

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการศึกษา

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

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ที่มีการสุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้การคัดเลือกตัวอย่างสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยการเลือกสัมภาษณ์จากบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ได้แก่

- | | | |
|-----|--------------------------|--|
| 1.1 | คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ | บรรณาธิการอำนวยการ
บริษัท โพสต์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) |
| 1.2 | คุณสิรินพร สมบุญ | Senior Vice President
บริษัท โพสต์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) |
| 1.3 | ม.ล. ธนะวิสุทธิ์ วิสุทธิ | Senior Vice President-Marketing
บริษัท โพสต์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) |

1.4 คุณภัทรระ คำพิทักษ์ บรรณาธิการข่าว หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์

นอกจากนี้ ยังมีการสัมภาษณ์บุคคลภายนอกองค์กร ประกอบด้วย

นักการตลาด

- คุณदनัย จันทรเจ้าฉาย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท DC Consultants and Marketing Communication Ltd.

นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

- อ.ชลิต ลิ้มปนะเวช คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- ผศ. สุกานดา วรพันธุ์พงศ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

นักสื่อสารมวลชน

- คุณดนัย เอกมหาสวัสดิ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท จีจีนิวส์ เนทเวิร์ค จำกัด
(คลื่นข่าว FM 98.0 Business Radio)
- คุณสุวพงศ์ จันผิงเพชร บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์มติชน

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งรายงานประจำปี สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสนับสนุนผลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แนวคำถาม (Interview Guide) ซึ่งแนวคำถามอยู่ภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ในการศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ โดยมีแนวคำถามต่อไปนี้

1. ส่วนประสมทางการตลาด

1.1 หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์มีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันฉบับอื่น ๆ ในด้านใดบ้าง และมีแนวนโยบายในการกำหนดเนื้อหาอย่างไร

1.2 ระบบจัดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์เป็นอย่างไร

1.3 หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์มีการกำหนดราคาขายปลีกและอัตราสมาชิกอย่างไร

1.4 หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างไรบ้าง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

1.5 จากส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ได้นำมาวางกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไรบ้าง

2. กลยุทธ์การตลาดเฉพาะส่วน

2.1 หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ได้กำหนดส่วนแบ่งตลาดไว้อย่างไร พิจารณาจากองค์ประกอบใด

2.2 ใครคือผู้อ่านกลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ เพราะเหตุใด

2.3 หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์มีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้อย่างไร เพราะเหตุผลใด

3. สิ่งแวดล้อมทางการตลาด

3.1 ปัจจัยภายในองค์กร ในด้านใดบ้างที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์

3.2 ปัจจัยภายนอก ในด้านใดบ้างที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์

4. บุคคลภายนอกองค์กร

4.1 ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ใช้กลยุทธ์การตลาดจนทำให้หนังสือพิมพ์ประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด

4.2 กลยุทธ์การตลาดของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ในด้านใดที่มีความแตกต่างและโดดเด่น ซึ่งหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันฉบับอื่นยังไม่ใช้กลยุทธ์ดังกล่าว

4.3 หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ยังขาดความครบถ้วนด้านกลยุทธ์ด้านการตลาดในด้านใดบ้าง ที่สามารถเพิ่มเติมและปรับปรุงได้ซึ่งจะทำให้ศักยภาพด้านการตลาดแข็งแกร่งมากขึ้นในอนาคต

4.4 กลยุทธ์ด้านการตลาดมีความจำเป็นมากน้อยเพียงใดกับสื่อหนังสือพิมพ์ ในสถานะเศรษฐกิจกำลังชะลอตัวในปัจจุบัน

4.5 ท่านมองว่ากลยุทธ์การตลาดของหนังสือพิมพ์ในอนาคตจะเป็นเช่นไร และส่งผลต่อธุรกิจหนังสือพิมพ์อย่างไรบ้าง โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน

ในการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัท โพสต์ พับลิชซิง จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะถามคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็น ประสพการณ์ และมีอิสระในการตอบคำถามภายใต้กรอบของแนวคำถาม และดำเนินการบันทึกเทปการให้สัมภาษณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์และการสรุปผล

เมื่อผู้ศึกษาได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ของบริษัท โพสต์ พับลิชซิง จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน นักสื่อสารมวลชน และนักการตลาดเสร็จสิ้นแล้ว ผู้ศึกษาจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ตามแนวคำถาม โดยผู้ศึกษาจะวิเคราะห์ข้อมูลการให้สัมภาษณ์ดังกล่าวเป็นหลัก

และจะนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ศึกษาจากเอกสาร คือ หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์ ลักษณะรูปแบบ เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ควบคู่กันไป โดยจะวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันของหนังสือพิมพ์โพสทูเดย์