

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของโทรทัศน์ดาวเทียม” ผู้ศึกษาได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) กับกลุ่มผู้บริหารและนักการตลาดขององค์กรธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม โดยรูปแบบงานวิจัยดังกล่าวมุ่งศึกษาเกี่ยวกับ กระบวนทัศน์ของการบริหารงาน โดยใช้สื่อใหม่เข้ามาพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับการวางแผนการสื่อสารการตลาดของโทรทัศน์ดาวเทียม รวมถึงแนวโน้มการสื่อสารการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อให้ผู้ศึกษาได้เข้าถึง กระบวนทัศน์ วิธีในการบริหารงาน วิธีการสื่อสาร ที่นักบริหาร และนักการตลาด ได้ตระหนักถึงความสำคัญของความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีบทบาทอย่างมากกับวงการสื่อสารมวลชน

แหล่งข้อมูลในการวิจัย

ข้อมูลในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) และข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Document)

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลที่เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่ทำงานธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม ซึ่งได้ทำการเลือกผู้บริหารและนักการตลาดจากองค์กรที่ประกอบธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม 8 ท่าน มีบริษัทดังต่อไปนี้

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) 1 ท่าน

- คุณอดิศักดิ์ ลิ้มปฐมนิกิจ ตำแหน่ง กรรมการ / กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผู้บริหารระดับสูงรับผิดชอบในการวางแผน กำหนดนโยบาย ทิศทางการดำเนินงานของบริษัท เป็นผู้ที่สามารถให้คำตอบได้ครอบคลุมทั้งในเรื่องแนวทางการบริหารสื่อใหม่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงาน การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสาร ตลอดจนทิศทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

บริษัท ไซท์ไวส์ จำกัด 2 ท่าน (ผู้ผลิตรายการ แปะใต้ไฮเทค ออกอากาศที่ช่อง เนชั่น แชนแนล)

- คุณพงศ์สุข หิรัญพฤกษ์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการบริษัท ไชวไรซ์ดี จำกัด ผู้บริหารระดับสูงรับผิดชอบในการวางแผน กำหนดนโยบาย ทิศทางการดำเนินงานของบริษัท เป็นผู้ผลิตรายการที่ออกอากาศบนโทรทัศน์ดาวเทียม ที่สามารถให้แนวทางและอธิบายถึงผลกระทบจากการสื่อสารในการผลิตรายการที่ออกอากาศของโทรทัศน์ดาวเทียมได้อย่างครอบคลุมทั้งในเรื่องแนวทางการบริหารสื่อใหม่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงาน การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสาร ตลอดจนทิศทางการวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของเทคโนโลยี และตระหนักถึงการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสื่อสารเชื่อมโยงรายการด้วยการโปรโมท รายการผ่านการบอกเล่าเรื่องราวของรายการผ่าน Social Network ไปยังผู้บริโภค

- คุณที่รัก บุญปรีชา ตำแหน่ง ผู้ดำเนินรายการ และโปรดิวเซอร์ผลิตรายการ แบไต๋ไฮเทค เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารของรายการ ด้วยการโปรโมท รายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์จากการผลิตรายการที่ออกอากาศทั้งฟรีทีวี และดาวเทียม จึงทำให้สามารถให้ข้อมูลถึงการทำการรายการที่มีความแตกต่างไปจากฟรีทีวีได้

บริษัท ในเครือ สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) 2 ท่าน

- คุณสรายุทธ์ มหวลีรัตน์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามสปอร์ตมีเดีย แมเนจเม้นท์ จำกัด ผู้บริหารระดับสูง มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย การบริหารงาน การวางแผน การสื่อสารการตลาดให้กับองค์กร และรายการของโทรทัศน์ดาวเทียม

- คุณจรัสศรี นิลรัตน์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามสปอร์ต เทเลวิชั่น จำกัด ผู้บริหารระดับสูง ที่ดูแลการบริหารงาน การผลิตรายการของโทรทัศน์ดาวเทียม และกำหนดนโยบายในการวางแผนการสื่อสารของรายการ

บริษัท เอเอสทีวี (ประเทศไทย) จำกัด 3 ท่าน

- คุณวริษฐ์ ลิ้มทองกุล ตำแหน่ง กรรมการบริษัท บริษัท เอเอสทีวี (ประเทศไทย) จำกัด และผู้อำนวยการ เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ผู้บริหารระดับสูง รับผิดชอบในการร่วมกำหนดนโยบาย การบริหารงาน การวางแผนการสื่อสารการตลาดของทุกสื่อในเครือบริษัท

- คุณประเมินทร์ ภัคธีวาปี ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เอเอสทีวี รับผิดชอบดูแลการบริหารงาน การผลิตรายการของโทรทัศน์ดาวเทียม

- คุณเกษตร ชนะเสรีชัย ตำแหน่ง ผู้จัดการบริษัท ไทยเดย์ ดิอท์คอม จำกัด รับผิดชอบดูแล การบริหารและการวางแผนการสื่อสารของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมบนเว็บไซต์ www.manager.co.th

2. **แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** คือ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร จากการค้นคว้าและศึกษาเอกสาร หนังสือ ตำรา วารสารสิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลของโทรทัศน์ดาวเทียม

3. **แหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์** คือ เว็บไซต์ขององค์กร ได้แก่ www.manager.co.th, www.nationchannel.com, www.beartai.com, www.siamsport.co.th ตลอดจนบทความและงานวิจัยที่ปรากฏอยู่บนอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาวิเคราะห์ประกอบในการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยวางโครงสร้างคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อช่วยชักถามได้อย่างละเอียด และครอบคลุมประเด็นเนื้อหาที่ต้องการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเอง พร้อมทั้งจดบันทึกและบันทึกเสียงสัมภาษณ์ไปพร้อม ๆ กัน เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งส่วนที่เป็นข้อเท็จจริง และส่วนที่เป็นความคิดเห็นของผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ อีกทั้งยังมีเอกสารบางส่วนจากผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับตัวเลขผู้ที่เข้ามาติดตามรับชมรายการผ่านเว็บไซต์ขององค์กร ผลการวิจัยเกี่ยวกับจำนวนผู้ที่รับชมรายการของโทรทัศน์ดาวเทียม และผลสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุกับการรับชมรายการโทรทัศน์ดาวเทียม เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

โดยผู้ศึกษาได้มีการวางโครงสร้างคำถามในการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาวิธีการบริหารงานและการปรับตัวของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ประกอบด้วยแนวทางการสัมภาษณ์ดังนี้

- มีนโยบายการบริหารรายการโทรทัศน์ดาวเทียมขององค์กรอย่างไรให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด
- มีวิธีการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารรายการโทรทัศน์ดาวเทียมอย่างไรบ้าง
- การสื่อสารการตลาดของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมขององค์กรมีวัตถุประสงค์อย่างไรบ้าง

- กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารเป็นใครและต้องการสื่อสารเรื่องใดบ้างกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

- การนำเสนอรายการของโทรทัศน์ดาวเทียมในปัจจุบันเป็นเช่นไร และทำอย่างไรบ้าง

- วางแนวทางในการบริหารรายการโทรทัศน์ เนื้อหา รูปแบบ อย่างไรบ้างเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

- ผู้บริหารมีมุมมองหรือทัศนคติต่อการใช้สื่อดิจิทัลในการบริหารรายการโทรทัศน์ดาวเทียมอย่างไรบ้าง

- มีวิธีการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารงานเพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทกับธุรกิจการสื่อสารและรายการโทรทัศน์ดาวเทียมอย่างไรบ้าง

- มีรูปแบบการบริหารโครงสร้างขององค์กรเป็นอย่างไร

- มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรเพื่อรับมือกับการใช้สื่อดิจิทัลในการบริหารรายการโทรทัศน์ดาวเทียมอีกช่องทางหนึ่งอย่างไรบ้าง

- มีการแบ่งโครงสร้างหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำเสนอเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมมาป้อนข้อมูลผ่านสื่อดิจิทัล (อินเทอร์เน็ต) ใดบ้าง

- การประสานงานภายในระหว่างผู้รับผิดชอบดูแลเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมและผู้รับผิดชอบ ดูแลเนื้อหาที่นำไปประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล (อินเทอร์เน็ต) เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ของรายการโทรทัศน์ดาวเทียม ประกอบด้วยแนวทางการสัมภาษณ์ ดังนี้

- การวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารรายการโทรทัศน์ดาวเทียมในปัจจุบัน

- ปัจจัยและองค์ประกอบที่มีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดโดยใช้สื่อดิจิทัล เป็นช่องทางและเครื่องมือในการสื่อสารกับผู้รับสารของรายการโทรทัศน์ดาวเทียม

- วิธีการสื่อสารการตลาดโดยใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของรายการโทรทัศน์ดาวเทียม ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รายการ

- กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ใช้ในอดีตที่ผ่านมาวิธีอย่างไรบ้าง

- มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไรบ้างกับวิธีการสื่อสารการตลาดในปัจจุบัน

- การวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลในการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมขององค์กรมีวิธีการ และรูปแบบอย่างไรบ้าง

- การวางแผนการสื่อสารการตลาดของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมขององค์กรมีการเลือกใช้สื่อและช่องทางใดบ้างในการสื่อสารกับกลุ่มผู้รับสาร และสื่อหรือช่องทางดังกล่าวที่เลือกสามารถวัดประสิทธิผลจากผู้รับสารได้ในทันทีหรือไม่ อย่างไร
 - การเลือกการสื่อสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ในการประชาสัมพันธ์ของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมขององค์กรประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด และกระแสหรือความนิยมของการใช้ช่องทางดังกล่าวเหมาะกับรายการขององค์กรหรือไม่ อย่างไร
 - พฤติกรรมในการเลือกรับสารของกลุ่มเป้าหมายนั้น มีผลกระทบต่อการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารกับรายการโทรทัศน์ดาวเทียมหรือไม่ อย่างไร และมีวิธีการในการวางแผนกลยุทธ์ในการรับมือกับเรื่องดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร
 - ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ ถิ่นฐานฯ มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ดาวเทียมหรือไม่
 - การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้น จะทำให้รายการของสามารถเข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารที่รับชมรายการประเภทเดียวกันได้หรือไม่อย่างไร
- วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาทิศทางการสื่อสารการตลาดที่ใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้บริโภค ประกอบด้วยแนวทางการสัมภาษณ์ดังนี้
- สภาพการณ์ตลาดในปัจจุบันเป็นอย่างไรบ้าง
 - ทิศทางการเติบโตของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมจะมีแนวโน้มอย่างไรบ้าง
 - มีความคิดเห็นเช่นไร กับทิศทางของการสื่อสารการตลาดของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมที่มีการพัฒนาไปพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี
 - ทิศทางของการสื่อสารการตลาดของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมเพื่อให้ทันต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีจะมีแนวโน้มอย่างไรบ้าง
 - การสื่อสารการตลาดของรายการโทรทัศน์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตจะช่วยให้รายการโทรทัศน์ดาวเทียมขององค์กรพัฒนารายการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร
 - เมื่อใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางในการโปรโมทรายการโทรทัศน์ดาวเทียม ทำให้มีกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร และมีผลตอบรับอย่างไรบ้าง
 - ปัจจุบันมียอดผู้ชมเป็นจำนวนเท่าไร
 - เมื่อรายการเลือกการสื่อสารเพิ่มผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้มีผู้รับชมรายการเพิ่มมากขึ้นหรือไม่ และมีจำนวนประมาณเท่าไร
 - ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ดาวเทียมที่ผ่านการโปรโมทประชาสัมพันธ์รายการผ่านสื่อดิจิทัลได้รับความนิยมรับมากขึ้นมีอะไรบ้าง

- บริษัทมีทิศทางการขยายธุรกิจ กับการใช้สื่อดิจิทัลอย่างไรบ้าง
- แนวโน้มการสื่อสารการตลาดในอนาคตของโทรทัศน์ดาวเทียมจะมีวิธีการอย่างไรบ้าง

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล ดังนี้

1. **ข้อมูลประเภทบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์** ใช้วิธีการตรวจสอบโดยการสอบถามคำถามประเด็นเดียวกันกับผู้บริหารขององค์กรธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมในหลาย ๆ องค์กร เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความน่าเชื่อถือ หรือสอดคล้องตรงกันหรือไม่ มีความขัดแย้งทางด้านข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือไม่ เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล

2. **ข้อมูลประเภทเอกสาร** ใช้การศึกษาและค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลหลาย ๆ ประเภท เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความถูกต้องสอดคล้องของข้อมูล โดยพิจารณาจากแหล่งที่มาของข้อมูล ชื่อผู้เขียน ระบุตัวตนและเชื่อถือได้หรือไม่ วันและเวลาที่เขียนเป็นข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์หรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เอกสาร และจากการสัมภาษณ์มาจัดหมวดหมู่และประมวลเข้าด้วยกัน โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มีทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด และแนวคิดการสื่อสารการตลาด มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นภาพรวมของการวิธีการบริหารงาน การสื่อสารของรายการโทรทัศน์ดาวเทียม และบทบาทของการสื่อสารที่มีทิศทางในการเปลี่ยนแปลงวิธีการวางแผนการสื่อสารการตลาดไปตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมในปัจจุบันและแนวโน้มของการสื่อสารการตลาดด้วยการใช้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมาพัฒนา ให้การสื่อสารของโทรทัศน์ดาวเทียมในอนาคตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น