย่างไรต่อนโยบายขององค์กรที่ตนสังกัดอยู่
- มีวิธีการ และขั้นตอนในการปฏิบัติงานอย่างไร
- มีความพอใจกับงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารงานหรือไม่
- มีปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนสนับสนุน หรือ เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน
- มีวิธีการในการคัดเลือกลูกค้าที่จะลงโฆษณาอย่างไร

สำหรับการสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนี้ เป็นการศึกษาเพื่อมุ่งถึงการศึกษาด้านองค์กรผู้ผลิตนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ แล้วนำผลที่ได้มาตีความอธิบายวิเคราะห์ว่าองค์กรแต่ละองค์กรนั้น มีความแตกต่างกันอย่างไร และนำเสนอผลการศึกษาในรูปของการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้านองค์กรในประเด็นดังนี้

วิเคราะห์รูปแบบและการดำเนินงานองค์กรนิตยสาร ซึ่งหมายถึงโครงสร้างของ
องค์กรนิตยสาร และดำเนินงานธุรกิจ โดยพิจารณาถึง

1. การจัดการในด้านบุคลากร
2. งบประมาณ
3. ลักษณะการปฏิบัติงาน
4. กลุ่มเป้าหมาย (ตลาด)
5. นโยบายการนำเสนอ
6. การจัดการทางธุรกิจด้านการจัดจำหน่าย
7. การจัดการทางธุรกิจด้านการโฆษณา

3. การวิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา โดยศึกษาถึงเนื้อหาของนิตย
สารทั้ง 3 ชื่อฉบับ ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการและขั้นตอนในการวิเคราะห์ลักษณะการ
นำเสนอเนื้อหาของนิตยสาร ทั้ง 3 ชื่อฉบับ ตั้งแต่ฉบับเดือน มิถุนายน 2537 ถึง ฉบับเดือน
พฤษภาคม พ.ศ. 2539 จำนวนรวมทั้งสิ้น 72 ฉบับ ไว้ดังนี้ คือ

3.1. วิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละคอลัมน์ ว่ามี
ลักษณะการนำเสนออันได้แก่ลักษณะที่เป็นตัวอักษร ภาพสี ภาพขาวดำ และวัตถุประสงค
การนำเสนอว่ามีวัตถุประสงค์การนำเสนอเพื่ออะไร รวมถึงวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ
ของเนื้อหาว่าเป็นข่าว บทความ สารคดี หรืออื่น ๆ โดยวิธีให้คะแนนตามลักษณะที่ปรากฏ
ในแต่ละคอลัมน์ ทุกเล่ม โดยตรวจดูว่าในแต่ละคอลัมน์มีลักษณะการนำเสนอ วัตถุ
ประสงค์ และรูปแบบการนำเสนอเป็นเช่นไร ก็ลงรหัสว่าเป็นตามสิ่งที่ปรากฏประเภทละ 1
คะแนน

3.2 . วิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่การนำเสนอ โดยวัดพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นตัวอักษร ภาพสี ภาพขาวดำ ด้วยวิธี BSU (Basic space unit) โดยสุ่มตัวอย่างนิตยสาร 1 ใน 4 โดยคัดเลือก 1 ฉบับ เว้น 3 ฉบับ เป็นนิตยสาร 6 ฉบับ ต่อ 1 ชื่อฉบับ รวมเป็น 18 ฉบับ (ที่สุ่มตัวอย่างในลักษณะนี้ เพราะลักษณะการนำเสนอของนิตยสารโดยทั่วไปค่อนข้างคงที่ แต่ให้ออกาสในการเปลี่ยนแปลงโดยทิ้งช่วงห่าง 3 เดือน)

การวัดสัดส่วนพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาด้วยวิธี BSU (Basic space unit) หมายถึง หน่วยการวัดพื้นที่ โดยกำหนดให้ 1 BSU = 1.5 ตารางนิ้ว (สุรพงษ์โสภณเสถียร : 2533) ทั้งนี้ศึกษาเฉพาะในส่วนของพื้นที่ที่เป็นตัวอักษร ภาพสีและภาพขาวดำ สำหรับนิตยสารทุกชื่อฉบับที่ใช้ศึกษา ได้แก่ อนุสารอศท. นิตยสารเพื่อนเดินทาง และนิตยสารแค้มป์ท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 3 ชื่อฉบับ

4. การวิเคราะห์ผู้รับสาร

4.1 การคัดเลือกผู้รับสาร ผู้รับสารในที่นี้หมายถึง เจ้าหน้าที่ในบริษัทการท่องเที่ยวที่ทราบข้อมูลของการโฆษณาของบริษัท โดยมีเกณฑ์คัดเลือกบริษัทที่จะนำมาวิเคราะห์จากการลงโฆษณา การพิจารณาตามเกณฑ์ดังกล่าวผู้วิจัยได้คัดเลือกบริษัทที่ลงโฆษณา ได้ 2 ประเภท คือ

4.1.1 ประเภทที่ลงโฆษณาซ้ำกัน 2 ฉบับ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 9 บริษัท

4.1.2 ประเภทที่ลงโฆษณาเพียงชื่อฉบับเดียวผู้วิจัยได้เลือกเฉพาะบริษัทที่ลงโฆษณาในหน้าที่เป็นตำแหน่งสำคัญได้แก่ ปกหน้าใน ปกหลังนอก ปกหลังใน หน้า 3 และ หน้า 5 เป็นต้น ฉบับละ 3 บริษัท ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 9 บริษัท

รวมจำนวนผู้รับสาร ซึ่งเป็นบริษัทการท่องเที่ยวทั้งหมด 18 บริษัท

4.2 การวิเคราะห์การใช้นิตยสารของผู้รับสาร เป็นการวิเคราะห์การใช้ (Use) และความพึงพอใจ (Gratification) และนำผลที่ได้มาหาค่ามัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean)

การนำเสนอข้อมูล

ในการนำเสนอข้อมูลนั้นจะแบ่งลำดับขั้นตอนการนำเสนอข้อมูลออกเป็น

1. การนำเสนอในด้านการวิเคราะห์องค์การ
2. การนำเสนอในด้านการวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหา
3. การนำเสนอในด้านการวิเคราะห์ผู้รับสาร
4. การนำเสนอในด้านความสอดคล้องระหว่างนิตยสาร สาร และผู้รับสาร



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย