

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการรายการโทรทัศน์ของทรูมิวสิค ของบริษัททรูมิวสิค จำกัด” โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาการบริหารงานของสถานีโทรทัศน์ของทรูมิวสิค ของบริษัททรูมิวสิค จำกัด โดยสอบถามถึงนโยบาย แนวคิด ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนหลักในการบริหารงานของบริษัท และผลตอบรับในการรับชมสาร ผ่านช่องทางต่างๆโดยมีรายละเอียด ดังนี้

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาคั้งนี้ผู้ศึกษาได้แบ่งแหล่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

กลุ่มที่ 1 ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้บริหารของทรูมิวสิค ผู้จัดทำสาร ออกผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายของบริษัททรูคอร์ดปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อสอบถามถึงนโยบายการบริหารจัดการ แนวคิดการผลิตสารออกไปยังช่องทางต่าง ๆ อันได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตและมือถือ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ซึ่งจะแบ่งออกเป็นส่วนต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายบริหารจัดการ ฝ่ายโปรดักชั่น ฝ่ายการตลาด และ ฝ่ายขาย

ฝ่ายบริหารจัดการ การวางแผนรายการ โดยจะสัมภาษณ์

- ผู้บริหารระดับสูงด้านบริหารจัดการ จำนวน 1 คน
- ผู้บริหารในส่วนของการจัดผังรายการโทรทัศน์ทรูมิวสิค จำนวน 2 คน

ฝ่ายโปรดักชั่น โดยจะสัมภาษณ์

- ผู้กำกับรายการทรูมิวสิค จำนวน 1 คน
- ผู้แสดง หรือ ผู้ดำเนินรายการ จำนวน 2 คน

ฝ่ายการตลาด โดยจะสัมภาษณ์

- ผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 1 คน

ฝ่ายขาย โดยจะสัมภาษณ์

- ผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 1 คน

กลุ่มที่ 2 ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ชมรายการช่องทรูมิวสิค โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร อันได้แก่ สถานีวิทยุ 93.5 ทรูมิวสิคเรดิโอ ทางโทรทัศน์ แบบบอกรับสมาชิก ทรูวิชั่นส์ ช่องทรูมิวสิคเทเลวิชั่นส์ 29 และทางอินเทอร์เน็ต www.truemusic.com จากการศึกษาข้อมูลทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาการบริหารจัดการรายการโทรทัศน์ทรูมิวสิค ของ บริษัททรูมิวสิค จำกัด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ใช้วิธีการรวบรวมเอกสารของบริษัท (Documentary) นิตยสารและเว็บไซต์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารงานของบริษัท ทรูมิวสิค จำกัด และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ โครงสร้างคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อใช้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัย ได้วางโครงสร้างประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาโดยสัมภาษณ์ด้วยการใช้เครื่องบันทึกเทปในการสัมภาษณ์เพื่อความถูกต้องแม่นยำตามโครงสร้างการบริหารงานที่จะศึกษาโดยมีคำถามดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1

คำถามในส่วนของฝ่ายบริหารจัดการ จำนวน 1 คน

1. หลักการบริหารงานทรูมิวสิค โครงสร้างการบริหารงานของทรูมิวสิคเป็นอย่างไร
2. นโยบาย วิสัยทัศน์ ของทรูมิวสิค
3. โครงการและความคาดหวังในอนาคตของบริษัทจะเป็นไปในทิศทางใด
4. ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงาน

ผู้บริหารในส่วนของการจัดผังรายการ จำนวน 2 คน

1. แนวคิด นโยบายที่ได้รับในการผลิตรายการ
 2. วิธีการจัดผังรายการเป็นอย่างไร
 3. กลยุทธ์ในการวางผังรายการของทรมิวสิคเป็นอย่างไร
- ฝ่ายโปรดักชั่น

ผู้กำกับรายการทรมิวสิค จำนวน 1 คน

1. มีกลยุทธ์การนำเสนอรายการทรมิวสิคอย่างไร
2. ในช่วงที่มีการเชื่อมต่อสัญญาณกันระหว่างทั้งสี่โทรทัศน์ วิทยุ และ อินเทอร์เน็ต

