

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัย หรือ การศึกษาในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง เป็นการศึกษาเพื่อให้เกิดความรู้ซึ่งมีวิธีการศึกษาแตกต่างกันออกไป ตามลักษณะของข้อมูล วัตถุประสงค์ และการนำข้อมูลมาใช้ซึ่งการศึกษารายการโทรทัศน์เฉพาะบางรายการที่มีรูปแบบของการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้ชม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยในลักษณะ การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีผู้ให้คำนิยามไว้ว่า" การแสวงหาความรู้โดยการพิจารณาปรากฏการณ์สังคมจากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริงในทุกมิติ เพื่อหาความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์กับสภาพแวดล้อมนั้น สนใจข้อมูลด้านความรู้สึกนึกคิด ความหมาย ค่านิยม หรืออุดมการณ์ของบุคคลนอกเหนือไปจากข้อมูลเชิงปริมาณ และเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย " (ยุติตา อารีกุล, 2534)

สำหรับการศึกษาลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้บริโภครายการโทรทัศน์ของมีเดีย ออฟ มีเดียส์ ซึ่งใช้การวิจัยเชิงคุณภาพมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูลและการเก็บข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ซึ่งทางบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการเสนอขายรายการต่อทางสถานีและผู้สนับสนุนรายการ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการขอความอนุเคราะห์จากทางบริษัท ซึ่งได้รับความร่วมมืออันดีในการคัดเลือกเอกสารจากทางบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ข้อมูลประเภทเอกสารนั้น ได้แก่

1.1 รายชื่อรายการทั้งหมดของ บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ในปีพ.ศ. 2538

1.2 โครงเสนอรายการบ้านเลขที่ 5 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมถึง 2 ครั้งต้นปีพ.ศ. 2538 1 ฉบับ และกลางปีพ.ศ. 2538 อีก 1 ฉบับ เพื่อให้ได้ ข้อมูลที่ทันสมัย

1.3 โครงเสนอรายการ คัดดี แคท ผู้วิจัยเก็บรวบรวมถึง 2 ครั้งเช่นเดียวกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยที่สุด

1.4 โครงเสนอและรายละเอียด มีเดีย คัดกลับ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแล มีเดีย คัด กลับคือคุณอุณาภา เงามุชา และเก็บรวบรวมตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2538 และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

1.5 เอกสารโครงสร้างบริษัท เป็นเอกสารที่ทางบริษัทจัดทำขึ้นเพื่อประกอบการเสนอขายรายการหรือสินค้า และบริการให้ความดูแล ซึ่งเป็นข้อมูลภาษาอังกฤษ เนื่องจากเพื่อใช้เสนอแก่ตลาดต่างประเทศ ผู้วิจัยซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทฯ จึงได้รับเอกสารชุดนี้ด้วยเช่นกัน

1.6 หนังสือชี้ชวนเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ เป็นเอกสารที่ทางบริษัทฯ จัดทำขึ้นเพื่อเสนอขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ เมื่อปีพ.ศ. 2538 และผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากทางเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ

2. แหล่งข้อมูลประเภทเทปรายการโทรทัศน์ ผู้วิจัยทำการบันทึกและรวบรวมด้วยตนเองทั้งรายการบ้านเลขที่ 5 และคัตดี แคท เพื่อสามารถตรวจสอบความเที่ยงตรงได้ เนื่องจากหากขอให้เจ้าหน้าที่รายการคัดเลือกและบันทึกให้ อาจเกิดความผิดพลาดขาดรายละเอียดบางส่วนไป ผู้วิจัยจึงเริ่มบันทึกตั้งแต่ เดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2538 ทั้งรายการบ้านเลขที่ 5 และคัตดี แคท รวมทั้งสิ้น 20 เทปและใช้ศึกษาลักษณะรายการและประกอบการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้บริโภค

3. แหล่งข้อมูลประเภทภาพถ่าย ซึ่งผู้วิจัยถ่ายบันทึกไว้ด้วยตนเองบางส่วน และขอความอนุเคราะห์จากฝ่ายประชาสัมพันธ์ (บันเทิง) ของบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) เป็นส่วนใหญ่ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดี ภาพถ่ายเหล่านี้เป็นภาพจากการบันทึกเทปรายการบ้านเลขที่ 5 รายการคัตดี แคท กิจกรรมพิเศษในโอกาสต่าง ๆ ภาพพิธีกรวิทยากรประจำรายการ ภาพฉากในรายการ ภาพของที่ระลึกที่สมาชิก

ชมรมจะได้รับ

4. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล เป็นแหล่งข้อมูลหลัก (KEY INFORMANCE) ทั้งหมด 18 ท่าน โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังของบุคคล ลักษณะการมีส่วนร่วม ลักษณะผู้บริโภครายการ และการมีส่วนร่วม และกลไกการวางแผนต่าง ๆ เป็นต้น จากนั้นทำการบันทึกรวบรวมไว้ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ถึงรายละเอียดของการดำเนินงานต่าง ๆ และให้ทราบถึงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภครายการโทรทัศน์

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล มีดังนี้

4.1 คุณคารณี พันตานี โปรดิวเซอร์รายการบ้านเลขที่ 5 และกิดดี แคนท์เป็นผู้พิจารณาและควบคุมรูปแบบและเนื้อหาของรายการตั้งแต่ เริ่มแรกการนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์เป็นไปด้วยความลำบากพอสมควร เนื่องจากคุณคารณีมีภาระหน้าที่ล้นมือ อีกทั้งยังต้องควบคุมกองถ่ายทำรายการบ้านเลขที่ 5 ช่วง “เพื่อนร่วมทาง” เดินทางไปถ่ายทำในต่างประเทศอยู่เป็นประจำ ดังนั้นจึงมีการเลื่อนนัดกัน เมื่อคุณคารณีติดภารกิจ จนกระทั่งเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2538 ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์คุณคารณี ที่แผนกรายการบ้านเลขที่ 5 และสัมภาษณ์เพิ่มเติมเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2538 ซึ่งคุณคารณีให้ความร่วมมือด้วยดีทั้งในระหว่างการนัดหมายและการสัมภาษณ์ และให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างมาก

4.2 นายสินชัย ศรีเพชร ผู้ดำเนินการทัวร์บ้านเลขที่ 5 ตั้งแต่ปีแรกจนถึงปัจจุบัน คุณสินชัยทำหน้าที่ดำเนินการจัดทัวร์และร่วมเดินทาง กับสมาชิกทัวร์แทบทุกครั้ง เนื่องจากผู้วิจัยเคยร่วมเดินทางกับทัวร์บ้านเลขที่ 5 ภายใต้การนำของคุณสินชัยมาแล้ว 2 ครั้ง อีกทั้งยังเคยเกริ่นถึงงานวิจัยชิ้นนี้และการขอสัมภาษณ์มาก่อน และคุณสินชัยยินดีให้ความช่วยเหลือ แต่เนื่องจากหน้าที่ของคุณสินชัยต้องเดินทาง กับทัวร์บ้านเลขที่ 5 แทบทุกรายการ ทำให้นัดหมายค่อนข้างลำบาก และในที่สุดผู้วิจัยได้สัมภาษณ์คุณสิน

ชัยในวันที่ 12 ตุลาคม 2538 ที่แผนกทัวร์บ้านเลขที่ 5 และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

4.3 น.ส.ญาดา เงามูทา พนักงานฝ่ายโปรโมชั่นของบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งรับผิดชอบดูแล คำเนินการ และควบคุมกิจกรรมของมีเดีย คิค คลับ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์คุณญาดา เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2538 ที่แผนกโปรโมชัน

4.4 ผู้ร่วมเดินทางกับทัวร์บ้านเลขที่ 5 ซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกสัมภาษณ์เฉพาะ ผู้ที่ติดตามชมรายการบ้านเลขที่ 5 และร่วมเดินทางกับทัวร์บ้านเลขที่ 5 มากกว่า 2 ครั้ง ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์จากพนักงานแผนกทัวร์บ้านเลขที่ 5 ให้คำแนะนำและให้รายชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ผู้ร่วมเดินทางกับผู้วิจัย มีทั้งหมด 5 ท่าน ได้แก่

