

ผนวก ก

ตัวอย่างหนังสือขอสัมภาษณ์และคำถามในการสัมภาษณ์

โครงการบัณฑิตศึกษา
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์
กรุงเทพฯ 10200

28 กุมภาพันธ์ 2548

เรื่อง เรียนขอสัมภาษณ์เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์
เรียน ชื่อ-นามสกุล
ตำแหน่ง
สิ่งที่ส่งมาด้วย คำถามในการสัมภาษณ์

ด้วยกระผม นายชลธิศ แก้วประเสริฐสม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรการบริหาร
สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กำลังทำการศึกษาวิทยานิพนธ์
เรื่อง “การบริหารสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ด้วยกลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจ” โดยมีรองศาสตราจารย์ดวงทิพย์ วรพันธุ์
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

จากการที่บริษัท ทราฟฟิก คอร์ปอเรชั่น โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ร่วมเป็นพันธมิตรกับทาง
บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และ บริษัท เวอร์จิ้น เรดิโอ (เอเชีย) จำกัด กระผมจึงสนใจขอเรียน
สัมภาษณ์ท่าน เพื่อเป็นกรณีศึกษาประกอบการทำวิทยานิพนธ์ให้มีคุณสมบัติทางวิชาการ และเพื่อให้
วิทยานิพนธ์ดังกล่าวมีความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลมากยิ่งขึ้น จึงใคร่ขอเรียนสัมภาษณ์ท่าน ในวัน
และเวลาที่ท่านจะกรุณาและเห็นสมควร ระหว่างวันที่ 1 - 15 มีนาคม 2548

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา พร้อมขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายชลธิศ แก้วประเสริฐสม)
นักศึกษา

กรุณาติดต่อกลับได้ที่หมายเลข ... หรือ e-mail : ...

ตัวอย่างคำถามในการสัมภาษณ์ผู้บริหารในองค์กรสื่อวิทยุ-โทรทัศน์

คำชี้แจง: เนื่องจากผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการจำแนกรูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจจากระดับของความแนบแน่นในความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรธุรกิจ ดังนั้น ในการศึกษาเรื่อง “การบริหารสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ด้วยกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ” จึงนิยามคำว่าพันธมิตรออกเป็น 4 ประเภทหลักๆ คือ

1. พันธมิตรทางธุรกิจประเภทที่เกิดจากความร่วมมือกันทางด้านการตลาดอย่างหลวมๆ (Loose Market Relationship) เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ไม่เป็นทางการมากนัก โดยมากมักจะเกิดขึ้นเนื่องจากสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจในขณะนั้นเอื้ออำนวย และจะเป็นความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีอายุไม่ยืนยาว
2. พันธมิตรทางธุรกิจประเภทที่มีพื้นฐานมาจากการทำสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรร่วมกัน (Contractual Relationship) เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่มีความเป็นทางการมากกว่ารูปแบบที่ 1 รูปแบบ เช่น การจ้างผู้รับเหมาช่วง (Subcontracting) การให้สิทธิบัตร (Licensing) และการให้สิทธิในการเป็นผู้แทนจำหน่าย (Franchising) เป็นต้น
3. พันธมิตรทางธุรกิจประเภทที่มีการจัดการในเรื่องความเป็นเจ้าของกิจการและความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ (Formalized Ownership/Relationship) พันธมิตรทางธุรกิจประเภทนี้ ได้แก่ การร่วมทุน (Joint Ventures) เป็นต้น พันธมิตรทางธุรกิจในรูปแบบนี้เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่มีความเป็นทางการมากกว่ารูปแบบทั้งสองประเภทที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทั้งนี้เนื่องจากมีเรื่องสัดส่วนความเป็นเจ้าของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง
4. พันธมิตรทางธุรกิจประเภทที่มีการรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ (Formal Integration) เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่มีรูปแบบความสัมพันธ์เป็นทางการมากที่สุด ซึ่งเป็นผลมาจากการที่องค์กรธุรกิจตั้งแต่สององค์กรขึ้นไปมีการรวมตัวกันเป็นหนึ่งเดียวอย่างสมบูรณ์ รูปแบบของพันธมิตรประเภทนี้ ได้แก่ การควบรวมกิจการและการซื้อกิจการ (Mergers & Acquisitions)

1. จากการดำเนินธุรกิจวิทยุ-โทรทัศน์ที่ผ่านมา นั้น องค์กรของท่านเคยเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับองค์กรใดบ้างหรือไม่ ถ้าเคยองค์กรของท่านมีการร่วมมือเป็นพันธมิตรกับองค์กรนั้นๆ อย่างไร
2. ท่านคิดว่า ในการร่วมมือกันเป็นพันธมิตรนั้น มีปัจจัยแวดล้อมใดบ้างที่มีส่วนทำให้องค์กรของท่านเกิดการรวมตัวเป็นพันธมิตรกับองค์กรอื่น ๆ
3. องค์กรของท่านมีแนวทางในการตัดสินใจเลือกคู่พันธมิตรด้วยการมองจากคุณลักษณะใดบ้าง
4. หลังจากที้องค์กรของท่านได้ร่วมเป็นพันธมิตรกับองค์กรอื่นๆ แล้ว โครงสร้างการบริหารงานและการจัดการในองค์กรของท่านมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมอย่างไร
5. จากการที่ท่านได้ร่วมมือเป็นพันธมิตรกับองค์กรอื่นๆ นั้น ท่านคิดว่า ผลที่เกิดจากการเป็นพันธมิตรในองค์กรของท่านเป็นอย่างไร

6. ท่านคิดว่ากลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจที่แต่ละองค์กรในธุรกิจวิทยุ-โทรทัศน์นำมาใช้ในปัจจุบัน ส่งผลอย่างไรต่อภาพรวมของธุรกิจวิทยุ-โทรทัศน์
7. ท่านคิดว่า ในอนาคตองค์กรของท่านมีแนวโน้มจะร่วมมือเป็นพันธมิตรกับองค์กรสื่อมวลชนหรือธุรกิจอื่นๆ ต่อไปอย่างไร
8. ในอีก 3 - 5 ปีข้างหน้าองค์กรของท่านได้มีการวางวิสัยทัศน์ไว้อย่างไร

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความกรุณาในการสัมภาษณ์

ตัวอย่างคำถามในการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการ

คำชี้แจง: เนื่องจากผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการจำแนกรูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจจากระดับของความแนบแน่นในความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรธุรกิจ ดังนั้น ในการศึกษาเรื่อง “การบริหารสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ด้วยกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ” จึงนิยามคำว่าพันธมิตรออกเป็น 4 ประเภทหลักๆ คือ

1. พันธมิตรทางธุรกิจประเภทที่เกิดจากความร่วมมือกันทางด้านการตลาดอย่างหลวมๆ (Loose Market Relationship) เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ไม่เป็นทางการมากนัก โดยมากมักจะเกิดขึ้นเนื่องจากสิ่งแวดลอมทางธุรกิจในขณะนั้นเอื้ออำนวย และจะเป็นความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีอายุไม่ยืนยาว
2. พันธมิตรทางธุรกิจประเภทที่มีพื้นฐานมาจากการทำสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรร่วมกัน (Contractual Relationship) เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่มีความเป็นทางการมากกว่ารูปแบบที่ 1 รูปแบบ เช่น การจ้างผู้รับเหมาช่วง (Subcontracting) การให้สิทธิบัตร (Licensing) และการให้สิทธิในการเป็นผู้แทนจำหน่าย (Franchising) เป็นต้น
3. พันธมิตรทางธุรกิจประเภทที่มีการจัดการในเรื่องความเป็นเจ้าของกิจการและความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ (Formalized Ownership/Relationship) พันธมิตรทางธุรกิจประเภทนี้ ได้แก่ การร่วมทุน (Joint Ventures) เป็นต้น พันธมิตรทางธุรกิจในรูปแบบนี้เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่มีความเป็นทางการมากกว่ารูปแบบทั้งสองประเภทที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทั้งนี้เนื่องจากมีเรื่องสัดส่วนความเป็นเจ้าของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง
4. พันธมิตรทางธุรกิจประเภทที่มีการรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ (Formal Integration) เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่มีรูปแบบความสัมพันธ์เป็นทางการมากที่สุด ซึ่งเป็นผลมาจากการที่องค์กรธุรกิจตั้งแต่สององค์กรขึ้นไปมีการรวมตัวกันเป็นหนึ่งเดียวอย่างสมบูรณ์ รูปแบบของพันธมิตรประเภทนี้ ได้แก่ การควบรวมกิจการและการซื้อกิจการ (Mergers & Acquisitions)

1. ท่านคิดว่า ในการร่วมมือกันเป็นพันธมิตรขององค์กรธุรกิจทั่วไปนั้น มีปัจจัยแวดลอมใดบ้างที่มีส่วนทำให้เกิดการรวมตัวเป็นพันธมิตรกับองค์กรอื่น ๆ
2. ท่านคิดว่าคู่พันธมิตรที่ดีที่แต่ละองค์กรต้องใช้ในการพิจารณาควรมีลักษณะอย่างไร
3. ท่านมีแนวทางในการวิเคราะห์ความสอดคล้องของคู่พันธมิตรองค์กรธุรกิจทั่วไปในด้านใดบ้าง
4. ท่านคิดว่าขั้นตอนในการดำเนินกลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจที่ดีขององค์กรธุรกิจทั่วไป ควรเป็นอย่างไร
5. หลังจากที้องค์กรธุรกิจต่างๆ ได้ร่วมเป็นพันธมิตรกัน แล้ว โครงสร้างการบริหารงานและการจัดการในองค์กรควรจะมีทิศทางของการเปลี่ยนแปลงอย่างไร
6. หลังจากร่วมเป็นพันธมิตรแล้ว ท่านคิดว่าวัฒนธรรมขององค์กรที่ร่วมเป็นพันธมิตรกัน จะมีความแตกต่างกันหรือไม่ และถ้ามีควรมีแนวทางในการแก้ไขอย่างไร

7. หลังจากร่วมเป็นพันธมิตรแล้ว ท่านคิดว่าแต่ละองค์กรควรมีวิธีการติดตามและประเมินผลของความร่วมมือกันอย่างไร และมีช่วงระยะเวลาในการติดตามประเมินผลอย่างไร
8. ท่านคิดว่าในภาพรวมแล้ว การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจมีข้อดี-ข้อเสียต่อองค์กรที่ร่วมมือกันอย่างไร
9. ท่านคิดว่า การใช้กลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจขององค์กรสื่อมวลชนมีที่มาหรือจุดเริ่มต้นอย่างไร
10. ท่านคิดว่าการเริ่มต้นเป็นพันธมิตรของธุรกิจทั่วไปจะมีความแตกต่างจากองค์กรสื่อมวลชนอย่างไร
11. สำหรับองค์กรวิทยุ-โทรทัศน์ท่านคิดว่าจะมีปัจจัยแวดล้อมในการรวมตัวกันเป็นพันธมิตรแตกต่างจากองค์กรธุรกิจอื่นๆ อย่างไร
12. ท่านคิดว่ากลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจ ส่งผลอย่างไรต่อภาพรวมของธุรกิจวิทยุ-โทรทัศน์
13. ท่านคิดว่า ในอนาคตองค์กรของท่านมีแนวโน้มจะร่วมมือเป็นพันธมิตรกับองค์กรสื่อมวลชนหรือธุรกิจอื่นๆ ต่อไปอย่างไร
14. ท่านคิดว่าการรวมกันเป็นพันธมิตรขององค์กรสื่อในประเทศไทยแตกต่างจากต่างประเทศอย่างไร
15. ท่านคิดว่า องค์กรสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จะมีแนวโน้มเป็นพันธมิตรธุรกิจกับองค์กรต่างประเทศในอีก 3 – 5 ปีข้างหน้าบ้างหรือไม่ เพราะเหตุใด
16. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ต่อการรวมตัวเป็นพันธมิตรขององค์กรสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ในกรณีศึกษา ดังนี้
 - กรณีการร่วมเป็นพันธมิตรในการถ่ายทอดสดผลการนับคะแนนของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, Nation Channel และ AIS
 - กรณีการเป็นพันธมิตรของบริษัท ทราฟฟิก คอร์ปเนชั่น โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และ บริษัท เวอร์จิ้น เรดิโอ (เอเชีย) จำกัด
 - กรณีการเป็นพันธมิตรของ บริษัท บีบีทีวี โปรดักชั่น จำกัด ร่วมกับ บริษัท แมทซิง สตูดิโอ จำกัด (มหาชน)

