



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการในปี 2535" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถอธิบายกลยุทธ์ในการส่งเสริมรายการโทรทัศน์ตลอดจนทราบถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ดังกล่าว ซึ่งมีวิธีการในการดำเนินการวิจัยดังนี้

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษากลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์มี

3 ประเภท ด้วยกันคือ

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่

- หนังสือพิมพ์รายวัน และสิ่งพิมพ์บันเทิงต่างๆ ที่มีการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ หรือให้การสนับสนุนรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ แนวหน้า ข่าวสด ภาพยนตร์บันเทิง ดาราภาพยนตร์ และทีวีพูล
- หนังสือแจกฟรีของสถานีโทรทัศน์ (Pamphlet) ซึ่งเป็นหนังสือเล่มเล็กๆ ที่สถานีโทรทัศน์จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ทุกประเภทของสถานี ได้แก่ นิตยสารรายการโทรทัศน์ช่อง 7 สี และ ททบ. 5 ทีวีบันเทิง
- ผังรายการประจำเดือนของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ
- ผังการออกอากาศประจำวันของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ

2. แหล่งข้อมูลประเภทสปอตโฆษณา ได้แก่

- สปอตโปรโมทรายการโทรทัศน์ที่สถานีโทรทัศน์ หรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จัดทำขึ้น และเผยแพร่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ล่วงหน้าก่อนที่จะมีรายการจริง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารให้ผู้ชมได้ทราบ และเพื่อโน้มน้าวผู้ชมให้เกิดความสนใจและติดตามชมรายการนั้นๆ

### 3. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

#### 3.1 กลุ่มเจ้าหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์

- ก. สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายหรือฝ่ายโฆษณาของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9 ได้แก่
- คุณอิทธิ คิริเลิศ เจ้าหน้าที่แผนกการตลาด ฝ่ายโฆษณา สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
  - คุณมารีสา อิบรานันท์ เจ้าหน้าที่จัดคิวโฆษณา สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
  - เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
  - คุณสมจิตร ชินสมบูรณ์ หัวหน้าส่วนสัญญา ฝ่ายการตลาด สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
- ข. สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9 ได้แก่
- คุณบริสุทธิ์ บุรณะสัมฤทธิ์ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ คุณอารยา ศุพุทธมงคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ คุณพงษ์ศิริ อินทรชัย เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตรายการ และ คุณนิติมา เกียรติวาทีรัตน์  
บรรณาธิการข่าว รายการแวดวงบันเทิง สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.
  - คุณทวินนท์ คงคราญ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ คุณดลฤทัย ชาญนกรบ เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
  - เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการ  
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
  - คุณมณฑิพย์ ส่งประยูรวงษ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ คุณกัลยาณี กรรณสมบัติ เจ้าหน้าที่แผนกวางแผน สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

### 3.2 กลุ่มบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถดำเนินการเก็บข้อมูลได้ทั้งหมดจึงได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาถึงความเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามหลักเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้กล่าวคือ เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการที่มีผลงานเป็นรายการโทรทัศน์ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย และมีคุณสมบัติตามเงื่อนไขใดเงื่อนไขหนึ่ง ดังนี้

1. เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการที่ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ ให้กับสถานีโทรทัศน์มากกว่าหนึ่งสถานีขึ้นไป หรือ
2. เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการที่ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ ทั้งในลักษณะที่เป็นเจ้าของรายการเองและรับจ้างผลิตรายการให้กับสถานี หรือ
3. เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการที่ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ หลากหลายรูปแบบ เช่น รายการเพลง ละคร เกมโชว์ ทอล์คโชว์ เป็นต้น หรือ
4. เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการที่ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปี ขึ้นไป

สำหรับบริษัทผู้ผลิตรายการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 9 บริษัท ได้แก่

1. บริษัท กันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด
2. บริษัท เอ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
3. บริษัท เจเอสแอล จำกัด
4. บริษัท แปซิฟิก อินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด
5. บริษัท รัชฟิล์ม จำกัด
6. บริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอทเต็ด จำกัด
7. บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
8. บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด

### 3.3 กลุ่มสื่อมวลชน

สัมภาษณ์หัวหน้าข่าวบันเทิงของหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารบันเทิง  
ได้แก่

- คุณฉัตรชัย วรติลก ผู้ควบคุมหน้าบันเทิงที่  
หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ
- คุณเกษม โอสธานุเคราะห์ ฝ่ายข่าวบันเทิง  
หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์
- คุณป๋วย ปะการัง บรรณาธิการข่าวบันเทิง  
หนังสือพิมพ์ แนวหน้า
- คุณวุฒิชชาติ ชุ่มสนิท บรรณาธิการข่าวบันเทิง  
หนังสือพิมพ์ ข่าวสด
- คุณกมลพันธ์ สันติธาดา หัวหน้ากองบรรณาธิการ  
นิตยสารภาพยนตร์บันเทิง
- คุณแอ๊ด ตลาดพลู ผู้สื่อข่าว  
นิตยสารดาราภาพยนตร์
- คุณธันว์ บำรุงสุข ผู้สื่อข่าว  
นิตยสารทีวีพลู

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล จะดำเนินการตามประเภทของข้อมูลดังนี้

##### 1. ข้อมูลประเภทเอกสาร

- หนังสือพิมพ์รายวันและสิ่งพิมพ์บันเทิงที่ให้การสนับสนุนรายการ  
โทรทัศน์ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมหนังสือพิมพ์รายวันจำนวน  
4 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ แนวหน้า และข่าวสด และเก็บ  
รวบรวมสิ่งพิมพ์บันเทิงที่ให้การสนับสนุนรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะ  
ได้แก่ นิตยสารภาพยนตร์บันเทิง ดาราภาพยนตร์ และทีวีพลู โดย  
จะทำการเก็บรวบรวมหนังสือพิมพ์และนิตยสารดังกล่าว เป็นระยะ

