

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การดำเนินธุรกิจนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศและลักษณะของผู้อ่าน” เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis Research) เพื่อศึกษาถึงเงื่อนไขในการเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ของนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ข้อตกลงในการร่วมทุน การกำหนดนโยบายองค์กร การบริหารงานโฆษณา การทำงานของกองบรรณาธิการ การผลิตนิตยสารในด้านเนื้อหา หน้าปก ภาพประกอบ และรูปแบบของนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ และการวิเคราะห์ลักษณะของผู้อ่าน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจ (Survey Research) เพื่อนำข้อมูลมาประมวลสำหรับการวิเคราะห์ และอธิบายปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษา โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้มาจาก 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมา แนวทางในการดำเนินธุรกิจและขยายตัวของเจ้าของลิขสิทธิ์ และผู้ที่ได้รับลิขสิทธิ์ในประเทศไทย นโยบายทางการตลาด ของนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ

2. แหล่งข้อมูลจากบุคคลในองค์กรนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ จะประกอบด้วยข้อมูลจาก

2.1 ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานของนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

3. แหล่งข้อมูลจากบุคคลนอกองค์กรนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ จะประกอบด้วยข้อมูลจาก

3.1 กลุ่มผู้อ่านของนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

3.2 ฝ่ายวางแผนซื้อสื่อโฆษณา (Media Planner) จากบริษัทโฆษณา (Agency) ชำนาญ จำนวน 3 บริษัท

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. นิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศทั้ง 3 ชื่อฉบับได้แก่ นิตยสาร ELLE ,CLEO และ COSMOPOLITAN

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในองค์กรของนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ ได้แก่ ELLE ,CLEO และCOSMOPOLITAN กลุ่มตัวอย่างดังกล่าว จะเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งประกอบด้วย

2.1 นิตยสาร ELLE ประกอบด้วย

2.1.1 บรรณาธิการบริหาร คุณศิริ อุดมฤทธิรุจ

2.2.2 รองผู้พิมพ์และผู้โฆษณา คุณธีรนาถ วิวรกิจ

2.2 นิตยสาร CLEO ประกอบด้วย

2.2.1 บรรณาธิการ คุณ รัชยา ทองคงเย่า

2.2.2 รองผู้พิมพ์ผู้โฆษณา คุณ ถ้ำระวี หาญพงศ์พันธุ์

2.3 นิตยสาร COSMOPOLITAN

2.3.1 บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา คุณปิยะ มาลากุล ณ ออยุธยา

2.3.2 บรรณาธิการบริหาร คุณพิมพ์ฤทัย ชูแสงศรี

2.3.3 ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณา คุณลายคราม เลิศวิทยาประสิทธิ์

2.4 ผู้วางแผนซื้อสื่อ (Media Planner) จากบริษัทโฆษณาชั้นนำจำนวน 3 แห่ง ได้แก่

- บริษัท อัมมิมราติ พูริส ลินคาส (ประเทศไทย) จำกัด

- บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมเธอร์ จำกัด (มายด์แชร์)

- บริษัท ลีโอเบอร์เน็ทท์ จำกัด (สตาร์คอม)

3. กลุ่มผู้อ่านนิตยสาร ELLE , CLEO และ COSMOPOLITAN ทั้งนี้โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างที่จะส่งแบบสอบถามเพื่อสำรวจทั้งสิ้น 297 คน

3.1 ผู้อ่านนิตยสาร ELLE จำนวน 99 คน

3.2 ผู้อ่านนิตยสาร CLEO จำนวน 99 คน

3.3 ผู้อ่านนิตยสาร COSMOPOLITAN จำนวน 99 คน

จำนวนตัวอย่างที่จะสำรวจนั้น จากตาราง Taro Yamanee ที่ค่า α ระบุว่าให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดอยู่ที่ 100 คน จากค่าความเชื่อมั่นที่ 10 เปอร์เซนต์ โดยให้กลุ่มตัวอย่างของแต่ละชื่อฉบับอยู่ที่จำนวนฉบับละ 33 คน เนื่องจากได้มีการสัมภาษณ์ในแนวลึก (Depth Interview) จากผู้บริหารนิตยสาร

รวมทั้งผู้วางแผนซื้อสื่อจากบริษัทโฆษณา ในส่วนที่เกี่ยวกับลักษณะของผู้อ่าน แต่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ที่จำนวนฉบับละ 99 คน เพื่อต้องการข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น รวมแล้วกลุ่มตัวอย่างที่ทำวิจัยจากนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับจึงเท่ากับ 297 คน เลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งกำหนดไว้ว่า ต้องเป็นผู้อ่านนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศฉบับใดฉบับหนึ่ง แล้วให้ทำส่งแบบสอบถามเพื่อทำการสำรวจ

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลในส่วนของผู้ผลิตนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ แยกออกเป็น 3 ส่วน คือ

1.1 เจ้าของลิขสิทธิ์ในประเทศไทย การเก็บรวบรวมข้อมูลคือการสัมภาษณ์ โดยมีแนวคำถามดังต่อไปนี้