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความกรุณาในการสัมภาษณ์

ตัวอย่างคำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มพันธมิตร

การถ่ายทอดสดผลการนับคะแนนการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1. ท่านคิดว่า การร่วมเป็นพันธมิตรในการถ่ายทอดสดผลการนับคะแนนการเลือกตั้งฯ ในองค์กรของท่านมีที่มาหรือจุดเริ่มต้นอย่างไร
2. ท่านคิดว่า มีปัจจัยแวดล้อมใดบ้างที่เป็นตัวสนับสนุนให้เกิดการร่วมเป็นพันธมิตรในการถ่ายทอดสดผลการนับคะแนนการเลือกตั้งฯ
3. ท่านคิดว่า ลักษณะของคู่พันธมิตรที่ดีในการร่วมกันถ่ายทอดสดผลการนับคะแนนการเลือกตั้งฯ ที่ต้องใช้ในการพิจารณาควรเป็นอย่างไร
4. ในการร่วมเป็นพันธมิตรถ่ายทอดสดผลการนับคะแนนการเลือกตั้ง ส.ส. องค์กรของท่านมีการลงทุนในด้านใดบ้าง
5. องค์กรของท่านมีการแบ่งขอบเขตหน้าที่ในการร่วมเป็นพันธมิตรถ่ายทอดสดผลการนับคะแนนการเลือกตั้ง ส.ส. กับกลุ่มพันธมิตรอย่างไร
6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ระหว่างข้อแตกต่างของการเป็นพันธมิตรในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และพันธมิตรสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
7. ในการเลือกตั้งครั้งต่อไป ท่านคิดว่ารูปแบบการเป็นพันธมิตรแบบใดที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ระหว่างรูปแบบการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
8. ท่านคิดว่า ในการร่วมเป็นพันธมิตรจะมีความเหมือนหรือความแตกต่างทางวัฒนธรรมขององค์กรที่ร่วมเป็นพันธมิตรกันอย่างไร และควรมีแนวทางในการแก้ไขอย่างไร
9. หลังจากร่วมเป็นพันธมิตรแล้ว ท่านคิดว่า แต่ละองค์กรควรมีวิธีการติดตามและประเมินผลของความร่วมมือกันอย่างไร และมีช่วงระยะเวลาในการติดตามประเมินผลอย่างไร
10. ท่านคิดว่า การเป็นพันธมิตรธุรกิจ ในการถ่ายทอดสดผลการนับคะแนนการเลือกตั้งฯ ส่งผลอย่างไรต่อภาพรวมของธุรกิจโทรทัศน์
11. ท่านคิดว่า ในอนาคตองค์กรธุรกิจโทรทัศน์มีแนวโน้มจะร่วมมือเป็นพันธมิตรในการถ่ายทอดสดผลการนับคะแนนการเลือกตั้งฯ กับองค์กรสื่อมวลชน หรือธุรกิจอื่นๆ ต่อไปอย่างไร
12. ท่านคิดว่า กระแสของการร่วมเป็นพันธมิตรในการถ่ายทอดสดผลการนับคะแนนการเลือกตั้งฯ ของธุรกิจโทรทัศน์ในอีก 3 – 5 ปี ข้างหน้าจะมีแนวโน้มเป็นอย่างไร เพราะเหตุใด

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความกรุณาในการสัมภาษณ์