

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของนายอินทร์ดอตคอม” ผู้วิจัยได้กำหนดใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) และการศึกษาวิเคราะห์จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Analysis) จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และอธิบายตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งรายงานประจำปี สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และข้อมูลจากเว็บไซต์นายอินทร์ดอตคอม เพื่อสนับสนุนผลการวิจัย
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นเป้าหมายในการให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์คือ ผู้บริหารกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารการตลาด ซึ่งถือว่าบุคคลเหล่านี้เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการวิจัยครั้งนี้

วิธีการศึกษา

1. วิเคราะห์จากลักษณะของเว็บไซต์ในแง่ของการออกแบบและการใช้งานทั้งหมด โดยทำการศึกษาจากการวิเคราะห์ Content ภายในเว็บไซต์เท่านั้น
2. สัมภาษณ์บุคคลผู้ที่เป็นเป้าหมายในการให้ข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) ที่มีการสุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้การคัดเลือกตัวอย่างสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยการเลือกสัมภาษณ์จากบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงของนายอินทร์ดอตคอม ดังนี้

ผู้บริหารกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของนายอินทร์ดอตคอม ได้แก่

- | | | |
|--|---------------------------|---|
| 1.1 | ถนัด ไทยปิ่นณรงค์ | ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ดูแลสายงานค้าปลีก
บริษัทอมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด |
| 1.2 | ตรีเทพ ปาลกะวงษ์ ณ อยุธยา | ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์
บริษัทอมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด |
| ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารการตลาดของนายอินทร์ดอตคอม ได้แก่ | | |
| 1.3 | วิไลวรรณ ธรรมจรรยาพงศ์ | ผู้จัดการแผนก News Media
บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด
(มหาชน) |
| 1.4 | ทวีพงศ์ บุญศรี | ผู้จัดการแผนก E-Commerce
บริษัท อมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด |
| 1.5 | ศิริลักษณ์ นวลปิ่น | เจ้าหน้าที่แผนก E-Commerce
บริษัท อมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด |

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แนวคำถาม (Interview Guide) ซึ่งแนวคำถามอยู่ภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ในการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของนายอินทร์ดอตคอม โดยมีแนวคำถามดังต่อไปนี้

แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของนายอินทร์ดอตคอม

เป็นคำถามเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา, สถานการณ์ทั่วไปของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าของเว็บไซต์ด้านต่างๆ โดยใช้ยุทธวิธีการสื่อสารการตลาด รวมทั้งนโยบายในการวางแผนกลยุทธ์ในอนาคต ประกอบด้วย

1. ประวัติความเป็นมาของนายอินทร์ดอตคอม
2. สถานการณ์ทางการตลาดของบริการเว็บไซต์ร้านหนังสือออนไลน์ โดยวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ ดังนี้
 - 2.1 ด้านอุตสาหกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 - 2.2 ด้านการขาย
 - 2.3 ด้านคู่แข่ง
 - 2.4 ด้านลูกค้า

2.5 การคาดการณ์ (ระยะสั้น – ระยะยาว)

2.6 ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด (4P's)

3. กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

- นายอินทร์ดอตคอมมีความแตกต่างจากเว็บไซต์ร้านหนังสือออนไลน์อื่นๆ ในด้านใดบ้าง มีแนวนโยบายในการสร้างภาพลักษณ์ของเว็บไซต์อย่างไรบ้าง

- มีการกำหนดตำแหน่งของตราสินค้านายอินทร์ดอตคอมอย่างไรบ้างเพื่อสร้างความแตกต่างที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

การสื่อสารการตลาด

- จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) ของนายอินทร์ดอตคอม

- ใครคือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของนายอินทร์ดอตคอม เพราะเหตุใด

- มีการกำหนดส่วนแบ่งตลาดไว้อย่างไร พิจารณาจากองค์ประกอบใด

- กลยุทธ์ วิธีการทางการสื่อสารการตลาด และเครื่องมือที่ใช้ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

- การประเมินความสำเร็จ

4. ปัญหา และอุปสรรค และแนวทางในอนาคต

- ปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินการในธุรกิจนายอินทร์ดอตคอม

- กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ใช้ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

- สภาพการณ์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต จะเปลี่ยนแปลงในทิศทางใด และอย่างไรบ้าง

- โอกาสในการเติบโตของนายอินทร์ดอตคอมในอนาคต

- แนวโน้มและแนวทางการสื่อสารการตลาด และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของนายอินทร์ดอตคอมในอนาคต

แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารการตลาด

คำถามส่วนมากจะคล้ายคลึงกับส่วนของผู้บริหารกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด แต่ในส่วนนี้จะเป็นคำถามเกี่ยวกับรายละเอียด วิธีการ การดำเนินการทางการสื่อสารการตลาด โดยจะเป็นคำถามเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์ โดยใช้ยุทธวิธีการสื่อสารการตลาดผ่านเครื่องมือการสื่อสารการตลาด หลักเกณฑ์การเลือกประเภทที่ใช้ วิธีการดำเนินการรวมทั้งการวางแผนกลยุทธ์ในอนาคต ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

- นายอินทร์ดอตคอมมีแนวทางในการนำเสนอข้อมูล และวิธีการสื่อสารอย่างไร
- นายอินทร์ดอตคอมมีความแตกต่างจากเว็บไซต์ร้านหนังสือออนไลน์อื่นๆ ใน

ด้านใดบ้าง มีเอกลักษณ์ของเว็บไซต์อย่างไรบ้าง

การสื่อสารการตลาด

- จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) ของนายอินทร์ดอตคอม
- ใครคือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของนายอินทร์ดอตคอม เพราะเหตุใด
- กลยุทธ์ วิธีการทางการสื่อสารการตลาด และเครื่องมือที่ใช้ เพื่อให้เข้าถึง

กลุ่มเป้าหมาย

- มีหลักเกณฑ์ในการเลือกประเภทของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ใช้กับนายอินทร์ดอตคอม เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไร

- มีขั้นตอน / กระบวนการเพื่อดำเนินการทางการสื่อสารการตลาดอย่างไรบ้าง

2. ปัญหา และอุปสรรค และแนวทางในอนาคต

- ปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินการในธุรกิจนายอินทร์ดอตคอม
- กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ใช้ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

ในการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านการสื่อสารการตลาดของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทอมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือฯ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะถามคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็น ประสบการณ์ และมีอิสระในการตอบคำถามภายใต้กรอบของแนวคำถาม และดำเนินการบันทึกเทปการให้สัมภาษณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์และการสรุปผล

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ซึ่งรับผิดชอบดูแลด้านการวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์ และเจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารการตลาดโดยตรง เสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ตามแนวคำถาม และจะวิเคราะห์ข้อมูลในการให้สัมภาษณ์ดังกล่าวเป็นหลัก โดยนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่เป็นเอกสารสรุปประเด็นสำคัญ เพื่อนำเสนอเป็นข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อศึกษาแผน และกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดเพื่อการแข่งขันกับเว็บไซต์ร้านหนังสือออนไลน์อื่นๆ รวมทั้งการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของนายอินทร์คอตคอมในอนาคต