

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "การส่งเสริมการขายและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ" ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) ตลอดจนรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบลึก (Depth Interview) กับผู้บริหารที่รับผิดชอบแนวนโยบายการส่งเสริมการขายของหนังสือพิมพ์ที่ใช้ศึกษารวม 4 ฉบับ โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้จะศึกษาจากประชากร 2 กลุ่มด้วยกันคือกลุ่มของหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจจำนวน 4 ฉบับได้แก่ ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ คู่แข่งธุรกิจ และผู้จัดการรายสัปดาห์ โดยให้ผู้บริหารที่รับผิดชอบแนวนโยบายการส่งเสริมการขายของบริษัทผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับรวม 4 คนซึ่งได้แก่

1. นายชัยวัฒน์ วนิชวัฒนะ ผู้อำนวยการบริหารกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ ฐานเศรษฐกิจ บริษัท ฐานเศรษฐกิจ จำกัด
2. นายอุดม จีระวิวิธพร ผู้อำนวยการกองจัดจำหน่าย บริษัท ฐานเศรษฐกิจ จำกัด
3. นายณรงค์ จุนเจือศุภฤกษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท มติชน จำกัด(มหาชน)

#### 4. นายกนกศักดิ์ ชิมตระกูล บรรณาธิการอำนวยการ บริษัท คู่แข่ง จำกัด

เป็นตัวแทนในการให้สัมภาษณ์แบบลึก (Depth Interview) ถึงนโยบาย และรูปแบบตลอดจนกิจกรรมด้านการส่งเสริมการขายของหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ.2537 - 31 ธันวาคม พ.ศ.2538 ส่วนผู้จัดการรายลับคำที่ใช้วิธี สืบค้นข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary Source) จากหนังสือ เอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

กลุ่มประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นกลุ่มที่สองซึ่งทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) คือ ผู้ซื้อหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะ ผู้อ่านซึ่งกำลังศึกษาหลักสูตรมินิเอ็มบีเอ (MINI MBA) บัณฑิตเอ็กซีคิวทีฟ เอ็มบีเอ (YOUNG EXECUTIVE MBA) เอ็กซีคิวทีฟ เอ็มบีเอ (EXECUTIVE MBA) และเอ็มบีเอ (MBA) ใน มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครรวม 5 แห่ง เนื่องจากส่วนใหญ่เป็น กลุ่มนักธุรกิจที่ประกอบอาชีพค้าขาย เป็นเจ้าของกิจการ หรือเป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่ มาหาความรู้เพิ่มเติม มักมีความเกี่ยวข้องในสายงานธุรกิจ ต้องเปิดรับข่าวสารด้านนี้โดยตรง จึงนับว่าน่าสนใจที่จะทำการศึกษาเพราะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ- เศรษฐกิจ โดยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 300 คน

#### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

-ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อกำหนด สถานที่ที่จะใช้สำรวจ โดยเลือกมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและเอกชนรวม 5 แห่ง ดังนี้ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยศรีปทุม

-แบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) แยกตามมหาวิทยาลัยที่ สังกัด 5 แห่ง ในสัดส่วนดังนี้คือ



มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	จำนวน 100 คน
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	80 คน
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	40 คน
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	40 คน
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	40 คน
	รวม 300 คน

- เลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยพยายามกระจาย  
กลุ่มตัวอย่างไปยังทุกชั้นปีการศึกษา และสาขาวิชา

#### ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

กิจกรรมการส่งเสริมการขาย ได้แก่ ความคิดเห็นของผู้ซื้อเกี่ยวกับการแจก  
หนังสือพิมพ์ฟรี การแถมสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ การชิงโชค เป็นต้นว่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม  
การซื้อหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจอย่างไร วัดตัวแปรด้วยการประเมินเป็นค่าคะแนน  
ระดับต่าง ๆ (Rating Scale) ดังนี้

มากที่สุด	กำหนดค่าคะแนนเป็น	5
มาก	กำหนดค่าคะแนนเป็น	4
ปานกลาง	กำหนดค่าคะแนนเป็น	3
น้อย	กำหนดค่าคะแนนเป็น	2
น้อยที่สุด	กำหนดค่าคะแนนเป็น	1

การรับรู้และความคาดหวังด้านคุณลักษณะต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ  
ได้แก่ ความคิดเห็นของผู้ซื้อเกี่ยวกับความต้องการด้านภาพลักษณ์ คณะผู้จัดทำ รูปเล่ม

ข่าวปก ภาษาส่วนวงการเขียน คุณภาพเนื้อหาทั่วไป ราคาจำหน่ายหรือค่าสมาชิก ความสะดวกในการซื้อหา การส่งเสริมการขาย การจูงใจจากตัวแทนขาย การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ และการประชาสัมพันธ์ จากหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแต่ละฉบับว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้ออย่างไร วัดตัวแปรด้วยการประเมินเป็นค่าคะแนนระดับต่าง ๆ ดังนี้

มากที่สุด	กำหนดค่าคะแนนเป็น	5
มาก	กำหนดค่าคะแนนเป็น	4
ปานกลาง	กำหนดค่าคะแนนเป็น	3
น้อย	กำหนดค่าคะแนนเป็น	2
น้อยที่สุด	กำหนดค่าคะแนนเป็น	1