- ข้อมูลลงในการร่วมทุน
- ข้อมูลลงในการบริหารงาน โฆษณา และกองบรรณาธิการ
- ข้อมูลลงในการผลิตนิตยสาร ทั้งด้านเนื้อหา หน้าปก ภาพประกอบ และรูปแบบของนิตยสาร
- ลักษณะของผู้อ่านในประเทศไทยเป็นอย่างไร

1.2 ข้อมูลในส่วนบรรณาธิการหนังสือแต่ละเล่ม

- การผลิตนิตยสาร ในด้านเนื้อหา หน้าปก ภาพประกอบ และรูปแบบของนิตยสาร
- การจัดการกองบรรณาธิการ

1.3 ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาของนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์แต่ละชื่อฉบับ

- ลักษณะของผู้อ่านนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในประเทศไทย
- การบริหารงานโฆษณา

2. ข้อมูลในส่วนของบุคคลนอกองค์กร ใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ฝ่ายวางแผนซื้อสื่อโฆษณา (Media Planner) โดยมีแนวคำถามที่จะสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

- ลักษณะของผู้อ่านนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในประเทศไทย
- วางแผนซื้อสื่อโดยอาศัยปัจจัยใดบ้างของนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ

3. ข้อมูลในส่วนผู้อ่าน ใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ชุด สำหรับผู้อ่านแต่ละชื่อฉบับ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านลักษณะประชากร ลักษณะในวิถีการดำเนินชีวิต
ของผู้อ่าน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะการตอบสนองทางการตลาดของผู้อ่านนิตยสารสตรีที่
ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความนิยมในหัวข้อเรื่อง (Section) ของนิตยสารสตรีที่ได้รับ
ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ

การตรวจสอบข้อมูล

ในส่วน of ข้อมูลประเภทบุคคล จะใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ 2 วิธี คือ

1. ใช้คำถามเดียวกันหลาย ๆ คน และตรวจสอบว่า ข้อมูลที่ให้ตรงกันหรือไม่ ในกรณีที่ให้ข้อมูลขัดแย้งกัน ใช้วิธีตรวจสอบเพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้จากเอกสารอื่น ๆ และใช้ดุลยพินิจพิจารณาว่า ข้อมูลของใครน่าเชื่อถือกว่ากัน ซึ่งการใช้คำถามเดียวกันหลาย ๆ ครั้ง นอกจากจะช่วยตรวจสอบความผิดพลาดของข้อมูลแล้ว ยังช่วยเพิ่มเติมรายละเอียดของเรื่องได้ด้วย

2. ถามซ้ำ หรือสัมภาษณ์ซ้ำ คือ การถามคำถามเดิมกับคนเดิมในช่วงเวลาที่ห่างกันออกไป เป็นการตรวจสอบว่าเมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป ข้อมูลที่เคยให้ไว้จะเหมือนเดิมหรือไม่ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกัน เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

การวัดตัวแปร

การวัดตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

- ลักษณะด้านประชากร ลักษณะในวิถีการดำเนินชีวิต(Life Style) ด้านความทันสมัย ลักษณะการตอบสนองทางการตลาด และความนิยมในหัวข้อเรื่อง(Section)

โดยลักษณะทางด้านประชากร และลักษณะในวิถีการดำเนินชีวิตจะวัดข้อมูลในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนลักษณะการตอบสนองทางการตลาดจะวัดในระดับอันตรภาค (Interval Scale)

สำหรับมาตราส่วนประเมินค่าลักษณะการตอบสนองทางการตลาดประกอบด้วย 5 ระดับ แต่ละระดับให้คะแนนที่แตกต่างกันจาก 1,2,3,4 และ 5 ซึ่งกำหนดค่าคะแนนดังนี้

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

สำหรับการให้คะแนนความนิยมในหัวข้อเรื่องของนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ แบ่งออกได้ดังนี้

1. นิตยสาร ELLE

เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 1	หมายถึง	8	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 2	หมายถึง	7	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 3	หมายถึง	6	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 4	หมายถึง	5	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 5	หมายถึง	4	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 6	หมายถึง	3	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 7	หมายถึง	2	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 8	หมายถึง	1	คะแนน

2. นิตยสาร CLEO

เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 1	หมายถึง	5	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 2	หมายถึง	4	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 3	หมายถึง	3	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 4	หมายถึง	2	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 5	หมายถึง	1	คะแนน

3. นิตยสาร COSMOPOLITAN

เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 1	หมายถึง	9	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 2	หมายถึง	8	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 3	หมายถึง	7	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 4	หมายถึง	6	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 5	หมายถึง	5	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 6	หมายถึง	4	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 7	หมายถึง	3	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 8	หมายถึง	2	คะแนน
เลือกหัวข้อเรื่องอันดับที่ 9	หมายถึง	1	คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

1. วิเคราะห์เงื่อนไขในการเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยของนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

วิเคราะห์ลักษณะของผู้อ่านนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร ลักษณะในวิถีการดำเนินชีวิต และลักษณะการตอบสนองทางการตลาด และความนิยมในหัวข้อเรื่อง(Section)

โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการหาค่าสถิติร้อยละ โดยนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากร ลักษณะด้านวิถีการดำเนินชีวิต ลักษณะการตอบสนองทางการตลาด และความนิยมในหัวข้อเรื่อง (Section) ของนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศทั้ง 3 ชื่อฉบับ