

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว” มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา กลยุทธ์ด้านการตลาดและการสื่อสารการตลาด ขององค์กรผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้เทคนิคการวิจัยที่เรียกว่า การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และจากการวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) แล้วนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

แหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และข้อมูลประเภทเอกสาร (Documentary Research)

1. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เจ้าของ ผู้บริหาร บรรณาธิการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่

ก. กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีจำนวนการพิมพ์ต่อครั้งมากกว่า 20,000 เล่ม ได้แก่

- คอมพาส แมกกาซีน (Compass Magazine)
- ซิตี้ไลฟ์เชียงใหม่ (City Life Chiangmai)
- เชียงใหม่ ฮิป แมกกาซีน (Chiangmai HIP magazine)

ข. กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีจำนวนการพิมพ์ต่อครั้งน้อยกว่า 20,000 เล่ม ได้แก่

- ช้างเผือก แมกกาซีน (Chang puak)
- ปาซโซ (Paszo)
- พาสปอร์ตสุวรรณภูมิ (Passport to Suvannaphoum)

นอกจากนี้ยังสัมภาษณ์ผู้สนับสนุน หรือผู้ที่ลงโฆษณา ในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงเหตุผลในการเลือกอ่าน ลงโฆษณาหรือรับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว แต่ละฉบับ

2. ข้อมูลประเภทเอกสาร

ก. ข้อมูลประเภทเอกสาร การเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารทั้งปฐมภูมิ และทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง อาทิ บทความ แบบสัมภาษณ์ รายงานผลการวิจัย ตำราทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง บุคลากรหรือผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่

ข. สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 21 เล่ม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น ฝ่ายผู้บริหาร และพนักงานด้านการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีสถานที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น จากการสำรวจเก็บนิตยสารแจกฟรีจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่ ตั้งแต่วันที่ 1-30 พฤษภาคม 2552 ซึ่งมีการนำนิตยสารมาวางไว้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 21 ฉบับ เมื่อทำการตรวจสอบเจ้าของผู้ผลิตแล้วสามารถสรุปบริษัทเจ้าของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ได้ทั้งหมด 17 องค์กร ผู้ดำเนินการวิจัย ได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างการศึกษาครั้งนี้ จากบริษัทผู้เปิดดำเนินการได้ 5 ปี ขึ้นไป มีสถานที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากบริษัทเหล่านี้ ได้ผ่านภาวะวิกฤตตกอยู่ในวาระต่างๆกัน จากการคัดเลือกจึงเหลือเพียงบริษัท ที่เข้าเกณฑ์ 6 องค์กร จากนั้นจึงทำการแบ่งกลุ่มผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีดังกล่าว จากจำนวนในการพิมพ์ต่อครั้งเป็นเกณฑ์ ได้ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย กลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลได้ดีที่สุดจากกลุ่มต่าง ๆ รวมจำนวน 18 คน ได้แก่

1. กลุ่มเจ้าของกิจการหรือฝ่ายบริหารของบริษัทผู้ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 6 ฉบับ ฉบับละ 1 คนรวมเป็น 6 คน
2. หัวหน้าฝ่ายการตลาดของบริษัทผู้ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 6 ฉบับ ฉบับละ 1 คนรวมเป็น 6 คน
3. ผู้สนับสนุนหลักที่ลงโฆษณา 1 ราย ของบริษัทผู้ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 6 ฉบับ รวม 6 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 2 แบบ คือ แบบบันทึกข้อมูลจากสิ่งพิมพ์ และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งมีทั้งหมด 3 ชุด คือ

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1 สำหรับเจ้าของธุรกิจ หรือผู้บริหาร หรือบรรณาธิการ สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมา โครงสร้างองค์กร การบริหารองค์กร

ตอนที่ 2 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกในการดำเนินธุรกิจ

ตอนที่ 3 กลยุทธ์ในการบริหารองค์กร และการปรับตัวในภาวะเศรษฐกิจ

ถดถอย

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2 สำหรับหัวหน้าฝ่ายการตลาดหรือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว ที่มีประสบการณ์มากกว่า 6 ปี แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะการตลาดปัจจุบันของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงโฆษณาเป็นผู้สนับสนุนในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 3 สำหรับผู้สนับสนุนหรือลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว มาตั้งแต่เริ่มต้นกิจการ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีของผู้่านที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาของผู้สนับสนุน

ตอนที่ 3 หลักในการเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ และรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ความต้องการของผู้สนับสนุน เหตุผลในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

เครื่องมือทั้ง 2 ชนิดนี้เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยจะสร้างขึ้น โดยค้นคว้าจากตำราต่าง ๆ พร้อมทั้งขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย ดังต่อไปนี้

การตรวจสอบข้อมูล

1. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยการใช้คำถามเดียวกันหลาย ๆ คน และตรวจสอบว่าตรงกันหรือไม่ ในกรณีที่ขัดแย้งกัน ใช้วิธีการตรวจสอบเพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้จากเอกสารอื่น ๆ แล้วใช้ดุลยพินิจพิจารณาว่า ข้อมูลของใครน่าเชื่อถือกว่ากัน

2. ข้อมูลประเภทเอกสาร การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลประเภทเอกสารจะใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลประเภทเดียวกันจากแหล่งข้อมูลหลายๆแหล่ง โดยตรวจสอบรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อบุคคล สถานที่ สถิติอ้างอิง ตัวเลข ชื่อหนังสือ ชื่อผู้เขียน ฯ เพื่อเปรียบเทียบหาความสอดคล้องกันของข้อมูล

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ลงพื้นที่ภาคสนามโดยการสำรวจนิคยสารแจกฟรีที่มีอยู่ในท้องตลาด สังเกตและสอบถามผู้บริโภคมเบื้องต้น เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนิคยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมาเป็นแนวทางการสร้างเครื่องมือ
3. สร้างเครื่องมือ แล้วเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบซึ่งพบว่า การสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมในการอ่านนิคยสาร เนื้อหาการสอบถามยังไม่ครอบคลุมขอบเขตของการศึกษา การสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการอ่านนิคยสารแจกฟรีรายเดือน ยังขาดความชัดเจนด้านการใช้ภาษาในการสื่อความหมาย และการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบนิคยสารแจกฟรีรายเดือนที่ต้องการ เนื้อหายังไม่ครอบคลุมขอบเขตของการศึกษา และขาดความชัดเจนด้านการใช้ภาษาในการสื่อความหมาย
4. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้ง ผลพบว่า เครื่องมือมีความสมบูรณ์ในระดับหนึ่ง ควรนำไปทดลองใช้เพื่อวิเคราะห์หาค่าความ เชื่อมั่นของเครื่องมือว่ามีความน่าเชื่อถือเพียงใด (reliability analysis)
5. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือเรื่องรูปแบบ และการจัดพิมพ์ให้เหมาะสมเนื่องจากแบบสอบถามมีจำนวนหลายหน้าและการจัดรูปแบบยังขาดความเหมาะสม จากนั้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้ง พบว่า แบบสอบถามมีรูปแบบเหมาะสม
6. สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ลงมือเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษาทั้งหมด จำนวน 18 ท่าน แบ่งเป็น 3 ประเภทได้แก่ เจ้าของธุรกิจ หรือผู้บริหาร หรือบรรณาธิการ สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว หัวหน้าฝ่ายการตลาด หรือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ผู้สนับสนุนหรือลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มาตั้งแต่เริ่มดำเนินการ โดยแบ่งกรณีศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีจำนวนการพิมพ์ต่อครั้งมากกว่า 20,000 เล่ม
2. กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีจำนวนการพิมพ์ต่อครั้งน้อยกว่า 20,000 เล่ม

โดยชั้นแรกผู้วิจัยยื่นเรื่องทำหนังสือขออนุญาตจากสำนักบัณฑิตวิทยาลัยก่อน แล้วนำหนังสือขออนุญาตทำการวิจัยส่งไปยังองค์กรผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 6 องค์กร เมื่อส่งหนังสือขออนุญาตไปยังบริษัททั้ง 6 องค์กรแล้ว ผู้วิจัยก็จะทำการติดต่อเพื่อทำการนัดขอสัมภาษณ์ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง จากการค้นคว้าเอกสาร รายงาน ตำรา งานเขียน บทความสัมภาษณ์ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี โดยแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง ดังนี้

1. ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร เป็นการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมความคิด ข้อมูลต่าง ๆ จากหนังสือ ตำรา วารสาร เอกสาร บทความทางวิชาการ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแหล่งข้อมูลที่สำคัญในส่วนนี้ คือ สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2. ข้อมูลจากการวิจัยภาคสนาม เป็นการศึกษาค้นคว้าวิจัยด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ (interview method) จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้แล้วทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (depth interview) โดยมีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล ทั้งนี้ผู้สัมภาษณ์ต้องกำหนดคำถามไว้ล่วงหน้า โดยเจาะลึกในประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ตอบหรือกลุ่มตัวอย่างต้องตอบด้วยความจริงใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลตามความเป็นจริง โดยที่ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ และผู้ช่วยนักวิจัย 1 คน เป็นผู้จดบันทึกสาระสำคัญทั้งหมดของการสัมภาษณ์ในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมต่อไป

การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารนั้นผู้วิจัยจำเป็นต้องวิเคราะห์ในระหว่างการเก็บข้อมูลไปพร้อม ๆ กันและการวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากการเก็บข้อมูลโดยการวิเคราะห์ จากเทปบันทึกและแบบสัมภาษณ์ รวมถึงการจัดบันทึกข้อมูลนั้นอีกครั้ง โดยใช้แนวคิดจากการตรวจเอกสารประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล จนกระทั่งได้ข้อมูลครบตามวัตถุประสงค์แล้ว จึงทำการวิเคราะห์และสรุป โดยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการตีความ (interpretation) เพื่อนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนา โดยใช้แนวคิดเรื่อง การตลาด ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย การบริหารจัดการและการปรับตัวองค์กรในภาวะเศรษฐกิจถดถอย เป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยภายในของการดำเนินธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่อง แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีการบริหารและการจัดการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ สถานการณ์ในปัจจุบันและแนวโน้มการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในอนาคต ได้แก่

- 1.1 วิธีการดำเนินการด้านการบริหารงาน โครงสร้างองค์กร
- 1.2 การสร้างสรรค์เนื้อหา สาระ ในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว
- 1.3 การวางแผนการด้านการตลาด ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย
- 1.4 กระบวนการแก้ไขปัญหา เมื่อองค์กรประสบวิกฤตเศรษฐกิจถดถอย

2. วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของการดำเนินธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่อง การวิเคราะห์องค์กร การตลาดและการส่งเสริมการขาย และแนวความคิดการเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด การบริหารจัดการองค์กรในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ได้แก่

- 2.1 สภาพการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว ในปัจจุบัน
- 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาของผู้สนับสนุน การคัดเลือก และการแสวงหากลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่
- 2.3 แนวทางการส่งเสริมการขายขององค์กร
- 2.4 กระบวนการรับมือกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งในองค์กร และนอกองค์กร

3. วิเคราะห์กลยุทธ์และการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

3.1 กลยุทธ์การตลาดด้านต่าง ๆ ขององค์กร

3.2 แนวทางการแก้ปัญหาเมื่อประสบปัญหา

3.3 การดำเนินการ และการวิเคราะห์ ประเมินองค์กร