เวลา 1 เดือน คือ ตั้งแต่วันที่ 16 ตุลาคม ถึง 15 พฤศจิกายน 2536 การที่ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลในช่วงนี้ เนื่องจากในช่วงปลายปี จะเป็นช่วงที่วงการโทรทัศน์มีความเคลื่อนไหวค่อนข้างมากไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการปรับผังรายการใหม่ การปรับอัตราค่าโฆษณา ฯลฯ ดังนั้นข่าวสารเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์ในช่วงเวลาดังกล่าว จึงค่อนข้างหนาแน่นและน่าสนใจ

- หนังสือแจกฟรีของสถานีโทรทัศน์ ผังรายการประจำเดือน และผังการออกอากาศประจำวันของสถานีโทรทัศน์ รวบรวมโดยการขอรับจากทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ

## 2. ข้อมูลประเภทสปอตโฆษณาโทรทัศน์

ทำการบันทึกเทปสปอตโปรโมทรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 4 สถานี เป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ การที่ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างสปอตโปรโมทรายการโดยใช้ระยะเวลาเพียง 1 สัปดาห์นั้น เนื่องจากสปอตโปรโมทรายการในแต่ละสัปดาห์จะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ แจ้งให้ผู้ชมทราบว่ามีการออกอากาศวันเวลาใดบ้าง ส่วนรายละเอียดอื่นๆ อาทิ ชื่อตอน ผู้ร่วมรายการ ฯลฯ อาจแตกต่างกันไปในแต่ละสัปดาห์ แต่ก็ เป็นเพียงรายละเอียดปลีกย่อยเท่านั้น

## 3. ข้อมูลประเภทบุคคล

ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) เพื่อให้ได้คำตอบเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินงานส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ และผู้ผลิตรายการ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ดังกล่าว โดยผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลเพื่อทำการบันทึกเทปตลอดการสัมภาษณ์เก็บเอาไว้ด้วย และนำมาทำการถอดเทปในภายหลัง ซึ่งจะช่วยให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนเกือบทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลบางท่านมีภารกิจที่ต้องรับผิดชอบค่อนข้างมากและมักจะมึ่งานที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติโดยเร่งด่วนเสมอๆ จึงทำให้ต้องเลื่อนเวลานัดหมายในการให้สัมภาษณ์อยู่เนืองๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้แก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ทันทีที่โทรไปพบผู้ให้ข้อมูล และขณะนั้นผู้ให้ข้อมูลมีเวลาว่างพอที่จะให้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ได้

นอกจากนี้ ในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ก็มีอุปสรรคอยู่บ้างโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับ "การจ่ายเงินใต้โต๊ะ" หรือ "การให้ของขวัญ" แก่นักข่าว ซึ่งในตอนแรกๆ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่กล้าเปิดเผยข้อเท็จจริงให้ผู้วิจัยทราบ เนื่องจากเกรงว่าจะมีผลกระทบต่อตนเอง ผู้วิจัยจึงต้องพยายามอธิบายเหตุผลในการศึกษาให้ฟังและให้สัญญาว่าจะไม่ระบุชื่อหรือสิ่งกีดขวางของผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลจึงยินยอมเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว และให้ความร่วมมือแก่ผู้วิจัยอย่างดียิ่งด้วย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการในปี 2535" ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. วิเคราะห์ถึงลักษณะการบริหารรายการของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 4 สถานีโดยมุ่งประเด็นเรื่องการเป็นเจ้าของรายการ การศึกษาในส่วนนี้จะวิเคราะห์ถึงลักษณะรูปแบบการเป็นเจ้าของเวลาโฆษณาในรายการของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีว่ามีลักษณะเป็นอย่างไรบ้าง และความเป็นเจ้าของเวลาในรายการมีผลต่อการดำเนินงานส่งเสริมรายการโทรทัศน์หรือไม่อย่างไร ทั้งนี้โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและฝ่ายส่งเสริมรายการของสถานีโทรทัศน์

2. วิเคราะห์ถึงรูปแบบและวิธีการในการส่งเสริมรายการโทรทัศน์ทั้งของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการว่าดำเนินการในรูปแบบอย่างไร และมีการใช้สื่อมวลชน

ประเภทใดบ้าง เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมรายการโทรทัศน์ พร้อมทั้งเปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของแต่ละสถานีว่าเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากเอกสาร สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ และการสัมภาษณ์บุคคล

3. วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมรายการโทรทัศน์ทั้งของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการ โดยอาศัยข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์บุคคล

#### การนำเสนอข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการในปี 2535" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาความ (Descriptive method) โดยจะนำเสนอข้อมูลในลักษณะดังนี้

- นำเสนอข้อมูลด้านการบริหารรายการของสถานีโทรทัศน์ ในประเด็นเรื่องการเป็นเจ้าของเวลาในรายการต่างๆ ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีว่ามีลักษณะอย่างไรบ้าง และสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีมีรูปแบบการบริหารรายการที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์

- นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการว่าดำเนินการในรูปแบบอย่างไร และใช้จุดดึงดูด (Appeal) อะไรในการโน้มน้าวผู้ชมให้ติดตามชมรายการต่างๆ พร้อมทั้งเปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของแต่ละสถานีว่าเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

- นำเสนอถึงปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมรายการโทรทัศน์ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับภาระดำเนินงานส่งเสริมรายการโทรทัศน์ดังกล่าว และเกี่ยวข้องกับอย่างไร