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่ง รายได้ และเครื่องอุปโภคบริโภคที่ทันสมัย วัดตัวแปรด้วยการแบ่งกลุ่มหาความถี่

พฤติกรรม การซื้อหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ ได้แก่ วิธีการซื้อ สถานที่ที่ซื้อ และเหตุผลที่ซื้อ

วิธีการและสถานที่ที่ซื้อ ได้แก่ เป็นสมาชิกกับนสพ.โดยตรง รับจากสายส่งประจำ ชื่อจากร้านขาประจำ ชื่อจากร้านที่สะดวกที่สุด วัดตัวแปรด้วยการแบ่งกลุ่มหาความถี่

เหตุผลที่ซื้อวัดตัวแปรด้วยการแบ่งกลุ่มหาความถี่

หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ ได้แก่ ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ คู่แข่งธุรกิจ และผู้จัดการรายสัปดาห์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้มีด้วยกัน 2 ส่วนคือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สำหรับผู้บริหารที่รับผิดชอบนโยบายด้านการส่งเสริมการขายของบริษัทผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ที่ทำการศึกษามีประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

#### แบบสัมภาษณ์

เป็นคำถามเกี่ยวกับนโยบาย การวางแผนตลอดจนกิจกรรมการส่งเสริมการขายของหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ ในช่วง 2 ปีคือตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ.2537 - 31 ธันวาคม พ.ศ.2538 ได้แก่ ขั้นตอนการวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ตลอดจนงบประมาณของการส่งเสริมการขาย การเลือกใช้กิจกรรมการส่งเสริมการขายอุปสรรคและปัญหาในการจัดการส่งเสริมการขาย และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของการเลือกใช้รูปแบบการส่งเสริมการขายในอนาคต เป็นต้น

-ส่วนเครื่องมือที่ใช้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจเป็นแบบสอบถาม มีประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

#### แบบสอบถาม

-ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่าน/ซื้อหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ เช่น ความบ่อยครั้งในการอ่าน ชื่อหนังสือพิมพ์ที่อ่าน วิธีการซื้อ และเหตุผลในการซื้อ เป็นต้น

-ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีต่อคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจที่เป็นปัจจัยจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ

-ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีต่อกิจกรรมการส่งเสริมการขายของหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจที่เป็นปัจจัยจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ



-ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ซื้อเกี่ยวกับสถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่ง รายได้ และเครื่องอุปโภคบริโภค ที่ทันสมัย

#### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผลการนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยวิธี Alpha coefficient ของ Cronbach เฉพาะคำถามในส่วนที่ 2 และ 3 รวม 6 ข้อ เนื่องจากเป็นคำถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามสูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2534)

$$\alpha = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{V_1}{V_t} \right\}$$

เมื่อ  $\alpha$  คือ ค่าความเชื่อถือได้

$k$  คือ จำนวนข้อ

$V_1$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$V_t$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 คำถามข้อ 6 มีค่า 0.78 คำถามข้อ 7 มีค่า 0.85 และส่วนที่ 3 จากคำถามข้อ 8 มีค่า 0.87 ถือว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ

สำหรับความเที่ยงตรง (Validity) ได้นำแบบสอบถามไปขอคำแนะนำตรวจแก้ จากอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เริ่มเก็บข้อมูล ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2539 มีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

กรณีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารที่รับผิดชอบนโยบายการส่งเสริมการขายของหนังสือพิมพ์  
แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจทั้ง 3 ฉบับคือ ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ และคู่แข่งธุรกิจจะส่ง  
แนวคำถามไปให้ล่วงหน้าก่อนเข้าพบเพื่อทำการสัมภาษณ์แบบลึก(Depth Interview) ด้วย  
ตนเอง

นอกจากนี้ยังรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ  
กับกิจกรรมการส่งเสริมการขายของผู้จัดการรายสัปดาห์ เนื่องจากปัจจุบันหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ  
รายสัปดาห์ไม่มีผู้รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการขายโดยตรงที่จะให้ข้อมูลได้

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจจำนวน 300 คน  
ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ด้วยตนเอง รวมทั้งขอความร่วมมือจากเพื่อน ๆ ให้เป็นผู้นำ  
แบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และรอเก็บแบบสอบถามในทันที

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. เิงพรรณนา

-อธิบายสภาพการดำเนินงานและรูปแบบตลอดจนกิจกรรมการส่งเสริมการขาย  
ที่หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแต่ละฉบับนำมาใช้อย่างละเอียด ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์  
แบบลึกกับผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการขาย ตลอดจนสืบค้นข้อมูลในระดับทุติยภูมิ

-อธิบายตัวแปรที่เกี่ยวกับสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมการอ่าน/  
ซื้อ การรับรู้และความคาดหวังด้านคุณลักษณะหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ รูปแบบและ  
กิจกรรมการส่งเสริมการขาย โดยการแจกแจงความถี่หาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

#### 2. การทดสอบสมมติฐาน



สมมติฐานข้อที่ 1 เป็นการหาปัจจัยจุดใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์  
แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ โดยการหาค่าเฉลี่ยและอันดับ

สมมติฐานข้อที่ 2 เป็นการหาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการซื้อหรือไม่ซื้อ  
หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจกับสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ซื้อ โดยสถิติที่นำมา  
วิเคราะห์คือ การหาค่าไคสแควร์ กำหนดให้มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



ศูนย์วิทยพัชกร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย