

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “สถานภาพและการเติบโตของหนังสือแปลในประเทศไทย และผลกระทบของหนังสือแปลที่มีต่อสังคม” นี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงสถานภาพ ความคิดเห็น ปัญหา แนวโน้ม ข้อเสนอแนะ และตลาดของหนังสือแปลในปัจจุบัน รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคหนังสือแปล ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) ผู้บริหารสำนักพิมพ์ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการหนังสือแปล และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered) และศึกษาจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีวิธีการวิจัยดังนี้

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างของสำนักพิมพ์และองค์กรภาครัฐที่มีการจัดทำหนังสือแปลที่จะสัมภาษณ์ มีการจัดทำหนังสือแปลแต่ละประเภทออกมาวางจำหน่าย โดยศึกษาจากบรรณาธิการ ผู้บริหารหรือบุคคลที่บทบาทในการกำหนดนโยบาย และตัดสินใจคัดเลือกต้นฉบับหนังสือแปลเพื่อนำมาจัดพิมพ์ ได้แก่

สำนักพิมพ์เอกชนที่มีการจัดทำหนังสือแปล

- 1.1 สำนักพิมพ์ นานมีบุ๊คส์
- 1.2 สำนักพิมพ์ดอกหญ้า
- 1.3 สำนักพิมพ์ สุขภาพใจ
- 1.4 สำนักพิมพ์น้ำฝน
- 1.5 สำนักพิมพ์คู่แข่งบุ๊คส์

องค์กรภาครัฐที่มีการจัดทำหนังสือแปล

- 1.6 ศูนย์พัฒนาหนังสือแห่งชาติ กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ
- 1.7 กองแปลและวิเทศสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

2. สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการหนังสือแปล เพื่อศึกษาถึงสถานภาพและแนวโน้มของหนังสือแปลในปัจจุบันและในอนาคต ประกอบด้วย
 - 2.1 คุณหญิงแมนมาส ชวลิต
ประธานสมาพันธ์องค์กรเพื่อพัฒนาหนังสือและการอ่านแห่งประเทศไทย
 - 2.2 ศ.ดร.สิทธา พิณีภูวดล
ประธานชมรมนักแปลแห่งประเทศไทย
 - 2.3 ดร.ถนอมวงศ์ ล้ายอดมรรคผล
อดีตนายกสมาคมการอ่านแห่งประเทศไทย

3. สัมภาษณ์ตัวแทนติดต่อซื้อลิขสิทธิ์หนังสือแปลในประเทศไทย
 - 3.1 งามพรรณ เวชชาชีวะ กรรมการผู้จัดการ บริษัทซิลค์โรดพับลิเคชั่น เอเจนซี

4. กลุ่มตัวอย่างประชากรที่จะสำรวจพฤติกรรมในการบริโภคหนังสือแปล จะคัดเลือกจากผู้
ที่ไปซื้อหนังสือจากร้านหนังสือชั้นนำในกรุงเทพมหานคร ดังนี้
 - 4.1 ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - 4.2 ร้านดวงกมล สาขา ซีคอนสแควร์
 - 4.3 แพร่พิทยา สาขา ลาดพร้าว
 - 4.4 ซีเอ็ดบุ๊คส์เซ็นเตอร์ สาขา บางนา
 - 4.5 ซีเอ็ดบุ๊คส์เซ็นเตอร์ สาขา พิวเจอร์รังสิต
 - 4.6 ซีเอ็ดบุ๊คส์เซ็นเตอร์ สาขา ปิ่นเกล้า
 - 4.7 ซีเอ็ดบุ๊คส์เซ็นเตอร์ สาขา เดอะมอลล์ บางแค
 - 4.8 ร้านหนังสือดอกหญ้า สาขา ฮายบาย อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
 - 4.9 ร้านหนังสือดอกหญ้า สาขา โรบินสันบางรัก
 - 4.10 ร้านหนังสือดอกหญ้า สาขา แฟชั่นไอร์แลนด์

การสัมภาษณ์ผู้ที่เข้าไปซื้อหนังสือจากร้านกลุ่มตัวอย่างนี้ จะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตาม
วัตถุประสงค์ (Purposive Sampling) โดยจะคัดเลือกผู้ที่ซื้อหนังสือแปลจำนวนร้านละ 40 คนรวมเป็น
จำนวน 400 คน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือแบบสอบถามและการสัมภาษณ์

1. การสัมภาษณ์ ใช้กับสำนักพิมพ์, องค์กรภาครัฐที่จัดพิมพ์หนังสือแปล ,ตัวแทนชื่อลิขสิทธิ์ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการหนังสือแปล ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว หรือแบบส่วนบุคคล (Face-to-Face or Personal Interview) โดยใช้วิธีสัมภาษณ์อย่างไม่มีโครงสร้าง แนวคำถามกำหนดเป็นหัวข้อกว้างๆ เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งทางกว้างและลึก

สำหรับแนวคำถามที่ผู้ศึกษาจะใช้เพื่อการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ของสำนักพิมพ์และองค์กรภาครัฐที่มีการจัดพิมพ์หนังสือแปลได้แก่ แนวคำถามดังต่อไปนี้

1. ประวัติการทำงานของผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่งหน้าที่ในองค์กร
2. ประวัติองค์กร
3. นโยบายในการจัดทำหนังสือแปลขององค์กร
 - การคัดเลือกต้นฉบับ
 - การคัดเลือกนักแปล
4. การจัดการด้านลิขสิทธิ์
 - การติดต่อขอลิขสิทธิ์
 - การจ่ายค่าลิขสิทธิ์
 - การจ่ายค่าแปล
5. การบรรณาธิกรณหนังสือแปล
6. การควบคุมคุณภาพในการแปล
7. การจัดจำหน่ายหนังสือแปล
8. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์หนังสือแปล
9. ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือแปลของสำนักพิมพ์
10. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำหนังสือแปล
11. แนวโน้มของสังคมที่มีอิทธิพลต่อการอ่านหนังสือแปล
12. การขยายตัวของหนังสือแปลและผลกระทบต่อผู้อ่าน
13. วัตถุประสงค์ในการอ่านหนังสือแปลของผู้อ่าน

2. แบบสอบถาม ผู้ซื้อหนังสือแปล โดยแบบสอบถามมี 2 รูปแบบ คือ

- แบบสอบถามแบบคำถามมีโครงสร้าง หรือคำถามปิด (Structured or Close-ended Questions) มีหลายแบบ คือ แบบให้เลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่งใน 2 แบบ คือ ให้เลือกตอบหนึ่งคำตอบจากหลายคำตอบ แบบให้เลือกคำตอบหลาย

คำตอบแบบชนิดมาตราประเมินค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าเป็น 5 ระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

- แบบสอบถามแบบคำถามไม่มีโครงสร้าง หรือคำถามเปิด (Unstructured or Open- ended Questions)

โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวทั่วไปและสถานภาพทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อหนังสือแปลของผู้อ่าน
- ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการอ่าน

เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านที่เข้าไปอ่านหรือซื้อหนังสือที่ศูนย์หนังสือจุฬา สาขาสยามสแควร์ จำนวน 20 คน เพื่อทดสอบประสิทธิภาพและหาข้อบกพร่องของแบบสอบถามก่อนปรับปรุงแก้ไขให้เป็นฉบับสมบูรณ์ต่อไป

จากนั้นได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้อ่านและซื้อหนังสือแปลจากร้านจำหน่ายหนังสือชั้นนำในเขตกรุงเทพมหานคร การแจกแบบสอบถามจะแจกร้านละ 40 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง ซึ่งใช้ระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามทุกวันเสาร์และอาทิตย์ของเดือนมกราคม 2542

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ข้อมูลจากสำนักพิมพ์ , องค์กรภาครัฐที่มีการจัดพิมพ์หนังสือแปล ตัวแทนติดต่อชื่อลิขสิทธิ์ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการหนังสือแปล ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา
2. ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ ดังนี้คือ
 - 2.1 คำนวณค่าอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

N

- 2.2 ค่าเฉลี่ยมัชฌิมเลขคณิต (The Arithmetic Mean) โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{N}$$

N