

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจัดทำหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์ของผู้บริหารองค์กรธุรกิจ และความพึงพอใจใช้ประโยชน์ของผู้อ่าน" ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-shot descriptive study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนในการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ก. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. องค์กรธุรกิจที่ลงตีพิมพ์ความเคลื่อนไหวของบริษัท องค์กร สถาบัน ในหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์ หมายถึง ผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจ องค์กร สถาบัน หรือหน่วยงาน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกจัดทำและลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ อาทิ กรรมการบริหาร ฝ่ายการตลาด ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งจะทำการศึกษาเฉพาะบริษัทที่ลงตีพิมพ์ในปี 2536 เท่านั้น เพื่อวัดประสิทธิผลที่เกิดขึ้น

2. ผู้อ่านหนังสือพิมพ์กลุ่มทั่วไป หมายถึง ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่เป็นสมาชิกประจำและผู้อ่านที่ซื้ออ่านจากแผงจำหน่ายหนังสือทั่วไป ประกอบด้วยกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ นักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มอื่น ๆ

3. ผู้อ่านในกลุ่มธุรกิจ หมายถึง ผู้อ่านที่เป็นเป้าหมายหลักในการเผยแพร่หนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์ ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะที่อยู่ในแวดวงอุตสาหกรรมธุรกิจแขนงต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มธุรกิจหลักของประเทศ เช่น กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ บ้าน คอนโดมิเนียม สนามกอล์ฟ ฯลฯ กลุ่มสถาบันการเงิน ได้แก่ ธนาคาร บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ฯลฯ กลุ่มบริษัทที่จำหน่ายสินค้าและบริการทั่ว ๆ ไป กลุ่มโรงงาน นิคมอุตสาหกรรม และกลุ่มโรงแรม

ข. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 230 คน ประกอบด้วย

1. กลุ่มผู้บริหารองค์กรธุรกิจที่ลงตีพิมพ์ในหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์ ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากต้องการได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ เพื่อที่จะสามารถตอบคำถามต่าง ๆ ได้ตรงตามตัวแปรที่ศึกษาและเป็นการเลือกตัวอย่างจากหนังสือฉบับพิเศษที่ตีพิมพ์แล้ว ในช่วงเดือนมกราคม 2536 ถึง เดือนธันวาคม 2536 ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้วิจัยอยู่ระหว่างศึกษา เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ทันสมัยสภาพปัจจุบัน จำนวน 30 บริษัท

การสุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะเจาะจงในครั้งนี้ พิจารณาจากความเป็นไปได้ของการเก็บข้อมูล เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากหนังสือฉบับพิเศษที่จัดทำขึ้นทั้งหมดนั้นทำได้ยากยิ่ง โดยเฉพาะจะมีบางส่วนที่เป็นบริษัทในต่างจังหวัด จึงเลือกศึกษาเฉพาะที่มีสถานที่ตั้งของบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น

2. ผู้อ่านหนังสือพิมพ์กลุ่มทั่วไปใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยพิจารณาจากปริมาณประชากรและเป็นผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ที่จัดทำหนังสือฉบับพิเศษ แยกเป็นประเภทอาชีพออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของประเทศ จำนวน 40 คน กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอิสระ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มอื่น ๆ ประเภทละ 20 คน รวมทั้งหมด 100 คน

3. ผู้อ่านที่เป็นกลุ่มธุรกิจใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยพิจารณาจากการเป็นผู้ประกอบการ/ ผู้บริหาร และพนักงานบริษัทเอกชน โดยแยกประเภทแขนงธุรกิจออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มสถาบันการเงิน กลุ่มบริษัทที่จำหน่ายสินค้าและบริการทั่ว ๆ ไป กลุ่มโรงงาน นิคมอุตสาหกรรมและกลุ่มโรงแรม ประเภทละ 20 คน รวมทั้งหมด 100 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1. ในกลุ่มผู้อ่านจะใช้ตัวแปรกลุ่มอาชีพเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งจำแนกเป็น

1.1 กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ทั่วไป

1.2 กลุ่มผู้อ่านที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจ

2. ตัวแปรด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับ หนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์

2.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

2.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสื่อเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือฉบับ

