



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "วัฒนธรรมองค์การสื่อสิ่งพิมพ์กับขีดความสามารถในการขยายธุรกิจข้ามสื่อของบริษัทเนชั่น พับลิชชิ่งกรุ๊ป จำกัด(มหาชน)" เป็นการทำงานภาคสนาม (field study) โดยใช้เทคนิควิธีการ "สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม" (participant observation) เป็นหลัก ประกอบไปด้วยการสังเกต การเงี่ยหูฟัง (eavesdropping) สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และการจดบันทึก

นอกจากนี้ใช้วิธีการ "สัมภาษณ์แบบเจาะลึก" (depth interview) "แบบสอบถาม" รวมทั้ง "รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่มีอยู่แล้ว" (existing data)

แหล่งข้อมูลในการวิจัย

1. แหล่งข้อมูลภายในองค์การ

ประกอบไปด้วยกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลจากเอกสาร

1.1 กลุ่มตัวอย่างภายในองค์การ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1.1 กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการ "สัมภาษณ์แบบเจาะลึก" สำหรับบุคคลที่มีตำแหน่งระดับบริหารรวมทั้งผู้บริหารงานของบริษัทในเครือที่รับผิดชอบด้านสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ได้แก่

1.1.1.1 นายชนาธิษ ชีร์พัฒนางค์ ประธานกรรมการ

1.1.1.2 นายสุทธิชัย หยุ่น บรรณาธิการอำนวยการ

1.1.1.3 นายสุธี พูนศรีรัตน์ กรรมการผู้จัดการ

1.1.1.4 นายพนา จันทรวโรจน์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์
เดอะเนชั่น

1.1.1.5 นายอดิศักดิ์ ลิ้มปรุ่งพัฒนกิจ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์
กรุงเทพธุรกิจ

1.1.1.6 นายโสภณ องค์การณ์ กรรมการผู้จัดการ
บริษัทเอ็นพีจี เทเลวิชั่น จำกัด

1.1.1.7 นายสุภาพ คลีชจาธ กรรมการผู้จัดการ
บริษัทเอ็นพีจี บรอดแคสต์ติ้ง เน็ทเวอร์ค จำกัด

1.1.1.8 นายเทพชัย หย่อง ผู้อำนวยการข่าวไอทีวี

1.1.2 กลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มโดยกำหนดโควต้า ใช้เครื่องมือในการ
เก็บรวบรวมข้อมูลด้วย "แบบสอบถาม" สำหรับบุคลากรฝ่ายต่างๆ ของบริษัทเนชั่น พับลิชซิ่งกรุ๊ป
จำกัด(มหาชน) และบุคลากรของบริษัทในเครือ 2 บริษัท ได้แก่ บริษัทเอ็นพีจี เทเลวิชั่น จำกัด
และบริษัทเอ็นพีจี บรอดแคสต์ติ้ง เน็ทเวอร์ค จำกัด โดยพิจารณาจากจำนวนบุคลากรของแผนก
บุคคล บันทึก ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2538

จำนวนบุคลากรทั้งสิ้น 1470 คน กำหนดโควต้าของกลุ่มตัวอย่างเป็น
จำนวน 150 ตัวอย่าง โดยแบ่งบุคลากรเป็นสองส่วน ดังนี้

<u>ส่วนสำนักงาน</u>	<u>จำนวนพนักงาน</u>	<u>จำนวนตัวอย่าง</u>
- ฝ่ายการเงินการจัดการ	254	15
- ฝ่ายโฆษณา	212	15
- ฝ่ายจัดจำหน่าย	277	15
- corporate pr	<u>18</u>	<u>5</u>
	<u>761</u>	<u>50</u>
<u>ส่วนผลิตสื่อ</u>		
- กองบรรณาธิการเนชั่น	284	35
- กองบรรณาธิการกรุงเทพธุรกิจ	310	40
- บริษัทเอ็นพีจี เทเลวิชั่น จำกัด	46	10
- บริษัทเอ็นพีจี บรอดแคสต์ติ้ง เน็ทเวอร์ค	<u>69</u>	<u>15</u>
	<u>709</u>	<u>100</u>

เหตุที่แบ่งโควตาให้ส่วนสำนักงานน้อยกว่าส่วนผลิตสื่อถึงครึ่งหนึ่งนั้นเป็นเพราะ การแบ่งสายงานของส่วนสำนักงานไม่สลับซับซ้อน มีลักษณะคล้ายกับองค์การด้านอื่นๆ ดังนั้นจำนวนตัวอย่าง 50 คน จึงน่าจะเป็นตัวแทนที่ดีในการให้ข้อมูลตามที่ต้องการได้ ขณะที่ส่วนผลิตสื่อแบ่งเป็นกองบรรณาธิการ และบริษัทย่อยถึง 4 แห่ง แต่ละฝ่ายมีความสลับซับซ้อนในตัวเอง และในกระบวนการทำงาน อาทิ ฝ่ายข่าว ฝ่ายผลิต ช่างภาพ ฯลฯ จำเป็นต้องใช้ตัวอย่างมากกว่าส่วนสำนักงาน ในจำนวนที่คาดว่าจะจะเป็นตัวแทนที่เหมาะสมตามแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

นอกจากนี้จะใช้วิธีสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นวิธีเพื่อให้ได้ข้อมูลส่วนอื่นๆ ได้แก่ ธรรมเนียมปฏิบัติ บรรณาธิการทำงาน สภาพแวดล้อม มรดกทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย การชกถามแบบไม่เป็นทางการไม่อาจจะบดบังตัวอย่างได้แน่ชัด จึงต้องใช้ตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งอาจเป็นตัวอย่างที่เข้าหรือไม่เข้ากับกลุ่มตัวอย่างแบบโควตาก็ได้รวมทั้งไม่อาจจะระบุเป็นจำนวนที่แน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้วิจัยว่าข้อมูลได้เพียงพอหรือไม่

ส่วนเทคนิคการเงี่ยหูฟัง คือการได้ข้อมูลจากคำสนทนาของผู้อื่นและจดบันทึกไว้ โดยไม่ต้องชกถาม

1.2 ข้อมูลเอกสารภายในขององค์การ (existing data) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องหรืออ้างอิง "วัฒนธรรมเนชั่น" ทั้งหมดเท่าที่สามารถหาได้ที่เป็นเอกสารจากการผลิตภายในขององค์การเนชั่น

2. แหล่งข้อมูลภายนอกขององค์การ

ประกอบไปด้วยกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและข้อมูลเอกสาร

2.1 กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้วิธี "การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก"

สำหรับตำแหน่งผู้บริหารองค์การสื่ออื่นๆ จำนวน 1 คน ได้แก่

- นายไพศาล ศรีจรัสจรรยา กรรมการผู้จัดการบริษัทสยามโพสต์ จำกัด

โดยจะทำการสัมภาษณ์หลังจากเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบและประกันความเชื่อถือได้ของงานวิจัย

2.2 ข้อมูลเอกสารภายนอกองค์กร เป็นการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องหรืออ้างอิง "วัฒนธรรมเนชั่น" ทั้งหมดเท่าที่สามารถหาได้ที่เป็นเอกสารจากการผลิตขององค์กรอื่น หรือจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีได้เป็นขององค์กรเนชั่น

วิธีการเก็บข้อมูล

ข้อมูลทั้งหมด ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมด้วยตนเอง แบ่งเป็น

1. ข้อมูลส่วนที่เป็นบุคคล

1.1 บุคคลภายในองค์กร เก็บข้อมูลภายใน บริษัท เนชั่นพับลิชชิ่งกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทเอ็นพีจี เทเลวิชั่น จำกัด และบริษัทเอ็นพีจีโปรดักส์ดีง เน็ทเวอร์ค จำกัด

1.2 บุคคลภายนอกองค์กร เก็บข้อมูลที่บริษัทสยามโพสต์ จำกัด

2. ข้อมูลส่วนที่เป็นเอกสาร

2.1 เอกสารภายในองค์กร เก็บข้อมูลจาก "ศูนย์ข้อมูลเนชั่น" ซึ่งแยกออกเป็นบริษัทในเครืออีกบริษัทหนึ่ง ชื่อบริษัทเอ็นพีจี อินฟอร์เมชันเทคโนโลยี จำกัด แต่การวิจัยครั้งนี้ใช้เฉพาะข้อมูลเอกสารของบริษัทนี้เท่านั้น มิได้มุ่งศึกษาศูนย์ข้อมูลเนชั่นของบริษัทอื่นแต่อย่างใด เพราะไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคำถามในการวิจัย

2.2 เอกสารภายนอกองค์กร เก็บข้อมูลจากห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ หอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และศูนย์ข้อมูลเนชั่น

ระยะเวลาในการวิจัย

การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์บุคคลภายในองค์กร และแบบสอบถามสำหรับบุคลากรจะใช้เวลาช่วงเดือนพฤศจิกายน-เดือนธันวาคม พ.ศ. 2538 ส่วนการเก็บด้วยการสัมภาษณ์บุคคลภายนอกองค์กรจะใช้เวลาช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2539

การเก็บข้อมูลเอกสาร จะไม่จำกัดช่วงเวลาของเอกสารนั้นอาจกล่าวได้ว่าเก็บข้อมูลเอกสารตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท จนถึงสิ้นเดือนธันวาคม พ.ศ. 2538

ส่วนการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมถือเอาช่วงเวลาที่มีผู้วิจัยได้เข้าทำงานเป็นพนักงานขององค์การเนชั่น ตั้งแต่วันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ.2535 จนถึงปัจจุบัน การประเมินผลข้อมูลใช้เวลา 2 เดือน หลังจากการเก็บข้อมูลครบถ้วนประมาณช่วงเดือนมกราคม-เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2539

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยออกแบบสัมภาษณ์เจาะลึกด้วยคำถามที่เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการวัดโดยปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ ในการพิจารณาว่าคำถามเหล่านั้นทำให้ได้ข้อมูลอย่างที่ต้องการได้หรือไม่ เช่นเดียวกับแบบสอบถามนอกจากปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ยังพยายามตั้งคำถามตรงกันข้ามเพื่อตรวจสอบผู้ให้ข้อมูลว่าให้ข้อมูลที่เป็นจริงหรือไม่ส่วนตัวผู้วิจัย ในฐานะเครื่องมือด้วยนั้น อาจประกันความน่าเชื่อถือด้วยการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลหลายทางสำหรับข้อมูลเรื่องเดียวกัน สุกางค์ จันทวานิช เรียกวิธีการนี้ว่าเป็น "วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล" (methodological triangulation) จากหนังสือเรื่อง "วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ" (2537, หน้า 130)

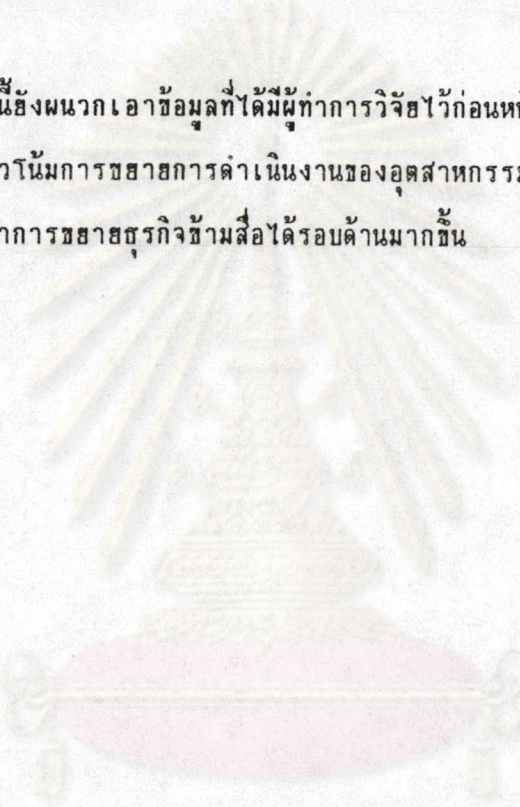
การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งได้เป็น 4 แนวทาง คือ

1. ข้อมูลเชิงวัฒนธรรมองค์การ กำหนดหัวข้อวิเคราะห์ใน 5 ประเด็น ดังนี้
 - 1.1 วิเคราะห์แหล่งทุน การใช้ทุนในการดำเนินงาน
 - 1.2 วิเคราะห์บทบาทการสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรม การให้รางวัล-การลงโทษ การแก้ปัญหา
 - 1.3 วิเคราะห์กระบวนการคัดเลือกคนเข้ากลุ่มแนวคิดของบุคลากรที่มีต่อองค์การ การเรียนรู้วัฒนธรรมองค์การ
 - 1.4 วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมเสริมสร้างวัฒนธรรม
 - 1.5 วิเคราะห์อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การและวัฒนธรรมย่อย

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการขยายธุรกิจข้ามสื่อ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นเมื่อ พ.ศ. 2534 ผลการดำเนินงาน แนวโน้มของการขยายธุรกิจนี้
3. วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของวัฒนธรรมเนชั่นในฐานะที่เป็นปัจจัยภายในว่าจะเอื้อให้องค์การมีขีดความสามารถขยายธุรกิจข้ามสื่อได้อย่างไร
4. วิเคราะห์วัฒนธรรมเนชั่น หลังจากองค์การเนชั่นได้ขยายธุรกิจข้ามสื่อว่ามีลักษณะการปรับปรนไปอย่างไร

นอกจากนี้ยังผนวกเอาข้อมูลที่ได้มีผู้ทำการวิจัยไว้ก่อนหน้านี้แล้วเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อแนวโน้มการขยายการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสื่อมวลชนมาประกอบเพื่อให้ได้ภาพลักษณะการขยายธุรกิจข้ามสื่อได้รอบด้านมากขึ้น



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย