

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยทำการศึกษาวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description Research) เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการของนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ รวมทั้งปัจจัยที่ทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนสามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาความพึงพอใจ และความคาดหวังในเนื้อหาของผู้บริหาร ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ว่าจะมีความพึงพอใจและความคาดหวังต่อนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ ในลักษณะใด

การวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ในเรื่องนี้ ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ จะใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ความคาดหวังของผู้บริหาร โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางเกี่ยวกับประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้มาจาก 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร (Documentary Research)

เอกสารประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ในการจัดทำนิตยสาร การจัดองค์กร และนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย ซึ่งผู้วิจัยนำเอกสารดังกล่าวมาประกอบเพื่อศึกษาองค์กร

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

จะเก็บข้อมูลจาก 3 กลุ่มประกอบด้วย

2.1 ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานของวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย

2.2 ผู้ที่ปฏิบัติงานในบริษัทโฆษณา และผู้ที่ทำงานในวงการสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าว

แนวเศรษฐกิจ-ธุรกิจ

2.3 ผู้อ่านของวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย

กลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในองค์กรของนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้น จะเป็นการเลือกแบบเจาะจง ซึ่งประกอบด้วย

1.1 วารสารข่าวการเงินธนาคาร ประกอบด้วย

1.1.1 นายสันติ วิริยะรังสฤษฎ์ ผู้อำนวยการและบรรณาธิการบริหาร

1.1.2 นางพรพิมล คุณนุพงศ์ หัวหน้ากองบรรณาธิการ

1.2 นิตยสารดอกเบี๋ย ประกอบด้วย

1.2.1 นายทรงเกียรติ ชาติวัฒนานนท์

กรรมการผู้จัดการ/บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณาและบรรณาธิการบริหาร

1.2.2 นางสาวพิชามา ศักดิ์มังกร หัวหน้ากองบรรณาธิการ

2. กลุ่มผู้ที่อยู่นอกองค์กรนิตยสารธุรกิจทั้ง 2 ชื่อฉบับ ได้แก่ บริษัทโฆษณา และผู้ที่อยู่ในวงการสื่อมวลชนที่เสนอข่าวทางด้านเศรษฐกิจ-ธุรกิจ จะเป็นการเลือกแบบเจาะจงอย่างละ 1 คน ประกอบด้วย

2.1 บริษัทโฆษณา คือ ดร.เสรี วงษ์มณฑา

2.2 ผู้ที่อยู่ในวงการสื่อมวลชนที่เสนอข่าวด้านเศรษฐกิจ-ธุรกิจ

คือนายบรรยงค์ สุวรรณผ่อง

3.กลุ่มผู้อ่านนิตยสารเศรษฐกิจรายเดือน ประกอบด้วย ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ทั้งนี้โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างที่จะส่งแบบสอบถามเพื่อสำรวจทั้งสิ้น 300 คน ตามสัดส่วนโควตาดังนี้

4.1.ผู้อ่านวารสารการเงินธนาคาร จำนวน 150 คน

4.2.ผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย จำนวน 150 คน

จำนวนตัวอย่างที่จะสำรวจตามสัดส่วน 300 คนนี้ เลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ (Purposive sampling) ซึ่งกำหนดไว้ว่า ต้องเป็นผู้อ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือนชื่อฉบับใดฉบับหนึ่ง แล้วส่งแบบสอบถามเพื่อทำการสำรวจ และกำหนดอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 75 หรือตัวอย่างที่ให้ข้อมูลสมบูรณ์ จำนวน 112 คน จึงจะถือว่าครบตามจำนวน

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลในส่วนของผู้บริหารในองค์กร

ใช้เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือการสัมภาษณ์ โดยมีแนวคำถามดังต่อไปนี้

- นโยบายในการดำเนินงานของบริษัท ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ
- การจัดโครงสร้างการบริหาร และกระบวนการดำเนินงาน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

- การกำหนดนโยบายในการบริหารบุคลากรและการตลาดในช่วงภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

- การกำหนดนโยบายภายในการนำเสนอเนื้อหาในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ
- ปัจจัยเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี กับผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

- การแข่งขันในธุรกิจสิ่งพิมพ์ มีผลกระทบต่อนโยบายการดำเนินงาน และนโยบายการนำเสนอข่าวหรือไม่ อย่างไร

2. ข้อมูลในส่วนของบุคคลนอกองค์กร

ใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลคือการสัมภาษณ์ โดยมีแนวคำถามดังต่อไปนี้

- ประเภทความเป็นเจ้าของมีส่วนเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ หรือไม่ อย่างไร

- ปัจจัยใดบ้างที่ท่านคิดว่า มีผลต่อความปลอดภัยของนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

- ท่านคิดว่าตัวเจ้าของมีส่วนทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนสามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจมากน้อยเพียงใด

3. ข้อมูลในส่วนผู้อ่าน ใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ชุด สำหรับผู้อ่านแต่ละฉบับ โดยแบบสอบถามจะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังที่จะได้รับการอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้รับจากการอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

การตรวจสอบข้อมูล

ในส่วนของข้อมูลประเภทบุคคล จะใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ 2 วิธี คือ

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

2. ถามซ้ำ หรือสัมภาษณ์ซ้ำ คือ การถามคำถามเดิมกับคนเดิมในช่วงเวลาที่ห่างกันออกไป เป็นการตรวจสอบดูว่าเมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป ข้อมูลที่เคยให้ไว้จะเหมือนเดิมหรือไม่ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกัน เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ จะใช้วิธีการสังเกตจากสภาพความเป็นจริง คู่แข่งขัน รายงานผลการดำเนินงานของกิจการจริง มาเปรียบเทียบ เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ตัวแปรและการวัดตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

ตัวแปรต้น ลักษณะประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจและความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

การวัดตัวแปรในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน จะวัดข้อมูลในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) และระดับอัตราภาค (Interval Scale)

- ระดับความพึงพอใจและความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน จะวัดในระดับอัตราภาค (Interval Scale)

สำหรับมาตราส่วนประเมินค่าวัดระดับความพึงพอใจและความคาดหวัง ประกอบด้วย 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

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1.วิเคราะห์กลยุทธ์ในการบริหารงาน การจัดองค์กร การลดต้นทุน การนำเสนอเนื้อหา กระบวนการผลิต และการตลาด ของนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่ของนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

3.วิเคราะห์ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสารในเนื้อหาของนิตยสารเศรษฐกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการหาค่าสถิติร้อยละ โดยนำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความพึงพอใจ และความคาดหวังในเนื้อหาของนิตยสารธุรกิจทั้ง 2 ชื่อฉบับ

- ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานว่า ผู้รับสารมีความพึงพอใจและความคาดหวังในเนื้อหาของนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ T-Test สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล 2 กลุ่ม และใช้ One-Way ANOVA สำหรับข้อมูล 3 กลุ่มขึ้นไป และกรณีที่พบว่าแตกต่างกัน จะทำการทดสอบความแตกต่างโดยวิธีการของ Scheffe'