1. คุณสินีนารถ ปิติเสถียร

มักจะร่วมเดินทางกับทัวร์บ้านเลขที่ 5 พร้อมด้วยลูกชาย การนัดหมายคุณสินีนารถนั้นนัดหมายทางโทรศัพท์ และสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เนื่องจากช่วงเวลาเก็บข้อมูลที่บ้านคุณสินีนารถในหมู่บ้านทิพวัล ประสบปัญหาทุกทกภัย และบันทึกเทปไว้ทุกถ้อยคำ เมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2538 ถึงอย่างไรการสัมภาษณ์ก็ได้ รับข้อมูลครบถ้วนทุกประการ

2. คุณสุขเกล้า บุระฉศิริ

ผู้วิจัยเคยร่วมเดินทางกับคุณสุขเกล้าในทัวร์บ้านเลขที่ 5 เมื่อครั้งไปลาสกัส สหรัฐอเมริกาและทราบว่าคุณสุขเกล้าเป็นผู้ที่ร่วมเดินทางกับทัวร์บ้านเลขที่ 5 หลายครั้ง หลังจากนั้นจึงขอนัดสัมภาษณ์ และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี ในการ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2538

3. คุณบัญชา สุโรจน์วานิชกุล

ผู้วิจัยเคยร่วมเดินทางกับคุณบัญชา 2 ครั้งคือ ปักกิ่ง สาธารณ รัฐประชาชนจีนและลาสกัส สหรัฐอเมริกา และทราบว่าคุณบัญชาเคยได้รับรางวัลผู้ที่ร่วม

เดินทางกับทัวร์บ้านเลขที่ 5 บ่อยที่สุด คือ 7 ครั้ง และทำการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2538 ณ บ้านที่พักของคุณบัญชา บริเวณประชาชน

4. คุณนฤมล สุโรจน์วานิชกุล

เป็นภรรยาของคุณบัญชา แต่จะมีบทบาทสำคัญในการติดตามชมรายการบ้านเลขที่ 5 อย่างสม่ำเสมอ การนำเสนอรายละเอียดของการมีส่วนร่วมเพื่อเป็นข้อมูลแก่คุณบัญชานั้นจึงทำการสัมภาษณ์คุณนฤมลด้วย ในวันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2538 หากแต่เป็นที่โรงงานกระจกของคุณบัญชาและคุณนฤมล

5. คุณฤกษ์ชัย พวงเพชร

ร่วมเดินทางกับทัวร์บ้านเลขที่ 5 หลายครั้ง และจากที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสสนทนาก่อนการสัมภาษณ์พบว่าคุณฤกษ์ชัย มีทัศนคติต่อการมีส่วนร่วม กว้างไกลจึงขอสัมภาษณ์คุณฤกษ์ชัยในวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2538 ที่บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน)

4.5 สมาชิกมีเดีย คิด คลับ และผู้ปกครอง ผู้วิจัยคัดเลือกสัมภาษณ์เฉพาะสมาชิกที่มีการติดต่อสื่อสารและเข้าร่วมกิจกรรมของมีเดีย คิด คลับ เป็นประจำแทบทุกครั้ง ซึ่งการคัดเลือกนี้ทำโดยมีคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่มีเดีย คิด คลับ โดยให้รายชื่อสมาชิกและผู้ปกครองแก่ผู้วิจัย เพื่อติดต่อขอสัมภาษณ์ต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในรายการและมีเดีย คิด คลับ เช่นการสมัครมีเดีย คิด คลับ กิจกรรมที่เข้าร่วม ทัศนคติเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม เป็นต้น

สมาชิกมีเดีย คิด คลับ และผู้ปกครอง มีทั้งหมด 10 ท่าน ได้แก่

1. ด.ญ. สิริไฉดา และคุณสุมาลี ศิริสาคร

เป็นสมาชิกมีเดีย คิด คลับรุ่นที่ 1 คุณแม่พามาสมัครที่รายการคิดดี แคม และเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของทางบริษัทฯ เสมอมา ผู้วิจัยนัดสัมภาษณ์