พิเศษ

3. ตัวแปรด้านเศรษฐกิจและสังคม

3.1 เพศ

3.2 อายุ

3.3 ระดับการศึกษา

3.4 อาชีพ

3.5 ระดับรายได้

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

1. เหตุผลในการเลือกจัดทำหนังสือฉบับพิเศษของผู้บริหารองค์กรธุรกิจ

2. ความพึงพอใจใช้ประโยชน์ ของผู้อ่านหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม มีทั้งคำถามแบบปลายปิด คำถามปลายเปิด และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 2 ชุด

แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับองค์กรธุรกิจ ที่ลงตีพิมพ์ในหนังสือฉบับพิเศษ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบคำถาม และขนาดของธุรกิจ เช่น กิจการประเภทเป็นบริษัท ตำแหน่งงาน เพศ อายุ การศึกษา รวม 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสื่อเพื่อตีพิมพ์หนังสือฉบับพิเศษ เช่น การประเมินผู้อ่านและลักษณะการอ่าน การเลือกรูปเล่มในการตีพิมพ์ รวม 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัย ในการตัดสินใจเลือกจัดทำหนังสือฉบับพิเศษในหนังสือพิมพ์ เช่น ไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นภาพพจน์ของบริษัท รวม 18 ข้อ และคำถามด้านความพึงพอใจใช้ประโยชน์อีก 6 ข้อ กับคำถามเปิดด้านข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อการปรับปรุงหนังสือฉบับพิเศษอีก 1 ข้อ

แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ รวม 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เช่น การอ่านหรือไม่อ่านหนังสือฉบับพิเศษ ในกรณีที่อ่านให้ตอบคำถามเกี่ยวกับ ความเข้าใจในหนังสือฉบับพิเศษ ลักษณะการอ่าน รวม 6 ข้อ ส่วนกรณีไม่อ่านให้ข้ามไปทำในส่วนที่ 3

ส่วนที่ 3 เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความพึงพอใจใช้ประโยชน์ของผู้อ่านหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สำหรับผู้อ่านหนังสือฉบับพิเศษ เป็นเหตุผลที่อ่าน เช่น อ่าน เพราะหน้าปกสะดุดตา อ่านเพราะเป็นบริษัทที่สนใจ รวม 18 ข้อ และ ส่วนที่ 3 เป็นความคิดเห็นด้านความพึงพอใจใช้ประโยชน์ จำนวน 5 ข้อ และคำถามด้านข้อเสนอแนะเพิ่มเติมให้มีการปรับปรุงหนังสือฉบับพิเศษ เป็น คำถามเปิดอีก 1 ข้อ

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ได้นำแบบสอบถามไปทดลองและขอคำแนะนำตรวจแก้จากอาจารย์ผู้สอนด้านการหนังสือพิมพ์ รวมทั้งผู้บริหารหนังสือฉบับพิเศษในองค์กรหนังสือพิมพ์ เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือ ความเที่ยงตรงวิธีการเช่นนี้ คือ ความเที่ยงตรงตามที่เห็นเด่นชัด (Face Validity) แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมอีกครั้ง แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน

เมื่อได้แบบสอบถามจำนวน 20 ฉบับ มาแล้ว จึงนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังกล่าวต่อไป

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามในชุดที่เกี่ยวกับผู้อ่าน โดยได้นำผลของข้อมูลที่เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจใช้ประโยชน์จากหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์ ของคำถามที่เป็น Rating Scale ใช้วิธีหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS_x PC ด้วยวิธีการของครอนบัค (Cronbach) ที่กล่าวไว้ว่า ในกรณีที่เครื่องมือที่สร้างให้คะแนนเป็นแบบจัดอันดับหรือมาตราส่วนประมาณค่า เช่น ข้อสอบอัตนัย แบบสอบถาม มาตรวัดทัศนคติต่าง ๆ ครอนบัค เสนอแนะให้ใช้การหาค่าความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) ซึ่งมีสูตร ดังนี้

$$L = \frac{N}{N-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ	L	หมายถึง สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	N	หมายถึง จำนวนข้อ
	S_i^2	หมายถึง คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ
	S_t^2	หมายถึง คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ ¹

จากการคำนวณได้ค่าความเชื่อมั่นของความพึงพอใจใช้ประโยชน์ในกลุ่มผู้อ่าน ในหมวดเหตุผลที่อ่าน ด้วยค่าแอลฟา = 0.7265 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นมีความเชื่อมั่นสูงพอสมควรในระดับที่สามารถยอมรับได้

ในหมวดเหตุผลที่ไม่อ่าน ค่าแอลฟา = .9008 แสดงให้เห็นว่าเป็นค่าที่ค่อนข้างสูงมาก จึงสรุปได้ว่า ค่าถามในแบบสอบถามชุดนี้ ให้อ่านได้และมีความเชื่อมั่นในการวัดดี จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมในเรื่องของภาษาที่ใช้สื่อความหมายให้มีความชัดเจนขึ้นโดยคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครึ่งหนึ่ง แล้วนำแบบสอบถามมากำหนดรหัสในคำถามและตัวเลือกจัดทำสมุดรหัสนี้ (Code Book) เพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องจักร (Computer) ต่อไป

¹ พวงรัตน์ ทวีรัตน์, "การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย," วิธี การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์, (กรุงเทพฯ: บริษัทพิงเกอร์ ปรีน แอนด์มีเดีย จำกัด, 2535), หน้า 132-133.

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเริ่มเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2537 มีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ใช้วิธีการโทรศัพท์เข้าไปสอบถามบริษัท องค์กรธุรกิจ สถาบันที่ลงตีพิมพ์ ถึงรายชื่อและตำแหน่งผู้มีอำนาจหรือมีส่วนเกี่ยวข้อง ในการพิจารณาเลือกจัดทำหนังสือฉบับพิเศษเฉพาะที่ตีพิมพ์ปี 2536 โดยรายชื่อบริษัทที่ตีพิมพ์นั้น ได้จากการรวบรวมของบริษัทเอ็กซิตัวที่มีเดีย จำกัด ในเครือหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ด้วยตนเอง และในบางส่วนใช้วิธีการส่งทางไปรษณีย์ ทั้งไว้ประมาณ 1-2 สัปดาห์ ในกรณีที่รอคำตอบไม่ได้ทัน จะไปรอดิตตามแบบสอบถามคืน

2. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อ่านหนังสือพิมพ์กลุ่มทั่วไปและผู้อ่านในกลุ่มธุรกิจ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บแบบสอบถามเอง โดยนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งส่งไปรษณีย์ไปให้ และได้ขอความร่วมมือจากเพื่อนที่อยู่ในวงการหนังสือพิมพ์และนักศึกษาปริญญาโท เป็นผู้นำแบบสอบถามไปให้หน่วยงานองค์กรธุรกิจ และผู้อ่านที่เป็นเป้าหมาย ของหนังสือพิมพ์ที่จัดทำหนังสือฉบับพิเศษโดยทั้งไว้ประมาณ 1-2 สัปดาห์ ในกรณีที่รอคำตอบไม่ได้ทัน จะไปรอดิตตามแบบสอบถามคืน

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนแล้วนำมาลงรหัสข้อมูล เพื่อนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS_x PC ใช้การแจกแจงความถี่ร้อยละการหาค่า t-test และการหาสหสัมพันธ์อย่างง่ายในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด

เกณฑ์ในการให้คะแนน

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดคะแนนความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจัดทำ หนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์ ของผู้บริหารองค์กรธุรกิจและความพึงพอใจใช้ประโยชน์ของผู้อ่านในส่วนคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้

มากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มาก	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
น้อย	ให้	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ดังนี้

1. ข้อมูลด้านสถานภาพส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละของแต่ละรายการ

2. ข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจใช้ประโยชน์ของผู้อ่าน

วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละของแต่ละรายการ หาค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านขนาดของธุรกิจ ทุนจดทะเบียน อายุ ระดับการศึกษา ของผู้บริหารองค์กรธุรกิจกับปัจจัยในการเลือกจัดทำหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กัน ทดสอบโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation)

สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจใช้ประโยชน์ระหว่างกลุ่มผู้อ่านทั่วไปและกลุ่มธุรกิจ กับความพึงพอใจใช้ประโยชน์ในการอ่านและไม่อ่านหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน ทดสอบโดยใช้ t-test

สมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจใช้ประโยชน์ระหว่างตัวแปรด้านเพศ กับความพึงพอใจใช้ประโยชน์ในการอ่านและไม่อ่านหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน ทดสอบโดยใช้ t-test ส่วนตัวแปรด้านอายุ การศึกษาและรายได้ กับความพึงพอใจใช้ประโยชน์ในการอ่านและไม่อ่านหนังสือฉบับพิเศษที่แทรกในหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน ทดสอบโดยใช้ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Oneway Anova)