มีวิธีการกำกับรายการอย่างไร เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย

3. ในส่วนของกล้อง แสง เสียง ฉากต่าง ๆ มีการกำหนดรูปแบบอย่างไร และนำเสนออย่างไรเพื่อให้รายการน่าสนใจ

ผู้แสดง หรือผู้ดำเนินรายการ จำนวน 2 คน

1. มีการคัดเลือกเข้ามาเป็นผู้ดำเนินรายการได้อย่างไร
2. ในกรณีที่ผู้ดำเนินรายการ ทำรายการอื่นด้วย การเป็นผู้ดำเนินรายการทรมิวสิคมีความเหมือนหรือแตกต่างจากรายการอื่นอย่างไร

3. เนื่องจากรายการทรมิวสิคต้องมีการเชื่อมต่อสัญญาณระหว่างสื่อต่าง ๆ นั้น บทบาทของผู้ดำเนินรายการทรมิวสิค จะต้องทำอย่างไรบ้าง และ แตกต่างจากการดำเนินรายการแต่ละสื่อ ซึ่งเป็นสื่อเดียวอย่างไร

ฝ่ายการตลาด

ผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 1 คน

1. การบริหารจัดการทางการตลาดว่าเป็นอย่างไร แบ่งส่วนย่อยในแผนกอย่างไร
2. การแบ่งบุคลากรในหน้าที่ต่าง ๆ อย่างไร มีการเลือกอย่างไร
3. วิธีทางการตลาดที่ใช้ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้เป็นอย่างไร
4. การจัดสรรงบประมาณเป็นไปโดยวิธีใด
5. มีการวัดผลการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างไร

ฝ่ายขาย

ผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 1 คน

1. มีการรับนโยบายจากทางฝ่ายบริหารมาใช้ในฝ่ายอย่างไร
2. ในส่วนของฝ่ายขายมีการแบ่งส่วนงานเป็นอย่างไรบ้าง
3. มีการวัดผลประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างไร

กลุ่มที่ 2

สำรวจความคิดเห็นของผู้ชมรายการ ทรูมิวสิกโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ชมรายการช่องทรูมิวสิก โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร อันได้แก่ สถานีวิทยุ 93.5 ทรูมิวสิกเรดิโอ ,ทางโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ทรูวิชั่นส์ ช่องทรูมิวสิกเทเลวิชั่นส์ 29 และ ทางอินเทอร์เน็ต www.truemusic.com จำนวน 10 คน โดยผู้วิจัยได้วางโครงสร้างประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาโดยสัมภาษณ์ด้วยการใช้เครื่องบันทึกเทปในการสัมภาษณ์เพื่อความถูกต้องแม่นยำ โดยมีคำถามดังต่อไปนี้

1. เหตุผลที่เลือกชมรายการและความน่าสนใจของรายการทรูมิวสิก
2. รูปแบบการนำเสนอของรายการทรูมิวสิกที่ชื่นชอบ
3. ชื่นชอบรายการใดและช่วงเวลาไหนมากที่สุด เพราะอะไร
4. รับชมรายการทรูมิวสิกผ่านช่องทางใดบ้างที่นำเสนอ เพราะอะไร
5. ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาทั้ง 2 ส่วน คือ จากการรวบรวมเอกสาร และจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ที่ได้ทำการถอดเทปสัมภาษณ์มา เมื่อผู้ศึกษาได้ข้อมูลครบตามความต้องการแล้วจึงมาวิเคราะห์สรุปด้วยวิธีการตีความ (Interpretation) แล้วนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive) โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารองค์กรสื่อสารมวลชน (Media Organization Management) แนวคิดการบริหารงานแบบ POSCORB แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารรายการโทรทัศน์ และการจัดผังรายการ (Television Management & T. V. Program Schedules) ประเภทรายการเพลง แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ (New Technology Communications) ได้แก่ สื่อใหม่ และ

มัลติมีเดีย (New Media & Multimedia) รายการโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต (TV on Internet) และ รายการโทรทัศน์บนโทรศัพท์มือถือ (TV on Mobile) รวมทั้งงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มาเป็นกรอบ ในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา