

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การบริหารธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เพื่อการแข่งขันกับเคเบิลท้องถิ่น ของบริษัท ทูวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน)” ผู้วิจัยได้กำหนดใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) และการศึกษาวิเคราะห์จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Analysis) จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และอธิบายตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ทำการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) ที่มีการสุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้การคัดเลือกตัวอย่างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยการเลือกสัมภาษณ์จากบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงของบริษัท ทูวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กลุ่มระดับผู้บริหาร ประกอบด้วย

ผู้บริหารระดับสูง โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านการวางแผนนโยบาย จัดสรรงบประมาณ ควบคุม ตรวจสอบ ประเมินผล ภาพรวมต่าง ๆ ของสถานี และวางแผนทางในการปฏิบัติของบริษัท ทูวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมามีจำนวน 3 คน ดังนี้

- นายสุภชัย เจียรวนนท์ กรรมการผู้จัดการใหญ่และประธานกรรมการบริหาร
- นายวิเชาวน์ รักพงษ์ไพโรจน์ กรรมการผู้จัดการ และหัวหน้าคณะผู้บริหารด้าน

ปฏิบัติการ

- นายธิติภูมิ นันทพัฒน์ศิริ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารระดับกลาง โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีหน้าที่จัดสรรงบประมาณ และอุปกรณ์เครื่องมือ เทคโนโลยีต่าง ๆ โดยควบคุมดูแลการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชาภายในบริษัท เลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 2 คน ดังนี้

- นายวิชัย เสรีวงษ์ ศัลย์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายเทคโนโลยีและผู้อำนวยการฝ่ายออกอากาศและวิศวกรรมระบบออกอากาศ

- นายองอาจ ประภาคมล รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสาย Commercial ผู้บริหารระดับล่าง โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบโดยการดำเนินงาน และควบคุมดูแลการทำงานของพนักงานปฏิบัติการ คอยติดตามความคืบหน้าในงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารระดับกลางและสูงสั่งการมา เลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 คน ดังนี้

- นายเรณูฤทธิ์ เสรีจำเริญโรจน์ ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายวิศวกรรมออกอากาศ

นอกจากนี้ ยังมีการสัมภาษณ์บุคคลภายนอกองค์กร ที่เป็นสมาชิกผู้ชม True Visions 5 ท่าน

2. กลุ่มสมาชิกทิวทัศน์ ที่มีอาชีพต่างกันไป และมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกทิวทัศน์มาแล้ว 2 ปีขึ้นไป อีกทั้งต้องเคยมีประสบการณ์การใช้บริการเคเบิลท้องถิ่นมาแล้วด้วย เลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน ดังนี้

- น.ส. ภรณ์ทิลา สุตรุ่ง พนักงานบริษัทเอกชน (เป็นสมาชิกทิวทัศน์สมา 3 ปี)

- น.ส. พัดชา จีราสกุลธนิช เจ้าของธุรกิจส่วนตัว (เป็นสมาชิกทิวทัศน์สมา 6 ปี)

- น.ส. ชลิตา เจนรดา พนักงานบริษัทเอกชน (เป็นสมาชิกทิวทัศน์สมา 2 ปี)

- นายณพพร ทศบุตร ครูโรงเรียนเอกชน (เป็นสมาชิกทิวทัศน์สมา 4 ปี)

- น.ส. ทิพนันท์ งามสะอาด รับราชการ (เป็นสมาชิกทิวทัศน์สมา 3 ปี)

รวมทั้งสิ้น 11 คน โดยดำเนินการสัมภาษณ์ในช่วงวันที่ 8 มกราคม – 8 พฤษภาคม

พ.ศ. 2553

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้แก่ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรายงานประจำปี รายงานสรุปการประชุมคณะผู้บริหาร เอกสารพระราชบัญญัติ การประกอบการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสนับสนุนผลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้การเก็บข้อมูลในการศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผู้ศึกษาได้มีการกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ด้วยการสนทนาแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) เพื่อให้ผู้ที่ได้รับการสัมภาษณ์มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้ได้คำตอบที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารด้านการตลาดของบริษัท ทูริวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) โดยมีแนวทางในการตั้งคำถามดังต่อไปนี้

แนวคำถามสำหรับผู้บริหาร

1. ท่านคิดว่าสภาพการแข่งขันของธุรกิจแบบบอกรับเป็นสมาชิกในปัจจุบันเป็นอย่างไร และทูริวิชั่นส์มีกลยุทธ์หรือยุทธวิธีอย่างไรในการรับมือกับการแข่งขันนั้น
2. แนวทางการบริหารจัดการของทูริวิชั่นส์เป็นอย่างไร มีนโยบาย แผนการทำงานไปในทิศทางใด ตั้งเป้าหมายแห่งความสำเร็จไว้อย่างไรบ้าง
3. จาก พ.ร.บ. กิจการวิทยุและโทรทัศน์ 2551 ที่ประกาศใช้ มีผลดี ผลเสียอย่างไร และส่งผลอย่างไรต่อธุรกิจของท่าน
4. ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ท่านวาง Product Price Place Promotion อย่างไร
5. ท่านคิดว่าปัจจัยภายในและภายนอกใด ที่มีผลต่อธุรกิจทูริวิชั่นส์มากที่สุด
6. ทูริวิชั่นส์มีจุดแข็ง จุดอ่อนอย่างไร และมีข้อแตกต่างจากเคเบิลทีวีท้องถิ่นอย่างไรบ้าง
7. ข้อแตกต่างใด ของทูริวิชั่นส์และเคเบิลท้องถิ่น ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าสมาชิก
8. การที่เคเบิลท้องถิ่นเตรียมปรับปรุงระบบการออกอากาศ เพื่อให้ทัดเทียมกับ ทูริวิชั่นส์นั้น ท่านคิดว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด และมีผลกระทบต่อทูริวิชั่นส์หรือไม่ อย่างไร

แนวคำถามบุคคลภายนอกองค์กร (สมาชิก True Visions)

1. ท่านเป็นสมาชิกที่ติดตามรับชม True Visions มานานเท่าใด
2. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการรับชม True Visions เพราะเหตุใด

3. ท่านคิดว่า ทิวดาวเทียม True Visions มีข้อดีและข้อเสียอย่างไรบ้าง ? และเมื่อเปรียบเทียบกับเคเบิลทีวีแล้ว มีข้อดีหรือข้อแตกต่างกันอย่างไร

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ True Visions ในประเด็นต่อไปนี้

- ศักยภาพในด้านเทคโนโลยี หรือสัญญาณการรับชม คุณภาพความคมชัด ฯลฯ ของการรับชมแตกต่างจากโทรทัศน์แบบเคเบิลท้องถิ่นอย่างไร

- ศักยภาพในการบริการ ในเรื่องการเข้าถึงผู้ชม, การจูงใจ, เนื้อหาหรือ Content ที่นำเสนอ, ราคา ฯลฯ เป็นอย่างไรและ เป็นที่น่าพึงพอใจแล้วหรือไม่

การวิเคราะห์และสรุปผล

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปผลข้อมูลในการศึกษาเรื่อง “การบริหารธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เพื่อการแข่งขันกับเคเบิลท้องถิ่น ของบริษัททรูวิชั่นส์” ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้รูปแบบของการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการอาศัยแนวคิด ทฤษฎีในบทที่ 2 เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร ส่วนประสมทางการตลาด โครงสร้างการบริหารจัดการ การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ภายนอก เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาด้วยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การบริหาร ด้านการตลาดและเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ของบริษัท ทรูวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน)

2. การบริหารจัดการ รวมถึงปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการบริหารจัดการของบริษัท ทรูวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน)

3. ความคิดเห็นของผู้ชมโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมของบริษัท ทรูวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) ต่อศักยภาพด้านเทคโนโลยีและการให้บริการ