

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา (Qualitative Case Study Research) ผสมผสานการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของภาพยนตร์สั้นเชิงพาณิชย์กับการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคสื่อออนไลน์ เพื่อพัฒนารอบแนวคิดการออกแบบภาพยนตร์สั้นเชิงพาณิชย์เชิงอารมณ์ในมณฑลไห่หนาน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาการสรุปตามแนวทางของวัตถุประสงค์ของงานวิจัยต่อไป

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ผู้สร้างสรรค์สื่อ/ผู้กำกับ/โปรดิวเซอร์: อย่างน้อย 10 คนจากสตูดิโอและบริษัทโฆษณาในมณฑลไห่หนานที่มีผลงานวิดีโอเชิงพาณิชย์เผยแพร่บน Douyin, WeChat, Bilibili ฯลฯ เชิงพาณิชย์ในมณฑลไห่หนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน
2. ผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ที่บริโภคเนื้อหาภาพยนตร์สั้นเชิงพาณิชย์ในมณฑลไห่หนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลลึกและสอดคล้องกับบริบทของงานวิจัย ผู้สร้างสรรค์สื่อ/ผู้กำกับ/โปรดิวเซอร์: จากสตูดิโอและบริษัทโฆษณาในมณฑลไห่หนานที่มีผลงานวิดีโอเชิงพาณิชย์เผยแพร่บน Douyin, WeChat, Bilibili ฯลฯ เชิงพาณิชย์ในมณฑลไห่หนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน คัดเลือกจากโพสต์ที่วิวสูงสุด” ตามข้อเท็จจริงล่าสุด ให้เปิดบัญชีแต่ละค่าย/สตูดิโอแล้วคัดลำดับยอดนิยมของ Douyin/WeChat/Bilibili ณ วันที่ 8 พฤษภาคม 2568 จากนั้นคัดลิงก์โพสต์ที่แสดงยอดวิว/ไลก์สูงสุดจริง ๆ ในวันนั้น (เนื่องจากอันดับและยอดวิวเปลี่ยนแปลงได้ตลอด) จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

3.1.2.1 กาว อี้จวิน — โปรดิวเซอร์/ผู้บริหารการผลิต, บริษัท Hainan Gaohhe Culture Communication Co., Ltd. บทบาท : “โปรดิวเซอร์รวม” ตามประกาศรับสมัครงานและข้อมูลนิติบุคคลของบริษัท (จดทะเบียนที่เมืองไห่โข่ว) ช่องทางเผยแพร่: ทีมงานของบริษัทนี้ทำสื่อเชิงพาณิชย์และคอนเทนต์สั้นสำหรับแพลตฟอร์ม

(Douyin/WeChat) เป็นหลัก ตามโปรไฟล์บริษัทและประกาศงานสายตัดต่อ/ครีเอทีฟ สำหรับวิดีโอสั้น ที่มา : www.liepin.com

3.1.2.2 หลิว อี้เจิน — ผู้กำกับ/โปรดิวเซอร์ สังกัด: ประธานสมาคมศิลปะการแสดง มณฑลไห่หนาน, ผู้จัดการทั่วไป Hainan Zhongyi Film Co. และ Hainan Mahu Film Co. (ตั้งอยู่ในไห่หนาน) ผลงาน: เคยกำกับ/อำนวยการสร้างภาพยนตร์และไมโครฟิล์ม (นำไปสู่การตัดต่อ/เผยแพร่เวอร์ชันสั้นบนแพลตฟอร์มได้) ที่มา : <https://gjcbys.hainanu.edu.cn/>

3.1.1.3 หวัง เจิ้นหยาง — ผู้ก่อตั้ง/โปรดิวเซอร์ Haikou Chuan Production Entertainment Co., Ltd. (งานโฆษณา/วิดีโอโปรโมตแบรนด์ท้องถิ่น) เอกสารอ้างอิงนิติบุคคล (ชื่อผู้แทน): <https://m.qcc.com/firm/ac527afab73bdd5e7f6f979a1613837e.html> แพลตฟอร์มของการเผยแพร่: Douyin/WeChat Channels ของบริษัท (ใช้สำหรับแนบโพสต์ยอดนิยม) ที่มา : www.qcc.com

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะตรงตามที่กำหนดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือโดยได้สร้างแนวคำถามในแบบสัมภาษณ์แล้วจึงให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิและขอคำแนะนำเพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงแนวคำถามที่ยังไม่ครอบคลุมในประเด็นที่ต้องการรวบรวมทั้งสำนวนภาษาที่ถูกต้อง จนกระทั่งได้แบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามตรงประเด็นชัดเจน เพื่อสื่อความหมายที่ตรงตามความต้องการ จากนั้นจึงนำไปสัมภาษณ์เพื่อให้เกิดความเป็นกลางและความเที่ยงตรงที่สุดและความหลากหลายในความคิด

3.2.1.1 ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแหล่งข้อมูลแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบกับงานวิจัย เพื่อมาสร้างแบบคำถามและการวิเคราะห์ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

3.2.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทบุคคล ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้กำกับภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์และผู้จัดการบริษัทเอเจนซีโฆษณาด้วยกระบวนการสัมภาษณ์เผชิญหน้า บันทึกข้อมูลโดยใช้เครื่องบันทึกและจดบันทึกข้อมูล เพื่อที่สามารถนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลหลังจากที่จบการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง

3.2.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อหาข้อมูลเชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ด้วยกระบวนการสัมภาษณ์ รวมทั้งบันทึกข้อมูลโดยใช้เครื่อง

บันทึกและจดบันทึกข้อมูล เพื่อที่สามารถนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล หลังจากที่จะจบการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง

3.2.1.4 หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำผลการสัมภาษณ์ทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ให้ครบถ้วน วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยผู้ศึกษาจึงได้ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่

3.2.2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interviews) กับผู้กำกับและผลิตภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์ในการถ่ายทอดสื่อให้เข้าถึงผู้รับชมอย่างแท้จริงเพื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้ในการดำเนินการมาปรับใช้กับการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์ในอนาคตโดยมีการจดบันทึกรวมถึงการอัดเสียงเพื่อนำมาสรุปและทำการวิเคราะห์ โดยการสัมภาษณ์ทีละคนและเป็นกลุ่มตามวัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์จะชวนพูดคุยสอบถามถึงข้อมูลเบื้องต้นเพื่อสร้างความคุ้นเคยกับผู้ถูกสัมภาษณ์ให้เกิดความผ่อนคลายและสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

3.2.2.การสัมภาษณ์โดยผู้วิจัยทำการหาบุคคลที่ให้ประโยชน์ต่องานวิจัยโดยการสัมภาษณ์ถึงกลุ่มผู้ใช้สินค้าหรือบริการของภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์นั้นๆโดยการหาข้อมูลจากผู้กำกับภาพยนตร์สั้นจึงได้ยกตัวอย่างทำการแบ่งเป็น 4 ภาพยนตร์สั้น ดังนี้

3.2.1.1 เนื้อหาที่ตลก โดยการนำภาพยนตร์

3.2.1.2 เนื้อหาที่ซึ้งโดนใจ โดยการนำภาพยนตร์โฆษณา

3.2.1.3 เนื้อหาที่ให้ประโยชน์ต่อสังคม

3.2.2.4 เนื้อหาที่ดึงดูดผู้ชมโดยการสร้างฐานใหม่

3.2.3 ประเด็นที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ประเด็นที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) จะใช้คำถามที่อิงตามหลักแนวคิดและทฤษฎีตามวัตถุประสงค์ศึกษาการสร้างสรรค์เนื้อหาภาพยนตร์สั้นเชิงพาณิชย์ในเรื่องอารมณ์บนสื่อออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้รับชม รวมถึงความผูกพันและความภักดีต่อตราสินค้ารวมถึงการแก้ไขปัญหาเพื่อการจัดตั้งธุรกิจให้มีประสิทธิภาพเพื่อผลิตผลงานให้ตรงตามความต้องการของผู้รับชมดังมีดังต่อไปนี้

3.2.3.1 คำถามเบื้องต้น เช่น ชื่อ-นามสกุล อาชีพ ประสบการณ์ในการทำงาน ผลงานรางวัลที่ได้รับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลุ่มเป้าหมาย

3.4.2. คำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยแบ่งตามประเด็น ดังนี้

3.4.2.1 การสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้นเชิงอารมณ์บนสื่อออนไลน์

3.4.2.2 การตลาดเชิงเนื้อหา

3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบคลุม และมีความน่าเชื่อถือ เครื่องมือทุกชิ้นในงานวิจัยครั้งนี้ ได้รับการพัฒนาผ่านขั้นตอนที่มีมาตรฐาน ดังนี้

3.3.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยจัดทำแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม แบบวิเคราะห์เนื้อหา และแบบบันทึกผลการสังเกตตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย นำเครื่องมือทั้งหมดเสนอให้ ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วย

3.3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อดิจิทัลและการสื่อสารการตลาด

3.3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาพยนตร์และการผลิตสื่อเชิงพาณิชย์

3.3.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติและการออกแบบงานวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสม ความครอบคลุม ความชัดเจนของคำถาม และความสอดคล้องกับตัวแปรวิจัย โดยใช้แบบฟอร์มตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC: Item-Objective Congruence Index) ซึ่งเกณฑ์การยอมรับคือค่า $IOC \geq 0.50$

3.3.2 การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Testing)

แบบสอบถามออนไลน์ผ่านการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง (Pilot Group) จำนวน 30 คน ซึ่งมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยสถิติ Cronbach's Alpha ซึ่งสะท้อนความสอดคล้องภายในของคำถามในแต่ละด้าน ผลการทดสอบพบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นรวมมากกว่า 0.80 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงและเหมาะสมสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์

3.3.3 การปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือ (Instrument Refinement)

ผู้วิจัยปรับปรุงถ้อยคำ คำถาม และรูปแบบการจัดเรียงลำดับข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ปรับเนื้อหาแบบสัมภาษณ์ปรับให้เป็นภาษากลางที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และไม่ขึ้นาคำตอบ พร้อมเพิ่มคำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนมุมมองเชิงลึก แบบวิเคราะห์เนื้อหา และแบบบันทึกการสังเกตได้รับการออกแบบในรูปแบบตารางที่ชัดเจน มีรหัสตัวแปร (Code) และตัวอย่างคำอธิบาย (Definition) เพื่อลดความคลาดเคลื่อนในการเก็บข้อมูล

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ถอดเทปการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ทุกคนอย่างละเอียด

3.4.2 การทบทวนบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และนำมาวิเคราะห์ด้วยเพื่อวางแผนการนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด ประกอบกับด้วยหลักทฤษฎีการตลาดเชิงเนื้อหาว่าผู้บริโภคสื่อเป็นรูปแบบไหน โดยการนำหลักการสร้างสรรค์เนื้อหามาปรับให้ตรงตามความต้องการไปถึงการสร้างคามผูกผันระหว่างผู้รับชมกับเจ้าของสินค้าหรือบริการนั้นๆ จนมาถึงการตัดสินใจซื้อในยุคปัจจุบันที่สื่อออนไลน์มีผลมากในการรับชมภาพยนตร์สั้นตามช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะทำให้เห็นชัดเจนเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี