

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีลักษณะเป็นการศึกษาเชิงกรณีศึกษา (Case Study Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ไว้ดังนี้

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์ Douyin และการบูรณาการสื่อ

1. ศึกษานโยบายและโครงสร้างการทำงานของศูนย์สื่อบูรณาการ เมืองตงฟาง
2. ทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ตัวแปร และประเด็นการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ และขอบเขตการวิจัย

1. กำหนดปัญหาการวิจัยและคำถามวิจัย
2. ระบุวัตถุประสงค์ ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น และขอบเขตของการศึกษา
3. ระบุกลุ่มเป้าหมายและประชากร – กลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบการวิจัย

1. เลือกวิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา (Case Study Research)
2. ออกแบบเครื่องมือเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
 - 1.1 เก็บข้อมูลวิดีโอและโพสต์จากบัญชี Douyin ของศูนย์สื่อบูรณาการ เมืองตงฟางในช่วง 12 เดือนตามขอบเขต
 - 1.2 บันทึกข้อมูลลงในแบบฟอร์มตามหมวดหมู่ที่กำหนด
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview)
 - 2.1 คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
 - 2.2 ดำเนินการสัมภาษณ์และบันทึกเสียง พร้อมจดบันทึกประกอบ
3. การสังเกต (Observation)
 - 3.1 สังเกตลักษณะการนำเสนอเนื้อหา การโต้ตอบในคอมเมนต์
 - 3.2 บันทึกข้อมูลในแบบบันทึกการสังเกตอย่างเป็นระบบ

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยการจำแนกหมวดหมู่ตามกรอบแนวคิด
2. วิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงธีม (Thematic Analysis)

3. วิเคราะห์ข้อมูลการสังเกตแบบพรรณนาและเชิงเปรียบเทียบ

4. ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธี Triangulation

ขั้นตอนที่ 6 การสรุปและตีความผล

1. สังเคราะห์ผลการวิเคราะห์จากทุกแหล่งข้อมูล

2. เปรียบเทียบผลกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. ตีความความหมายของผลการวิจัยในเชิงกลยุทธ์และเชิงนโยบาย

ขั้นตอนที่ 7 การจัดทำรายงานวิจัย

1. จัดโครงสร้างรายงานตามรูปแบบวิชาการ

2. เขียนรายงานวิจัยอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมบทนำ ระเบียบวิธี ผลการวิจัย และ

อภิปราย

3. ตรวจสอบ แก้ไข และส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินก่อนเผยแพร่

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

3.1.1 ประชากรการวิจัย

1.1 ประชากรเชิงเนื้อหา ได้แก่ วิดีโอ / โพสต์ทั้งหมดที่เผยแพร่ในบัญชี Douyin ทางการของศูนย์สื่อบูรณาการ เมืองตงฟาง ตลอดช่วงเวลาเป้าหมายของการศึกษา

1.2 ประชากรเชิงบุคคล คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) บุคลากรที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริหารจัดการบัญชีและงานสื่อของศูนย์สื่อบูรณาการ เมืองตงฟาง เช่น ผู้อำนวยการ / รองผู้อำนวยการ บรรณาธิการข่าว โปรดิวเซอร์ แอดมิน Douyin เจ้าหน้าที่สื่อสารองค์กร / ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

1.3 ประชากรผู้รับสาร / ผู้ติดตาม ผู้ติดตามบัญชี Douyin ของศูนย์สื่อบูรณาการ เมืองตงฟาง ที่มีพฤติกรรมมีส่วนร่วม เช่น เคยกดถูกใจ / แสดงความคิดเห็น / แชร์ อย่างน้อย 1 ครั้ง ในช่วงเวลาเป้าหมาย เป็นต้น

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่เป็นบุคลากรในศูนย์สื่อบูรณาการ เมืองตงฟาง โดยใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive) ร่วมกับ snowball เพื่อเข้าถึงผู้เกี่ยวข้องทุกขั้นตอน ประกอบด้วย

2.1 ผู้บริหารระดับนโยบาย / ยุทธศาสตร์

2.2 บรรณาธิการ / โปรดิวเซอร์ / หัวหน้ากองข่าว

2.3 ผู้ผลิตคอนเทนต์ / ตัดต่อ / กราฟิก / แอดมิน Douyin

2.4 เจ้าหน้าที่ประเมินผล / สถิติ / สื่อสารองค์กร

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ประมาณ 8 – 12 คนหรือจนกว่าจะเกิด การอิ่มตัวของข้อมูล (data saturation)

3.2 ขอบเขตการวิจัย

3.2.1. ขอบเขตด้านเนื้อหา (Content Scope)

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของศูนย์สื่อบูรณาการเมืองตงฟางบนแพลตฟอร์ม Douyin ครอบคลุมองค์ประกอบหลักของพฤติกรรมการสื่อสาร ได้แก่

- 1.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)
- 1.2 เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ (Content and Presentation Style)
- 1.3 ความถี่และจังหวะเวลาการเผยแพร่ (Frequency and Timing)
- 1.4 เทคนิคการสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement Techniques)
- 1.5 การบูรณาการสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล (Media Convergence)

3.2.2. ขอบเขตด้านพื้นที่ (Geographical Scope)

ศึกษากรณี ศูนย์สื่อบูรณาการ เมืองตงฟาง (Dongfang Integrated Media Center) จังหวัดตงฟาง มณฑลไหหลำ สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นหน่วยงานสื่อของรัฐในระดับท้องถิ่นที่มีการใช้ Douyin เป็นหนึ่งในช่องทางหลักในการสื่อสารกับประชาชน

3.2.3. ขอบเขตด้านเวลา (Time Scope)

วิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาวิดีโอและโพสต์จากบัญชี Douyin อย่างเป็นทางการของศูนย์สื่อบูรณาการเมืองตงฟาง ในช่วง 12 เดือนย้อนหลัง จากวันที่เริ่มการเก็บข้อมูลภาคสนาม เพื่อให้ครอบคลุมการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ตามฤดูกาลและสถานการณ์ต่าง ๆ

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือหลายประเภทเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

3.3.1. แบบบันทึกการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Record Form)

ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากวิดีโอและโพสต์บนบัญชี Douyin ของศูนย์สื่อบูรณาการ เมืองตงฟาง โดยออกแบบฟอร์มให้บันทึกข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อใช้วิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมการสื่อสารและวัดผลลัพธ์การสื่อสารตามกรอบทฤษฎี

3.3.2. แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview Guide)

ใช้สัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน ผลิต และเผยแพร่เนื้อหาบน Douyin ของศูนย์สื่อบูรณาการ เมืองตงฟาง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนทั้งมุมมองของผู้ผลิต

3.3.3. แบบบันทึกการสังเกต (Observation Record Form)

ใช้สำหรับบันทึกการสังเกตลักษณะการนำเสนอเนื้อหา และพฤติกรรมมีส่วนร่วมของผู้ชมใน Douyin แบบไม่แทรกแซง เพื่อเก็บข้อมูลเชิงพฤติกรรมจริงของผู้ใช้และรูปแบบการสื่อสารที่เกิดขึ้นในแพลตฟอร์ม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) โดยดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

3.4.1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแบบกำหนดกรอบหมวดหมู่ล่วงหน้า (Directed Content Analysis) อ้างอิงจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ Strategic Communication Theory, Uses and Gratifications Theory, Diffusion of Innovations และ Media Convergence

3.4.2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview Analysis)

ใช้การวิเคราะห์เชิงธีม (Thematic Analysis) ตามแนวทางของ Braun and Clarke (2006) เพื่อวิเคราะห์เชิงความสัมพันธ์ระหว่างธีมเพื่ออธิบายกลยุทธ์การสื่อสารโดยรวม

3.4.3. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกต (Observation Analysis)

ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ควบคู่กับการเปรียบเทียบกับข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์เทียบกับกลยุทธ์ที่ศูนย์สื่อบูรณาการ เมืองตงฟางใช้ เพื่อดูความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาและปฏิกิริยาผู้ชม

3.4.4. การตรวจสอบและยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness)

ใช้แนวคิด Triangulation เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลจาก 3 แหล่ง ได้แก่ เนื้อหา สัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์