

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย” นี้ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยการค้นหาค้นหาข้อมูลรอบด้าน ทั้งจากเอกสาร และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหลักแนวคิดและวิธีปฏิบัติจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสัมภาษณ์ระดมความคิดเห็นกับกลุ่มเฉพาะด้าน (Focus Group) เพื่อค้นหาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ขณะการศึกษาเอกสาร (Document Study) เพื่อศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ รวมทั้งการเข้าร่วมสัมมนาเพื่อรวบรวมองค์ความรู้ด้านการดำเนินงานและการจัดการธุรกิจสำนักพิมพ์ของไทยในปัจจุบัน นอกจากนี้ จะมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อสนับสนุนข้อมูลบางประการที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ ในส่วนของการตัดสินใจซื้อหนังสือ โดยมีการดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และประชากรสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

3.1.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานในองค์กร เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการ เป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบายในการบริหาร รวมทั้งผู้ที่มีส่วนในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมหนังสือโดยเฉพาะธุรกิจสำนักพิมพ์ ซึ่งประกอบด้วยบุคคลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. สำนักพิมพ์ จะสัมภาษณ์เจ้าของกิจการที่เป็นผู้ดำเนินกิจการสำนักพิมพ์เอง (Owner) หรือผู้บริหารระดับสูง ได้แก่ กรรมการผู้จัดการ หรือผู้จัดการ ที่เป็นผู้กำหนดนโยบายและมีอิทธิพลต่อธุรกิจสำนักพิมพ์ หรือบรรณาธิการ ดังนี้

1.1 สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ที่มีรายได้ตั้งแต่ 100 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้นำตลาดและมีความสามารถในการแข่งขันสูง จำนวน 5 ราย ได้แก่ สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น

จำกัด (มหาชน) สำนักพิมพ์บริษัท อมรินทร์พับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน) สำนักพิมพ์บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) สำนักพิมพ์บริษัท แจ่มใสพับลิชซิ่ง จำกัด สำนักพิมพ์บริษัท ไยใหม่ ศรีเอทีพี กรุ๊ป จำกัด

1.2 สำนักพิมพ์ขนาดกลาง ที่มีรายได้ตั้งแต่ 30 ล้านบาท แต่ไม่ถึง 100 ล้านบาทต่อปี จำนวน 5 ราย ได้แก่ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี สำนักพิมพ์บริษัท สถาพรบุ๊คส์ จำกัด สำนักพิมพ์โปร วิชั่น เอนเตอร์เทนเมนท์ สำนักพิมพ์ในเครือรักลูกแพมิลี่ กรุ๊ป และสำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.3 สำนักพิมพ์ขนาดเล็ก ที่มีรายได้ต่ำกว่า 30 ล้านบาทต่อปี จำนวน 10 ราย ได้แก่ สำนักพิมพ์บริษัท บี มีเดีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด สำนักพิมพ์ ณ เพชร และนะเพชร เม็ด สำนักพิมพ์พรีเมียมพับลิชซิ่ง จำกัด สำนักพิมพ์ไอ้พระเจ้า สำนักพิมพ์แสงดาว สำนักพิมพ์ นาคกร สำนักพิมพ์สันสกฤต สำนักพิมพ์เพราะคิดถึง..จึงออกเดิน และปุทะเลย์มหาสมุทร สำนักพิมพ์ บริษัท เอ เอ เปเปอร์ แอนด์ สเตชันนารี จำกัด และสำนักพิมพ์บ้านไมตรี

2. ผู้จัดจำหน่ายหรือสายส่ง และร้านหนังสือ โดยจะสัมภาษณ์กรรมการ ผู้จัดการ หรือผู้จัดการ หรือหัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการขาย หรือพนักงานขาย โดยแบ่งเป็น

2.1 ผู้จัดจำหน่ายหรือสายส่ง จำนวน 5 ราย ได้แก่ บริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท เคล็ดไทย จำกัด บริษัทแปลนพอร์ดิกส์ จำกัด และเอเยนต์พอคเก็ตบุ๊ค อิศระ

2.2 ร้านหนังสือ จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ ร้านหนังสือเครือข่ายซีเอ็ดบุ๊ค เซ็นเตอร์ ร้านนายอินทร์ ร้านแพรวพิทยา ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย บริษัทซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร้านบุ๊คส์ไมล์ ร้านหนังสือ ณ บ้านวรรณกรรม ร้านบีทูเอส ร้านเอเซียบุ๊ค ร้าน มติชนบุ๊คคลับ ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

3. ผู้เขียน ประกอบด้วย

3.1 ผู้เขียนที่ได้รับรางวัลต่าง ๆ ในระดับประเทศ จำนวน 4 ท่าน

3.2 ผู้เขียนหนังสือที่เป็นหนังสือขายดี (Best Sellers) จำนวน 3 ท่าน

3.3 ผู้เขียนที่เป็นนักวิชาการที่เขียนหนังสือเล่มที่มีใช้ตำราเรียน จำนวน 5 ท่าน

4. ผู้ประกอบการโรงพิมพ์

5. นายกสภาคผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

6. นายกสภาคนักเขียนแห่งประเทศไทย

7. นายกสสมาคมภาษาและหนังสือแห่งประเทศไทย

8. ผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิต ที่น่าจะเขียนแต่ยังไม่ได้เขียน จำนวน 10 ท่าน

9. การสัมมนาระดมความคิดเห็นกับกลุ่มเฉพาะด้าน (Focus Group) ใน ส่วนของผู้จำหน่ายที่เป็นพนักงานซึ่งทำงานใกล้ชิดกับผู้อ่าน

10. ผู้ผลิตและเจ้าของลิขสิทธิ์อุปกรณ์ที่ช่วยส่งเสริมการอ่าน คือ ที่ตั้งรักการอ่าน

3.1.2 ประชากรของการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการเก็บข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่มของประชากร เพื่อให้เป็นข้อมูลสนับสนุนแนวคิดที่ได้จากการศึกษาด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น จะใช้ประชากรจากประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นผู้เคยซื้อหนังสือเล่มที่มีไซตาราเรียนอ่าน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Sampling) จากผู้ที่เข้าร้านและซื้อหนังสือในร้านหนังสือชั้นนำในกรุงเทพมหานคร 10 แห่ง แห่งละ 40 คน รวมจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามและได้รับคืนจำนวน 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ นอกจากจะศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องแล้ว ยังใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แบบสอบถาม และการสัมมนาระดมความคิดเห็นกับกลุ่มเฉพาะด้าน เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยในส่วนของแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งเป็นส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ และแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ จะสร้างกรอบคำถาม (Main Questions) ที่ได้มาจากแนวคิดและทฤษฎี

สำหรับการสัมมนาระดมความคิดเห็นกับกลุ่มเฉพาะด้าน ในส่วนของผู้จำหน่าย จะใช้คำถามนำอีกชุดหนึ่ง

โดยขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นกรอบในการเก็บข้อมูล (การวิจัยเชิงปริมาณ) และการสัมภาษณ์ (การวิจัยเชิงคุณภาพ) ประกอบด้วย

1. การศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นิยามศัพท์เฉพาะเพื่อสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

3. สร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมตามนิยามปฏิบัติการ
4. นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ที่ได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)
5. นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหา ไปใช้เป็นแนวทางในการเก็บข้อมูลและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและการสัมภาษณ์ระดมความคิดเห็นกับกลุ่ม ที่กำหนดไว้ในการวิจัยครั้งนี้

3.2.1 องค์ประกอบของแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการศึกษา “กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย” จะประกอบด้วยเนื้อหาที่ต้องการศึกษา และนำไปสู่แนวคำถามหลัก ดังนี้

- สภาพทั่วไปของธุรกิจหนังสือและสำนักพิมพ์ไทยในปัจจุบัน
- อุปสรรค/ข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์มีอะไรบ้าง
- ควรมีการปรับปรุง/แก้ไขในด้านใดเพื่อให้ธุรกิจเกิดความเข้มแข็งกว่าที่เป็นอยู่
- อะไรคือกฎแห่งความสำเร็จ
- ความต้องการในการให้รัฐช่วยสนับสนุนส่งเสริม
- แนวทางการจัดการและกลยุทธ์รูปแบบใดที่สามารถนำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการเติบโตที่ยั่งยืน

3.2.2 องค์ประกอบของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา “พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม” จะประกอบด้วยคำถาม ดังนี้

- ส่วนที่ 1 พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จะแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้และความสำคัญของการอ่าน แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือและการอ่าน แนวคิดการจัดการด้าน

การตลาดเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาการอ่าน แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการอ่าน แนวคิด ทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่ กลยุทธ์การจัดการธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานและการจัดการธุรกิจสำนักพิมพ์ ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และแนวโน้มที่ คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยรวบรวมและเก็บข้อมูลเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ อาทิ นโยบายการ ส่งเสริมการเรียนรู้ของพลเมือง นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมหนังสือทั้งของภาครัฐและเอกชน นโยบายและกลยุทธ์การจัดการธุรกิจสำนักพิมพ์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมการขายและ กิจกรรมต่าง ๆ เอกสารรายงาน บทความ งานวิจัย และสถิติที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรายงานประจำปี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเข้าร่วมสังเกตการณ์การประชุม การสัมมนา และงาน แสดงหนังสือหรือกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น การประชุมสมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย พิธีมอบ รางวัลนราธิป งานเปิดตัวหนังสือ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับเจ้าของกิจการ ผู้บริหาร และผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมหนังสือและในธุรกิจสำนักพิมพ์ ทั้งนี้การสัมภาษณ์ดังกล่าวมีการขอ อนุญาตโดยจัดทำเป็นหนังสือราชการจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต แล้ว ดำเนินการนัดหมาย พร้อมทั้งเตรียมประเด็นสัมภาษณ์ที่สัมพันธ์กับเรื่องที่จะศึกษา ตามแบบ สัมภาษณ์ที่สร้างไว้ดังกล่าวข้างต้น โดยผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเองพร้อมการอัดเทป เสียงตลอดการสัมภาษณ์ โดยได้มีการขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลก่อนทุกครั้ง

3. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อทราบปัจจัยในการตัดสินใจซื้อหนังสือ ของผู้ซื้อหนังสือเล่ม และสิ่งกระตุ้นทางการตลาด พร้อมหาความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

4. การสัมมนาระดมความคิดเห็นกับกลุ่มเฉพาะด้าน (Focus Group) กับกลุ่ม พนักงานขายในร้านหนังสือ ซึ่งเป็นผู้ที่ทำงานใกล้ชิดกับผู้อ่าน

3.4 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

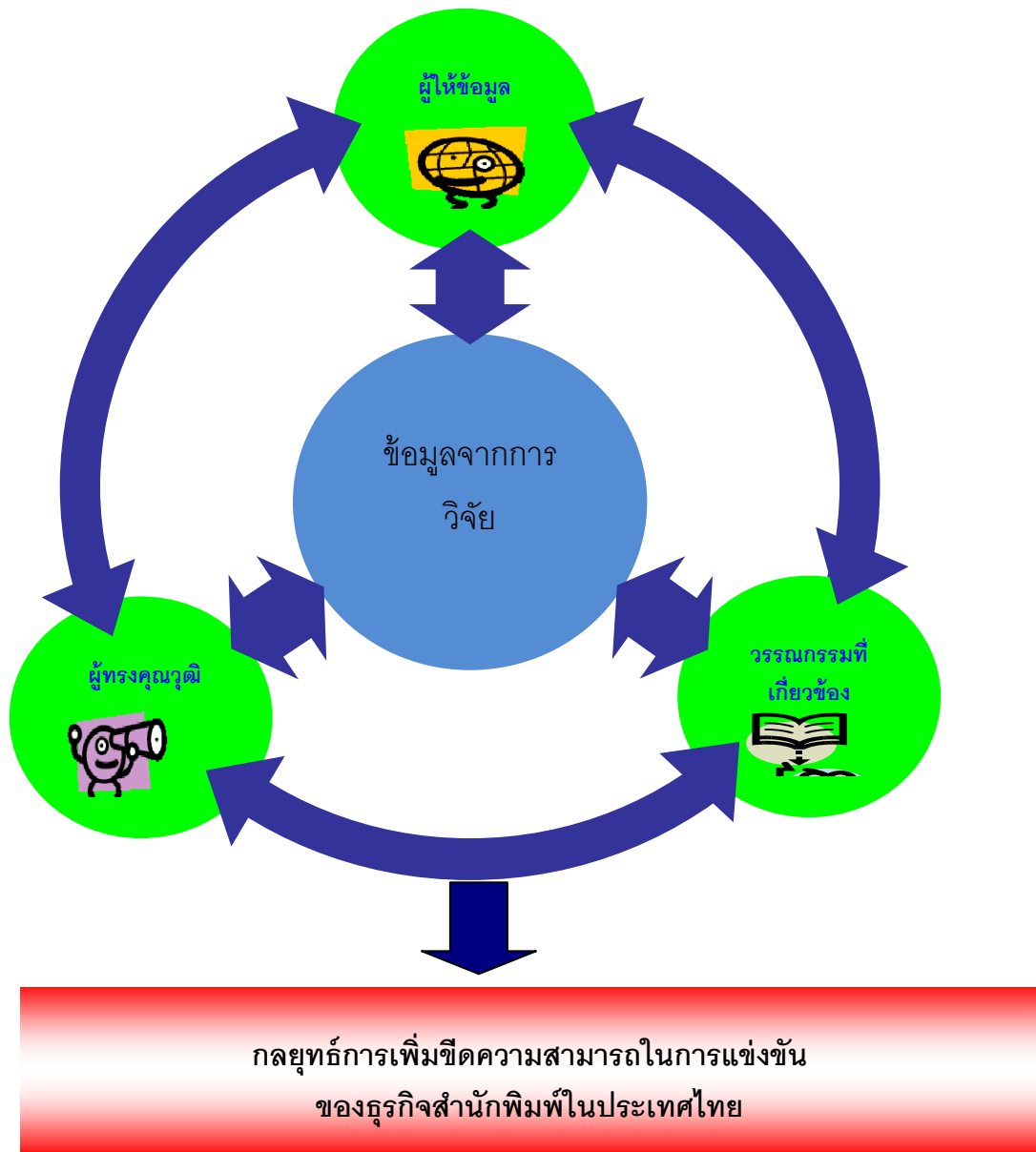
การตรวจสอบข้อมูล นับเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยยืนยันความมั่นใจว่า ผลการศึกษา ในครั้งนี้จะให้คำตอบที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ และมีความครบถ้วนของข้อมูลเพื่อตอบคำถามที่ต้องการ ศึกษา โดยการตรวจสอบจะประกอบด้วยตรวจสอบภายใน ซึ่งจะพิจารณาถึงคุณภาพของ ข้อมูลและวิธีการได้มาซึ่งข้อมูล และการตรวจสอบภายนอก ซึ่งเป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ของผลการวิเคราะห์ ทั้งนี้ การตรวจสอบข้อมูลในงานวิจัยนี้ จะอาศัยวิธีการ “สามเฒ่า” (Triangulation) (สุภางศ์ จันทวานิช, 2546, หน้า 128-130) คือ จะครอบคลุมถึงหลักการ 3 ด้าน

ได้แก่ การตรวจสอบเพื่อหาความเชื่อถือได้ของข้อมูล การตรวจสอบเพื่อดูความครบถ้วนและคุณภาพของข้อมูล ซึ่งอาศัยหลักการ คือ เก็บข้อมูลจากแหล่งที่ต่างกัน (Data Triangulation) และโดยใช้วิธีการผสมผสานหลายวิธี (Methodological Triangulation) แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบหาความเชื่อถือได้ของข้อมูล โดยมีวิธีการ ดังแผนภาพที่ 13 ดังต่อไปนี้

1. ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหนังสือเป็นผู้ให้ข้อมูล (Informants) ซึ่งมีทั้งเจ้าของธุรกิจสำนักพิมพ์ บรรณาธิการสำนักพิมพ์ ผู้เขียน ผู้จัดจำหน่าย นายกสมาคมผู้จัดพิมพ์และจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย และนายกสมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย

2. เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้กับข้อมูลที่ได้จากการสืบค้นวรรณกรรม

3. เปรียบเทียบข้อมูลทั้งสองส่วนกับข้อคิดเห็นจากประสบการณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสองท่าน คือ รศ.ดร.พอพันธ์ วัชจิตพันธ์ และคุณทนง โชติสรยุทธ์ เพื่อให้ข้อคิดเห็นในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ



แผนภาพที่ 13 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป แล้วนำผลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม โดยมีแนวทางในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ดังนี้

1. จัดกลุ่มข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูลที่เก็บรวบรวม
2. เรียบเรียงข้อมูล จัดลำดับตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล โดยการสังเคราะห์ ค้นหาแนวทางการจัดการ การใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย โดยประยุกต์ใช้ข้อมูลที่รวบรวมมาได้ทั้งจากการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์กลุ่ม การเข้าร่วมสังเกตการณ์และการประชุมสัมมนาในโอกาสต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหนังสือ ผสมรวมกับ แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. สรุป และอภิปรายผลที่ได้จากการวิเคราะห์ พร้อมข้อเสนอแนะ
4. นำผลที่ได้จากการศึกษาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบและเปรียบเทียบความถูกต้อง ความสมเหตุสมผล และความสมบูรณ์ของข้อมูลและผลการศึกษา
5. จัดทำรูปเล่ม เพื่อนำเสนอรายงานการวิจัย และจัดทำเป็นดัชนีฉบับสมบูรณ์