กับทางคุณสุมาลี และสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2538 การสัมภาษณ์เป็นไปอย่างราบรื่นและได้รับข้อมูลอันเป็นประโยชน์ครบถ้วน

2. ค.ญ. บุศมาศ และคุณสร้อยรุส ตามนามธรรม

เป็นสมาชิกมีเดีย คิค คลับ รุ่นที่ 1 เคยเข้าร่วมการแสดงในรายการคิคดี แอทและงานพิเศษต่าง ๆ ของบริษัทฯ อีกทั้งยังมีการติดต่อสื่อสารกับทางบริษัทฯอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยเริ่มทำการสัมภาษณ์กับคุณแม่มาก่อน จากนั้นจึงสัมภาษณ์น้องบุศมาศ ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี สัมภาษณ์เมื่อ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2538

3. ค.ช. ฉัฐพงศ์ และคุณประทุม รongทอง

เป็นสมาชิกมีเดีย คิค คลับ รุ่นที่ 2 เคยเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของมีเดีย คิค คลับ ส่วนใหญ่เป็นการแสดงและการติดตามชมรายการคิคดี แอทสม่ำเสมอ การสัมภาษณ์เริ่มต้นที่คุณแม่เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2538 จากนั้นจึงสัมภาษณ์น้องฉัฐพงศ์ และสัมภาษณ์คุณแม่อีกครั้ง เพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมที่น้องเคยร่วม เนื่องจากน้องฉัฐพงศ์ค่อนข้างพูดน้อย

4. ค.ญ. สุทธาทิพย์ และคุณมัลลิกา กาญจนารณ์กุล

เป็นสมาชิกใหม่ของมีเดีย คิค คลับเคยเข้าร่วมและเฝ้าติดตามชมรายการคิคดี แอทมาโดยตลอด ผู้วิจัยนัดสัมภาษณ์ค่อนข้างยาก เนื่องจากหมายเลขโทรศัพท์ที่ได้มามีปัญหา แต่อย่างไรก็ตามในที่สุดผู้วิจัยได้สัมภาษณ์คุณแม่และน้องสุทธาทิพย์เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2538

5. ค.ญ. ฝนทิพย์ และคุณวลีลักษณ์ เสถียรวิทย์

เป็นสมาชิกของมีเดีย คิค คลับ และติดตามชมรายการคิคดี แอทมาตั้งแต่รายการเริ่มออกอากาศการสัมภาษณ์ไม่มีปัญหาแต่อย่างไรก็ตามจะต้องสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เนื่องจากไม่สะดวกในการเดินทาง ซึ่งเป็นปัญหาเรื่องอุทกภัยในกรุงเทพฯ อย่างไรก็ตามก็ได้รับข้อมูลครบถ้วนตามต้องการ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม

พ.ศ. 2538

4. แหล่งข้อมูลจากการมีส่วนร่วมแบบ PARTICIPANT AS OBSERVER คือเข้าไปร่วมในฐานะผู้สังเกตการณ์ ผู้วิจัยร่วมเดินทางกับทัวร์บ้านเลขที่ 5 สองครั้ง คือ ทัวร์สามก๊ก (กรุงเทพฯ-ปักกิ่ง) ระหว่างวันที่ 3 - 10 กันยายน พ.ศ. 2537 ในการเดินทางครั้งนั้นผู้บริโภครายว่าผู้วิจัยเดินทางในฐานะพนักงานบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) เพื่อถ่ายทำสารคดีรายการลุ้นข้ามโลก ซึ่งผู้วิจัยได้มีโอกาสทำความรู้จักกับผู้ร่วมเดินทางหลายท่าน และได้สนทนา สังเกตพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภค และจดบันทึกไว้อย่างละเอียด เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ต่อมา

การร่วมเดินทางกับทัวร์บ้านเลขที่ 5 ครั้งที่ 2 คือ ทัวร์อิตาลี สหรัฐอเมริกา ระหว่างวันที่ 14 - 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2538 ซึ่งในครั้งนี้นักการท่องเที่ยวโดยคุณยุวดี บุญครอง กรรมการผู้จัดการบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ผู้บริโภครายว่าผู้วิจัยเดินทางในฐานะพนักงานรายการลุ้นข้ามโลกเช่นกัน ซึ่งได้ทำการพูดคุย สังเกตการณ์และจดบันทึกไว้โดยละเอียด ซึ่งการสังเกตการณ์ในครั้งนี้มีประโยชน์แก่ผู้วิจัยมาก เนื่องจากการเดินทางที่ใช้เวลาชวาวนานกว่าครั้งแรก และเป็นการท่องเที่ยวทางเรือสำราญ ผู้บริโภคจึงมีการรวมกลุ่มกันง่ายและมีกิจกรรม มีปฏิสัมพันธ์กันตลอดการเดินทาง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาประเด็นปัญหานี้ จะทำการวิเคราะห์โดยแบ่งเป็น

1. การวิเคราะห์ลักษณะรายการโทรทัศน์ ที่มีผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วม โดยศึกษาตั้งแต่วัตถุประสงค์ แนวคิด รูปแบบการนำเสนอ การผลิตโดยแยกแยะออกเป็นแต่ละรายการ โดยเน้นการวิเคราะห์ตามหลักการตลาดเพื่อความสัมพันธ์ และวิธีในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยการเปิดช่องทาง ให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมใน

รายการ และการประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้ผลิตรายการเพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์

2. การวิเคราะห์ลักษณะการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้บริโภครายการโทรทัศน์ โดยวิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม ลักษณะผู้บริโภคที่เข้ามามีส่วนร่วม พฤติกรรมการมีส่วนร่วม โดยจะใช้ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องตลาด "THE AUDIENCE AS MARKET" แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค (CONSUMER INVOLVEMENT) และแนวคิดเรื่องแฟน (FANS) มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้บริโภครายการโทรทัศน์ของบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2538 ตามแนวทางของหลักการตลาดเพื่อความสัมพันธ์

การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะเสนอในลักษณะพรรณนาความ (DESCRIPTIVE PRESENTATION) โดยเรียงลำดับข้อมูลดังนี้

1. พิจารณาลักษณะรายการโทรทัศน์ที่เอื้ออำนวยให้เกิดการมีส่วนร่วม อันได้แก่รายการบ้านเลขที่ 5 และรายการคิดดี แกด โดยพิจารณาตั้งแต่แนวคิดหลัก ประเภทรายการ วันเวลาออกอากาศ พิธีกร วิทยากร ฉาก ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม ช่องทางการมีส่วนร่วม ลักษณะการมีส่วนร่วมและการประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ข้อมูลเหล่านี้จะปรากฏอยู่ในบทที่ 4

2. พิจารณาและวิเคราะห์ ถึงลักษณะผู้บริโภคที่มีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์ของบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2538 โดยวิเคราะห์ตั้งแต่ปัจจัยทางด้านผู้บริโภค ที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะปรากฏอยู่ในบทที่ 5

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยไม่พบกับปัญหาใด ๆ เนื่องจากผู้วิจัยเองเป็นพนักงานฝ่ายสร้างสรรค์รายการ ของบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด(มหาชน) ทำให้สามารถรวบรวมข้อมูลได้ง่าย จะมีปัญหาที่เพียงการนัดหมายแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลไม่ว่าจะเป็นโปรดิวเซอร์รายการหรือผู้ร่วมเดินทางกับทัวร์บ้านเลขที่ 5 เนื่องจากมีปัญหาในการจัดวันเวลาในการสัมภาษณ์ให้เหมาะสมแต่ถึงอย่างไรก็ตามผู้วิจัยก็สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเที่ยงตรง นอกจากนี้การเก็บข้อมูลโดยการมีส่วนร่วมในฐานะผู้สังเกตการณ์กับทัวร์บ้านเลขที่ 5 นั้นผู้วิจัยสามารถทำได้สะดวกและได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยอย่างมากเช่นเดียวกัน ซึ่งข้อมูลทั้งหมดนั้นผู้วิจัยนำมาใช้ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้บริโภครายการโทรทัศน์ของบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2538 ต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย